

Employer branding ed Employer Value Proposition

Inquadramento

L'employer branding si riferisce al modo in cui un'azienda costruisce, commercializza e comunica il proprio marchio in qualità di datore di lavoro. Per le strutture ricettive è particolarmente importante posizionarsi come datore di lavoro attraente, in quanto il loro successo dipende da personale qualificato e impegnato che garantisce un funzionamento ottimale dell'azienda e un'esperienza positiva per la clientela.

Vantaggi

- Miglioramento dell'immagine del datore di lavoro e aumento dell'attrattiva per il personale attivo e potenziale
- Possibilità di comunicare la cultura aziendale e i vantaggi per le collaboratrici e i collaboratori
- Consolidamento della coesione e della motivazione del personale attuale

Proposte concrete di attuazione

- **Sviluppo di una Employer Value Proposition (EVP, per analogia: posizionamento del datore di lavoro):** rifletta sui vantaggi che la sua struttura ricettiva offre al personale e li formuli come EVP. Chieda al personale cosa caratterizza la sua cultura e perché lavora nella sua azienda.
- **Delinei un talent journey dall'onboarding all'offboarding:** il talent journey descrive il processo che il personale attraversa dal recruiting all'onboarding fino allo sviluppo del personale e del team. Questo le fornirà una buona panoramica delle sue attività.
- **Utilizzo dei social media:** utilizzi i social media per presentare la sua azienda e il suo brand come datore di lavoro. Pubblichì i contributi sul suo personale, sui progetti e sul lavoro quotidiano nel settore alberghiero e in particolare nella sua azienda.
- **Sondaggi tra i collaboratori:** chiedi regolarmente al tuo personale un feedback per migliorare il tuo employer brand. Utilizzi il feedback per migliorare la sua EVP e la sua comunicazione in quanto datore di lavoro.
- **Condurre colloqui di dimissione:** ascolti attentamente per scoprire le vere ragioni per le quali il personale lascia l'azienda. Se si tratta sempre di motivi simili, sa da dove cominciare.
- **Partecipazione alle valutazioni del datore di lavoro:** partecipi alle valutazioni del datore di lavoro come Hotelcareer per rafforzare il suo brand e migliorare la sua competitività sul mercato del lavoro.

Cosa evitare

- Voler essere qualcosa che non si è: in tal modo appropria le persone sbagliate.
- Volere troppo insieme: l'employer branding non può risolvere i problemi da un giorno all'altro. Proceda passo dopo passo e fissi obiettivi intermedi.

In sintesi, il tema employer branding può essere di grande utilità per le strutture ricettive, in quanto contribuisce a migliorare l'immagine come datore di lavoro, ad aumentare l'attrattiva per il personale attuale e potenziale, a comunicare e rafforzare la cultura aziendale e i vantaggi per il personale e a promuovere la coesione e la motivazione del personale attuale. Alcune proposte concrete di attuazione comprendono lo sviluppo di una Employer Value Proposition (EVP), l'uso dei social media, sondaggi periodici tra i collaboratori e le collaboratrici e la partecipazione alle valutazioni dei datori di lavoro.

Employer Value Proposition:

Perché un'EVP risulta sensata: affrontare e implementare!

Un'Employer Value Proposition (EVP) descrive la promessa che un'azienda fa al proprio personale per attrarlo, fidelizzarlo e motivarlo. Essa dovrebbe comprendere i seguenti elementi:

- **Un messaggio chiaro e accattivante:** un'EVP dovrebbe contenere un messaggio chiaro e accattivante che descriva i vantaggi e il valore aggiunto che il personale trae dal lavoro in azienda.
- **Una lingua adatta al gruppo target:** un'EVP dovrebbe essere redatta in una lingua che si rivolga al gruppo target dell'azienda.
- **Una cultura imprenditoriale sostenibile:** un'EVP dovrebbe mettere in risalto la cultura imprenditoriale dell'azienda e dimostrare che essa è un luogo di lavoro in cui il personale viene apprezzato e incoraggiato.
- **Opportunità di carriera:** un'EVP dovrebbe evidenziare le opportunità di carriera nell'albergo e dimostrare che l'azienda investe nello sviluppo continuo del proprio personale.
- **Retribuzione e benefit:** un'EVP dovrebbe evidenziare la retribuzione e i benefit che l'azienda offre al proprio personale e dimostrare che l'azienda retribuisce adeguatamente il proprio personale.
- **Equilibrio tra lavoro e vita privata:** un'EVP dovrebbe sottolineare l'equilibrio tra lavoro e vita privata che l'azienda offre al proprio personale e dimostrare che l'azienda rispetta le esigenze del proprio personale.
- **Orientamento ai collaboratori:** un'EVP dovrebbe dimostrare che l'azienda considera il proprio personale come la risorsa più importante e si prende cura del suo benessere.

Procedura

1. **Chiarire l'obiettivo:** cosa desidera ottenere con l'EVP?
2. **Definire i gruppi target:** a chi ci si deve rivolgere?
3. Identificare e definire i punti di forza, i valori e la cultura dell'azienda
4. Raccogliere i feedback del personale attivo e potenziale, ad esempio tramite sondaggi o interviste.
5. Sviluppare, sulla base delle informazioni raccolte, un messaggio chiaro, semplice e accattivante che descriva i vantaggi e il valore aggiunto che il personale trae dal lavoro in azienda.
6. Integrare questo messaggio nella strategia e nella comunicazione del personale. Si assicuri che tale messaggio sia presente in tutti i canali di comunicazione, compresi il sito web dedicato alle carriere, la presenza sui social media e l'Intranet.
7. Si assicuri che l'EVP sia coinvolta in tutti i touchpoint HR dell'Employee Lifecycle.
8. Monitori periodicamente l'efficacia dell'EVP e la adegui per garantire che sia in linea con le esigenze e le aspettative attuali dei gruppi target.

NB: l'implementazione dell'employer branding è un processo continuo che deve essere controllato e adattato regolarmente per garantire che le misure siano efficaci e rispondano alle esigenze dell'azienda.

Esempi di best practice del settore

- **Hotel Hof Weissbad:** mette costantemente al centro il personale.
- **Swissôtel:** Swissôtel attribuisce grande importanza a una cultura del lavoro positiva e offre al proprio personale corsi di formazione completi e opportunità di sviluppo. È noto per la sua atmosfera di lavoro positiva e per la dedizione del personale.
- **The Dolder Grand:** The Dolder Grand punta su un forte impegno per il proprio personale e gli offre ampie possibilità di formazione e perfezionamento. È noto per la sua cultura imprenditoriale aperta e le sue molteplici opportunità di carriera.