Employer Branding

Negócio - Recursos Humanos

- **Nível:**
- **Duração:** 21h

Sobre o curso

Com a elevada competição na atração e retenção de talento, as empresas que se destacam são aquelas que conseguem construir e comunicar de forma autêntica a sua proposta de valor como empregadoras. O Employer Branding tornou-se uma estratégia essencial para posicionar a organização como um lugar desejável para trabalhar, fortalecer a cultura interna e alinhar os colaboradores com os objetivos da empresa.

Este curso foi criado para ajudar profissionais de diferentes áreas a desenhar, implementar e medir estratégias de employer branding eficazes e alinhadas com a realidade da sua organização. Ao longo da formação, os participantes vão explorar o conceito de EVP (Employee Value Proposition), trabalhar a experiência do colaborador como base da reputação interna e externa, e construir planos de ação concretos que envolvam diferentes agentes de mudança na empresa. Com uma abordagem prática e colaborativa, este curso é uma oportunidade para transformar a marca interna num verdadeiro ativo estratégico.

Destinatários

Este curso destina-se a todos os profissionais que desempenham um papel na construção e promoção da marca empregadora, em particular:

- Profissionais de Recursos Humanos e Talent Acquisition;
- Gestores de comunicação interna e externa, employer branding ou marca corporativa;
- Responsáveis de marketing e brand strategy com foco na reputação da organização;
- Líderes de equipa, gestores de cultura e inovação;
- Profissionais de startups, scale-ups ou empresas em crescimento que pretendam estruturar a sua marca empregadora;
- Estudantes e jovens profissionais interessados em temas de gestão de pessoas, cultura e reputação organizacional.

Objetivos

Este curso pretende capacitar os participantes para:

- **Compreender o conceito de employer branding**, a sua importância estratégica e os seus benefícios

para a organização e para os colaboradores.
- **Desenhar uma proposta de valor para o colaborador (EVP)** clara e coerente, como base de uma cultura forte e diferenciadora.
- **Diagnosticar o estado atual da marca empregadora**, analisando perceções internas e externas e identificando oportunidades de melhoria.
- **Construir um plano estruturado de employer branding**, com iniciativas, projetos e ações de comunicação alinhadas com os objetivos da organização.
- **Envolver diferentes agentes de mudança na organização**, definindo perfis, papéis e formas de colaboração para dar vida à estratégia.
- **Integrar a experiência do colaborador (employee experience)** como motor do employer branding, desde o recrutamento ao offboarding.
- **Medir o impacto do employer branding**, através de indicadores de satisfação, engagement, reputação e retorno do investimento (ROI).

Metodologia

O Curso assentará numa metodologia ativa e interativa baseada em exercícios práticos, autoaprendizagem e imersão. As atividades propostas para a ação incluem:

- Estratégia teórico-prática que conjuga simultaneamente os processos pedagógicos clássicos e exercícios práticos.
- Formação centrada no formando, promovendo a autoaprendizagem e partilha de grupo.
- Formação orientada para a prática de situações reais do quotidiano e dia-a-dia profissional utilizando role-plays, debates, e outros materiais que se verifiquem necessários.
- Fornecimento de documentação relativa aos diversos conteúdos do programa e material de exercício para trabalhar nas sessões e levar para implementar planos de ação

Método de Avaliação

Preparação de plano de ação e apresentação final do plano. Criação de um plano de implementação.

Programa

- O que é “Employer Branding”
- Estratégias de “Employer Branding”
- Benefícios do “Employer Branding”
- Agentes de mudança numa estratégia de “Employer Branding”
- Medir o ROI do “Employer Branding”
- Conceito de EVP (Employee Value Proposition)
- Influência do EVP na organização
- Employee experience: o que é, quais as vantagens e como criar a jornada perfeita

O que é e os benefícios do “Employer Branding”

- Conceito geral e sua definição

Estratégias de “Employer Branding” = marca empregadora

- Importância de um plano claro
- Fase do diagnóstico, análise do cenário atual
- Plano de comunicação
- Identificação do perfil desejado
- Estabelecer um plano de ações, benefícios e atividades atrativas para atingir os grupos-alvo
- Importância do marketing digital como aliado
- Definição do Employment Value Proposition – EVP
- Importância de uma cultura forte
- Ambiente de trabalho agradável e promotor de um sentimento de “felicidade organizacional”
- Reconhecer a importância das nossas pessoas e atribuição do valor que lhe é oferecido
- Planeamento de um plano de ações, implementação e avaliação

Agentes de mudança numa estratégia de “Employer Branding”

- Definir as diferentes personas internas, formas de as “recrutar” e por ao serviço da estratégia de “Employer Branding”

Medir o ROI do “Employer Branding”

- Formas de medir são cruciais, nomeadamente com survey e comparativos entre o passado, ação, implementação e mudança alcançada

EVP (Employee Value Proposition)

- Conceito geral e sua definição

Influência do EVP na organização.

Employee experience: o que é, quais as vantagens e como criar a jornada perfeita

- Recrutamento
- Onboarding
- Desenvolvimento
- Retenção
- Offboarding

Para as empresas se diferenciarem no mercado, entender o que é *employer branding* pode ser um dos primeiros passos para conseguir esse diferencial. Os resultados dessa estratégia vão surgir com o tempo e com um plano estruturado é possível proceder a uma avaliação entre o antes e depois e avaliar a evolução e seu impacto nos resultados internos e marca externa.

Depois de se entender o que é *employer branding* e a sua importância, as medidas a implementar e as ações para alcançar a satisfação passam a ter um objetivo consequente e no sentido do sucesso e uma marca com reputação forte.