

Pasos a seguir para una estrategia 'employer branding'

1. Definición del público objetivo

Identificación de los *stakeholders*



2. Análisis de la situación actual

A nivel interno (empleados) y externo (candidatos)



4. Definición de los objetivos

Atracción, motivación o refuerzo como marca empleadora



6. Canales de comunicación

Difusión interna (empleados) y externa (candidatos)



8. Acciones externas

El objetivo es transmitir una imagen atractiva a los candidatos

3. Análisis de la situación deseada

En colaboración con Marketing, Comunicación y Dirección



5. Crear una PVE

La Propuesta de Valor para el Empleado debe ser diferencial



7. Acciones internas

El objetivo es convertir a los empleados en *embajadores* de la compañía



9. Monitorización y evaluación

Conocer la percepción de empleados y candidatos



Fuente: Employer Branding Lab.