



Projeto de conclusão de curso #3

Continuando nosso Projeto de Conclusão de Curso!

Nas aulas 1 e 2, vocês fizeram um bom diagnóstico do contexto atual de sua empresa no atual mundo VUCA e no cenário da transformação digital. Fizeram uma boa reflexão sobre os desafios estratégicos de sua organização e dos consequentes desafios relativos a gestão de pessoas.

Tendo toda essa construção feita, agora é hora de partir para a ação! Você deverá construir o projeto de implementação da estratégia de Employer Branding para apresentar ao Diretor de RH da sua empresa.

Seu foco para essa etapa da construção do Projeto de Conclusão de Curso são os passos 1 a 5. Vamos lembrar cada um deles?

1. Tenha clareza do seu objetivo e defina uma estratégia: esse item já foi bastante delineado nas atividades das aulas anteriores. Cabe a você agora organizar e consolidar as informações dentro da apresentação de seu projeto, explicitando quais são as “dores” ou necessidades estratégicas do negócio, as “dores” ou necessidades estratégicas do negócio do RH que serão atendidas por uma estratégia de Employer Branding.
2. Analise a situação atual: lembre-se de fazer um bom diagnóstico para coletar a percepção dos colaboradores para saber o que na visão deles é importante para sua permanência e o que os levaria para a concorrência. Pense nos aspectos tangíveis e intangíveis. Seria muito legal vocês elaborarem um protótipo de questionário com as perguntas e a forma de tabulação e análise.
3. Invista na comunicação: reflita sobre qual seria a melhor forma de se comunicar interna e externamente. Quem é seu público? Quais canais funcionam para ele? Que tipos de mensagens e conteúdo são fundamentais para sua estratégia de Employer Branding?
4. Identifique o perfil de pessoas desejado: identifique o perfil desejado para os cargos que podem aumentar a produtividade e a competitividade. Defina seu grupo alvo para recrutamento, seleção e retenção, os conhecimentos e habilidades que eles devem ter que são fundamentais para responder aos desafios da organização.
5. Estabeleça atrativos para atingir seu grupo alvo: a partir do mapeamento da situação atual feita na etapa 2, você conhece com boa profundidade quem é seu público e o que ele valoriza. Com base nisso, pense em que tipo de atrativos poderiam atrair o perfil de pessoas que você quer deseja. Nesse momento, você não precisa já detalhar quais são os componentes, como salário, previdência privada, oportunidades no exterior, etc. Esse momento ainda é de reflexão. As seguintes questões podem lhe ajudar:

- O que minha empresa pode entregar para atender às necessidades desse público?
- Como agregar valor ao público-alvo da minha empresa?
- O que esse grupo-alvo realmente busca para disputar uma vaga?

Nas próximas aulas, continuaremos com a elaboração do nosso projeto.

Bons estudos!