



ELEMENTOS CLAVE PARA UNA ESTRATEGIA DE MARCA EMPLEADORA EXITOSA

Publicado el 1 noviembre, 2022 | en Empresas, Noticias

Según Glassdoor, el 92 % de los colaboradores consideraría cambiar de trabajo sin aumento de salario si la oportunidad fuera con una empresa que tuviera de excelente reputación. Por otro lado, de acuerdo con Change Américas, seis de cada diez empresas en Colombia tienen problemas al retener a sus empleados debido al desconocimiento de sus diversas necesidades.

Estas estadísticas ratifican la creciente preocupación y competencia de las compañías por atraer y mantener al mejor talento; no solo para reducir sus costos asociados a la desertión y rotación, sino también para aumentar su productividad y competitividad como negocio. Es evidente que contar con colaboradores competentes, motivados y comprometidos se alinea con el cumplimiento de los objetivos comerciales.

En la segunda edición del concurso People First realizado por Performante, agencia creativa experta en marca empleadora, se evaluaron más de 30 iniciativas de empresas de diversos sectores como Sodimac, Procter & Gamble, Banco W, Ceiba, Ramo, Credicorp Capital, PayU, Neoris, entre otras, y se ratificó que cada vez más compañías en Colombia están priorizando el desarrollo de una estrategia de marca como empleador ante la dificultad para retener al talento, especialmente joven, y fidelizar a sus colaboradores actuales. Según la experiencia de Performante y los hallazgos de las estrategias ganadoras, se destacaron 3 elementos clave a la hora de definir la estrategia de marca como empleador:

1. El denominado EVP (Employer Value Proposition) u oferta de valor hacia el colaborador es el corazón de toda estrategia de marca empleadora. Debe ser la unión de lo que actualmente tiene la compañía, lo que el talento quiere y lo que la competencia no hace o no comunica.
2. La estrategia de marca empleadora debe transmitir los valores o comportamientos que el talento vive en su día a día. Necesita una promoción consistente entre lo que se oferta y lo que realmente es la organización, para evitar costos de contratación y reclutamientos incorrectos.
3. Toda marca empleadora debe cumplir con los siguientes 5 atributos: verdadera, atractiva, duradera, original y de alcance para todos. Las organizaciones que ejecutan la estrategia de marca de forma coherente y efectiva reducen hasta un 70% la rotación anual de los colaboradores.

Las compañías ganadoras del concurso fueron Gerdau Diaco (3er puesto), UBits (2do puesto) y Siigo (1er puesto). "Marca empleadora es la forma de desarrollar a las compañías a través del desarrollo del talento, es la forma en la que motivamos e involucramos a nuestros colaboradores en la generación de los objetivos de cada negocio. Si las compañías no tienen al mejor talento, difícilmente tendrán los mejores clientes" concluyó María Dulnikiewicz, CEO de Performante.

Foto: Tomada de Pexels

Fuente: Performante

SÍGANOS EN:



NOTICIAS

Actualidad

Agroindustria

Comercio

Finanzas

Emprendimiento

Empresas

Gerencia

Innovación

Internacional

Liderazgo

Marketing

Negocios

Productividad

Recursos Humanos

Tecnología

Tendencias

Turismo

LatinPyme
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL



BOGOTÁ - COLOMBIA

Atención al cliente

Preguntas frecuentes

Suscriptores

Suscríbese

Paute con nosotros

Membresía Empresarial

Patrocinio Escuela Latinpyme

Patrocinio foros Latinpyme

Alquiler stand virtual

Alquiler aula web

Alquiler salón web

Ventas:

 3188267125