**Trójmiejska agencja PR zbuduje wizerunek firm z Polski na Ukrainie**

**W Gdyni wystartował polsko-ukraiński projekt komunikacyjny, wspierający wizerunkowo polski sektor BPO/SSC w procesie rekrutacji specjalistów z Ukrainy.**

Według szacunków ABSL w Polsce oficjalnie zatrudnionych jest blisko 1,2 miliona Ukraińców, którzy w zdecydowanej większości wykonują prace fizyczne. Zaledwie kilkanaście tysięcy obecnych na polskim rynku obywateli Ukrainy to specjaliści. To jednocześnie grupa, o którą mocno zabiega wciąż dynamicznie rosnący sektor BPO/SSC. Działające w Polsce centra usług dla biznesu coraz boleśniej odczuwają efekty tzw. rynku pracownika – według badań nawet 40% średnich i dużych firm ma problemy z rekrutacją. Wiele z nich rozwiązania upatruje w zatrudnianiu pracowników zza wschodniej granicy, zwłaszcza mówiących po angielsku i niemiecku.

– *Duża część naszych korporacyjnych klientów już od miesięcy sygnalizuje konieczność dotarcia z ofertą pracy w Trójmieście do ukraińskich specjalistów. Widzą w tym potencjał, bo znajomość zachodnich języków, powtarzalność realizowanych procesów i międzynarodowe środowisko w sektorze BPO/SSC całkowicie niwelują barierę zatrudniania osób z zagranicy* – mówi Wojciech Makać, prezes Brandscope, gdyńskiej agencji PR specjalizującej się w działaniach budujących wizerunek firm jako pracodawców.

W odpowiedzi na te sygnały Brandscope wspólnie ze swoimi ukraińskimi partnerami uruchomił projekt wspierający rozpoznawalność i postrzeganie firm z polskiego sektora BPO/SSC na Ukrainie.

*– Równolegle prowadzone* d*ziałania PR w polskich i ukraińskich mediach, czytanych zarówno przez mieszkańców Ukrainy, jak i społeczność ukraińską zamieszkałą w Polsce, to efektywne wsparcie procesów rekrutacji ukierunkowanych na Wschód. Działający w Polsce przedsiębiorcy* *przestają być dzięki temu anonimowi i zaczynają być postrzegani jako atrakcyjny wybór dla swoich potencjalnych pracowników* – dodaje Wojciech Makać.

W projekt zaangażowany został zespół doświadczonych piarowców z Ukrainy, za budowę którego odpowiedzialny jest Mykhaiło Krasiuk, specjalista od komunikacji z kilkunastoletnim doświadczeniem w projektach realizowanych na Wschodzie.

– *Mamy już za sobą pierwszą kampanię dla dużego call centre z Gdańska, poszukującego pracowników władających językiem niemieckim do swoich oddziałów w Białymstoku i Olsztynie. Naszą rolą było przygotowanie informacji prasowych i ich umiejętna dystrybucja w mediach ukraińskich i równocześnie polskich* – tłumaczy Mykhaiło Krasiuk z Brandscope.

Działania wzmacniające procesy rekrutacyjne to pierwszy z kilku zaplanowanych dla projektu elementów. Dwa kolejne obszary, w których Brandscope prowadzi rozmowy biznesowe, to deweloperzy mieszkaniowi (Ukraińcy kupili najwięcej mieszkań w Polsce w 2016 roku) oraz rynek usług finansowych, który również z zaciekawieniem przygląda się tej grupie.

Źródło: Brandscope