



**Marta Chmielewska**  
Dyrektorka  
Biura Komunikacji Wewnętrznej  
w VeloBanku

KONKURS DYREKTOR MARKETINGU ROKU 2024  
KATEGORIA: MASTER OF EB

**#WeAreTheFuture**



[Profil na LinkedIn](#)



## Marta Chmielewska

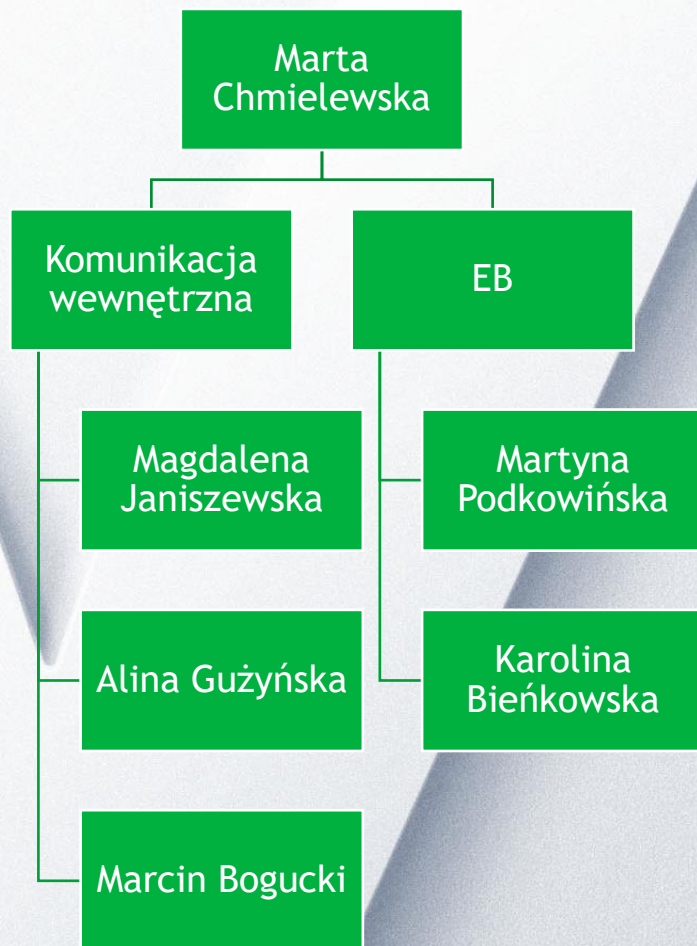
Od kilkunastu lat związana z obszarami komunikacji, budowania wizerunku pracodawcy i doświadczeń pracowników. Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego oraz Szkoły Głównej Handlowej.

W VeloBanku odpowiada za komunikację wewnętrzną i zaangażowanie pracowników oraz dba o markę pracodawcy i działania employer brandingowe. Na swoim koncie ma realizację projektów z zakresu wdrażania i rozwijania kultury organizacyjnej, promowania firmowych wartości, a także zarządzania zmianą, w tym rebrandingu. Na co dzień ceni sobie pracę na faktach, danych i liczbach, stawia na autentyczność i prostotę, a ponad wszystko, liczy się dla niej uważność na drugiego człowieka.

Za zrealizowane wraz z zespołem działania otrzymała zarówno krajowe, jak i międzynarodowe wyróżnienia, m.in. IC Biznes Partner 2024 oraz Internal Communications & Engagement Awards 2024.

**#WeAreTheFuture**

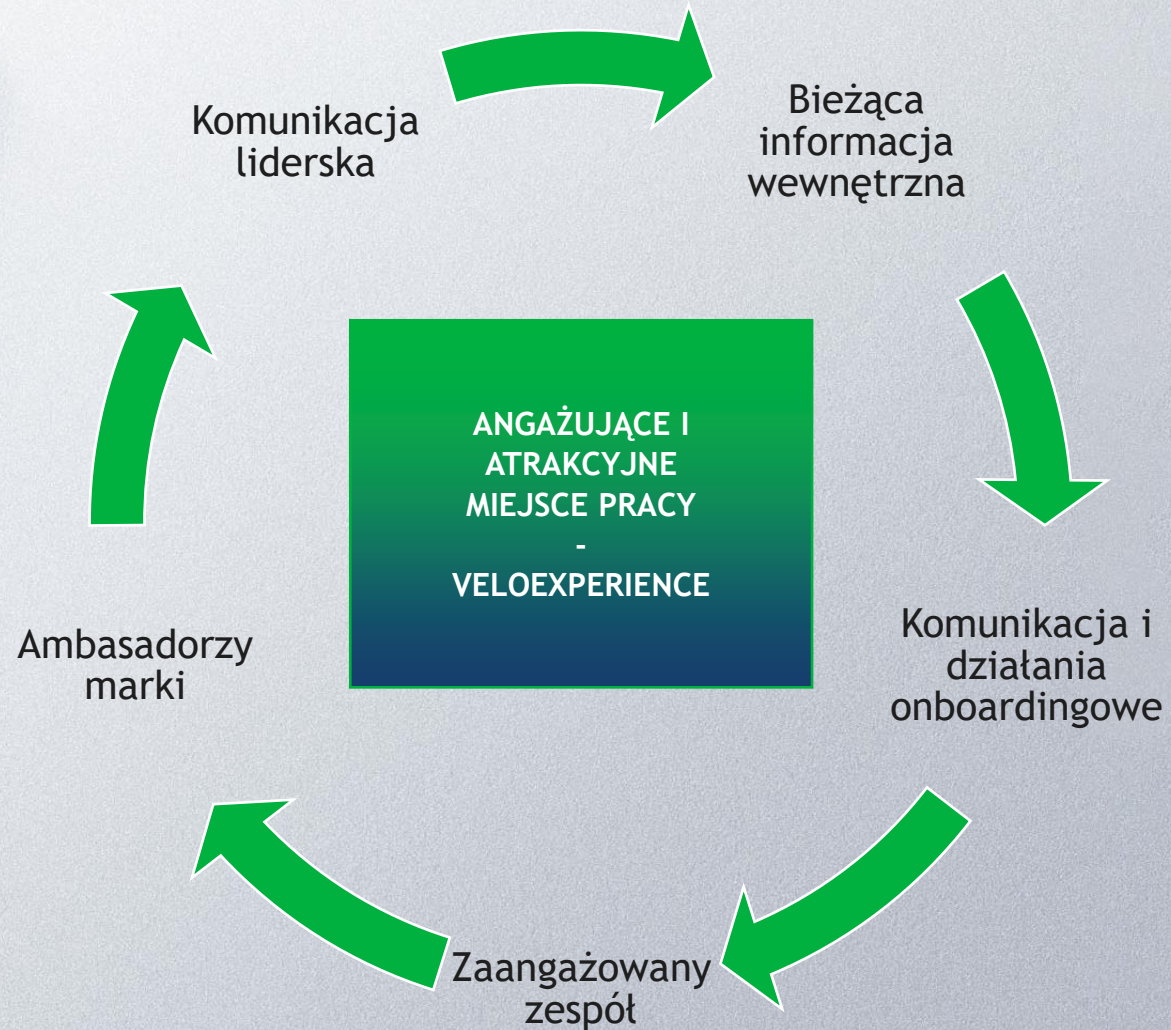
# The Best TEAM powered by Marta



# VELOEXPERIENCE - spójne budowanie wizerunku VeloBanku jako pracodawcy wewnątrz i na zewnątrz organizacji

**Komunikacja**  
 —  
 Zarządzanie informacją i komunikacją jako zamknięty cykl wpływający na biznes i budujący zaangażowanie pracowników i kandydatów

**Doświadczenia pracownika i kandydata**  
 —  
 Tworzenie i zarządzanie kulturą organizacyjną, której podstawą są VeloWartości, różnorodność oraz zrównoważony rozwój



# Marta Chmielewska to Master of EB

1

Od blisko dwóch lat konsekwentnie i z sukcesem przeprowadza pod kątem komunikacji pracowników przez zmianę i buduje unikatową VeloSpołeczność, dla obecnych i przyszłych pracowników.

2

W trakcie ciągłej zmiany, tj. procesu resolution, rebrandingu banku, procesu inwestorskiego, sprzedaży banku i pozyskaniu nowego właściciela, stale zapewnia rzetelną, transparentną i kreatywną komunikację oraz kreuje i realizuje działania angażujące pracowników.

3

Efektywnie wdrożyła, spójną z komunikacją zewnętrzną, strategię komunikacji wewnętrznej i budowania wizerunku pracodawcy, w oparciu o podejście people first. Postawiła na otwartość, zaufanie, rzetelność i skuteczność w działaniu, co wpłynęło na osiągnięcie wymiernych efektów.

4

Zbudowała kilkuosobowy, różnorodny, zaangażowany i zmotywowany zespół profesjonalistów, z którymi codziennie tworzy Świat Bardziej Velo dla pracowników i kandydatów. A sama jest autentyczną ambasadorką marki, dając tym samym przykład innym.

Na działania komunikacyjne patrzy holistycznie i wyznaje zasadę: *najpierw wewnątrz, potem na zewnątrz*. Wie, że konieczna jest synergia z działaniami PRowymi i marketingowymi, bo dzięki niej pracownicy są na bieżąco z działaniami na zewnątrz i tym samym mogą być ambasadorami banku na całej linii.



# VELOEXPERIENCE - wyzwania i cele komunikacyjne faced by Marta



1

Przeprowadzenie pracowników przez zmianę, uspokojenie emocji i minimalizacja rotacji w zespołach.

2

Zapewnienie dostępu do bieżących i rzetelnych informacji na temat zaistniałej sytuacji, co ona oznacza, jak wpływa na pracę i co przed nimi.

3

Budowanie wizerunku pożądanego pracodawcy na rynku, jako odpowiedź na rosnącą potrzebę rozwoju zespołu banku.

4

Zaopiekowanie emocji i nastrojów, minimalizacja poczucia niepewności, praca nad motywacją i zaangażowaniem pracowników, którzy są kluczowi dla banku i jego rozwoju.

5

Skoncentrowanie uwagi pracowników na strategicznych celach banku, opowiadanie o strategii w sposób prosty i zrozumiały, tak aby każdy czuł się częścią zmiany.

6

Utrzymanie zaangażowania i uwagi pracowników, tworzenie marki pracodawcy pierwszego wyboru, dla której chce się pracować.

Wyzwaniem jest też fakt, że Marta prowadzi działania w organizacji o rozproszonej i zróżnicowanej strukturze (4 centrale i ponad 170 oddziałów własnych i placówek franczyzowych).

# VELOEXPERIENCE

Kluczowe działania Marty i ich efekty  
- przykłady



Dzięki  
konsekwentnym  
i skutecznym  
działaniom Marty  
bank uniknął chaosu  
informacyjnego  
wewnątrz organizacji.

Jednocześnie  
zbudowała  
zaangażowany zespół,  
który tworzy zgraną  
drużynę - VeloTeam.

**#WeAreTheFuture**



# VELOEXPERIENCE - trzy obszary koncentracji

Od 2023 roku Marta zainicjowała kilka ogólnobankowych działań i projektów, których celem jest budowanie zgranego, poinformowanego i zmotywowanego VeloTeamu. Marta doskonale wie, że VeloTeam jest podstawą rozwoju VeloBanku oraz realizacji ambitnych i odważnych celów. Postawiła na rzetelną, otwartą i transparentną komunikację, na kreatywne działania angażujące pracowników wokół wspólnych idei i wartości. W proponowanych działaniach dla pracowników i kandydatów Marta wypracowała paletę różnych możliwości, bo zdaje sobie sprawę, że każdy z nas jest inny, a łączą nas wspólne wartości i cele.

1

**KOMUNIKACJA  
STRATEGICZNA**

-

**komunikujemy się  
transparentnie**

2

**VELOWYDARZENIA**

-

**budujemy naszą  
VeloSpołeczność**

3

**KULTURA  
ORGANIZACYJNA**

-

**łączą nas wspólne  
wartości**

1

**KOMUNIKACJA STRATEGICZNA**  
-  
**komunikujemy się transparentnie**

# Komunikacja strategiczna

W trakcie dwóch lat Marta wraz z zespołem, oprócz standardowych działań, wypracowała skuteczne, zróżnicowane formaty komunikacyjne, które są wysoko oceniane przez pracowników (w badaniu przeprowadzonym w Q3 2024 na reprezentatywnej grupie pracowników działania komunikacyjne zostały najwyżej ocenione spośród wszystkich badanych obszarów).

## VELOTALK

Marta prowadzi cykliczny live chat event dla pracowników, podczas którego omawiamy, prezentujemy kluczowe dla banku projekty, wydarzenia, zmiany, a także zapraszamy gości specjalnych (m.in. Bartosz Huzarski, Maria Deskur, Małgorzata Ohme). Uczestnicy mają możliwość zadawania pytań na żywo, a nagrania i odpowiedzi na pytania z chatu osadzone są w intranecie.

- > **Blisko 20 spotkań za nami (pierwszy chat odbył się w listopadzie 2022 roku), średnio 750 uczestników per spotkanie.**

## VELONEWS

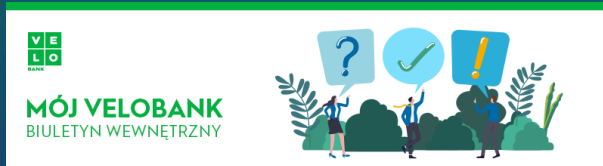
Marta redaguje cotygodniowy newsletter zarządowy, stanowiący cykliczną informację od zarządu banku na temat najważniejszych wydarzeń i etapów zachodzących zmian.

- > **Wychodzi nieprzerwanie od października 2022 roku, około 100 wydań.**

## VELOORZMOWY

Marta koordynuje serię wywiadów z menedżerami - wraz z rozwojem banku do zespołu dołączyło wiele nowych osób, zmieniła się struktura, a wywiady mają na celu przybliżenie sylwetek pracowników i odpowiedzialności poszczególnych jednostek.

- > **Blisko 45 rozmów za nami, setki reakcji i komentarzy w wewnętrznych i zewnętrznych mediach.**



2

**VELOWYDARZENIA**

-

**budujemy naszą VeloSpołeczność**

# VeloWydarzenia - projekt VeloActive

## INTEGRACJA PRACOWNIKÓW

1

Każda organizacja potrzebuje projektów skupiających zespół wokół deklarowanych wartości. Pozytywny, nakierowany na zdrową aktywność i realizację dobrych celów projekt integracyjny, jak **#VeloActive**, tworzy szansę na pobudzenie potencjału zespołu i wzmocni zaangażowanie pracowników w markę.

## WZMOCNIENIE WIZERUNKU BANKU

2

Konsekwentnie przedstawiamy się światu jako instytucja nowoczesna, nakierowana na potrzeby otoczenia, wspierająca zieloną transformację. Projekt **#VeloActive** adresuje wszystkie te elementy wizerunku i udowadnia, że do wyznawanych wartości podchodzimy poważnie oraz wieloaspektowo.

## ELEMENTY W OBSZARZE ESG

3

Raportowanie ESG jest jednym z większych wyzwań w komunikacji instytucji finansowych ze światem zewnętrznym. Dojrzałość w obszarze ESG jest jednym z kluczowych warunków dla sukcesu tego procesu. Projekt **#VeloActive** jest odpowiedzią na wyzwania w dwóch filarach ESG: obszarach „environment” oraz „social”.

# VeloActive - trzy obszary działania



1

## DRUŻYNA KOLARSKA #VELOTEAM

-

10 członków  
Ponad 60 startów (2023-2024)  
Kilkadziesiąt relacji w mediach społecznościowych

2

## ROWEROWI ENTUZJAŚCI

-

Blisko 600 aktywnych osób  
Wspólne treningi  
Wymiana doświadczeń, relacji,  
wzajemne doradztwo

3

## DZIELENIE SIĘ WIEDZĄ I ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

-

6 filmów edukacyjnych z Bartkiem Huzarskim  
Ponad 30 materiałów edukacyjnych  
2 edycje RakReatonu  
1 edycja Biegu Firmowego



Celem jaki sobie Marta postawiła jest zaangażować jak największą liczbę pracowników w działania w ramach akcji #VeloActive

→ cel: min. 10% aktywnych pracowników

Liczba pracowników (z franczyzą): 3500

Liczba zaangażowanych: ponad 600 osób, co daje 17% aktywnych pracowników



## VeloKsiążka



Kto czyta - żyje wielokrotnie  
Józef Czechowicz



#VeloCzytelnia

VELO  
BANK

Zapraszamy na webinar  
czytelniczy

VELO  
BANK

Nowa, jesienna pozycja  
w VeloCzytelniach!



# VeloWydarzenia - projekt VeloKsiążka

Na początku 2024 roku Marta wraz z zespołem zainicjowała powstanie nowego projektu VeloKsiążka. Jego celem jest przede wszystkim promowanie czytelnictwa wśród pracowników jako czynności, która ma nie tylko właściwości relaksujące, ale niesie za sobą wiele korzyści dla naszego zdrowia. Naturalnym efektem rozpoczęcia projektu, było utworzenie się społeczności czytelniczej, która zrzesza miłośników czytania, na forum dzieli się swoją pasją do literatury oraz aktywnie bierze udział w życiu projektu.

## WSPÓŁPRACA Z FUNDACJĄ POWSZECHNEGO CZYTANIA

Na początku powstania projektu VeloKsiążka Marta podjęła długoterminową współpracę z FPC przy promocji wśród pracowników oraz klientów banku akcji #TataTeżCzyta, udostępniając broszury informacyjne. Podejmowaliśmy również działania promujące FPC oraz akcję za pomocą Social Mediów: LinkedIn i Facebook.

## VELOCZYTELNIE

Marta skoordynowała powstanie w Q2 2024 roku w 4 centralach - w Warszawie, Wrocławiu, Jastrzębie-Zdroju i Katowicach, łącznie 9 VeloCzytelni. To miejsce, w którym pracownicy mogą popracować, spędzić przerwę w pracy z książką oraz skorzystać z firmowej biblioteczki uzupełnianej przez pracowników w ramach firmowego booksharingu.

## VELOWEBINAR

W 3Q 2024 roku, w ramach projektu VeloKsiążka, Marta poprowadziła pierwszy Webinar Czytelniczy "Czytanie - idealny pomysł na czasy digital" z udziałem gościa specjalnego - Pani Marii Deskur, Prezeski Fundacji Powszechnego Czytania. W webinarze wzięło udział ponad 300 pracowników.

## FORUM VELOKSIĄŻKA

Na wewnętrznym intranecie banku Marta zainicjowała założenie społeczności przeznaczonej dla miłośników czytania. Na forum pracownicy regularnie wymieniają się opiniami oraz polecijkami dotyczącymi literatury powszechnej.

#WeAreTheFuture



# VeloTalent na VeloWydarzeniach

Dla Marty projekty wizerunkowe banku są ważnym elementem wewnętrznych i zewnętrznych działań employer brandingowych.



## VELOMIKOŁAJKI

W grudniu 2023 roku Marta zorganizowała dla pracowników i ich dzieci wydarzenie VeloMikołajki. Podczas VeloMikołajek dzieci miały okazję zapoznać się szczerzej ze światem muzyki oraz instrumentów poprzez zabawę w świątecznym klimacie. Chętni wzięli też udział w badaniu predyspozycji słuchu muzycznego, które poprowadzili dla nich wykształceni muzycy i pedagodzy, zajmujący się na co dzień edukacją muzyczną dzieci i młodzieży.

- > **W pilotażowym spotkaniu udział wzięło kilkaset osób, z czego blisko 80 dzieci dołączyło do testów predyspozycji muzycznych.**



## VELOPIKNIKI

W czerwcu 2024 roku Marta zorganizowała dla pracowników i ich bliskich pikniki, których najważniejszym elementem była integracja, wspólna zabawa, aktywności dla dzieci i dorosłych, gry dla całych rodzin, konkursy i mini konkurencje dla dzieci. Przygotowane atrakcje nawiązywały do projektów wizerunkowych, takich jak VeloTalent, VeloDrzewo, VeloKsiążka czy VeloActive.

- > **W piknikach zorganizowanych w trzech miastach (Katowice, Warszawa i Wrocław) łącznie wzięło udział ponad 1000 osób.**



# Świat Bardziej Love

Z okazji walentynek m.in. za sprawą Marty VeloBank stał się na chwilę LoveBankiem, który zaprasza do Świata Bardziej Love. W ramach szerokiej kampanii zewnętrznej i wewnętrznej postanowiliśmy ulepszyć walentynki, czyli mówić zarówno o miłości, jak i o docenianiu bliskich i siebie.

## CO ZROBIŁIŚMY

Marta doskonale wie, że każda okazja jest dobra, aby doceniać siebie oraz swoich bliskich. Walentynki to idealny moment, aby powiedzieć komuś albo sobie: fajnie, że jesteś, lubię z Tobą pracować, dobrze Cię widzieć.

W naszym Świecie Bardziej Love zaprosiliśmy pracowników do wspólnej zabawy.

- > Z okazji walentynek oraz wzmocnienia idei doceniania, zorganizowaliśmy tygodniowe wyzwanie -> wyraż Świat Bardziej Love strojem, czyli red dress code w VeloBanku. Od 12 do 16 lutego pracownicy udostępniali zdjęcia z czerwonym elementem stroju, stylizacji. Spośród osób, które podzieliły się swoim zdjęciem, codziennie pięć osób ma szansę na zdobycie niespodzianki.
- > Przygotowaliśmy VeloLoveKartki, które pracownicy mogli spersonalizować i wręczyć bliskiej osobie, pokazując, że jest dla nas ważna w myśl idei: celebруем wyjątkowe chwile i doceniajmy się każdego dnia.
- > Zrobiliśmy wewnętrzne badanie - jak pracownicy świętują walentynki?
- > Przygotowaliśmy akcję doceniania (nawiązując do marcowego Dnia Doceniania) i specjalne LoveKudosy.

## REZULTATY

- > W ankiecie wzięło udział 20% pracowników
- > 237 osób wzięło udział w wyzwaniu wyraż Świat Bardziej Love strojem
- > W ramach doceniania pracownicy skorzystali z blisko 1,5 tys. VeloLoveKartek



# A co o VeloWydarzeniach mówią pracownicy?

Jest jedna forma aktywności, której nie lubię....bieganie ;/  
ALE... czego nie robi się dla małych bohaterów!  
Zarejestrowana! ;D

[VeloActive]

”

Przytuliłam na wakacje dla córki Kocią szajkę :) dla siebie też kilka ciekawych widzę, super sprawa

[VeloKsiążka]

”

Jak ktoś ma ochotę pośmigać w okolicach wawy to możemy się umówić w jakąś sobotę/niedzielę, ale zdecydowanie preferuję jazdę w terenie :)

[VeloActive]

”

Było cudownie. Moje dzieci stwierdziły, że jak dorosną będą pracowały w Velo! Bardzo się cieszę, że tak będą kojarzyły moją pracę.

[VeloPiknik]

”

Super akcja :) jeżeli mamy w Warszawie i okolicach gravelowych amatorów to zapraszam na wspólne wyprawy :)

[VeloActive]

”

Nam również bardzo się podobało, a córka jeszcze chętniej gra na keyboardzie dzięki Pani, która z odpowiednim podejściem uczyła ją nowej melodii. Dziękujemy!

[VeloMikołajki]

”

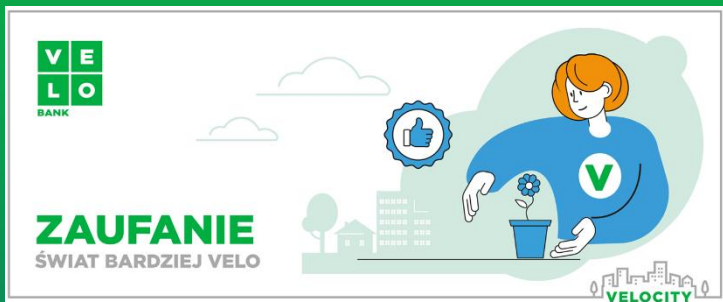
Po kilku latach przerwy wsiadłam na rower... dzięki #VeloTeam za codzienną motywację!

[VeloActive]

”

3

**KULTURA ORGANIZACYJNA**  
-  
**łączą nas wspólne wartości**



# Kultura organizacyjna

Marta codziennym zarządzaniem przyczynia się do tego, że VeloBank jest jednolitą i dobrze naoliwioną maszyną, w której pracownicy utożsamiają się z marką i znają jej filozofię.

## Kampania VeloWartości

W 2023 roku za sprawą Marty rozpoczęła się inicjatywa o szerokim zasięgu i zakresie działań. Projekt ułatwił wdrożenie nowych wartości banku, kształtując tym samym kierunek rozwoju **kultury organizacyjnej** VeloBanku, szczególnie w obszarze **działań HR, employer branding**u i tworzenia **angażującego miejsca pracy**.

## CEL

- > Przedstawienie nowych wartości wszystkim pracownikom banku w przejrzysty i zrozumiały sposób (ponad 3000 FTE).
- > Zaangażowanie pracowników na różnych etapach projektu, tak aby mieli oni realny wpływ na to, jak nowe wartości są postrzegane, zapamiętywane i stosowane.
- > Zmotywowanie pracowników, żeby stosowali je w codziennej pracy.

## PRZYKŁADOWE DZIAŁANIA W PROJEKCIE

- > Każda z wartości została zwizualizowana graficznie - awatary „rzetelności”, „zaufania”, „otwartości” oraz „przedsiębiorczości” zabierają głos w codziennej, bankowej komunikacji.
- > **Ambasadorzy wartości** - dialog z pracownikami - powstały m.in. krótkie filmy, w których VeloTeam opowiada, czym są dla nich firmowe wartości.
- > **Utrzymanie uwagi wokół wartości** - cykliczne **quize** z wiedzy o VeloWartościach.
- > **System doceniania oparty o VeloWartości** - pracownicy mogą wykorzystać tzw. kudosy z awatarami wartości i doceniać pracę, postawy lub zachowania współpracowników.
- > **VeloWartości zaimplementowane w proces szkoleń** - cykliczne szkolenia m.in. z feedbacku oparte na VeloWartościach.

# Kultura organizacyjna

## REZULTAT

- > Dzisiaj wartości VeloBanku są zakorzenione w DNA banku i tworzą fundament **Kodeksu Etycznego**, czyli wewnętrznego dokumentu, który każdy pracownik VeloBanku jest zobowiązany znać i przestrzegać. Z przeprowadzanych quizów o wartościach wynika, że 100% naszych pracowników wie, że VeloWartości stanowią podstawę wszystkich działań współpracowników, klientów i kontrahentów banku.
- > **VeloWartości to element rocznej obowiązkowej oceny pracowniczej.**
- > **VeloWartości włączane są w nasze programy szkoleniowe**, pomagając pracownikom w ich rozwoju. Na wewnętrznej platformie szkoleniowej powstała seria podcastów, które pomagają rozwijać pracownikom przedsiębiorczość, otwartość, zaufanie i rzetelność (blisko 500 osób skorzystało z tej ścieżki rozwoju).
- > Starannie dobieramy także **nowych pracowników**, aby ich wewnętrzne wartości były tożsame z naszymi, co pozwala nam zachować spójność i kontynuować naszą firmową kulturę (wzrost zatrudnienia o ok. 24% (2022 vs. dziś)).

## NASZA KULTURA ORGANIZACYJNA WIDOCZNA TEŻ NA ZEWNĄTRZ

- > Jesteśmy obecni na **Targach Pracy dla studentów** (Jobicon, Akademia Leona Koźmińskiego, Wydział Zarządzania UW, Wydział Ekonomii SGH - budując jeden obraz banku, który ma solidny fundament oparty na wartościach.
- > **Wspieramy młode talenty** - partner w 2. edycjach Międzynarodowego Kongresu Polskich Stowarzyszeń Studenckich.
- > **Dzielimy się wiedzą** - nasi eksperci są głosem w merytorycznych wydarzeniach ze świata HR oraz EB, tj. People Culture TechFest 2024.

Marta za podejmowane inicjatywy i działania otrzymała zarówno krajowe, jak i międzynarodowe wyróżnienia, a bank doceniany jest na rynku pracodawców.



2. miejsce w Konkursie IC Biznes Partner 2024 w kategorii „Wydarzenie dla pracowników”

3. miejsce w Internal Communications & Engagement Awards 2024 w kategorii „Najlepsza komunikacja kultury korporacyjnej”

Best Quality Employer 2024

Solidny Pracodawca 2024

Friendly Workplace 2024

3. miejsce w Konkursie IC Biznes Partner 2024 w kategorii „Zespół komunikacji wewnętrznej”

Wyróżnienie w Internal Communications & Engagement Awards 2024 w kategorii „Najlepsza komunikacja zmian lub transformacji biznesowej”



# THE BEST

## Internal communication & EB Team

Wszystkie bieżące działania realizowane przez zespół Marty robione są in-house, czyli zasobami wewnętrznymi.





Dziękuję za uwagę.

Marta Chmielewska

#LubięMojąPracę

