



EMPLOYER BRANDING: COME CREARE UNA STRATEGIA EFFICACE

Come posso diventare un'Azienda conosciuta e attrattiva agli occhi dei giovani neolaureati?

Perché è importante comunicare il proprio valore attraverso il Brand come luogo di lavoro?

Cosa devo fare per creare una strategia di Employer Branding che funzioni davvero?

Queste sono solo alcune delle tante domande che le Aziende si pongono. Le cose, infatti, sono molto cambiate rispetto al passato. Oggi l'Azienda ha necessità di comunicare il suo Brand come luogo di lavoro per attrarre sia pubblici esterni sia per creare engagement con le sue risorse interne.

Ne parliamo con **Giuseppe Caliccia**, uno dei massimi esperti in Italia di Employer Branding. Consulente strategico per **Cesop HR Consulting Company**, ideatore e Direttore dell'Osservatorio permanente Best Employer of Choice promosso da Cesop.

Si sente parlare sempre più spesso di Employer Branding come uno dei principali HR Trend ma noi di Cesop HR Consulting Company crediamo che rappresenti un asset strategico aziendale.

Affianchiamo le aziende in progetti di consulenza di Employer Branding e con il Virtual Job Meeting, evento digitale di incontro tra Aziende e candidati, forniamo tutto il supporto necessario e gli strumenti per aumentare la visibilità dell'Azienda e l'incontro con i collaboratori del futuro.

Un'azienda che sa comunicarsi bene come luogo di lavoro rappresenta un valore aggiunto rispetto a chi non lo fa e soprattutto perché ha molte più possibilità di attrarre candidati in linea con le sue esigenze di recruiting.

Scopriamo adesso i principali elementi per creare una strategia efficace di Employer Branding.

1. **Perché un'Azienda dovrebbe avere una buona strategia di Employer Branding?**

- a. L'Employer Brand è una componente essenziale del Corporate Brand. Qualsiasi azienda è un organismo sociale che ha come finalità quella di produrre merce o erogare servizi mediante il lavoro. Comunicare ai differenti pubblici che le condizioni di lavoro nella propria azienda sono migliori di quelle presenti nelle aziende competitor equivale a comunicarne l'essenza stessa.

2. **Come è cambiato fare Employer Branding con l'avvento della Pandemia?**

- a. Sostanzialmente ha avuto un'accelerazione data dal cambiamento repentino delle modalità di relazione tra collaboratori e struttura. Si è compreso, causa forza maggiore, l'importanza di comunicare quanto l'organizzazione aziendale è in grado di affrontare problematiche inattese e quanto questo sia vantaggioso anche per la produttività.



3. Come può rendersi attrattiva un'Azienda oggi?

- a. Imparando a narrare sé stessa esaltando le proprie best practice. Ovviamente per fare ciò occorre individuare con attendibilità le proprie best practice e da ciò avere la capacità di gestire una campagna di storytelling.

4. Quali sono i 3 principali fattori di successo per una campagna di Employer Branding che funziona davvero?

- a. Il primo fattore indispensabile è quello di individuare, studiando la propria identità, l'Employer Value Proposition. Questo è possibile solamente attraverso un piano di Employer Branding Intelligence interno ed esterno.
- b. Il secondo fattore è quello di mettersi nei panni del pubblico con il quale si intende relazionarsi e accettare un adeguamento della propria comunicazione al linguaggio del destinatario.
- c. il terzo fattore è la capacità di far collaborare la divisione hr con la divisione marketing e comunicazione al fine di narrare una storia efficace ed emozionante.

Ovviamente l'aspetto più importante è la capacità di rendere pratica la teoria. Questo è l'obiettivo principale del Primo Corso Pratico di Employer Branding. Percorso che aiuterà a far propri i 3 fattori principali e a utilizzarli per creare valore e posizionamento del Brand come luogo di lavoro.

5. Come si inseriscono i Virtual Job Meeting in una strategia di Employer Branding?

- a. I Job Meeting sono uno dei mezzi fondamentali per farsi conoscere come luogo di lavoro. Il primo obiettivo è quello di aumentare la propria notorietà come offerta professionale e in questo i Job Meeting sono uno degli strumenti più efficaci. Ovviamente in un momento di pandemia questi appuntamenti fieristici sono obbligati in virtuale. Fortunatamente sia la candidate experience che l'esperienza aziendale nel gestirli ha raggiunto livelli che possono paragonarsi a quelli in presenza.



Virtual Job Meeting

PERCHÈ PARTECIPARE?

La partecipazione all'evento consente di:

- ★ **Promuovere il proprio employer brand** a studenti in procinto di terminare gli studi, neolaureati e giovani professionisti
- ★ **Far conoscere** la propria azienda e le proprie offerte professionali
- ★ **Incontrare potenziali collaboratori** di talento, ricevendo immediatamente i CV
- ★ **Interagire virtualmente** con i migliori **talenti**, scoprendo fin da subito profili e soft skills
- ★ Ricevere **candidature** e sostenere **colloqui**

6. Quali sono gli aspetti che di solito le Aziende sottovalutano in una campagna di Employer Branding?

- a. Le aziende solitamente sottovalutano tutto l'aspetto preparatorio di indagine e tutto l'aspetto finale di organizzazione della campagna di comunicazione. L'Employer Branding viene spesso frainteso con la talent acquisition e per questo motivo non gli viene dato un valore strategico ma tattico e con interventi spot slegati tra loro.

7. Cosa cercano oggi i giovani talenti in un'Azienda?

- a. Sembrerà strano dirlo poiché il martellamento costante ci ha quasi fatto dimenticare questa componente essenziale del lavoro ma studiando approfonditamente i giovani talenti emerge chiaramente il desiderio di aver riconosciuto il proprio lavoro, le proprie conoscenze e la propria competenza con una adeguata retribuzione. Poi vengono tutte le altre importantissime componenti del rapporto lavorativo, tra le quali lo sviluppo professionale, la possibilità di carriera, la formazione on the job e un buon clima aziendale si presentano come le più importanti.



Chi è CESOP HR CONSULTING:

Con una storia trentennale alle spalle, Cesop è da sempre leader in Italia nel settore dei servizi di comunicazione aziendale per il recruitment e l'employer branding.

Cesop è sinonimo di esperienza ma anche di innovazione. Grazie allo sviluppo di nuovi rami di attività, ci proponiamo oggi come una società di consulenza globale in campo HR, con servizi di alto profilo dedicati all' employer branding, alla comunicazione, alle nuove tecnologie, alla formazione e alla ricerca e selezione.

GIUSEPPE CALICCIA biografia

Giuseppe Caliccia, sociologo, metodologo della ricerca, esperto di indagini sociali e di mercato si occupa di Branding ed Employer Branding da oltre 20 anni.

Consulente strategico per Cesop e Direttore scientifico osservatorio BeOC (Best Employer of Choice)

La casa editrice FrancoAngeli ha pubblicato nel 2017 un suo volume dal titolo "Guida pratica all'Employer Branding". Consulente di Employer Branding e formatore della stessa disciplina nei Master HR Management della Business School de Il Sole 24 Ore, di Giunti Academy, della Bologna Business School e RCS.

Ideatore e docente de "**Il Primo Corso pratico di Employer Branding**", unico percorso formativo pratico in Italia dedicato alla figura di Employer Brand Specialist che ha già certificato oltre 70 professionisti in meno di 6 mesi.