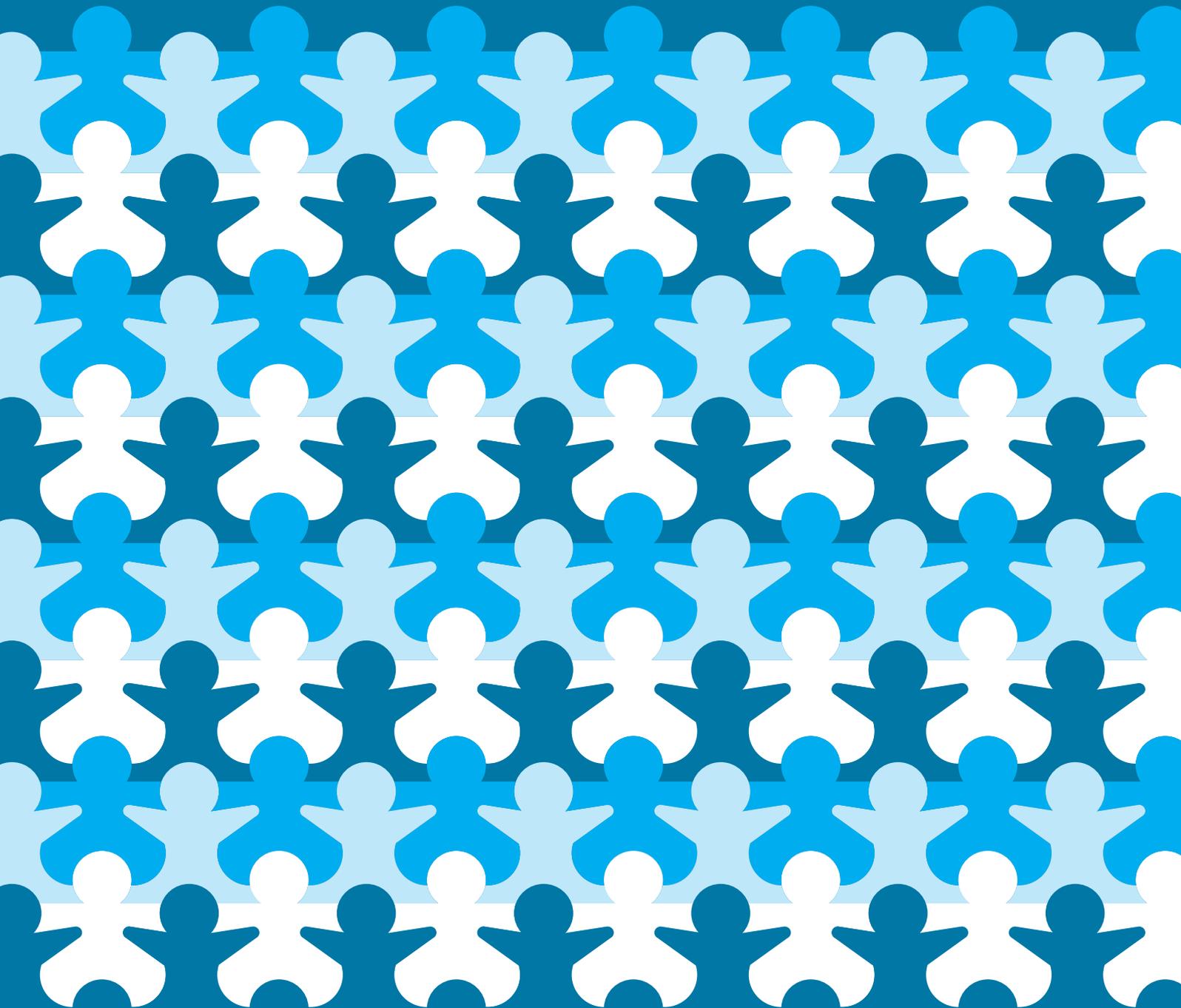


WORKSHOP

Employer Branding

Uma estratégia de
marketing para a gestão
de capital humano

19 setembro 2017
Pousada Palácio do
Freixo, Porto.



Carlos Sezões

Partner da Stanton Chase
International (Portugal)

EIIL
Escola de Negócios de Lisboa

Employer Branding

Uma estratégia de marketing para a gestão de capital humano

19 setembro 2017
Pousada Palácio do Freixo, Porto.

O *employer branding* começou, na última década, a estar no topo das prioridades dos gestores de capital humano a nível mundial. Com efeito, a consciência de que o talento e as competências são ativos estratégicos tem levado a que, de forma sistemática, se procurem identificar as melhores práticas para atrair e reter as pessoas-chave – agindo sobre fatores como a satisfação, a motivação, o compromisso e o envolvimento emocional. O *employer branding* pode definir-se como uma estratégia de longo prazo para gerir a “proposta de valor” e as perceções de colaboradores, potenciais colaboradores e outros públicos interessados relativamente à essência de uma organização como entidade empregadora. Trabalhando, de forma integrada, processos de gestão de pessoas, marcas e comunicação interna e externa, é possível tornar uma empresa apelativa e desafiante!

Carlos Sezões

Partner da Stanton Chase International (Portugal)



Carlos Sezões é desde maio de 2010 *partner* em Portugal da Stanton Chase International, uma das 10 maiores multinacionais de *executive search* – em Portugal também dedicada às áreas de *talent management* e *coaching*. Carlos Sezões 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, no qual se especializou em estratégias de *employer branding*. Entrou em 2004 na área da consultoria de gestão, passou pela SIGH International e foi consultor de *corporate governance* e *performance management* na BI4All Consulting. Em 2007, fundou a LearnView, empresa de consultoria em gestão de capital humano e formação, focalizada nas áreas de alinhamento organizacional, desenvolvimento pessoal e gestão comercial. Licenciado em gestão de empresas pela Universidade de Évora, possui uma pós-graduação em marketing pelo ISG e um *Executive MBA* pela UAL, estando neste momento a concluir o mestrado na área de recursos humanos. Obteve, em 2012, a certificação internacional em *executive coaching*. Professor convidado na UAL, tem participado como orador em conferências e seminários de âmbito profissional. É coordenador do Grupo de Trabalho de Capital Humano da SEDES e foi distinguido em 2013 como Consultor do Ano, pela revista RH Magazine.

Objetivos

- Compreender a importância do *employer branding*;
- Conhecer 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*;
- Facilitar a execução de projetos de transformação cultural assentes em marcas internas;
- Conhecer *best practices* internacionais.

Destinatários

Diretores-gerais, diretores e técnicos de recursos humanos, gestores de comunicação interna, responsáveis de comunicação institucional e de responsabilidade social.

Horário

9h30 às 18h00

Preço

295€ + IVA

Oferta

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

Simon Barrow,
Richard Mosley
John Wiley & Sons



Programa

- Os novos desafios:
 - globalização, complexidade, transparência e um novo universo de *stakeholders*;
- Gestão de talentos e tendências do mercado de trabalho;
- Os fundamentos do *employer branding*:
 - conceito e componentes;
 - O EVP (*employer value proposition*):
 - que opções de diferenciação?;
 - *Employer branding* e o seu impacto na comunicação interna e externa;
 - Momentos da verdade da marca:
 - atração, recrutamento, acolhimento e integração, gestão e desenvolvimento de carreira e compensação;
 - Gestão de um projeto de *employer branding*:
 - posicionamento, segmentação, mensagens-chave e canais;
 - *Case studies* de implementação de *employer brands*.