

# EMPLOYER BRANDING

L'IMPORTANZA DELLA  
REPUTAZIONE DEL  
DATORE DI LAVORO

A CURA DI **LORENZO LIMONTA**  
CONSULENTE IN EMPLOYER BRANDING



**EMPLOYER  
BRAND**

**EMPLOYER  
BRANDING**

**EVP**



è il “marchio” del  
datore di lavoro

è la strategia adottata  
per aumentare la  
reputazione del datore  
di lavoro

sono i valori che vengono  
associati a un’azienda come  
datore di lavoro

# EMPLOYER BRAND

“CONCETTO” che nasce ormai più di 20 anni fa grazie agli studi teorici e pratici di Simon Barrow e Richard Mosley dei primi anni 2000.



# EMPLOYER BRAND

Perchè questa necessità?

Perchè ci si è resi conto che una qualsiasi realtà lavorativa che sa comunicare bene il proprio essere un (BUON) datore di lavoro fa:

- produrre di più
- guadagnare di più
- risparmiare di più



# QUALI AZIENDE HANNO UN EMPLOYER BRAND?



TUTTE

Attraverso l'Employer branding, le aziende SVILUPPANO  
il proprio employer brand

Il primo obiettivo di una strategia di Employer branding è  
misurare il livello attuale di EB





# QUALI SONO GLI OBIETTIVI DI UNA STRATEGIA DI EB?

Raccontarsi come datori di  
lavoro

Attirare talenti

Mantenere i propri collaboratori

# MA ANCHE



Aumentare la propria REPUTAZIONE

Guadagnare/Risparmiare di più

Costruire un ambiente di lavoro di qualità

# CHI SI OCCUPA DI EB IN AZIENDA?



Trattandosi di “branding” è chiaro che si tratta di una strategia da affidare a chi si occupa di Comunicazione.

Spesso viene **ERRONEAMENTE** affidata agli uffici HR, troppo spesso a figure Junior (perchè non si riconosce il reale valore dell'EB)

È anche vero che è una strategia che prevede, per essere fatta bene, un lavoro **COMBINATO** di vari dipartimenti (COM E HR in primis, ma anche Marketing ad esempio)





# COSA RACCONTARE?

FISSARE DEGLI OBIETTIVI  
(EVP)

STARE SEMPRE BEN ADESI  
ALLA REALTÀ

ASCOLTARE LE ESIGENZE DEI PROPRI COLLABORATORI E  
DEL MERCATO DEL LAVORO



# COSA RACCONTARE?

COSA RACCONTARE NELLO SPECIFICO  
DIPENDE DA QUAL È IL VERO  
OBIETTIVO DELL'AZIENDA CHE VUOLE  
SVILUPPARE L'EB

DIPENDE DALLE SUE ESIGENZE DI  
BREVE-MEDIO- LUNGO PERIODO



# PERCHÈ L'EB È UN TEMA POCO UTILIZZATO/SVILUPPATO?

**DIFFIDENZA:** non porta sempre a risultati misurabili (in realtà non è così)

**ERRORI:** si tratta di un ambito di comunicazione e marketing spesso affidato, erroneamente, all'HR

**PAURA:** costringe gli imprenditori a "smascherarsi", o meglio, a essere onesti (internamente e esternamente)



# PERCHÈ L'EB È UN TEMA POCO UTILIZZATO/SVILUPPATO?

EPPURE

non è un caso che i processi di  
selezione siano sempre più  
complessi, i candidati sempre  
più difficili da trovare e i  
collaboratori sempre più esigenti



# REPUTAZIONE E AMBIENTE DI LAVORO

Lavorare sulla propria **REPUTAZIONE** come datore di lavoro è imperativo così come lo è costruire ambienti di lavoro di qualità



# REPUTAZIONE E AMBIENTE DI LAVORO: ESEMPI

PARLARE E FAR PARLARE

RIDURRE I CARICHI DI LAVORO E I LIVELLI DI STRESS DEI COLLABORATORI

TENERE LA MEDIA DEGLI STIPENDI PIÙ ALTA DI QUELLA DEL MERCATO



# REPUTAZIONE E AMBIENTE DI LAVORO: ESEMPI

AVERE RECENSIONI POSITIVE

DARE LA POSSIBILITÀ DI UN LAVORO FLESSIBILE

UTILIZZARE I BENEFIT (ATTENZIONE A QUESTO PUNTO)



# IN COSA CONSISTE UNA STRATEGIA DI EB?

DIPENDE DAGLI OBIETTIVI  
DI OGNI DATORE DI LAVORO

NON EQUIVALE ALLE ATTIVITÀ  
CHE SI ATTIVANO





# IN COSA CONSISTE UNA STRATEGIA DI EB?

È ASSOLUTAMENTE VARIABILE  
DA AZIENDA AD AZIENDA

DEVE AVERE UNA DURATA  
TEMPORALE



# IN COSA CONSISTE UNA STRATEGIA DI EB?

DEVE ESSERE MISURABILE

DEVE PREVEDERE UN OUTPUT  
PER IL DATORE DI LAVORO



# IN COSA CONSISTE UNA STRATEGIA DI EB?

DEVE POTER ESSERE MODIFICATA  
NEL TEMPO

DEVE COINVOLGERE PIÙ  
ATTORI



# GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

DOVE MI TROVATE PER UNA CHIACCHIERATA:



[lorenzo.limonta@lighthousehr.it](mailto:lorenzo.limonta@lighthousehr.it)



<https://www.linkedin.com/in/lorenzolimo/>



+39 351 70 79 188

