

97º Dossiê Aquário Casa Firjan:

Como trabalhar a experiência dos colaboradores

DOSSIÊ AQUÁRIO

Propósito

O Lab de Tendências da Casa Firjan monitora sinais de mudança e pensa cenários futuros de transformação que irão impactar as empresas e os profissionais.

Como forma de pensarmos juntos sobre sinais fortes, acontecimentos que já estão impactando o cenário atual das empresas, e seus desdobramentos futuros, criamos os Dossiês do Aquário.

O Aquário Casa Firjan é uma série de palestras e debates quinzenais, que aborda temas de impacto para o ecossistema empresarial.

Este Dossiê compila os principais temas discutidos no Aquário **“EMPLOYER BRANDING: COMO TRABALHAR A EXPERIÊNCIA DO COLABORADOR”**.

DESTAQUES

Como trabalhar a experiência dos colaboradores

01 Cultural organizacional

é a base sobre a qual a **confiança com o empregador é construída**, pois auxilia na atração de talentos, **sustenta o compromisso dos colaboradores** com a empresa e contribui para o **sucesso a longo prazo como um empregador de escolha**.

02 Comunicação transparente

é essencial para **fortalecer o vínculo entre a empresa e os colaboradores**, pois contribui para a construção de um **ambiente de confiança, colaboração e compromisso**, além de **destacar a imagem da empresa**.

03 Desenvolvimento profissional

é um fator **determinante na atração, retenção e engajamento de talentos**, pois demonstra que a empresa investe no **crescimento e no sucesso dos seus colaboradores**, reforçando, desta maneira, a sua proposta de valor no mercado.

04 Pesquisa de Satisfação

é uma ferramenta essencial para **entender as necessidades dos colaboradores**, pois oferece **insights valiosos** que contribuem para que a empresa **molde a sua marca de empregadora** de acordo com as **expectativas e as aspirações** das equipes.

05 Engajamento da Liderança

é uma peça central na **criação e na manutenção de uma marca empregadora forte e atraente**, pois líderes comprometidos influenciam a **cultura, o ambiente de trabalho e a experiência dos colaboradores**, além de auxiliar no fortalecimento da imagem da empresa no mercado.

06 Reconhecimento e recompensas

são elementos-chave para a **criação de uma cultura de reconhecimento**, pois valoriza e recompensa **o esforço e o desempenho dos colaboradores**, influenciando na **percepção dos mesmos**.

CONCEITOS PRINCIPAIS

Como trabalhar a experiência dos colaboradores

Employer Branding (Marca Empregadora)

é a estratégia pela qual uma empresa **desenvolve e promove a sua reputação como empregadora**. Ela envolve a **criação de uma imagem positiva e atrativa da organização no mercado de trabalho**, tendo como objetivo **atrair, reter e motivar talentos qualificados**, com foco em reduzir a rotatividade, aumentar a produtividade e **fortalecer a marca como um lugar onde as pessoas desejam trabalhar**.

EVP (Proposta de Valor ao Empregado)

é a **descrição única e atrativa do que uma empresa oferece aos seus colaboradores em troca dos seus serviços e dedicação**. A proposta engloba não apenas **aspectos tangíveis**, como salário e benefícios, mas também **aspectos intangíveis**, como oportunidades de crescimento, **ambiente de trabalho e os valores da empresa**.

Employee Experience (Experiência do Colaborador)

refere-se à **jornada completa dos colaboradores dentro de uma empresa**, desde o **processo de recrutamento e integração** até o seu **desenvolvimento profissional contínuo**, bem-estar no ambiente de trabalho e o seu **relacionamento com a cultura organizacional**.

AÇÕES INICIAIS

Como trabalhar a experiência dos colaboradores

1º Definição dos objetivos

Realizar uma análise interna para compreender a atual cultura organizacional, as políticas e os pontos fortes da empresa. Em seguida, defina claramente os objetivos da marca empregadora, como atrair talentos, melhorar o engajamento dos colaboradores ou aumentar a retenção.

6º Avaliação contínua

Monitore métricas como taxas de retenção, satisfação dos colaboradores e atração de candidatos para avaliar o sucesso das iniciativas e para fazer ajustes quando necessário. Lembre-se que implementar a marca como empregador é um processo contínuo.

2º Envolvimento das Lideranças

Obter o apoio das lideranças da empresa é essencial, pois elas desempenham um papel crucial na criação e na promoção da marca empregadora. Mantenha-os informados sobre a importância de todos os processos que serão realizados para manter ativos os seus compromissos com os objetivos da empresa.

5º Desenvolvimento de conteúdos

Elabore conteúdos autênticos e atraentes para compartilhar a cultura, os valores, os casos de sucesso e as histórias dos colaboradores dentro da empresa. Isso poderá incluir vídeos, depoimentos, artigos e postagens em mídias sociais.

3º Identificação do Público-alvo

Determinar o perfil ideal dos colaboradores da empresa, compreendendo as suas expectativas, motivações e valores. Isso ajudará a moldar a mensagem do empregador de forma a atrair candidatos que estejam alinhados com a cultura da empresa.

4ª Mapeamento da jornada do colaborador

Compreender como os candidatos e os colaboradores interagem com a empresa desde o recrutamento até o desenvolvimento e a experiência diária de trabalho. Isso ajudará a identificar os pontos de contato críticos para aprimorar a experiência dos colaboradores.

DESDOBRAMENTOS

Como trabalhar a experiência dos colaboradores

DESAFIOS

Gestão de expectativas

As expectativas dos **colaboradores** estão em **constante evolução**, ou seja, **o que era valorizado no passado pode não ser mais suficiente para atrair e reter talentos**. Acompanhar essas mudanças e se adaptar poderá ser um permanente desafio para a marca empregadora.

Medição de resultados

Mensurar o impacto das estratégias de Employer Branding pode ser complexo. Determinar quais **métricas são mais relevantes e avaliar os seus impactos reais** no desempenho, na atração e na retenção de talentos **requer atenção e esforço contínuo ao longo do tempo**.

OPORTUNIDADES

Redução da Rotatividade

Colaboradores que se sentem **conectados à cultura e aos valores da empresa** tendem a permanecer por mais tempo, ajudando a **reduzir a rotatividade e os custos associados à contratação e treinamentos** de novos associados.

Atração de talentos qualificados

Uma marca empregadora forte torna-se mais **atraente para captar candidatos qualificados** e que estejam **alinhados com os valores e a cultura da empresa**. Isso resulta em um **pool de talentos mais engajado, motivado e diversificado**.

REFERÊNCIAS

Aquário Casa Firjan

Employer Branding: Como trabalhar a experiência do colaborador

Participantes do debate:

Suzie Clavery | Gerente Sênior de Marca Empregadora, Experiência de Pessoas e Comunicação Interna do United Health Group e Co-Fundadora da Employer Branding Brasil

Ana Claudia Peixoto | Gerente de Gente & Gestora das áreas de R&S, T&D, DP e Remuneração na Sólides

Mediação: Rachel Rossi | Gerente de assessoria corporativa da Firjan

Conteúdos complementares:

Employer Branding: o que é e 10 estratégias de como aplicar (solides.com.br)

O que é EVP e qual sua influência na organização? (solides.com.br)

Employee Experience: o que é, vantagens e como implementar (mereo.com)

Isso É Employer Branding? Um Livro Para (des)construir Tudo Aquilo Que Você (acha Que) Sabe (ou Não) Sobre O Tema | Amazon.com.br

Imagens do dossiê:

Foto: <https://www.pexels.com/pt-br/foto/foto-de-pessoas-sentadas-perto-de-uma-mesa-de-madeira-3182796/>