




**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL
EMPLOYER BRANDING**

PARA PYMES & START-UP

Deysbel Torres





El Employer Branding es el marketing corporativo que transmite nuestra cultura y valores, dentro y fuera de la organización con el objetivo de enamorar y fidelizar talento y ser identificados como una “gran empresa para trabajar”

Recuerda que tus colaboradores serán los primeros voceros de tus valores





ERRORES Y MITOS MÁS COMUNES DEL E.B



ERRORES Y MITOS MÁS COMUNES DEL E.B

- El E.B lo aplican sólo las grandes empresas
- Desarrollar una E.B es costoso
- El E.B representa gastos para la empresa
- El E.B es el responsable de atraer talento de calidad a la empresa
- El E.B es un proyecto a corto plazo
- Con una actividad realizamos E.B en la empresa
- La imagen de la empresa es indiferente al E.B
- El E.B es un trabajo sólo de marketing o sólo de RRHH
- El E.B debe estar presente en todas las redes sociales






LO QUE SÍ ES EL E.B




LO QUE SÍ ES EL E.B

- El E.B es el reflejo de los valores de la empresa. ¿Cómo es trabajar en tal empresa?
- El E.B es un proyecto multidinámico
- El E.B es un proyecto constante en el tiempo
- Es para todo tipo de empresas





***“Una marca no es lo que dices,
sino lo que haces”***



¿QUÉ ES UNA MARCA Ó BRANDING?

- Una marca es el alma de tu empresa, más allá de su tamaño. Una marca es una promesa cumplida, un contrato con la sociedad y con tus colaboradores/equipo, es una suma de valores y de un propósito que ayuda a que tu esencia sea flexible con la coyuntura pero coherente con su ADN
- Para crear marcas a prueba de futuro es esencial construir una audiencia de creyentes interna y externa. Comprender cómo crear experiencias de marca únicas, mejorando la experiencia del cliente y generando lealtad a la marca.



¿POR QUÉ INVERTIR EN TU MARCA?

- **Sé inimitable**
- El buen branding **crea confianza y conciencia.**
- **Mantén y aumenta tus clientes internos.**
- **Marca para el éxito.**
- **Incrementa el valor de la marca.**





**¿CÓMO PUEDO CONVERTIR MI
START-UP, PYME EN UN E.B?**



¿CÓMO PUEDO CONVERTIR MI START-UP, PYME EN UN E.B?

1. Realiza un diagnóstico sobre tu situación actual. Preguntas como las siguientes te ayudarán a encontrar las respuestas:

- a) ¿Por qué alguien querría trabajar para ti? ¿Por qué te quieren escuchar?
- b) ¿Cuál es la percepción que tienen tus colaboradores y candidatos sobre tu marca?
- c) ¿Qué nivel de visibilidad tienes de tus colaboradores o cartera de candidatos?
- d) ¿Qué porcentaje de tus colaboradores recomendaría tu empresa como un gran lugar para trabajar?



¿CÓMO PUEDO CONVERTIR MI START-UP, PYME EN UN E.B?

2. Diseña una estrategia: en ella debes definir los objetivos a lograr

Toma en cuenta que un buen branding debe ser:

- Autentico
- Coherente
- Consistente
- Constante
- Ofrecer confianza
- Ofrecer contenido de valor , sino me interesa ¿por qué lo voy a compartir?
Pero si mejora nuestra vida, es relevante o la simplifica, aumentamos la atención.

Para finalmente lograr enamorar al cliente, y obtener una recomendación: el boca a boca

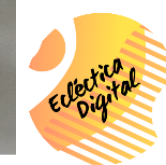


¿Cómo puedo convertir mi Start-up, PYME en un E.B?

3. Desarrolla la Propuesta de Valor para tus Colaboradores

El éxito para las marcas del siglo XXI proviene de fusionar de manera coherente, consistente y constante estos 3 componentes:


Marca (Brand) + mundo físico (Off) + mundo digital (On).



¿Cómo puedo convertir mi Start-up, PYME en un E.B?

4. Elige los medios digitales para comunicarte: página web, redes sociales, whatsapp, entre otros
 - Estar en las redes que puedas manejar con calidad, no por cantidad.
 - ¿Para qué estar en RRSS? Informa, escucha a tu audiencia, interactúa
 - Lo Off-line está yendo a lo On-line y viceversa
5. Define los KPI y evalúa los resultados
 - Tiempo para alcanzar los objetivos
 - Porcentaje de rotación de personal
 - Capacitación interna
 - Ausencias





EMPLOYER BRANDING POST PANDEMIA





***“Recuerda que tus colaboradores,
son tu primera comunidad”***



Employer Branding Post Pandemia

- Entre los aspectos que más se destacarán en el escenario post pandemia estarán: La Higiene, La Seguridad y transversalmente a ellos la Confianza. Pero también se pondrán en valor el Trato Humano, La Empatía, La Atención Por Los Detalles Y La Cercanía, Tanto Geográfica Como Emocional.
- Los principales valores que los ciudadanos aprecian en las marcas y que condicionan en la compra son: La Coherencia, La Transparencia, La Confianza Y La Honestidad, según el estudio Marcas con Valores



Employer Branding Post Pandemia

- El poder de los consumidores podría empujar a la mayoría de empresas a ser Más Éticas, Responsables, Comprometidas Y Sostenibles.
- Al 90% de millennials (25-40 años) les gustaría que las marcas les diesen el poder de tomar decisiones dentro de ellas y con efectos en toda la cadena de valor.
- Mientras que los jóvenes apuestan por marcas valientes, los baby boomers (50-65 años) siguen apostando por marcas que les generen confianza



Employer Branding Post Pandemia

- La sociedad dará un valor nuevo a la única capacidad humana que no puede automatizar: la emoción. Desde nuestras decisiones de compra a la forma en que trabajamos, compartimos y nos comportamos.
- La mayoría de los responsables de las compañías, aún no creen en el poder del Branding, en la fuerza de las emociones, en la trascendencia de las historias, en el valor que crea una marca admirada, querida, recomendada.





**EXISTEN MUCHAS ESTRATEGIAS
DE E.B**

**A CONTINUACIÓN ALGUNOS
EJEMPLOS EXITOSOS**



Ejemplos exitosos de Estrategias de E.B



Es una organización que demostró que espacios más cómodos, flexibilidad, comunicación, confianza y beneficios generan mayor productividad en el trabajo.



Ejemplos exitosos de Estrategias de E.B

N

Es una organización que se desarrolla mediante la confianza con sus empleados a cambio de flexibilidad y beneficios. Los beneficios van desde vacaciones indefinidas, hasta bajas de parentales compartidas en el primer año de nacimiento del bebé.



Ejemplos exitosos de Estrategias de E.B



Un ejemplo bastante interesante para señalar el papel de las redes sociales dentro de una estrategia de Employer branding es la campaña #DreamJob de Salesforce. En sus redes sociales empezaron a comunicar testimonios y fotografías de sus empleados y espacios de trabajo. Esta campaña logró aumentar el número de postulaciones y consolidó a la empresa como un lugar ideal para trabajar.

Ejemplos exitosos de Estrategias de E.B

Walmart

Se dieron cuenta que su personal promedio, nunca había tenido la oportunidad de estudiar o de asistir a una graduación, siendo ésta un hito en su vida. Una de las claves con las que Walmart consiguió fidelizar a sus empleados. Pero no la única.

La compañía ajustó salarios, ofrece planes de beneficios y mejoras en las condiciones de sus trabajadores en general. Fomenta la formación y renueva acuerdos bianuales con institutos de Estados Unidos para crear un sistema formativo.




Ejemplos exitosos de Estrategias de E.B

Born Born

La estrategia de Employer Branding incluía incorporar la “hora del deporte” en el trabajo (una clase colectiva los viernes a las 11), así como mediciones de salud y competiciones deportivas entre los empleados. Desde entonces las ventas se han incrementado un 27% entre 2013 y 2016 y las encuestas de fidelización muestran un aumento de un 3% a un 75%.





ACCIONES QUE SUMAN AL EMPLOYER BRANDING



Acciones que suman al Employer Branding

- Haz un video recordando esos momentos que solías compartir con tus colaboradores, y recuérdales que estás presente
- Celebra los logros obtenidos durante el aislamiento
- Graba y comparte testimonios de miembros del equipo de trabajo
- Crea un plan de bienvenida, con las medidas de bioseguridad
- Crea un grupo de whatsapp cerrado para sólo empleados, y comparte actividades online, como 1 hora de meditación



*Muchas Gracias por tu
atención*

@eclecticadigital

eclecticamentedigital@gmail.com

+58424-1633168

