

# EMPLOYER BRANDING



**HUBRH+**  
**abprh**

**MARKETING E COMUNICAÇÃO**

**PATROCINADORES**



**AGÊNCIA PARCEIRA**



# VOCÊ CONHECE O CONCEITO “EMPLOYER BRANDING”?

Assim como grandes marcas trabalham duro para que sejam desejadas do ponto de vista do consumo, empresas atentas também atuam intensamente para atrair os melhores profissionais. Investem em pessoas e na qualidade da entrega profissional.

Essa estratégia chama-se employer branding e consiste em aplicar ações que promovam a organização para os profissionais.

Faça com que a sua marca seja desejada pelos profissionais. Assim se constroem as melhores empresas para se trabalhar. A organização atrai e retém os melhores talentos, diminui seu turnover e conta com profissionais altamente comprometidos e motivados, o que impacta na produtividade.

**Vale muito a leitura do e-book de autoria de Gleice Hellen, da Livit Marketing Services, para saber mais sobre esse conceito e como aplica-lo.**



**Hiram Baroli**

Vice-presidente de Marketing  
de Comunicação do HUBRH+

# EMPLOYER BRANDING: O QUE É E ESTRATÉGIAS DE COMO APLICAR

As pessoas buscam propósito no que fazem e por isso, valorizam um ambiente de trabalho saudável, que as ajude a crescer profissionalmente e a atingirem objetivos durante sua jornada como colaborador.

A partir dessa ideia, vamos apresentar um pouco sobre o employer branding, o termo que descreve o sucesso do colaborador.

A saúde corporativa e a busca por empresas que realmente valorizam seus funcionários tem se tornado cada vez maior. Atualmente, o employer branding é uma das pautas que mais ganhou destaque e atenção. Afinal, é somente com boas estratégias que as organizações conseguem contratar e também reter os melhores talentos.

O que antes já vinha sendo discutido, em tempos de pandemia, cresceu em proporções gigantescas. As pessoas não querem só um emprego, elas buscam oportunidades, segurança e bem-estar e engana-se quem pensa que isso não tem relação com o tema trabalho.

Basta uma pesquisa rápida para encontrar vários estudos que revelam o aumento de Burnout entre os colaboradores nas empresas, e não só isso, as taxas de indivíduos que desenvolveram algum grau de ansiedade ou até depressão também aumentou. São dados preocupantes e que impactam negativamente a atmosfera.

# EMPLOYER BRANDING: O QUE É E ESTRATÉGIAS DE COMO APLICAR

Vale ressaltar ainda que um dos crimes mais cometidos dentro do mercado de trabalho é o assédio moral. Esta exposição de trabalhadores a situações humilhantes e constrangedoras compromete a saúde mental e física do assediado, desencadeando ondas de depressão, angústia e outros danos psíquicos.

O Ministério Público do Trabalho (MPT) registrou um aumento de 51,4% em denúncias por assédio moral na Grande São Paulo (capital, Guarulhos, Barueri e regiões do ABC), na Baixada Santista e em Mogi das Cruzes nos dois primeiros anos da pandemia da Covid-19. Em todo o estado de São Paulo, houve um crescimento de 28,9% nos registros por assédio moral.

Trabalhar sob condições de pressões exageradas, perseguições pessoais, humilhações e desvalorização do trabalho pode impactar negativamente não apenas a produtividade de um empregado, como também sua saúde física e mental, além de prejudicar sua convivência social e familiar.

O assédio pode ser caracterizado por gestos, gritos, mensagens agressivas, humilhação diante de outros funcionários, demanda exagerada de trabalho e, em casos mais graves, agressões físicas.

# EMPLOYER BRANDING E A CULTURA DO CONHECIMENTO: ALIADOS NA MOTIVAÇÃO

Os colaboradores sentem-se muito mais seguros tendo acesso a informações que podem ajudar no seu dia a dia dentro do trabalho. Isso motiva as pessoas, melhora o desempenho das equipes e conseqüentemente faz com que os indivíduos se mostrem muito mais dispostos a encontrar soluções em caso de problemas ou situações que necessitam resolução. E assim, um ponto leva ao outro.

Passamos mais tempo dentro de uma empresa do que muitas vezes em nossa casa ou com pessoas queridas, é natural buscar ambientes corporativos que nos façam sentir que ali, exista um propósito.

Claro, a remuneração e os benefícios financeiros também têm sua importância, mas hoje, é muito mais comum encontrar pessoas que valorizam as oportunidades e chances do que apenas o salário. Isso não é sinônimo de desvalorização do próprio trabalho, muito pelo contrário, é apenas uma busca diferente dos colaboradores que anseiam por cargos e salários altos.

O sucesso do colaborador (employer branding) trata de todas essas questões juntas.

# EMPLOYER BRANDING E A CULTURA DO CONHECIMENTO: ALIADOS NA MOTIVAÇÃO

Para entender de forma mais simples, basta ver empresas com selo de Great Place to Work. Todas essas organizações têm seu mérito por contribuírem de maneira positiva com seus colaboradores e o resultado: vagas de trabalho muito mais disputadas.

“O Great Place to Work é uma consultoria global que apoia organizações a obterem melhores resultados por meio de uma cultura de confiança, alto desempenho e inovação.”

Perceba que as vantagens chegam para todos. Empresas que valorizam seus colaboradores, atraem mais pessoas, chegando até economizar em ações de marketing e divulgação de vagas de trabalho, já que elas logo são preenchidas. E não para por aí.

Sites como Glassdoor mostram, gratuitamente, opiniões compartilhadas por pessoas que trabalharam em algumas empresas. Além de informações sobre média salarial, experiências e até mesmo denúncias. Esse é um dos meios mais usados para quem deseja realmente conhecer um local de trabalho.

Sabemos que as experiências são diferentes e cada pessoa tem seu tempo e seu meio de se adaptar, mas se manter atento e informado nunca é demais.

## A CONSTRUÇÃO DA MARCA DE UM EMPREGADOR

Segundo pesquisa da Career Arc, HR tech americana, **64% dos consumidores** param de comprar uma determinada marca ao saberem que ela não respeita seus colaboradores e 25% é o quanto as mulheres são mais propensas a visitar sites de avaliação quando consideram um potencial empregador.

Nesse contexto, o fortalecimento de sua marca diante do mercado de talentos disponíveis é fundamental.

Por mais que os aspectos salariais ou que envolvem a remuneração sejam relevantes para um profissional, todos os esforços da empresa para oferecer um ambiente agradável e estimulante, devem esbarrar nas ações que o employer branding disponibiliza. A partir dessa ideia, o time enxerga oportunidades internas de autodesenvolvimento, realização e espaço para explorar seu potencial. Isso se reflete em mais produtividade, mais resultados e um ambiente agradável de trabalho para todos.

## A CONSTRUÇÃO DA MARCA DE UM EMPREGADOR

O employer branding aumenta a produtividade dos colaboradores que se tornam engajados e motivados com a cultura e os valores da empresa, os profissionais fazem mais e melhor. Contribui com o marketing da empresa: a divulgação de mensagens positivas sobre a organização, como notícias e notas sobre o ambiente de trabalho, reforça a marca na mente dos consumidores.

Uma cultura empresarial clara facilita que candidatos se identifiquem e submetam o currículo sem receio, pois eles já têm noção e expectativas de como será o dia a dia na empresa. Resultado: o volume de candidaturas cresce, assim como as chances de haver excelentes talentos entre elas.

Para buscar a mudança, é necessário que o time de **Recursos Humanos** esteja consciente sobre a percepção atual dos funcionários sobre a empresa e sua satisfação com o trabalho em geral. A melhor estratégia, nesse sentido, é ir direto à fonte e ouvir o que a equipe tem a dizer. Nessa etapa, é importante considerar o posicionamento de diferentes perfis de funcionários.



## COMO COMEÇAR O EMPLOYER BRANDING?

Quando uma companhia pensa em crescer, ela precisa antes de tudo, oferecer oportunidades para o desenvolvimento de seus profissionais, motivando a equipe, mostrando a cada colaborador como seu papel é importante, só assim conseguirá mais empenho por parte deles.

Ao contribuir para que os colaboradores alcancem suas expectativas em relação ao trabalho, a empresa consequentemente terá maiores chances para mantê-los leais à sua marca, conquistando uma percepção positiva.

Porém, é necessário ter paciência! Mesmo com investimentos, esse é um trabalho que exige muita pesquisa. As empresas precisam, a todo momento, expor sua marca. Para construir uma personalidade forte, é necessário um bom planejamento, inteligência de mercado e sensibilidade.

## COMO COMEÇAR O EMPLOYER BRANDING?

Aproveite para compartilhar o dia a dia da organização e o quanto o ambiente de trabalho é interessante. Conte histórias. Use e abuse de fotos e vídeos produzidos pela própria empresa ou funcionários. Capriche na página de carreiras: compartilhe a cultura organizacional que é o cartão de visitas oficial da sua empresa para os candidatos que precisam saber como é trabalhar na corporação.

**O employer branding trata-se disso: valorização profissional.**

Cada parte da organização tem um papel a desempenhar. Comunicação e esforços no recrutamento começam com a ideia de que contratar é um trabalho de todos. Para se destacar como um local atrativo para trabalhar, a sua empresa deve se concentrar em seus diferenciais, como **benefícios, reconhecimento, missão, propósito e valores.**

Mas lembre-se, não faz sentido iniciar um processo de employer branding para fora. Mesmo porque, se seus colaboradores não tiverem a percepção de que aquilo que está sendo divulgado corresponde à realidade, dificilmente quem está de fora poderá ser impactado com eficiência.



**CONHEÇA A**



Estar à frente é o que nos motiva todos os dias. Buscamos sempre o que há de melhor no mercado para garantir resultados extraordinários. Nosso time é engajado. Para nós, o sucesso do colaborador é tão importante quanto o sucesso do cliente.

## **NOSSA MISSÃO**

Propagar criatividade e inovação no marketing digital, proporcionando resultados expressivos e o crescimento de nosso time, sempre movidos por amor e ambição.

Este material foi desenvolvido por Gleice Hellen, Estagiária de Redação na Livit Services Marketing.