

Guia completo do RH

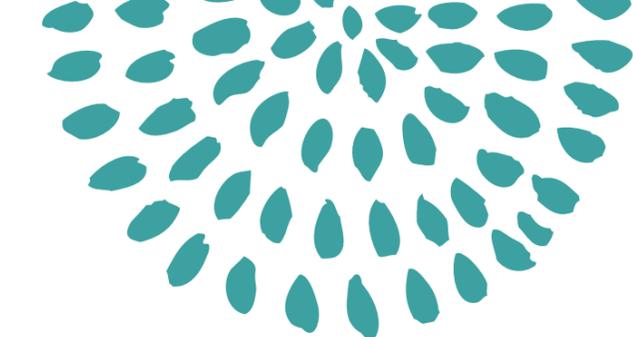


Atrair
Recrutar
Integrar
Manter



Michael Page





Talentos

O principal ativo de uma empresa

Profissionais inteligentes, especializados e comprometidos não são fáceis de achar. Mas as empresas sabem que só é possível crescer e inovar com uma boa equipe e, por isso, estão sempre de olho nos talentos.

Estudos confirmam esse ambiente de “**guerra de talentos**”. Em [pesquisa realizada recentemente](#), a empresa de recrutamento e seleção Michael Page perguntou a cerca de 17 mil profissionais da América Latina sobre qual será a área de suas organizações que receberá mais investimentos em 2018.

30%

Dos entrevistados

A opção “expansão da capacidade operativa” apareceu em primeiro lugar

52%

Dos executivos

Gostariam de recrutar novos talentos para suas equipes



Há duas

Opções

para as companhias
que querem ser um
hub de talentos.

Elas podem contratar profissionais de fora
ou desenvolver quem já está dentro de casa.



Em ambos os casos, a atração é o primeiro passo para construir um time excelente. Afinal, os profissionais jovens, que têm potencial para se desenvolver, **precisam desejar trabalhar na sua empresa desde cedo**, e os mais experientes, que demonstrem conhecimento acima da média e já tenham passado por outros lugares, **precisam enxergar que há espaço para eles**.

Diante deste cenário, é natural que você se faça algumas perguntas, como “o que fazer para atrair os profissionais que farão a diferença na minha empresa?”. Este guia pretende respondê-las em quatro etapas: **atração, recrutamento, integração e permanência**.

Criado pela SOAP em parceria com a Michael Page e o Great Place to Work (GPTW), o conteúdo reúne o que as três empresas têm de

melhor a oferecer para a área de RH



Especializada em soluções para apresentações profissionais, a SOAP compartilha conceitos de comunicação interpessoal, de cultura e de marca

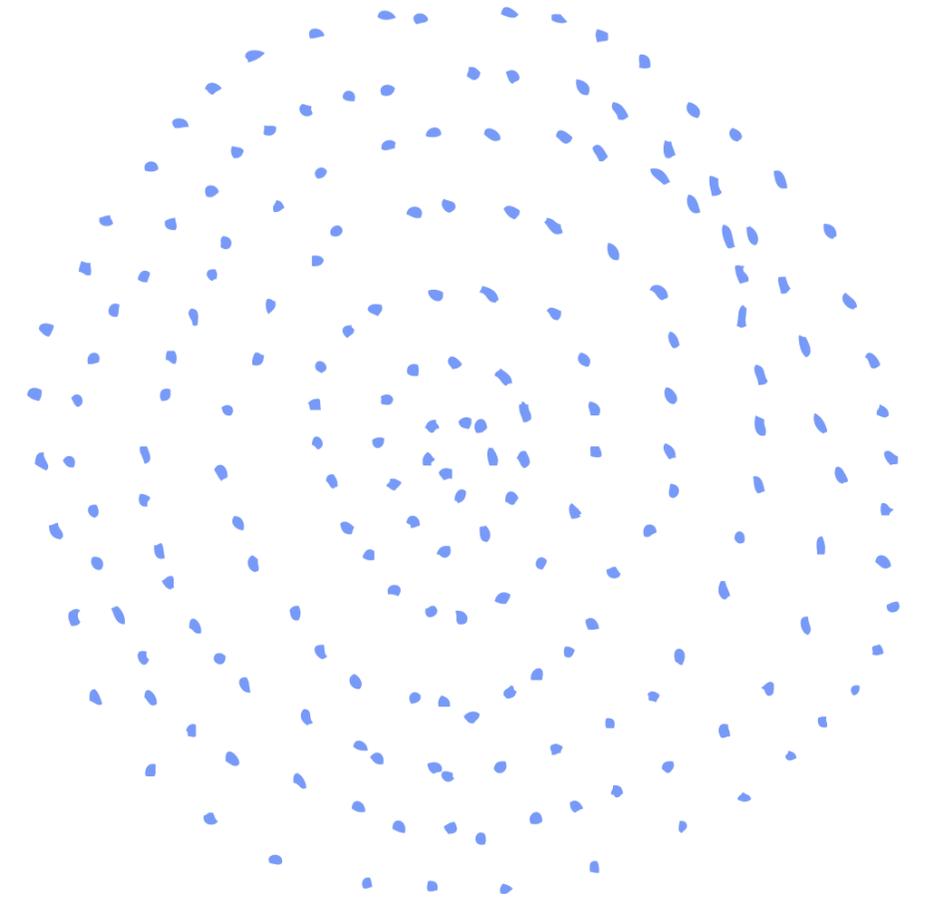


Um dos maiores players mundiais em recrutamento, a Michael Page traz orientações sobre como elaborar processos seletivos mais eficazes e como recrutar profissionais mais adequados à sua cultura

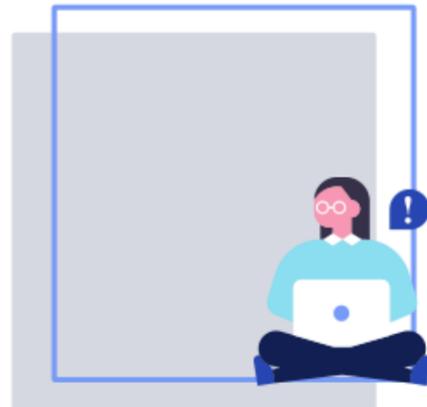


Referência global em avaliação de ambiente de trabalho, o GPTW revela o que torna uma empresa atraente aos olhos do mercado — e dos talentos que você deseja atrair

Atrair



Recrutar



Integrar



Manter





Atração - Ímãs de talentos

A consultoria global **Great Place to Work (GPTW)** elabora uma lista das organizações mais desejadas pelos profissionais e realiza frequentes estudos que ajudam a compreender como essas empresas transformam-se em ímãs de talentos.

De acordo com Lina Nakata, gerente de conteúdo do GPTW, o segredo é a “boa reputação”. As **150 companhias** que entraram no ranking brasileiro de 2017 receberam, em média, 55 mil currículos no ano, ante 45 mil no ano anterior — **um aumento de 22%**. E tudo indica que, em 2018, este aumento será ainda maior.

Atualmente, com **ferramentas e técnicas** cada vez mais adequadas de seleção, quanto mais currículos uma empresa recebe, melhor, pois maiores são as chances de contratar os talentos mais cobiçados do mercado.

O que explica essa boa reputação?
Como as empresas tornam-se
tão atraentes para o mercado
de trabalho? Do ponto de vista do
GPTW, uma organização revela-se
como um ímã de talentos quando:



Possui um
ambiente
de confiança

1

Possui ótimas práticas
organizacionais em
gestão de pessoas

2

Possui liderança
preparada
e capacitada
para as equipes

3

Os segredos do

magnetismo



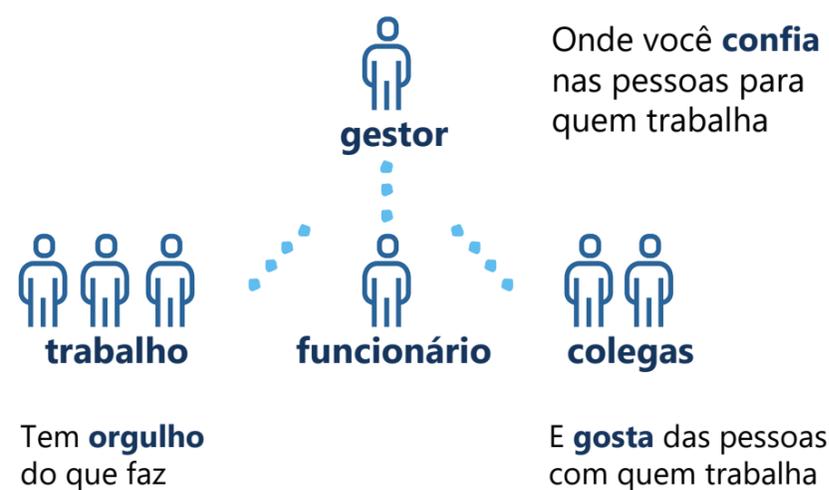
Confira agora como são avaliados
cada um desses pontos, com
lembretes importantes para sua
companhia considerar na sua
estratégia de atração:



Ambiente de **confiança**



Na visão do Funcionário



De acordo com o GPTW, para ser confiável, o ambiente de trabalho de uma empresa precisa atender a cinco dimensões principais: **credibilidade, respeito, imparcialidade (senso de justiça), orgulho e camaradagem.** Os três primeiros itens são de responsabilidade dos líderes: valores que devem ser transmitidos pelos gestores às suas equipes.

Importante: talentos buscam oportunidades de carreira. Ambiente de trabalho confiável também é aquele em que os talentos enxergam potencial de crescimento. A oportunidade de carreira é, hoje, um dos principais atrativos de uma vaga para os profissionais que buscam uma nova colocação – seguida de perto pela remuneração.

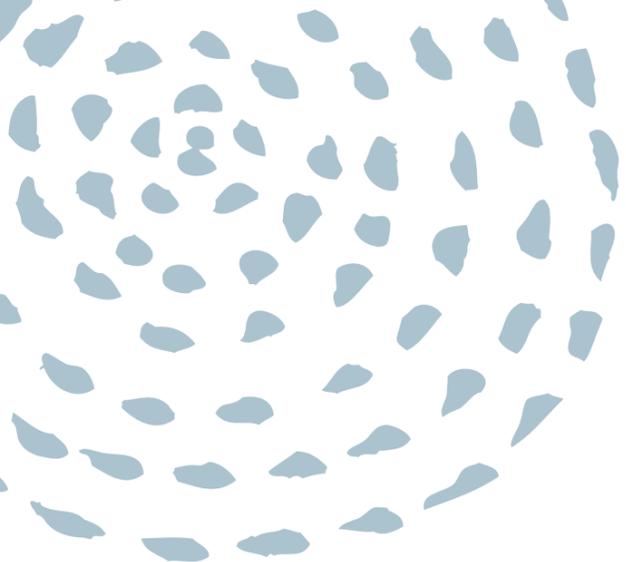
Representantes das denominadas gerações **Y** e **Z**, principalmente, tendem a permanecer no mesmo emprego por um período curto:



Isso porque a **monotonia**, a falta de perspectiva de crescimento e a necessidade de se adequar a uma rotina sem possibilidade de inovação são verdadeiros repelentes para os jovens talentos



O crescimento dentro da empresa **transmite um sentimento de progresso**. Se a sua empresa tem uma cultura de crescimento, não deixe de promover essa característica



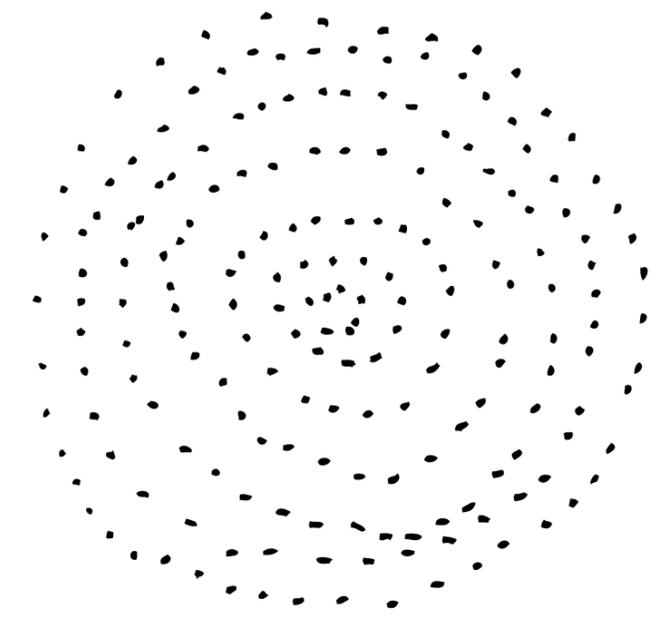
Ótimas práticas
organizacionais
em

gestão de pessoas



Para verificar este quesito, o GPTW solicita um documento chamado "**Culture Audit**" e avalia as "**Práticas Culturais**", que são descritas pelas empresas em nove categorias. Lina Nakata explica: "Entendemos que uma empresa com boas práticas culturais consegue atingir seus objetivos com pessoas que dão o melhor de si e que trabalham em equipe".

O GPTW considera que uma empresa possui boas práticas culturais quando ela **consegue inspirar seus colaboradores, falar a verdade com todos eles e escutar com sinceridade**. "A comunicação dentro da empresa exerce papel fundamental na boa reputação dela", diz Lina. Mais à frente, veremos como este ponto pode ser trabalhado na sua organização.



Importante:
Talentos querem se
identificar com os



valores

da empresa



Falando em **cultura organizacional**: preocupe-se em transmitir os valores da sua empresa. Um bom salário ainda é um forte atrativo para candidatos, mas já não é suficiente para conquistar talentos. Profissionais de alto desempenho escolhem **trabalhar em empresas com as quais tenham um forte alinhamento com seus valores pessoais**. Portanto, seja transparente sobre o que a empresa valoriza e quais princípios ela segue.

Promover os valores e a cultura de sua empresa é um diferencial para encontrar profissionais que se tornarão verdadeiramente engajados. **A comunicação deve ser transparente e verdadeira**. Por exemplo: se a sua organização tem como código de vestimenta o uso de terno e gravata, isso deve ser dito claramente. Ao fazer isso, é possível que você perca talentos? Sim, provavelmente. Mas, pode ter certeza, serão atraídos apenas perfis que combinam realmente com a organização. **A identificação com essa forma de pensar, além de aproximar você de um possível candidato, também funciona como um instrumento de retenção dos talentos conquistados.**

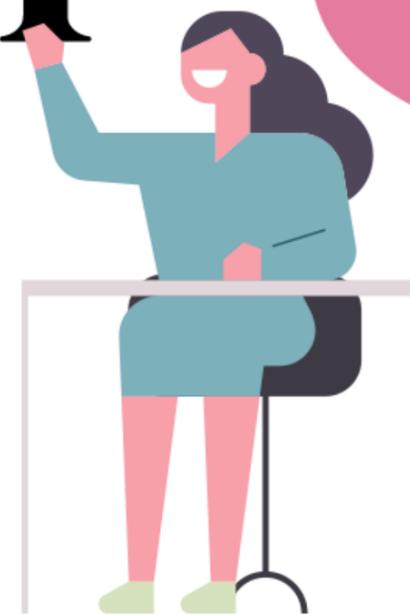
Para explicar quais são a cultura e os valores da sua empresa, **não é preciso esperar o candidato visitar pessoalmente o escritório**. Dá para transmiti-los antes, de outras maneiras. O jeito de ser e de trabalhar é comunicado toda vez que um executivo dá uma palestra, quando a equipe de RH faz o recrutamento em faculdades e a cada post feito nas redes sociais.

Essa comunicação que acontece da porta para fora da empresa é fundamental para construir uma

Reputação

Mas não se esqueça!

A reputação não pode ser inventada, mas sim espelhar o que de fato acontece. **É preciso haver congruência na comunicação**. Se a empresa é mais formal, deve se comportar assim nas redes sociais, em vez de adotar um tom mais informal em uma tentativa de agradar a um público específico.



Liderança

preparada



“ Não adianta uma empresa ter boas práticas organizacionais se o ambiente não for agradável e de confiança”.

- explica Lina.

Para que isso aconteça, os líderes precisam ser preparados, saber lidar com pessoas, transmitindo a cultura da empresa, inspirando e ouvindo.

Um exemplo é o que o GPTW chama de [Giftwork®](#): recompensas com que o gestor precisa trabalhar como se fossem **presentes**, geralmente de baixo ou nenhum custo, mas que causam impacto de alto valor nos colaboradores. Por exemplo, um elogio sincero, um reconhecimento público na área ou na empresa, um vídeo de agradecimento com a família.

Se a liderança for inspiradora, o mundo ficará sabendo de alguma forma. Não dizem por aí que a maioria das pessoas pede demissão do chefe e não do emprego? Pois é. Ter gestores que são mais solução do que problema terá um impacto na satisfação do profissional. E é muito provável que um profissional satisfeito e consciente de sua importância para a empresa fale bem dela para conhecidos, gerando uma boa reputação.

Importante:
Talentos buscam

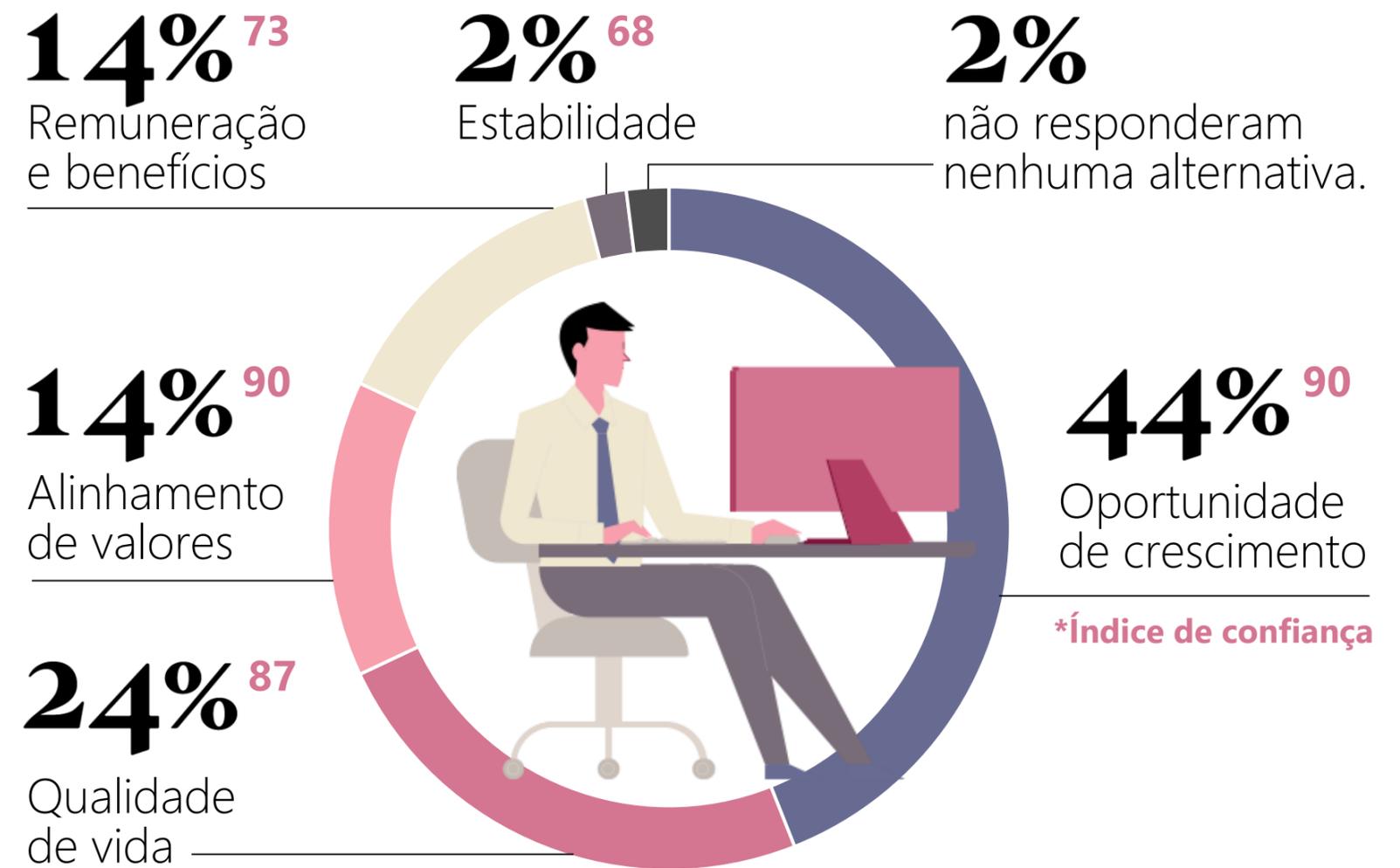
equilíbrio

entre a vida pessoal e profissional



Fonte: <https://www.gptw.com.br/institucional/noticias/porque- apenas-salarios-e-beneficios-nao-sao-suficientes.htm>

Falando em recompensas, é fundamental você considerar aquelas que mostrem que sua empresa se preocupa com o lado pessoal dos colaboradores. Mas isso não significa que novos talentos queiram trabalhar menos. De acordo com pesquisa recente do GPTW, o que a maioria das pessoas procura, em uma nova colocação, são oportunidades de:





Tomemos o **exemplo da Microsoft**: recentemente, a empresa redefiniu algumas de suas políticas de RH, trazendo para o Brasil o Family Caregiver.

O programa consiste em uma licença especial remunerada que permite, aos funcionários, um afastamento de até quatro semanas por ano, caso precisem cuidar de algum parente ou amigo com problemas de saúde.

Qualidade de vida



A SOAP, para oferecer mais qualidade de vida a seus colaboradores, criou o programa SOAPFlex, com os seguintes itens:

(E o GPTW também adota práticas muito semelhantes.)



Possibilidade de home office uma vez por semana



Frutas todos os dias de manhã



Day-off no dia do aniversário



Horários flexíveis de entrada e saída



O poder da comunicação

na atração de talentos

Como essa é a essência do trabalho da SOAP, aqui vão algumas dicas para **aprimorar sua comunicação interna**:

Uma estratégia bem-sucedida de atração de talentos passa, necessariamente, por uma boa comunicação interna. Ou seja, transmitir a mensagem certa e relevante para a equipe, de acordo com o perfil de cada um de seus colaboradores.



1

Seja simples, claro e direto nos canais oficiais de comunicação, não dando margem a interpretações "alternativas"

2

Conscientize todos os gestores que uma das atividades essenciais da liderança é se comunicar com seus subordinados e esclarecer dúvidas e posicionamentos da empresa em múltiplas questões

3

Iniciativas mirabolantes, como rede social interna, programas de televisão corporativa e outras "novidades" bem custosas jamais vão substituir o velho e bom "olho no olho"

4

Agilidade e disponibilidade são fatores-chave: o bom gestor está sempre disponível para sanar dúvidas e mal-entendidos

5

Confiança é tudo: o que é falado deve ser cumprido. À risca. Sempre. Sem exceções.

6

Ouvir, por vezes, é tão importante quanto falar



Explicamos: ao comunicar corretamente valores, [dar feedbacks](#) e compartilhar conquistas, é possível manter os profissionais que já estão dentro da empresa envolvidos, satisfeitos e motivados. E quem melhor do que os próprios funcionários para falar bem sobre a companhia?

Hoje, por meio das redes sociais, os profissionais têm acesso à reputação interna da empresa a cuja vaga pretendem se candidatar. Essa exposição de informações é possível graças a projetos como o Love Mondays, Gallup e Glassdoor, plataformas nas quais pessoas avaliam as organizações onde trabalham. Esses canais também costumam ser considerados pela mídia como fontes de informação, tamanha é a seriedade com que são encaradas as avaliações.



Mas o que tudo isso tem a ver com

atração

de gente de fora?

Além disso, os rankings de [melhores empresas para trabalhar](#), como aqueles elaborados pelo GPTW, que atualmente são cerca de 40 por ano - regionais, setoriais e temáticos -, tornam-se referências importantes para conhecer essa classificação dos próprios colaboradores. **Veja agora como você pode melhorar a reputação da sua empresa nesse sentido:**

A maneira como uma vaga é descrita atrai ou repele possíveis candidatos. Isso porque essa apresentação será o primeiro contato entre a empresa e um talento.

Para que o anúncio atraia, ele precisa ser claro, sucinto e franco em relação à função e às expectativas do cargo. Nele, evite descrever um candidato irreal, alguém sem nenhuma falha e que preencha todos os requisitos da vaga – **afinal, você está lidando com seres humanos**. Informe as principais funções e responsabilidades do cargo, ressaltando de que maneira ele contribui para a missão da empresa. Pessoas com alto potencial não estão interessadas em atividades isoladas; elas querem saber de que tipo de empresas e realizações farão parte – algo que tenha propósito e significado.



Descrivendo
uma vaga



Divulgando

uma vaga

De acordo com a **Development Counsellors International (DCI)**, empresa especializada em marketing de desenvolvimento econômico e geração de leads, **a principal fonte de informação sobre vagas dos profissionais hoje são os amigos e colegas de trabalho**. Isso torna o envolvimento e a motivação dos colaboradores ainda mais importante.

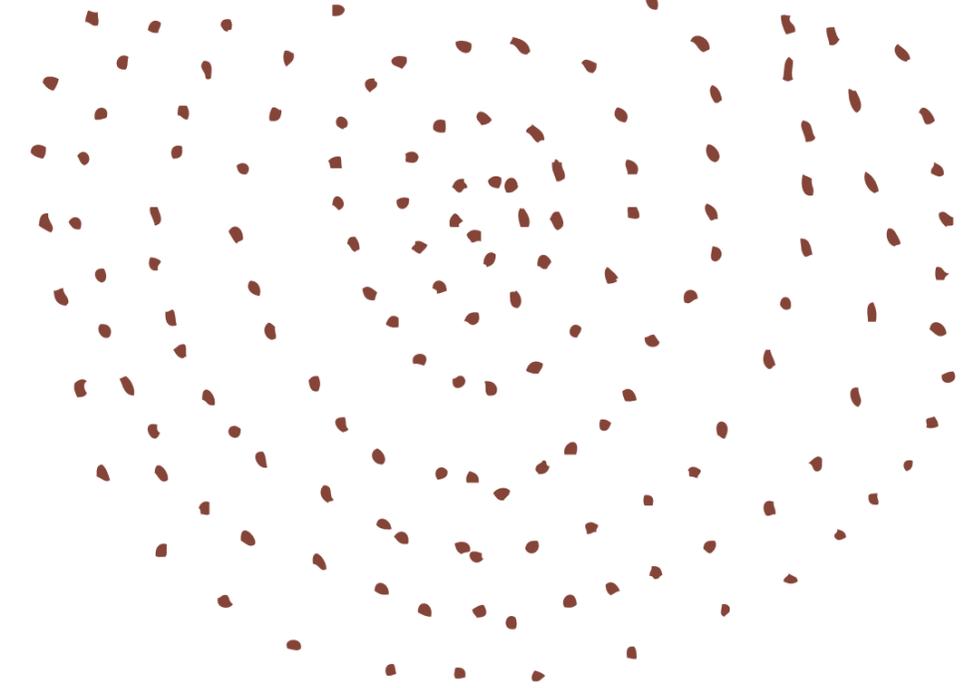
Para estimular que o próprio time da empresa ajude a **atrair possíveis talentos**, há ferramentas como a indicação premiada. Algumas empresas, como o GuiaBolso, a Resultados Digitais e a própria Michael Page, passaram a adotar a metodologia, que nada mais é do que uma maneira de **recompensar financeiramente indicações que deram certo**. Assim, quando um funcionário indica uma pessoa e ela é contratada, os dois recebem uma quantia a ser partilhada.



Fãs em vez de candidatos

Todas essas iniciativas contribuem para melhorar a reputação de uma empresa, mas ainda falta mencionar um ponto fundamental: **o comportamento dos porta-vozes da organização**. Se passam credibilidade, se são coerentes, se são transparentes. O líder inspirador costuma fazer com que sua empresa seja mais valorizada.

Elon Musk, CEO da Tesla e da SpaceX, é um bom exemplo. Musk demonstrou ao longo de sua carreira que é um **líder empático com os funcionários**. Por exemplo: [ele anunciou que qualquer acidente sofrido por um funcionário durante a construção de um veículo da Tesla fosse reportado diretamente a ele.](#)



Tudo isso faz a diferença, porque, ao tornar-se reconhecida e desejada, quando for necessário recrutar novos talentos, **uma empresa poderá atrair fãs em vez de candidatos**. Perfis engajados, que já conheçam a sua cultura organizacional e o seu dia a dia, dispostos a crescer e a inovar com a empresa. Mas o que fazer depois que eles foram atraídos? Como garantir que o recrutamento vá selecionar os melhores entre eles? **As respostas virão na próxima parte deste e-book, no mês que vem! Até lá!**

As Empresas

Michael Page

Um dos maiores players mundiais em **recrutamento especializado**, a Michael Page foi fundada na Inglaterra, em 1976, e chegou ao Brasil em 2000. Somos parte do PageGroup, uma rede global que opera em mais de 30 países nos 5 continentes.

Por aqui, trabalhamos todos os dias com o **propósito de mudar a vida das pessoas por meio de um dos seus maiores sonhos: a ascensão profissional**.

Nossas vagas são conduzidas por consultores especialistas em suas áreas de atuação, garantindo um melhor alinhamento de expectativas junto ao RH e ao requisitante da vaga.

www.michaelpage.com.br



O GPTW é a autoridade global no mundo do trabalho e especialista em transformar a sua organização em um Great Place to Work. Com a [Consultoria GPTW](#), ajudamos você a aproveitar o melhor das pessoas, atingir resultados excepcionais e, acima de tudo, sustentáveis.

Reconhecemos as [Melhores Empresas para Trabalhar](#) e, além disso, abrimos a possibilidade de valorizar mais empresas com o lançamento do [Programa de Certificação GPTW](#).

Better for people. Better for business. Better for the world

www.gptw.com.br



No mercado desde 2003, a SOAP é a empresa pioneira no Brasil em **oferecer soluções de comunicação para apresentações estratégicas e reuniões decisivas**.

Além de construir roteiro e visual de apresentações, ensinamos tudo que aprendemos nesses 15 anos em nossos **8 cursos**:

- [SOAP Apresentações](#)
- [SOAP Visual](#)
- [SOAP Slides](#)
- [SOAP Apresentador](#)
- [SOAP Confiança](#)
- [SOAP Elevator Pitch](#)
- [SOAP Formação de Facilitadores](#)
- [SOAP Comunicação Interpessoal](#)

www.soap.com.br

Guia completo do RH



Atrair
Recrutar
Integrar
Manter

Michael Page

