

## PROGETTO DI EMPLOYER BRANDING

### Modello T.A.R. – Talent Attraction & Retention Area Internal Marketing e HR Management

*Per una importante realtà aziendale produttrice di macchinari industriali, Nomesis ha realizzato il progetto di Employer Branding. La scheda seguente riporta le informazioni relative al progetto e i risultati conseguiti grazie alla creazione di una Employer Branding Strategy e all'implementazione delle azioni necessarie.*

Identikit Azienda	Periodo realizzazione progetto
Headquarter: Nord Italia + 4 stabilimenti	Kick off: gennaio 2016
Popolazione aziendale: 1.500 persone circa	Durata: 18 mesi
Fatturato annuo: 470 milioni di €	Follow up e rilevazione risultati: gennaio 2018

#### Starting point

Dall'incontro preliminare con la Direzione HR e la Direzione Marketing è emerso che da diversi anni le aziende concorrenti si sottraggono a vicenda talenti, in particolar modo figure dal profilo tecnico ed ingegneristico. Ciò ha portato a riflettere su due fronti:

1. individuazione delle leve su cui agire per fidelizzare i talenti presenti in azienda;
2. individuazione degli aspetti da enfatizzare della vita aziendale, per attrarre i nuovi talenti che verranno assunti per rimpiazzare i talenti usciti e precedentemente formati.

Nomesis ha proposto di dotare l'azienda di una **Employer Branding Strategy** tesa a produrre un'immagine aziendale coerente con l'identità dell'impresa intesa come Employer of Choice, attraverso la quale attrarre e fidelizzare le persone di talento e, nel lungo termine, gestire positivamente la conoscenza e la percezione che i collaboratori (attuali e potenziali) hanno dell'azienda come datore di lavoro. Per la realizzazione del progetto, Nomesis ha coinvolto rappresentanti del dipartimento HR, Marketing e Comunicazione.

Attraverso un migliore posizionamento dell'immagine aziendale tra i target utili all'impresa, l'intercettazione delle nuove tendenze nell'Employer Branding, la gestione coerente dell'immagine (on-line e off-line) che i collaboratori hanno dell'azienda e il monitoraggio dei canali attraverso cui veicolarla, sono state poste le basi per la costruzione di una reputazione duratura e positiva in grado di attrarre e trattenere talenti.

#### RISULTATI RAGGIUNTI CON IL PROGETTO TAR (dati medi, confronto dati 2015)

##### TALENT ATTRACTION:

- Presenze ai Career Day e agli eventi dedicati per l'incontro tra l'azienda e i neolaureati e i neodiplomati: +32%
- Richieste ricevute (spontanee) di Stage in azienda: +10%
- C.V. ricevuti (candidature spontanee) tramite ATS: +16%
- Tempo di selezione (per assunzione figure professionali e di middle manager): -25%

##### TALENT RETENTION

- Turnover di figure specifiche ad alta scolarizzazione: -10,6%
- Livello di soddisfazione per il proprio lavoro delle figure professionali assunte dopo il progetto: voto di 8,5\* contro il 7,2\* del periodo precedente;
- Livello di soddisfazione per i percorsi di carriera proposti: voto di 7,8\* contro il 6,5\* del periodo precedente.

\* Su scala da 1 a 10 in cui 1 è il valore minimo e 10 è il valore massimo