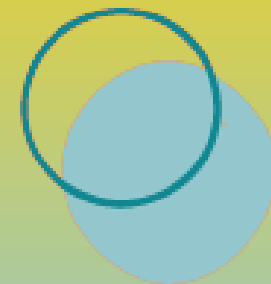




PR DLA BRANŻY HR

Case study 2025





JEDEN PARTNER PR 3 SILNE MARKI





Miniony rok na rynku pracy przyniósł wiele wyzwań, od **niedoborów kadrowych**, przez **zmiany w przepisach**, aż po **nowe oczekiwania** pracowników i pracodawców.

W tym dynamicznym otoczeniu nasz Zespół odpowiadał za komunikację dla **Gi Group Holding**. Naszym głównym celem było ugruntowanie pozycji holdingu jako niekwestionowanego i wiarygodnego doradcy w obszarze HR.

Nasza komunikacja objęła kompleksowo cały przekrój rynku pracy, co było możliwe dzięki różnorodności marek tworzących grupę.

Dostarczaliśmy rzetelnych informacji i analiz dotyczących zatrudnienia na każdym szczeblu, od pracowników produkcyjnych i niższego szczebla (**Gi Group**), przez wykwalifikowanych specjalistów (**Grafton Recruitment**), aż po menedżerów i wyższą kadrę zarządzającą (**Wyser**).

Nasza praca opierała się na **wielowymiarowym wsparciu PR-owym**.

Aby skutecznie budować wizerunek Klienta, skupiliśmy się na kilku **kluczowych obszarach**:

Kompleksowe media relations: budowanie i utrzymywanie stałych relacji z dziennikarzami z mediów ogólnopolskich, biznesowych oraz branżowych.

Budowanie narracji eksperckiej: regularne komentowanie sytuacji na rynku pracy, trendów w różnych gałęziach gospodarki oraz zmian w prawie.

Doradztwo strategiczne: bieżące wsparcie Klienta, identyfikacja najważniejszych tematów rynkowych i szybkie reagowanie na wydarzenia gospodarcze.

Zapewnienie stałego zaplecza contentowego: sprawne tworzenie materiałów prasowych, artykułów i merytorycznych stanowisk.

Komunikacja na LinkedIn: przygotowywanie jakościowych i merytorycznych wpisów dla ekspertów na LinkedIn. Zaangażowanie i aktywność merytoryczna na tej platformie pozwoliła nam budować sieć relacji z innymi ekspertami oraz mediami.

SILNY GŁOS NA RYNKU PRACY I W MEDIACH

A photograph of two microphones on a wooden surface. One is a large, orange, fuzzy microphone on a stand. The other is a smaller, silver, vintage-style microphone on a stand. The background is a light blue wall. The image is partially obscured by a large yellow and teal graphic element on the left side of the slide.

Ponieważ poszczególne marki z portfolio Gi Group Holding trafiają do różnych odbiorców i mają odmienne pozycjonowanie, kluczowe było **precyzyjne dopasowanie przekazu do odpowiednich segmentów rynku**.

W 2025 roku opracowaliśmy i zrealizowaliśmy wysyłkę **73 informacji prasowych**.

Do dyspozycji mediów oddaliśmy również grupę ok. **25 ekspertów, reprezentujących różne specjalizacje** wewnątrz organizacji.

Szeroki wachlarz ich kompetencji sprawił, że dziennikarze chętnie sięgali po ich komentarze. Co ważne, bardzo często w jednym artykule cytowani byli przedstawiciele różnych marek holdingu jednocześnie. Takie podejście świetnie pokazywało rynkowi, kompleksowość usług oferowanych przez naszego Klienta.

KLUCZOWE PROJEKTY 2025

Aby przełożyć strategię na realne publikacje, oparliśmy komunikację na twardych danych i unikalnej wiedzy ekspertów marek wchodzących w skład Gi Group Holding. W ciągu roku prowadziliśmy intensywne działania promujące m.in.:



Szeroko komunikowaliśmy kluczowe opracowania, takie jak np. **„Barometr rynku pracy”**, „Raport wynagrodzeń i trendów w przedsiębiorstwach”, czy też „Raport płacowy, Wynagrodzenia pracowników fizycznych w produkcji i logistyce” autorstwa Gi Group.



Z sukcesem poprowadziliśmy komunikację wokół autorskiego plebiscytu **„HRowe słowo roku”**, angażując branżę i media wokół pojęć kształtujących współczesny rynek pracy.

MIERZALNE EFEKTY WSPÓŁPRACY

w 2025 roku

Konsekwentna edukacja rynku, opieranie się na rzetelnych informacjach i proaktywne podejście do mediów przyniosły bardzo dobre rezultaty. Działając dla Gi Group Holding jako całości, w ciągu dwunastu miesięcy wypracowaliśmy następujące wyniki:

6 227 łączna liczba wygenerowanych publikacji w prasie, portalach internetowych, radiu, telewizji oraz mediach społecznościowych.

PONAD 43,7 MLN szacowany zasięg opublikowanych materiałów.

42,2 MLN PLN całkowity ekwiwalent reklamowy (AVE).



Dzięki konkretnym i opartym na danych materiałom, zarówno eksperci, jak i same marki wchodzące w skład Gi Group Holding stały się dla dziennikarzy sprawdzonym źródłem informacji o rynku pracy.

Potwierdza to ich stała obecność w kluczowych mediach ogólnopolskich i branżowych.

Serwisy

Ekonomia

Ekonomia / Praca / RYNEK PRACY

Coraz więcej Polaków boi się utraty pracy. W tym sektorze najbardziej

To pracownicy z sektora handlu najczęściej liczą się teraz z ryzykiem utraty zatrudnienia, które dostrzega prawie co trzeci z pracujących Polaków.

Publikacja: 20.03.2025 16:25



RZECZPOSPOLITA

Anita Błaszczak

Do prawie 32 proc. wzrósł w tym roku odsetek pracowników, którzy obawiają się utraty pracy. To znacząco większa grupa niż przed rokiem, gdy takie obawy deklarowało 26 proc. ankietowanych - dowodzi najnowszy Barometru Rynku Pracy publikowany przez agencję zatrudnienia Gi Group, który podsumowuje wyniki lutowego badania pracodawców i pracowników.

Wzrosły oferowane stawki dla pracowników kluczowych w marketingu i PR

PAP

W 2024 roku odnotowano wyższe stawki dla pracowników pełniących kluczowe role w marketingu i PR; średni wzrost w działach marketingu wyniósł 3,2 proc., a w PR 4,5 proc. - wynika z raportu „Wynagrodzenia i trendy w przedsiębiorstwach 2024”.

Posłuchaj

Autorzy raportu opublikowanego przez Grafton Recruitment zauważyli, że zapotrzebowanie na specjalistów w działach marketingu i PR wciąż jest zauważalne, choć nie dorównuje ogólnorynkowemu popytowi na pracowników. Jak dodano, w 2024 roku największy popyt dotyczył kompetencji związanych z działaniami w przestrzeni cyfrowej i tworzeniem strategii opartych na analizie danych.

"Firmy niezmiennie koncentrują się na budowaniu obecności online i optymalizacji strategii sprzedażowych, dlatego poszukują pracowników, którzy potrafią skutecznie zarządzać kampaniami internetowymi oraz wdrażać innowacyjne rozwiązania marketingowe" - podkreślono.

W informacji wskazano, że rosnąca konkurencja w poszukiwaniu

Puls Biznesu

INFOR

Kategorie

Czego szukasz?

szukaj

Sklep

Księgowość | Kadry | Biznes | Sektor publiczny | Prawo | Twoje pieniądze | Moto

Okazuje się, że 63% pracujących deklaruje, że po urlopie odczuwa większy stres niż przed jego rozpoczęciem, a połowa z nich jako główne źródło napięcia wskazuje na nagromadzone obowiązki, wynika z ankiety przeprowadzonej przez spółki Gi Group Holding. Ponowne wejście w rytm codziennych zadań często wiąże się ze wzrostem presji oraz poczuciem przytłoczenia, określanym mianem napięcia pourlopowego.

Po urlopie trudniej niż przed – dlaczego powrót do pracy wywołuje stres?

Napięcie pourlopowe – objawy i mechanizm

Myślenie o pracy nawet podczas urlopu – jakie są nawyki Polaków?

Głównym powodem napięcia po powrocie do pracy z urlopu jest nagromadzenie zadań

Stres nie tylko po powrocie z urlopu, ale także przed

rozwiń v

Po urlopie trudniej niż przed – dlaczego powrót do pracy wywołuje stres?

63% pracujących deklaruje, że po urlopie odczuwa większy stres niż przed jego rozpoczęciem, a połowa z nich jako główne źródło napięcia wskazuje na nagromadzone obowiązki, wynika z ankiety przeprowadzonej przez spółki Gi Group Holding. Ponowne wejście w rytm codziennych zadań często wiąże się ze wzrostem presji oraz poczuciem przytłoczenia, określanym mianem napięcia pourlopowego. Eksperci podkreślają, że dobra organizacja pracy i wsparcie ze strony firm mogą znacząco ułatwić powrót do obowiązków po wakacyjnej przerwie.

strefaBIZNESU

GospodarkaFirmaPracaFinanseGiełdaEnergetykaLogistykaStrefa AgroTurystyka

Wewnętrzny awans czy nowa twarz z rynku? Firmy coraz częściej stają przed trudnym wyborem



oprac. Oliwia Marciszewska
6 sierpnia 2025, 14:12

Udostępni



wprost

WIADOMOŚCI

TWÓJ PORTFELGOSPODARKAFINANSEFIRMYTECHNOLOGIENAJBOGATSI

SUBSKRYBUJ

Lepiej awansować sprawdzonego pracownika, czy zatrudnić nową twarz z rynku? Wchodzi w grę obsadzenie strategicznych stanowisk. Według badania, w 40% przypadków firmy wybierają awans, w 60% rekrutację z zewnątrz.

Lepiej awansować sprawdzonego pracownika, czy zatrudnić nową twarz z rynku? Wchodzi w grę obsadzenie strategicznych stanowisk. Według badania, w 40% przypadków firmy wybierają awans, w 60% rekrutację z zewnątrz.

Lepiej awansować sprawdzonego pracownika, czy zatrudnić nową twarz z zewnątrz? Wchodzi w grę obsadzenie strategicznych stanowisk. Według badania, w 40% przypadków firmy wybierają awans, w 60% rekrutację z zewnątrz.

Co 4. pracownik ma poczucie winy. Powód może szokować

Dodano: 10 grudnia 2025 13:45

Złamany pracownik / Źródło: Shutterstock

Co czwarty pracownik ma wyrzuty sumienia, gdy nie reaguje na służbowe wiadomości po godzinach pracy - wynika z badania Gi Group Holding. Rozdzielić czas prywatny od zawodowego potrafią nieliczni.

BUSINESS INSIDER

BUSINESS INSIDER > GOSPODARKA > TYŁE FIRM KORZYSTA Z "ELASTYCZNYCH FORM" ZATRUDNIENIA

Tyle firm korzysta z "elastycznych form" zatrudnienia

Opracowanie: Matousz Madojski
16 czerwca 2025, 6:34.

1 min czytania

pap

Udostępni

f

in

Ponad połowa polskich firm korzysta z elastycznych form zatrudnienia — wynika z raportu "Barometr Rynku Pracy" Gi Group Holding. Jednocześnie niemal 30 proc. firm działających w tym modelu ma trudności związane z niższym poziomem zaangażowania pracowników.



WP

WIADOMOŚCI

BIZNES

ROZRYWKA

KOBIETA

SPORT

TURYSTYKA

Biznes > Branża produkcyjna. Fachowcy techniczni poszukiwani na rynku pracy

Branża produkcyjna. Fachowcy techniczni poszukiwani na rynku pracy

Fachowcy z kompetencjami technicznymi są dziś jednymi z najbardziej poszukiwanych na rynku pracy. Natomiast, według analityków Gi Group, ustabilizował się lub wręcz zmniejszył popyt na niewykwalifikowanych pracowników produkcyjnych. Ile można zarobić? Wynagrodzenia zaczynają się od najniższej krajowej, ale fachowcy mogą liczyć na dużo wyższe stawki. Na przykład operator maszyn może zarobić w Trójmieście 8 tys. zł. Pensje automatyków to od 10 do 13 tys. zł brutto. Z kolei programista maszyn zarabia od 6,5 tys. do 10,5 tys. zł brutto.



Prawo.pl

Wyszukaj

Pracownicy i sądyPodatkiKadry i BHPPracownicy w biznesieSamorząd i administracjaOświataZdrowieStudentyPracownicy

PracownicyPracownicyHRBHPUbezpieczenia społecznePPKRynek pracySygnaliściNiepełnosprawnośćDofinansowanie do wynagrodzeńOrzeczenia

Wewnętrzny awans czy rekrutacja zewnętrzna – którą drogę wybrać?

Data dodania: 07.08.2025 | 12:50

Grażyna J. Leśniak

PRAWO PRACY

RYNEK PRACY

AKTUALNOŚCI

Promować pracownika z wewnątrz organizacji czy zatrudnić specjalistę z rynku – to pytanie, które zadaje sobie wiele firm, zwłaszcza gdy chodzi o obsadzenie stanowiska o strategicznym znaczeniu. Eksperti Gi Group Holding podkreślają, że nie ma jednej, uniwersalnej odpowiedzi. Decyzja zależy od dostępnych w firmie kompetencji, dynamiki zespołu, celów biznesowych, a także od kosztów, nie tylko finansowych.

Bankier.pl

PLACA I KARIERA

Młodzi Polacy najchętniej się przebranżawiają. Handel i przemysł na czele

Młodzi Polacy najchętniej się przebranżawiają. Handel i przemysł na czele

publikacja
2025-05-10 14:00

43 proc. pracowników w Polsce rozważa przebranżowienie się, a 45 proc. deklaruje chęć stałego podnoszenia swoich kwalifikacji - wynika z „Barometru Rynku Pracy 2025” opracowanego przez Gi Group Holding.

MENU

REKLAMA

26 lat skutecznych rozwiązań dla HR

Wsparcie na każdym etapie procesu zatrudnienia

Rekrutacja osób z orzeczeniem

Dotrzyj do kandydatów z orzeczeniem dzięki wsparciu ekspertów Werbeo

Werbeo

Otwórz >

Strona Główna » Wynagrodzenia

Płace w przemyśle wciąż rosną, ale pracy jest coraz mniej

WS
Opublikowano: 15 paź 2025 13:45

Skomentuj

f

X

in

W 2025 roku polski przemysł mierzy się z wyraźnymi różnicami w wynagrodzeniach. Jak wynika z „Raportu wynagrodzeń w sektorze przemysłowym” Grafton Recruitment, najwyższe podwyżki oferują centra dystrybucyjne oraz firmy farmaceutyczne, chemiczne i FMCG, podczas gdy w budownictwie tempo wzrostu płac jest znacznie wolniejsze.

27 min temu

Sztuczna inteligencja zmienia zasady gry. Plagiaty trudniejsze do wykrycia

29 min temu

Zamiast 800+ lików. Postawie zdecydowanie

Fakt

NAJNOWSZE WYDARZENIA POLITYKA PLOTKI PIENIĄDZE SPORT PREMIUM TURYSTYKA KUCHNIA QUIZY KOBIETA POGODA

NAJNOWSZE

decyzję. "Mianuję" • 15:10 Tragiczna śmierć małżeństwa we Wrocławiu. Prokuratura przekazała nowe informacje • 15:09 Ciało mężczyzny w parku. List

» Pieniądze » Rosną powroty do rodaków do Polski. Jednak młodzi wciąż myślą o wyjeździe

Rośnie fala Polaków wracających z emigracji. Są też złe wieści

Andrzej Zwoliński
Dziennikarz działu Pieniądze

Data utworzenia: 11 listopada 2025, 5:30.

Udostępnij

Coraz więcej Polaków decyduje się na powrót do kraju z emigracji. Po latach spędzonych za granicą w poszukiwaniu lepszych zarobków i stabilizacji coraz częściej wybierają życie w ojczyźnie. Eksperti Gi Group podkreślają, że ten trend może być ważną odpowiedzią na zapaść demograficzną oraz realnym wsparciem dla polskiego rynku pracy i gospodarki. Z przeprowadzonych przez nich analiz wyłania się też negatywne zjawisko – młodzi wciąż myślą o emigracji zarobkowej.



Magdalena
Dymek-Ciekalska

Agnieszka
Malesza-Woźniak

**RAZEM DZIĘKI KOMUNIKACJI.
ŁĄCZYMY LUDZI.
TWORZYM RELACJE.**

Wierzymy, że słowa mają moc łączenia i budowania wspólnoty. Pomagamy firmom i markom tworzyć społeczności, które inspirują, motywują i przyciągają ludzi – klientów, pracowników i partnerów.

Dołącz do Community

Stwórz z nami społeczność, która ma znaczenie. Zrób pierwszy krok – **porozmawiajmy o tym, jak słowa mogą łączyć ludzi wokół Twojej marki.**





ZADZWOŃ LUB NAPISZ

AGNIESZKA

600 360 911

agnieszka@community-hub.pl

MAGDA

607 047 542

magdalena@community-hub.pl

