EmployerBranding

EMPLOYER BRANDING INTELLIGENCE: COSA È?

LE INDAGINI INTERNE ED ESTERNE ALL'AZIENDA COME PRIMO STEP DI UNA STRATEGIA DI EMPLOYER BRANDING.

A CURA DI GIUSEPPE CALICCIA

Non è tutto Employer Branding quello che luccica

GIUSEPPE CALICCIA
DOCENTE DEL CORSO

EMPLOYER BRANDING INTELLIGENCE: COSA E'?

Come per tutte le attività umane anche nell'Employer Branding è necessario **ricercare le informazioni** indispensabili per non agire a caso.

Per poter dialogare con il pubblico di interesse è necessario ottenere il più grande numero di informazioni possibili.

Essere **Data Driven** per l'area HR è fondamentale oggi.

Si chiama Employer Branding Intelligence ed è il primo step per impostare una corretta strategia di Employer Branding.

Le indagini che la disciplina richiede sono sia interne all'azienda sia esterne.

EmployerBranding

LE TIPOLOGIE DI RICERCHE

Due tipologie di interventi per la ricerca delle informazioni sono alla base di tutto:

✓ Indagini qualitative
✓ Indagini quantitative

- Per **indagini qualitative** si intendono quegli studi che non hanno attendibilità statistica ma permettono di indagare nel profondo il sentiment degli intervistati (interviste in profondità, focus group, osservazione partecipante)

- Per **indagini quantitative** si intendono quegli studi che basano il proprio metodo sull'approfondimento statistico. Queste indagini possono arrivare a elaborazioni su campioni attendibili tanto da consegnare l'attendibilità dei risultati con margini prevedibili di errore. Tra gli interventi più comuni troviamo le survey su campioni rappresentativi o ragionati.

TIPS & TICKS

I 3 punti più importanti per valutare una ricerca quantitativa

1. Disponibilità di una Nota metodologica
2. Utilizzo di fonti istituzionali per la descrizione dell'universo statistico
3. Indicazione chiara della popolazione da cui è stato estratto il campione

EmployerBranding

Gli interventi più importanti da condurre al fine di ottenere informazioni utili alla redazione dell'**Employer Value Proposition** e a predisporre una corretta strategia di intervento sono:

INTERNE

- Bilancio delle competenze
- Indagini di qualità della vita aziendale
- Indagine sui neoassunti

ESTERNE

- Osservatori sui pubblici di riferimento
- Analisi sulla notorietà e sul percepito
- Studi sul linguaggio
- Indagini ad hoc
- Employer Brand Equity

Nel corso verranno approfondite tutte queste modalità al fine di permettere una corretta impostazione del progetto di Employer Branding. Sarà molto più semplice intervenire quando si avranno a disposizione tutte le informazioni necessarie!

EmployerBranding

IL PRIMO CORSO PRATICO DI EMPLOYER BRANDING

Il primo percorso specifico che ti offre una mappa pratica e completa per progettare una campagna di Employer Branding con il Metodo delle 5 C

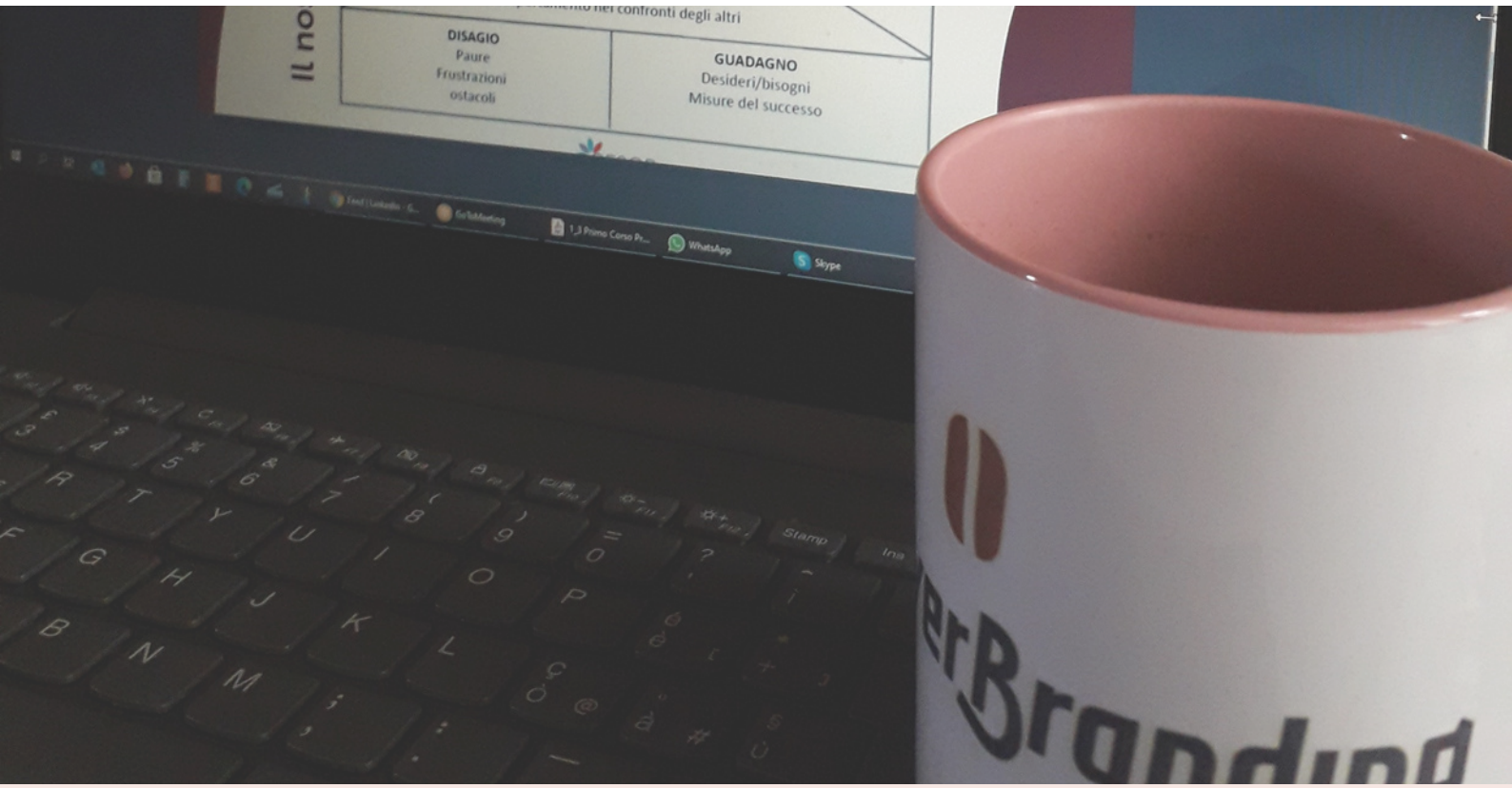
Settimana Edizione

NUOVE DATE: 16, 23 e 30 marzo 2022

COSA INCLUDE IL PROGRAMMA:

- 12 ore di formazione in diretta
- Accesso a risorse esclusive (video e paper)
- Materiali del corso
- Workbook pdf con le esercitazioni pratiche
- Feedback personalizzato del docente sul Project Work finale
- Call 30 minuti Q&A con il docente al termine del corso
- E-book “Guida pratica all’Employer Branding” di G. Caliccia
- Accesso alla Community "Employer Branding Factory" su Linkedin
- Attestato di certificazione "Employer Brand Specialist"

ISCRIZIONI: entro il 10 marzo 2022 su ww.employerbrandingpratico.it
INFO: info@employerbrandingpratico.it



WWW.EMPLOYERBRANDINGPRATICO.IT