AN EdusCon CUSTOM PROJECT

CONFIDENTIAL CLIENT

EMPLOYER BRANDING

employer branding

DEFINIZIONE Immagine riconosciuta (branding) delle persone (employer) che operano in una determinata struttura.

OPERATIVITÀ Sistema di azioni volte alla Talent Acquisition & Retention, condotto in sinergia da Operations, Risorse Umane, Development e Marketing.

OBIETTIVO Rendere l'Azienda una destinazione aspirazionale (in logica Acquisition per le Risorse future) e gratificante (in logica Retention per le Risorse già in forza).

L'approccio Marketing Oriented definisce un messaggio strategico, un target, le modalità di contatto, un piano di sviluppo.

IL PIANO DI LAVORO

Il **PUNTO DI PARTENZA** è il feeling che la carriera nel comparto del Cliente oggi sia spontaneamente ricercata solo dai professionisti più curiosi ed informati.

Identifichiamo il **MOTIVO** in un gap comunicativo: altri comparti hanno visibilità più marcata nelle Università, nella dimensione sociale e quotidiana.

L'IMPEGNO sarà evidenziare i contenuti e le opportunità del mondo del Cliente presso chi è in valutazione del proprio percorso, con un **TRAGUARDO** in cui si sottolinea la leadership.

MESSAGGIO Il mondo Cliente è attrattivo, ed in questo mondo l'Azienda è il Top Player.



STARTING GRID	MOTIVAZIONE	EFFORT	OUTPUT
CLIENT oggi è una destinazione di nicchia	Visibilità	Evidenziare	Leadership di CLIENT

OBIETTIVI


Valorizzare immagine dell'azienda
Condividere obiettivi interni
employer branding
Preservare le eccellenze
Attrarre i talenti

IMMAGINE AZIENDALE

Per valorizzare l'immagine di CLIENT saranno individuati alcuni asset su cui costruire la strategia di sviluppo.

valorizzare immagine CLIENT

STORIA

- Il **RUOLO** che ha avuto nella società
- Le **TAPPE** che ne hanno contraddistinto la crescita
- Le **PERSONE** che hanno lasciato un segno
- I **VALORI** che si sono mantenuti stabili

PROSPETTIVA

- Il **PIANO** strategico
- Le **SFIDE** che il mercato pone
- Le **PERSONE** che potranno emergere
- I nuovi **VALORI** che saranno necessari

CONDIVISIONE

Condividere la strategia all'**INTERNO** significa ottimizzare il contributo delle persone già oggi attive: non solo nelle funzioni legate strettamente al business, ma arricchendo la cultura aziendale, verso un *fatturato immateriale* dato dal valore che essi stessi rappresentano.



ATTRARRE E MANTENERE

Employer Branding è al centro di una **DINAMICA PROGRESSIVA** mossa dalle persone coinvolte: uno strumento plastico in miglioramento continuo per una risposta proattiva ad un contesto in evoluzione.

Il «passaparola» diviene un asset con l'obiettivo di contribuire alla reputation.

La RETENTION viene alimentata dall'orgoglio di appartenenza, dalla motivazione qualitativa delle persone e si manifesta nella fedeltà all'Azienda.

La ACQUISITION punterà sugli elementi distintivi di sfida intellettuale, possibilità di crescita e il vivere in un ambiente motivante.

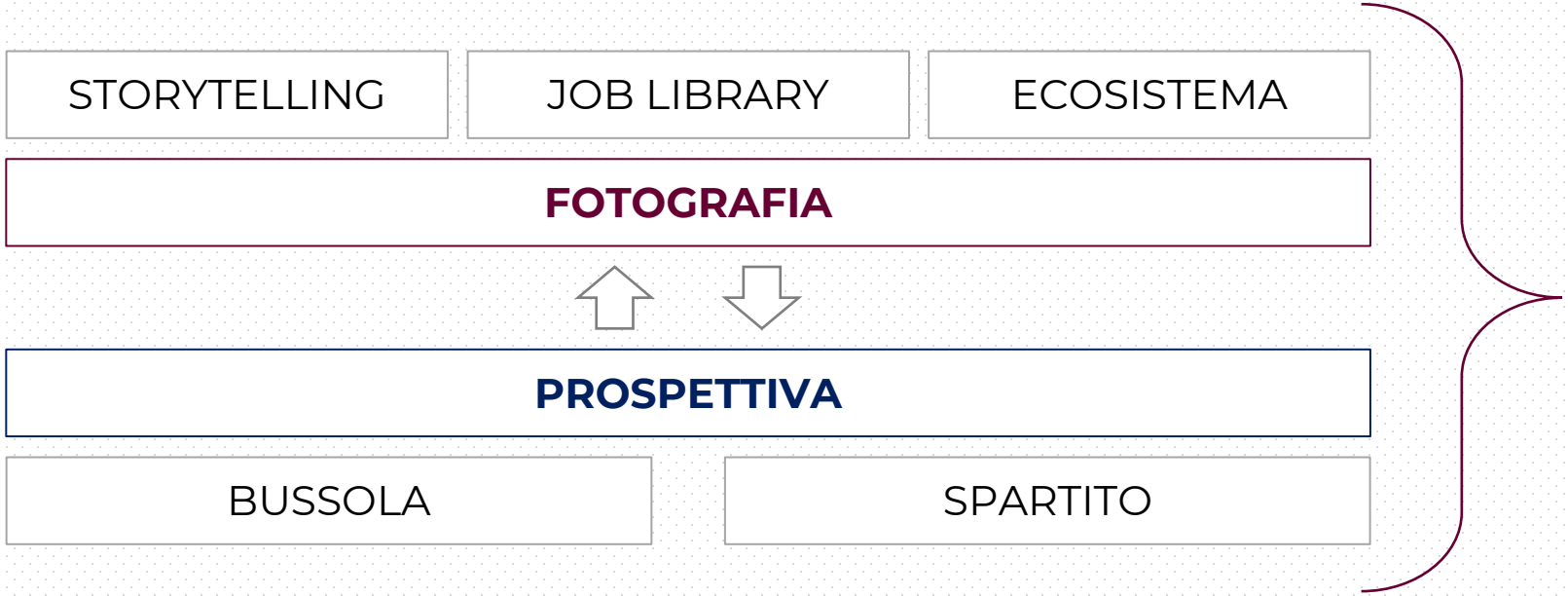


L'EQUIPAGGIAMENTO

Il progetto prevede una **FOTOGRAFIA**, con le fasi salienti che hanno contraddistinto il percorso dell'Azienda, sia per struttura societaria, sia per traguardi delle persone (STORYTELLING). Seguiranno la biblioteca delle competenze disponibili (JOB LIBRARY), e quello che denota l'appartenenza delle Risorse (ECOSISTEMA).

La seconda componente è la **PROSPETTIVA** verso cui l'Azienda è proiettata: è integrazione fra una BUSSOLA per padroneggiarla e di un piano di sviluppo che si adatti all'evoluzione del contesto (SPARTITO).

Il terzo elemento è la definizione di un **TARGET** cui indirizzare le risorse e di un corrispettivo **TOUCHPOINTS** index.



TARGET

CHI VOGLIAMO ATTRARRE

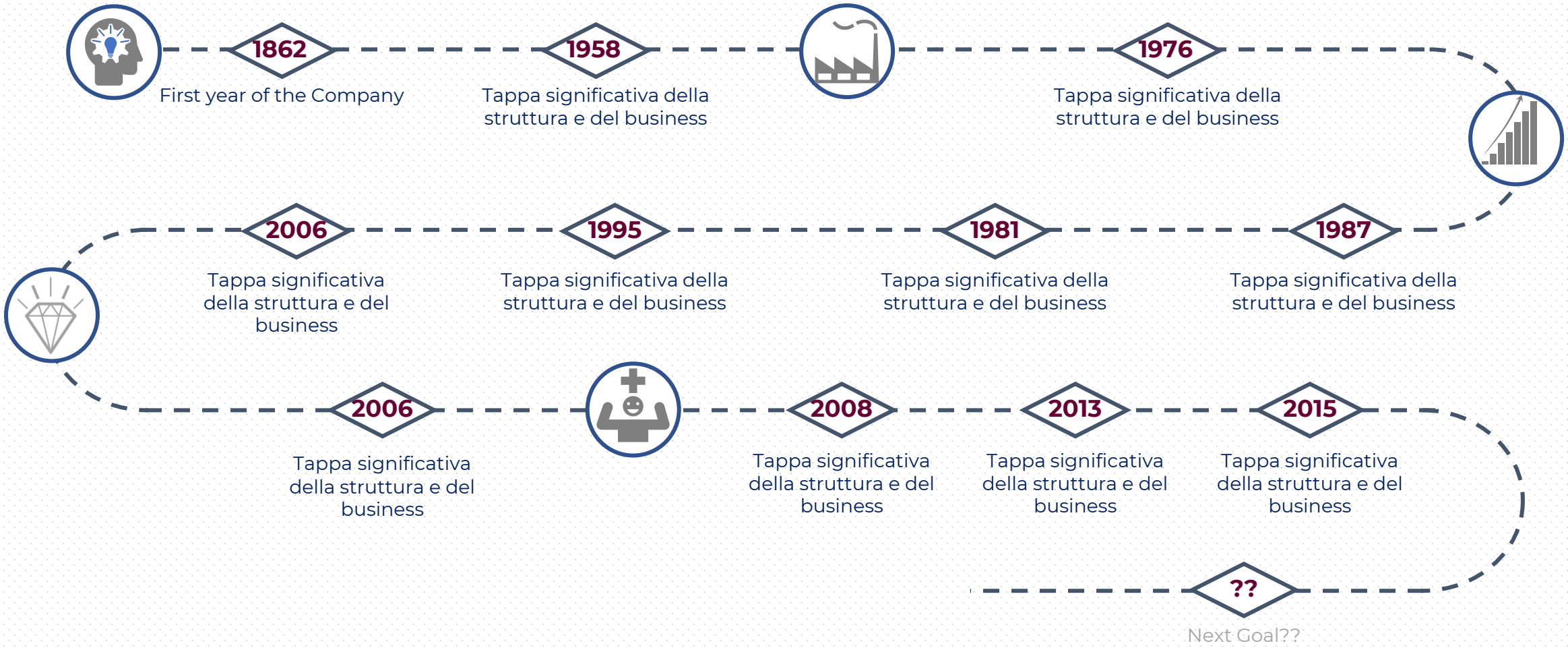


TOUCHPOINTS

DOVE INCONTRARE IL TARGET

ESEMPIO FOTOGRAFIA: lo storytelling

Lo **STORYTELLING** è una narrazione cronologica che amplifica i successi ottenuti, sia per struttura societaria, sia per traguardi delle persone, in contesti sempre sfidanti.



ESEMPIO FOTOGRAFIA: ecosistema

Si raccolgono testimonianze dirette, così da avere una raccolta dei significati che le persone ritrovano nel lavoro di tutti i giorni, ed in cui condensano la loro appartenenza al brand CLIENT.



Anita E.
Tech Defender
dal 2001

"C'è orgoglio quando vedo il frutto del mio lavoro"



Patrizio R.
Tech Defender
dal 2018

"Non pensavo sarei cresciuto professionalmente così tanto"



Etienne Y.
Tech Defender
dal 1997

"Il mio impegno viene riconosciuto da tutti i colleghi"



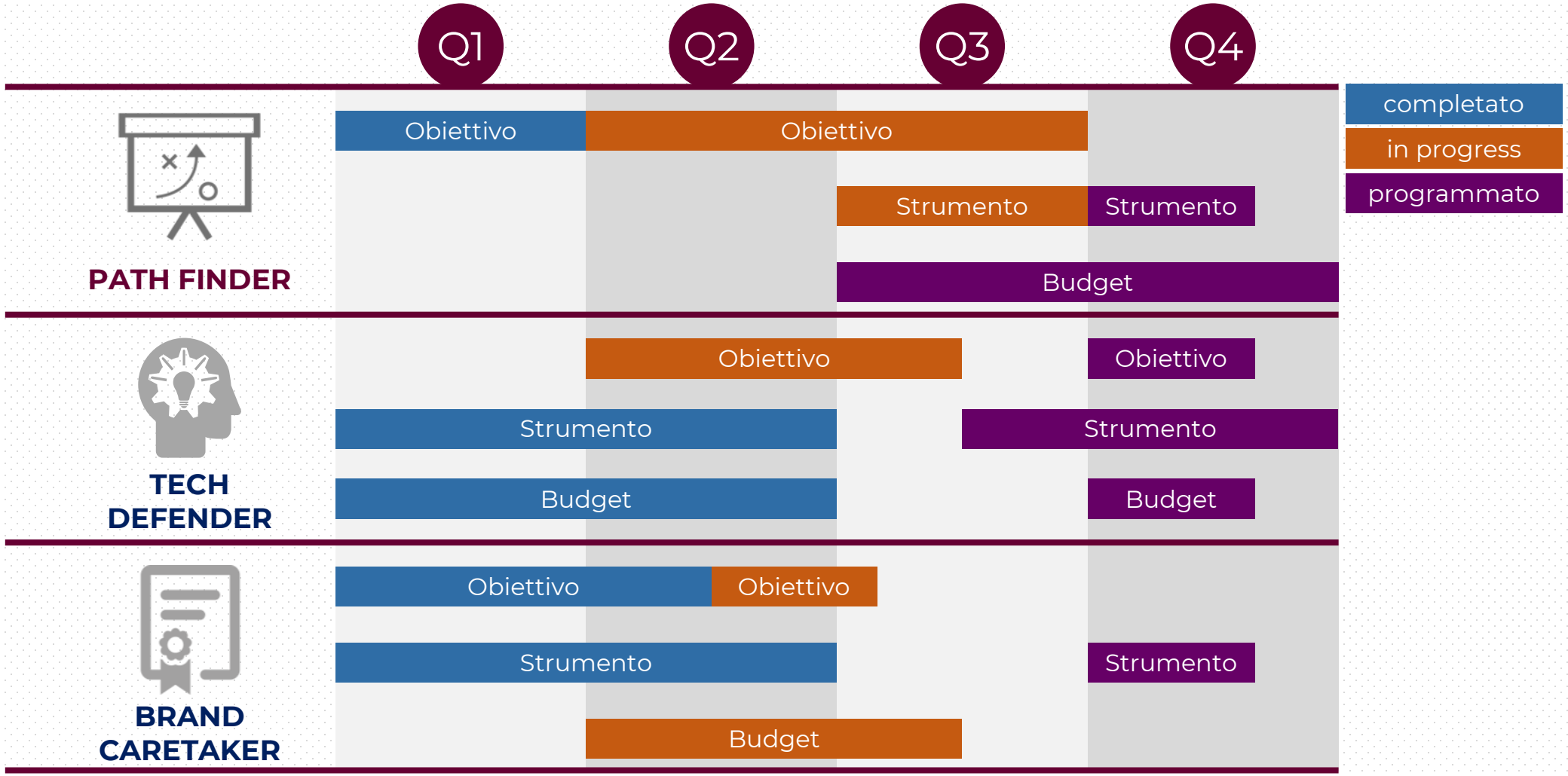
Anna G.
Brand Caretaker
dal 2016

"Il clima fra noi è di grande collaborazione"

RISPETTO ESSERE UNA
GRUPPO CARRIERA DONNA
LAVORO IMPORTANTE
DETTAGLI INCORAGGIAMENTO
SOCIETÀ ATTENZIONI
INTERNAZIONALE

ESEMPIO PROSPETTIVA: la bussola

La pianificazione aziendale per le diverse aree professionali è la bussola che indica pianificazione di obiettivi, budget destinati e strumenti (formazione, implementazioni tecnologiche, servizi esterni etc).



ESEMPIO TARGET: tech defender personas

Applicant Personas: rappresentazioni ideali ai quali ci si rivolge: profilo biografico, obiettivi, sfide.

MARTINA



PIERPAOLO



NEWBIES
26-30 anni
Giovani che si affacciano alla vita professionale

Fino ad oggi

"Sono sempre stato amante dello studio e della precisione.

All'università ho profuso un grande impegno nel rimanere in corso e tenere una media alta. Ho seguito alcuni programmi a respiro internazionale, quindi ho padronanza dell'inglese tecnico, e tratto con autonomia un'altra lingua.

Sono attratto dagli uffici tecnici, sviluppo prodotti, R&D per seguire l'evoluzione degli oggetti di uso quotidiano, sia per l'industria sia per il largo consumo."

Cosa mi aspetto

"Sono interessato al mondo della tutela perché un brevetto conclude e assicura il vantaggio competitivo all'azienda che investe in ricerca. I rischi di contraffazione e pirateria si sono moltiplicati: la professione della tutela garantisce retribuzioni superiori alla media.

Quando sarò nell'Organizzazione farò parte di una comunità scientifica internazionale, con occasioni di confronto, e mi interfaccerò con Ministero dello Sviluppo Economico, Confindustria ed altri enti strategici."

Attenzione a

"Sono in una fase importante della vita: sono genitore da poco o lo diventerò a breve. CLIENT mi offre la serenità di pianificare al meglio i miei obiettivi privati con un approccio di flessibilità e smart working, così le ore lavorative di tutti sono organizzate in maniera equa.

Per le ore passate in ufficio sono messo nelle condizioni migliori per concentrami sulle operatività: contemporary art e spazi dove ricaricarsi per qualche minuto con i colleghi, anche quelli delle altre unit."

Effetto WOW

Citazione di un personaggio vivo nella coscienza collettiva



ESEMPIO touchpoints

I messaggi saranno presentati ai diversi Target di riferimento con specifiche strategie di canale.

