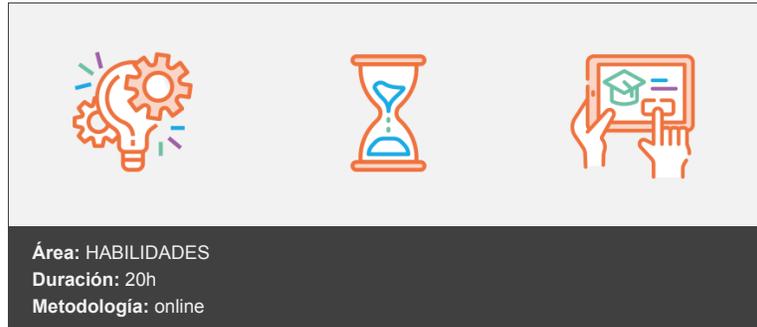


## Employer Branding



### Objetivos

Saber aplicar las nuevas tendencias y herramientas de reclutamiento en los procesos de captación de perfiles profesionales con especial atención a las redes sociales.

Aplicar una estrategia de comunicación alineada con los valores de la organización a la hora de incorporar candidatos tras un proceso de selección.

Aplicar el procedimiento de onboarding o acogida establecido por la organización en el momento de la comunicación positiva al candidato.

Aplicar el protocolo de no seleccionado aquellos candidatos que finalmente no se incorporan a la organización cuidando siempre el feedback otorgado y recogiendo aquellas apreciaciones que los candidatos nos trasladen acerca del proceso de selección.

Identificar la potencialidad del seleccionador para convertirse en elemento de atracción de candidatos.

Aprender a desarrollar pautas y comportamientos profesionales que ayuden a posicionar al seleccionador en el mapa del mercado de trabajo.

Trabajar canales de comunicación online para convertir el perfil profesional del seleccionador en un elemento de atracción del talento a la organización.

Conocer el concepto de Employer Branding y su importancia para nuestra reputación en el mercado laboral.

Aprender a desarrollar acciones y protocolos que ayuden a reforzar nuestra marca empleadora.

Conocer las principales acciones negativas que pueden afectar a nuestra reputación como marca empleadora.

### Contenidos y estructura del curso

1. Tendencias actuales en el ámbito del reclutamiento.
2. Herramientas digitales para el reclutamiento de candidatos.
3. LinkedIn como herramienta para el reclutamiento y la selección.
  - 3.1. ¿Qué es LinkedIn y por qué debemos usarlo?
  - 3.2. Desarrollo de un perfil 10.
  - 3.3. Funciones básicas de LinkedIn en el proceso de reclutamiento.
4. La comunicación en el proceso de selección.
5. Aspectos clave para una comunicación eficaz.
  - 2.1. Errores en la comunicación con candidatos.
  - 2.2. Candidato seleccionado, y ¿ahora qué?
  - 2.3. Impacto de la comunicación en la imagen de marca de la empresa.
6. El plan Onboarding.
  - 3.1. Elementos clave de un plan Onboarding.
  - 3.2. Beneficios de desarrollar un plan de onboarding.
  - 3.3. Errores más comunes en la implantación y desarrollo de un plan de onboarding.
  - 3.4. Consejos para la implantación exitosa del plan de onboarding.
7. Comunicación con los no seleccionados.
  - 4.1. Claves para dar feedback negativo o de mejora.

8. Acciones de mejora.
9. La figura del seleccionador como actor clave en el proceso de atracción del talento.
  - 1.1. Alineamiento seleccionador-empresa.
  - 1.2. La figura del seleccionador en la experiencia del candidato.
  - 1.3. Falsas creencias en torno a la figura del seleccionador.
10. Habilidades y competencias para convertirse en un seleccionador de referencia.
  - 2.1. Comunicación.
  - 2.2. Capacidad de análisis.
  - 2.3. Habilidades sociales.
  - 2.4. Inteligencia emocional.
11. Evolución del perfil del seleccionador para adaptarse al contexto laboral en el medio plazo (horizonte 2030).
  - 3.1. Redes sociales como herramienta clave para la búsqueda de talento
  - 3.2. La marca personal del seleccionador.
  - 3.3. El seleccionador 2.0.
  - 3.4. Retos futuros del seleccionador.
12. El Employer Branding: concepto y aspectos clave.
  - 1.1. Definiendo el Employer Branding y su importancia en la organización.
  - 1.2. Beneficios e inconvenientes de trabajar el Employer Branding.
  - 1.3. Employer Branding y generaciones profesionales.
  - 1.4. Employer Branding y orgullo de pertenencia.
  - 1.5. Embajadores de marca.
13. Paso a paso para desarrollar una estrategia de Employer Branding.
  - 2.1. Definir nuestra cultura corporativa.
  - 2.2. Definir segmentos de mercado.
  - 2.3. Trabajar en nuestra propuesta de valor al empleado (EVP).
  - 2.4. Trabajar en la estrategia de visibilidad y comunicación.
  - 2.5. Medir y realizar las adaptaciones necesarias.
14. Casos de éxito de Employer Branding.
15. Errores a evitar en nuestra estrategia de marca empleadora.
  - 4.1. Claves para superar una crisis de Employer Branding
  - 4.2. Claves para potenciar nuestro Employer Branding.

## Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias... Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

## Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:  
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería



