

O que podemos esperar sobre a evolução do Employer Branding

Com base na pesquisa Perspectivas para o EB, realizada em novembro de 2018, elaborada pelo Portal Employer Branding Brasil, em parceria com o portal RHpravoce e a revista Profissional & Negócios, podemos afirmar que:

I - A maioria das empresas ainda encontra-se em um estágio inicial de maturidade de práticas de Employer Branding.

II – O maior desafio a ser atingido com o Employer Branding é contratar profissionais com rapidez.

III – O público-alvo prioritário a ser atingido com as ações de Employer Branding são os profissionais da área de tecnologia, universitários e recém-formados.

Assinale a alternativa que contém as afirmações corretas:

Selecione uma alternativa

A Somente III.

B I e III.

C I, II e III.