

# Descifrando el employer branding

BCN | 08 FEB 2022

En una era marcada por una pandemia mundial y confinamientos a repetición, muchos empleados trazan nuevos horizontes en su trayectoria profesional, cambian de profesión o se convierten en freelancers y las empresas se ven obligadas a innovar constantemente para mantener su compromiso. Por otro lado, el 95% de las personas que buscan nuevas oportunidades laborales considera que la reputación del empleador es clave a la hora de tomar una decisión, según un estudio de Glassdoor.

A continuación, charlamos con **Jessie Durand**, Country Manager France **ISPROX** para que nos ayude a comprender cómo el desarrollo de la marca va estrechamente ligado a la capacidad de atraer, fidelizar e implicar al talento.

## ¿Qué es el employer branding?

Se trata de la marca del empleador, es decir, la imagen que tienen de la empresa tanto sus empleados como sus posibles candidatos.

## ¿Por qué es importante el Employer Branding?

El hecho de cuidar o no la marca del empleador puede ser determinante para atraer o fidelizar al talento deseado. En tiempos de pandemia, aumenta la necesidad de las compañías por gestionar su imagen de marca, ya que muchos empleados trazan nuevos horizontes en su trayectoria profesional, cambian de profesión o se convierten en freelancers y las empresas se ven obligadas a innovar constantemente para mantener su compromiso. Por ello, ahora es más importante que nunca poner el foco en mimar la cultura corporativa, así como la alineación de los empleados con los valores de la empresa.

## ¿Cuáles son los beneficios tangibles al aplicar una estrategia de employer branding?



**Jessie Durand**

Country Manager France  
**ISPROX**

Un incremento en la capacidad de atracción del talento, la fidelización de los empleados y el aumento de su productividad gracias al compromiso.

## ¿Qué consejos se podrían dar a las personas que quieran desarrollar su propia marca empleadora?

- Apostar por la sostenibilidad y la ecología.
- Llevar a cabo acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- Ofrecer salarios alineados al mercado con beneficios atractivos.
- Ser flexible y ofrecer opciones ajustadas a las necesidades de cada empleado en cuanto a horarios, presencialidad en la oficina y necesidades personales.
- Ofrecer oportunidades de crecimiento en la empresa a través de planes de formaciones individuales, cambios de departamento voluntarios, carreras nacionales e internacionales.
- Ofrecer experiencias colaboradoras: Eventos, fiestas de empresa, iniciativas de deporte, o mercados con productos de la empresa en las instalaciones.
- Presencia en redes sociales mostrando la cultura de la empresa y testimonios de empleados.
- Convertir a estudiantes o empleados recién incorporados en embajadores de la marca.
- Apostar por una cultura de empresa simple y transparente, creando un vínculo cercano con el trabajador y consiguiendo que se sienta como en una familia.
- Crear planes de incentivos flexibles.
- Buscar la consistencia de nuestro employer branding a través de LinkedIn y materiales internos.

- Llevar a cabo procesos de selección honestos y transparentes.

## ¿Este modelo es aplicable a cualquier persona o hace falta trabajar caso por caso primero y crearla?

La marca empleadora suele ir en línea con los valores y filosofía de la empresa, por lo que es posible empezar a crearla y definir las primeras acciones desde un punto de vista global.

El feedback de los propios empleados y personas que forman parte de la organización es también un buen punto de partida para desarrollar las acciones que irán dando forma a la marca empleadora.

## ¿Cómo debería transformarse digitalmente RRHH? ¿qué es para ti innovar?

Innovar, para nosotros, es hacer las cosas de una forma diferente a la establecida. El sector de los RR.HH. debería evolucionar hacia la automatización de procesos a través de herramientas digitales que permitan reducir el tiempo dedicado a tareas repetitivas.

También hacia el uso de la analítica predictiva, de forma que cualquier dinámica interna de la empresa pueda ser convertida en datos cuantificables, por ejemplo, el registro de horario y la planificación de turnos, el desempeño de los trabajadores, la medición del clima laboral a través de formularios o incluso la formación, y sea posible ser notificados de incidencias o carencias que, sin los datos, no podríamos identificar de forma tan sencilla o inmediata.