

APPROACH NO MERCADO



Você sabe qual a importância do fit cultural entre empresa e colaborador? O que é Employer Branding e por que tanto se fala sobre o tema? Como a Comunicação Interna e Recursos Humanos desenvolvem um papel nisso tudo? Nessa edição da news **#Mercado**, você vai entender o quanto esses assuntos são fundamentais na captação e retenção de talentos e **como eles impactam nos resultados do seu negócio**.

A cultura em primeiro lugar

Uma pesquisa da **Randstad** realizada por mais de 20 anos em 34 mercados do mundo, mostra que **50% dos candidatos não trabalhariam em uma empresa com má reputação** - mesmo com um aumento salarial -, e **96% concordam que o fit cultural com a empresa é um fator chave para a satisfação de trabalhar no lugar**. Os dados mostram ainda que o primeiro obstáculo para o processo de candidatura é não saber como é trabalhar em uma organização, e que **52% dos candidatos procuram primeiro o site da empresa e as mídias sociais para saber mais sobre o empregador**.

Além de um posicionamento, é fundamental agir conforme as direções que ele dita e ter isso claro nas comunicações da empresa – seja diretamente com o colaborador por meio da Comunicação Interna, mas também nas páginas externas da marca e até em entrevistas na imprensa. A pesquisa aponta que **as pessoas trabalham para culturas, não para empresas, então a percepção que se tem do empregador é muito importante**.

Quando Comunicação Interna e Recursos Humanos andam juntos

O **foco no colaborador** é mútuo entre duas áreas de uma empresa: **Recursos Humanos e Comunicação**. A estratégia para o crescimento de um negócio, com visão nos objetivos da empresa, é criada a partir de **informação nivelada e comunicação fluída**. Por isso, a **Comunicação Interna deve ter o RH como grande aliado**. **O principal ganho da integração entre RH e CI é a criação de um canal de escuta e fala, onde o colaborador é o protagonista**. Esse processo cria relações mais transparentes e com mais conexão e engajamento com a empresa. **A Comunicação interna deve ser um compromisso de toda a organização, principalmente dos líderes**. **Eles percorrem junto com o colaborador por vários steps da jornada da marca empregadora**. Desde a entrada, a sua experiência e saída da empresa.

Employer Branding – a importância da marca empregadora

Você já deve ter ouvido o termo, mas conhece o seu real significado para os resultados da sua empresa? O **Employer Branding**, ou a marca empregadora, **é uma estratégia para construir uma boa reputação para as organizações**. **As marcas que investem hoje em comunicação com o colaborador têm um lucro 4x maior** do que empresas que não olham para esse relacionamento. E não se trata apenas de incentivos e benefícios para os talentos, mas sim de uma **série de ações que, bem alinhadas, perpetuam os valores da marca com uma projeção que supera o “interno” e consolida a reputação da empresa no mercado**.

A Approach possui uma Diretoria especializada em **Employer Branding, Cultura e Comunicação Interna** e, na área, atende marcas como **Nivea, Yduqs, White Martins, Inca, Elera Renováveis e Kasznar Leonardos**.

Converse com a gente e saiba como podemos trabalhar juntos para a estratégia de **Comunicação Interna do seu negócio!**