**„Udowadniamy, że się da”, czyli rozwój brandu Personnel Service**

**Personnel Service rozwija swój brand w oparciu o obietnicę marki „Udowadniamy, że się da”. Jednym z jej podstawowych założeń jest bycie zaangażowanym w rozwiązywanie problemów klientów i kandydatów. Firma wierzy, że jest to możliwe przez połączenie jakości i bezpieczeństwa dużej agencji z dostępnością i zaangażowaniem małego podmiotu. Uzupełnieniem nowej strategii komunikacji jest odświeżona identyfikacja wizualna, która jest prosta i czytelna. Dominująca pozostaje czerwień jako wyróżnik Personnel Service. Poszczególne elementy nowego brandu są wdrażane od września. Firma po raz pierwszy w nowej odsłonie zaprezentowała się na Forum Ekonomicznym w Karpaczu.**

Celem wdrażanych zmian jest ugruntowanie pozycji Personnel Service jako nowoczesnej, odważnej firmy, która na pierwszym miejscu stawia potrzeby klienta oraz kandydata.

*– To nowy, ekscytujący rozdział w komunikacji naszej firmy. Z jednej strony nasze podstawowe założenia się nie zmieniają, bo tak działamy od zawsze, ale z drugiej strony, sporo się zmienia. Naszą nową strategię komunikacji napisaliśmy wspólnie z pracownikami i klientami, po uważnym wysłuchaniu tego, co mówią. Na pierwszym miejscu wybijało się to, że według nich „Udowadniamy, że się da”. Nawet jeżeli inni zapewniają, że coś jest niemożliwe, my wielokrotnie znajdujemy sposób. Jesteśmy agencją, która dowozi wyniki i ma na to dowody. Dlatego m.in. jako jedyna firma otworzyliśmy przychodnię medycyny pracy dla pracowników z Ukrainy, rozwinęliśmy usługi zakwaterowania specjalnie dla tej grupy, czy rekrutujemy ponad 50 osób w jedną noc. Wierzymy, że zarówno nasi klienci, jak i kandydaci oczekują konkretnych rozwiązań, efektów, ale też rzetelnego partnera. To im zapewniamy, teraz także w warstwie komunikacyjnej i wizualnej –* podkreśla **Krzysztof Inglot, Prezes Zarządu Personnel Service SA.**

**Udowadniamy, że się da**

Personnel Service w swojej nowej strategii marki stawia na silny przekaz „Udowadniamy, że się da”. To obietnica skierowana w stronę klientów i kandydatów, którzy szukają stabilnych, wiarygodnych partnerów, zaangażowanych w rozwiązywanie ich problemów. Klienci, którzy szukają w swoim otoczeniu doświadczonej firmy, która szanuje ich czas, mogą liczyć na Personnel Service, bo tu znajdą gwarancję i pewność realizacji. Dzięki temu klienci i kandydaci mają poczucie, że ich potrzeby są zawsze na pierwszym miejscu, ale odbywa się to w bezpiecznym i pewnym otoczeniu dużej firmy o ugruntowanej pozycji.

Ważnym elementem rozwoju brandu jest komunikacja kreowana w oparciu o merytorykę z zakresu rynku pracy i opisywania biznesu z punktu widzenia rozwiązania problemów klientów. Tego typu narracja jest wdrażana przede wszystkim na kanałach social media marki na Facebooku i LinkedIn.

**Wyróżniający się brand**

Warstwa wizualna nowej strategii komunikacji Personnel Service została opracowana przez wrocławską agencję brandingową NECON. Jest ona oparta na wyrazistej typografii i jej układzie. Wszystko po to, aby komunikacja była czytelna, prosta, oszczędzająca czas klientów i kandydatów. Dominująca i wszechobecna pozostaje czerwień, ale została ona uzupełniona jasną zielenią lub lawendą.

- *Praca nad nową odsłoną komunikacji wizualnej Personnel Service była dla naszego zespołu ciekawym wyzwaniem. Sektor HR rządzi się zupełnie innymi prawami niż inne branże i nieczęsto możemy pozwolić sobie na puszczenie wodzy fantazji w fazie prac koncepcyjnych. Tym razem jednak, dzięki doświadczeniu i otwartości na nowe pomysły teamu marketingu i komunikacji oraz znalezieniu wspólnego języka, mieliśmy szansę wdrożenia ambitnej i odważnej identyfikacji wizualnej, wykraczającej poza standardowe, sztywne branżowe ramy. Poprzez ten udany proces zmiany Personnel Service pozycjonuje się w zupełnie nowym miejscu, dając wyraz swojemu umiejętnemu dostosowywaniu się do wymagań stawianych przez nowoczesnymi brandami* – mówi **Krzyszof Nowak, CEO w NECON.**

Nową odsłonę Personnel Service można już zobaczyć na kanałach social media marki oraz materiałach reklamowych. Kolejnym krokiem jest odświeżenie aktualnej strony internetowej firmy.

\*\*\*

**Personnel Service** to firma specjalizująca się w rekrutacji i zatrudnianiu pracowników z Ukrainy na potrzeby pracodawców w Polsce. Współpracuje z przedsiębiorstwami z wielu sektorów, w tym głównie automotive, RTV/AGD i przemysłu ciężkiego. Za pośrednictwem Personnel Service zatrudnienie w Polsce znalazło już 150 tys. obywateli Ukrainy. Tym samym Personnel Service znajduje się w pierwszej trójce przedsiębiorstw wyspecjalizowanych w rekrutacji obywateli zza wschodniej granicy Polski.

**Kontakt dla mediów:**

**Monika Banyś**Rzecznik Prasowy Personnel Service  
m: +48 500 140 263  
e: [monika.banys@zoom-bsc.pl](mailto:monika.banys@zoom-bsc.pl)

**Klaudia Łoś**Account Executive  
m: +48 534 011 711  
e: klaudia.los@zoom-bsc.pl