

Employer Branding e o Endomarketing Aplicado à Gestão de Recursos Humanos

Objetivos Gerais:

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos participantes de competências e conhecimentos sobre a importância do Endomarketing e da sua aplicação nas Empresas ou Entidades. O Endomarketing, também conhecido como marketing interno, é uma abordagem estratégica que se concentra em envolver e motivar os colaboradores de uma empresa, a fim de fortalecer a cultura organizacional, melhorar a comunicação interna e aumentar o comprometimento dos funcionários com os objetivos da empresa.

Objetivos Específicos:

No final deste Curso os participantes ficarão aptos a:

- Definir os principais conceitos;
- Compreender a importância do *Endomarketing* no contexto organizacional
- Identificar a importância da comunicação e do ambiente organizacional;
- Identificar o *Endomarketing Mix*
- Planear e programar metas e indicadores de *Endomarketing*;
- Compreender a importância do *Employer branding* na retenção de talentos
- Definir estratégias de *Employer branding*
- Compreender o valor do Wellbeing nas Organização e a Felicidade no Trabalho para os objetivos e metas da organização
- Apresentar a estratégia escolhida;
- Desenvolver a comunicação interna;
- Desenvolver uma construção de cultura organizacional;
- Identificar etapas de reconhecimento e recompensas;
- Avaliar e acompanhar o projeto.

Destinatários:

Este Curso destina-se a essencialmente a: Quadros Dirigentes; Chefias de Topo Intermédias e Diretas; Coordenadores de Equipa; Coordenadores de Projeto e Quadros Técnicos.

Carga Horária:

40 horas

Conteúdo Programático:

Módulo I - Definição de Conceitos Básicos e Utilização de Ferramentas

- Definição de Marketing, Endomarketing, Employer Branding e outros conceitos fundamentais;
- Importância e diferença entre Employer Branding e Endomarketing;
- A utilização de ferramentas de Endomarketing;
- Endomarketing Mix.

Módulo II – Compreender o Impacto do Employer Branding

- A importância estratégica do employer branding na retenção de talentos nas organizações atuais;
- Employee Value Proposition versus modelo PERMA;
- Estratégias de employer branding;
- Benefícios do employer branding;
- Canais de comunicação e promoção do employer branding;
- Engagement;
- Práticas visíveis das organizações positivas: exemplos.

Módulo III: Construção da Estratégia da Marca Empregadora (Employer Branding)

- Análise do ambiente interno e externo da organização;
- Definição dos valores, missão e visão da empresa;
- Identificação do público-alvo interno e externo;
- Definição de objetivos;
- Criar o Employer Value Proposition diferenciada;
- Estratégias de comunicação para construir uma marca empregadora forte;
- Ações externas e ações internas;
- Monitorização e avaliação.

Módulo IV– O Employer Branding Como Vantagem Competitiva

- Os valores e os objetivos estratégicos da organização;
- Alinhar cultura, employer branding e a experiência do colaborador;
- Processos de veiculação do employer branding através de parcerias;
- Validar o employer branding e o seu impacto presente e futuro;
- Medir o ROI do employer branding.

Módulo V – Wellbeing nas Organizações e Felicidade no Trabalho

- Definições e conceitos;
- Níveis de Wellbeing nas organizações;
- Compreensão do público interno: motivações, expectativas e desafios;
- Estabelecer objetivos;
- Definir estratégias;
- Benefícios para os funcionários;
- Treinamento e desenvolvimento;
- Plano de carreira;
- Eventos de integração;
- Pesquisa de satisfação;
- Reconhecimento ao colaborador;
- Engajamento dos funcionários: programas de incentivo, eventos, reconhecimento e recompensas;
- O perfil do Well-being Manager e Skills;
- Gestão: Estratégias de prevenção e promoção do Well-being;
- Well-being e gestão das emoções;
- Well-being financeiro;
- Cultura do Well-being e propósito organizacional;
- Impacto da felicidade nas Organizações;
- Felicidade Organizacional: indicadores de medição;
- Estratégias de atração e retenção de talentos.

Módulo VI – Cultura Organizacional

- Definição da cultura organizacional;
- Identificar elementos da cultura organizacional;
- A importância da cultura organizacional;
- Como construir uma cultura organizacional forte.

Módulo VII- Estratégias de Endomarketing

- Desenvolvimento de campanhas internas eficazes;
- O colaborador como embaixador da Organização;
- Como fortalecer a relação entre a empresa e o colaborador;
- Identificar as principais estratégias de Endomarketing Mix;
- Comunicação interna;
- Comunicar o clima e cultura organizacional;

- Estudo de casos.

Módulo VIII - Plano de Endomarketing

- Atender as expectativas da equipe;
- Entender o público-alvo;
- Avaliar a cultura organizacional;
- Descobrir o que os colaboradores esperam da empresa;
- Definir os objetivos;
- Executar;
- Avaliar os resultados;
- Monitorizar o Plano de Endomarketing.

Módulo IX- Employer Branding e Endomarketing

- A relação entre o Employer Branding e o Endomarketing;
- Vantagens da estruturação dos planos de Employer Branding e Endomarketing;
- A relação entre o Employer Branding e o Endomarketing com a motivação e o clima institucional.

Módulo X - Aplicação Prática

- Elaborar um plano de ação para a promoção do Employer Branding;
- Elaborar um plano de Endomarketing.