

WORKSHOP

Employer Branding & Culture Transformation

22 fevereiro 2024
Hotel Real Palácio
Lisboa



Carlos Sezões
Managing partner da Darefy

EIIL
Escola de Negócios de Lisboa

Employer Branding & Culture Transformation

22 fevereiro 2024
Hotel Real Palácio
Lisboa

O *employer branding* começou, na última década, a estar no topo das prioridades dos gestores de capital humano a nível mundial. Pode definir-se como uma estratégia de longo prazo para gerir a “proposta de valor” e as perceções de colaboradores, potenciais colaboradores e outros *stakeholders* relativamente à essência de uma organização. Trabalhando, de forma integrada, processos de gestão de pessoas, marca e comunicação interna e externa, e agindo sobre fatores como a satisfação, a motivação, o compromisso e o envolvimento emocional, é possível tornar uma empresa mais apelativa e desafiante. Hoje, com a transformação digital (acelerada pela pandemia), os modelos de trabalho flexíveis e a pressão das novas gerações, o *employer branding* é indissociável dos processos de *culture transformation*. Apenas assim as empresas podem estar sintonizadas com este novo tempo, com níveis superiores de colaboração, inovação e gestão do seu talento.

Carlos Sezões

Carlos Sezões foi durante 10 anos *partner* em Portugal da Stanton Chase, uma das 10 maiores multinacionais de *executive search* – também dedicada às áreas de *talent management* e *executive coaching*. Começou a sua carreira no Banco BPI em 1999. Assumiu depois, em 2001, funções de *account manager* do portal de *e-recruitment* e gestão de carreiras www.expressoemprego.pt (Grupo Impresa). Entrou em 2004 na área da consultoria de gestão, passou pela SIGH International e foi consultor de *corporate governance* na BI4All Consulting. Em 2007, fundou a Learnview, empresa de consultoria em gestão de capital humano e formação, focalizada nas áreas de liderança, alinhamento organizacional e desenvolvimento pessoal. Licenciado em gestão de empresas pela Universidade de Évora, possui uma pós-graduação em *marketing* pelo ISG e um *Executive MBA* pela UAL, tendo concluído em 2018 o mestrado em gestão do potencial humano no ISG. Obteve, em 2012, a certificação internacional em *executive coaching*. Professor convidado na UAL (*Executive MBA* de gestão de negócios), tem participado como orador em conferências e seminários de âmbito profissional e redigido diversos artigos de opinião na imprensa generalista e empresarial. Em 2013 foi distinguido como Consultor do Ano, pela Revista RH Magazine. É fundador e coordenador da plataforma Portugal Agora (www.portugalagora.com).



Objetivos

- Compreender os *drivers* de transformação cultural das organizações e a importância de uma estratégia de *employer branding* para uma empresa no mercado global;
- Proporcionar uma visão clara de todos os componentes a considerar numa estratégia de *branding* aplicada à gestão de capital humano;
- Compreender o impacto do *employer brand* no *engagement* dos colaboradores;
- Conhecer as fases de um projeto de *employer branding*, do diagnóstico à implementação e ao controlo;
- Facilitar a execução de projetos de transformação cultural assentes em marcas/comunicação internas;
- Conhecer as *best practices* internacionais no desenho de *employer brands* e roteiros de gestão da mudança.

Destinatários

Equipas de gestão, diretores-gerais, diretores e gestores de capital humano, gestores de comunicação interna institucional.

Horário

9h30 às 18h00

Preço

345€ + IVA

Oferta

The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work

Simon Barrow,
Richard Mosley
John Wiley & Sons



Programa

1. Os novos desafios: globalização, complexidade, transparência e um novo universo de *stakeholders*;
2. Gestão de talentos e tendências do mercado de trabalho;
3. Os fundamentos do *employer branding*: conceito e componentes;
4. O EVP (*employer value proposition*): que opções de diferenciação?;
5. *Employer branding* e o seu impacto na comunicação interna e externa;
6. As culturas empresariais: do diagnóstico à transformação;
7. “Momentos da verdade” da cultura e das *employer brands*: atração, recrutamento, acolhimento e integração, gestão e desenvolvimento de carreira e compensação;
8. Gestão de um projeto de *employer branding* e *culture transformation*: propósito, posicionamento, segmentação, mensagens-chave e canais;
9. *Case studies* de implementação e transformação organizacional.