

**Qual é o seu  
employer brand?**

TÍTULO ORIGINAL:

*Qual é o seu Employer Brand? O papel da marca na guerra do talento e na estratégia das empresas*

Copyright © Inês Veloso e Conjuntura Actual Editora, 2018

AUTORA

Inês Veloso

Direitos reservados para todos os países de língua portuguesa

CONJUNTURA ACTUAL EDITORA

Sede: Rua Fernandes Tomás, 76-80, 3000-167 Coimbra

Delegação: Avenida Engenheiro Arantes e Oliveira, 11, 3.º C – 1900-221 Lisboa – Portugal

[www.actualeditora.pt](http://www.actualeditora.pt)

CAPA

FBA

PAGINAÇÃO

João Félix – Artes Gráficas

IMPRESSÃO E ACABAMENTO:

????????

DEPÓSITO LEGAL

????????

Toda a reprodução desta obra, por fotocópia ou qualquer outro processo, sem prévia autorização escrita do Editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infrator.

***Biblioteca Nacional de Portugal – Catalogação na Publicação***

VELOSO, Inês

Qual é o seu employer brand? O papel da marca na guerra do talento e na estratégia das empresas. – (Fora de colecção)  
ISBN 978-989-694-267-0

CDU 005

**INÊS VELOSO**

# **Qual é o seu employer brand?**

**o papel da marca na guerra do talento  
e na estratégia das empresas**





## CONTEÚDO

Prefácio.....	9
1. Era uma vez o employer branding .....	13
• História do employer branding	
• Employer branding vs consumer branding	
• Conceito de employer branding	
2. De desconhecido a buzz word .....	29
• Escassez do talento	
• Gerações Millenial e Z	
• Employer branding é estratégico	
3. Valores que não são euros. ....	49
• Noção de valor	
• O que é o employer value proposition	
• O que deve ser a proposta de valor	
4. Employer ou candidate branding? .....	57
• Ciclo de vida do trabalhador	
• Experiência de candidato e de colaborador	
• Pontos de contacto (touchingpoints)	

5. Lealdade na relação e casamento entre as áreas . . . . .	71
• Dimensões do employer branding	
• Conceito de employer brand loyalty	
• Modelo de governance do employer branding	
6. Aos olhos dos candidatos . . . . .	81
• Awareness e atractividade igual a percepção	
• Randstad employer brand research em Portugal	
• Resultados globais do Randstad employer brand research	
7. Ambição e experiência . . . . .	95
• Recursos humanos como uma área estratégica	
• A cultura da empresa	
• Employee advocates	
8. O que vem a seguir . . . . .	103
• Estratégia de employer branding	
• Implementação da estratégia	
• Importância da medição dos resultados	
9. Copiar, adaptar e colar . . . . .	115
• Casos de referência internacionais	
• Práticas para atração e retenção de talento	
• O impacto das redes sociais	
10. Em Portugal: Microsoft, Delta Cafés e TAP . . . . .	131
• Empresas vencedoras do Randstad employer brand award	
• Empresas respondem na primeira pessoa	
• A importância estratégica do employer branding	

11. Keywords e perturbação final . . . . .	143
• Principais conceitos abordados	
• Definições de alguns estrangeirismos	
• Nota da autora sobre a relevância do tema (utopia <i>vs.</i> perturbação)	
Notas . . . . .	149
Bibliografia . . . . .	153
Livros . . . . .	153
Sites . . . . .	154