Employer Branding

Sku: PH02B01C02

Horas: 20

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Saber aplicar las nuevas tendencias y herramientas de reclutamiento en los procesos de captación de perfiles profesionales con especial atención a las redes sociales.
- Aplicar una estrategia de comunicación alineada con los valores de la organización a la hora de incorporar candidatos tras un proceso de selección.
- Aplicar el procedimiento de onboarding o acogida establecido por la organización en el momento de la comunicación positiva al candidato.
- Aplicar el protocolo de no seleccionado aquellos candidatos que finalmente no se incorporan a la organización cuidando siempre el feedback otorgado y recogiendo aquellas apreciaciones que los candidatos nos trasladen acerca del proceso de selección.
- Identificar la potencialidad del seleccionador para convertirse en elemento de atracción de candidatos.
- Aprender a desarrollar pautas y comportamientos profesionales que ayuden a posicionar al seleccionador en el mapa del mercado de trabajo.
- Trabajar canales de comunicación online para convertir el perfil profesional del seleccionador en un elemento de atracción del talento a la organización.
- Conocer el concepto de Employer Branding y su importancia para nuestra reputación en el mercado laboral.
- Aprender a desarrollar acciones y protocolos que ayuden a reforzar nuestra marca empleadora.
- Conocer las principales acciones negativas que pueden afectar a nuestra reputación como marca empleadora.

OBSERVACIONES

- Profesionales del área de gestión de los recursos humanos, empresarios individuales, etc., poniendo especial énfasis en aquellos trabajadores que se responsabilizan del reclutamiento y selección de personal de una empresa, además de alumnos de titulaciones de áreas vinculadas a las ciencias sociales.

CONTENIDOS

1 Herramientas. 1.1 Tendencias actuales en el ámbito del reclutamiento. 1.2 Herramientas digitales para el reclutamiento de candidatos. 1.3 LinkedIn como herramienta para el reclutamiento y la selección. 1.4 ¿Qué es LinkedIn y por qué debemos usarlo? 1.5 Desarrollo de un perfil 10. 1.6 Funciones básicas de LinkedIn en el proceso de reclutamiento. **2 Comunicación.** 2.1 La comunicación en el proceso de selección. 2.2 Aspectos clave para una comunicación eficaz. 2.3 Errores en la comunicación con candidatos. 2.4 Candidato seleccionado, y ¿ahora qué? 2.5 Impacto de la comunicación en la imagen de marca de la empresa. 2.6 El plan Onboarding. 2.7 Elementos clave de un plan Onboarding. 2.8 Beneficios de desarrollar un plan de onboarding. 2.9 Errores más comunes en la implantación y desarrollo de un plan de onboarding. 2.10 Consejos para la implantación exitosa del plan de onboarding. 2.11 Comunicación con los no seleccionados. 2.12 Claves para dar feedback negativo o de mejora. 2.13 Acciones de mejora. **3 El perfil del seleccionador.** 3.1 La figura del seleccionador como actor clave en el proceso de atracción del talento. 3.2 Alineamiento seleccionador-empresa. 3.3 La figura del seleccionador en la experiencia del candidato. 3.4 Falsas creencias en torno a la figura del seleccionador. 3.5 Habilidades y competencias para convertirse en un seleccionador de referencia. 3.6 Comunicación. 3.7 Capacidad de análisis. 3.8 Habilidades sociales. 3.9 Inteligencia emocional. 3.10 Evolución del perfil del seleccionador para adaptarse al contexto laboral en el medio plazo (horizonte 2030). 3.11 Redes sociales como herramienta clave para la búsqueda de talento 3.12 La marca personal del seleccionador. 3.13 El seleccionador 2.0. 3.14 Retos futuros del seleccionador. **4 Employer Branding.** 4.1 El Employer Branding: concepto y aspectos clave. 4.2 Definiendo el Employer Branding y su importancia en la organización. 4.3 Beneficios e inconvenientes de trabajar el Employer Branding. 4.4 Employer Branding y generaciones profesionales. 4.5 Employer Branding y orgullo de pertenencia. 4.6 Embajadores de marca. 4.7 Paso a paso para desarrollar una estrategia de Employer Branding. 4.8 Definir nuestra cultura corporativa. 4.9 Definir segmentos de mercado. 4.10 Trabajar en nuestra propuesta de valor al empleado (EVP). 4.11 Trabajar en la estrategia de visibilidad y comunicación. 4.12 Medir y realizar las adaptaciones necesarias. 4.13 Casos de éxito de Employer Branding. 4.14 Errores a evitar en nuestra estrategia de marca empleadora. 4.15 Claves para superar una crisis de Employer Branding 4.16 Claves para potenciar nuestro Employer Branding.