**С призив да „поканим уюта у дома“ – пет млади дами**

**спечелиха първо място в състезанието на Нестле и JA – #InnovationChallenge 2020**

*Ученици и студенти предложиха решения за изграждане на комуникационна кампания за любим бранд от портфолиото на Нестле България*

**18 декември, гр. София** - 30 ученици и студенти от цялата страна обединиха сили в шест отбора, за да представят своите идеи в рамките на проведения иновационен лагер на Нестле и JA – #InnovationChallenge 2020“, който премина под мотото “изживяване, знания и нови контакти”. Лагерът се състоя изцяло в онлайн среда, което спомогна за сформирането на екипи от различни точки на страната, и това се отрази положително на нивото на представените идеи. Предизвикателството от Нестле бе насочено към изграждането на комуникационна стратегия за един от най-силните и отличителни брандове на компанията – NESCAFÉ 3в1. Задачата беше креативна, комплексна и стратегическа, а младите маркетолози успяха да надхвърлят очакванията на всички. В основата на повечето идеи стоеше проблемът с намаленото общуване, което донякъде може да се компенсира чрез използването на дигиталните платформи и социалните медии. Участниците споделиха защо според тях работата в екип е толкова ценна, както и какво е това да работиш по цялостен проект в рамките на кратък срок от време.

По време на лагера, всички получиха възможност да се запознаят с Албена Колячева, мениджър „Електронен бизнес S-E Market“, която им представи основите за изграждане на личния бранд. *“В днешно време това става все по-актуално, а първата крачка е да определите как искате да бъдете възприети от околните.”*, сподели Албена.

Венета Куйова, мениджър проекти на JA България, сподели, че *“не е важно класирането, което постигнахте днес, а пътят който сте извървели в тези два дни и вашето участие, чрез което научихте нови неща и умения.”*

На първо място се класираха отбор **5в1**, които бяха заложили на мотото“Покани уюта у дома”. Според тях, младите хора имат нужда от това да бъдат свързани, да се срещат, да изпият по една чаша кафе, а място за среща може да бъде и онлайн кафене. Стратегията им е да използват основно социалната мрежа Instagram, като най-актуален и предпочитан канал за комуникация сред младите хора.

*“Победата днес е за всички вас - работихте в екип, споделихте много интересни идеи и успяхте да ги съберете в презентация за толкова кратко време. Първото място беше много оспорвано, поздравления на всички.”,* сподели Надежда Минева, специалист привличане на таланти, Нестле България, която заедно с Мирослава Бакърджиева, младши бранд мениджър „Kафе миксове“, Нестле България и Вера Петканчин, оперативен директор на JA България съставиха три-членното жури. *“Успехът идва от постоянни усилия и не трябва да се отказваме, а да продължаваме, независимо от трудностите по пътя.”,* каза Мирослава, на финала на иновационния лагер.

**Nestle needs YOUth:**

Нестле има дългосрочни традиции в подкрепата и наемането на млади хора на работа. Компанията вече 25 години е стратегически инвеститор и помага на младите специалисти в страната да открият своя кариерен път и да се развиват в желаната професионална сфера. Нестле България развива своите стажантски и практикантки програми вече повече от 20 години. Като част от инициативата „Нестле се нуждае от младите хора“ за периода 2014 – 2018 г. компанията осигури възможност за работа, стаж или практика на над 550 млади хора до 30-годишна възраст и организира над 300 събития, насочени към подобряване на готовността на младите хора в техните първи кариерни стъпки.

В глобален план до 2020 г. Нестле ще предложи на младите хора 15 000 стажантски програми и обучения като част от цялостния си ангажимент да осигури 35 000 работни места за младежите в Европа, Близкия Изток и Северна Африка. За периода 2014-2016 в Европа компанията вече е осигурила над 32 000 възможности за работа и стаж, надхвърляйки първоначалната си цел от 20 000.

**За JA България**

Вече 22 години JA България е водеща нестопанска международна организация у нас, с утвърдена репутация в предоставянето на иновативно и модерно образование от най-ранна възраст до университета. Портфолиото от образователни продукти и услуги включва програми в 3 тематични области: предприемачество, финансова грамотност и умения за работа. JA използва т.нар. прогресивен или надграждащ предишните етапи модел на образование („от АБВ до PhD“), чрез който устойчиво се изгражда ключовата компетентност предприемчивост и инициативност. Образователната философия на JA се базира на методите на учене чрез правене и смесено обучение (blended learning) с използване на дигитализирано интерактивно съдържание и високи технологии. Бизнес моделът на организацията се отличава с тясно сътрудничество с бизнеса и хората от практиката, които участват в създаването и предоставянето на образователно съдържание, обучение и услуги, както и разработването на политики в областта на образованието и предприемачеството. Екипът на организацията вярва и работи за каузата „От предприемчиви хора към щастлива нация“.

JA България е член на JA Worldwide и JA Europe и годишно достига до 30,000 ученици и студенти от 450 населени места в страната. Световната организация на Джуниър Ачийвмънт отбелязва своята 100-на годишнина през декември 2019 г.