

## Los diez puntos clave para una estrategia de employer branding, según Wam Global

**Aunque gran parte de las empresas trabajan ya sus estrategias de employer branding para captar talento, todavía son pocas las que aprovechan todo su potencial. Por esta razón, We are Marketing, la división de marketing de la consultora de transformación digital Wam Global ha preparado un decálogo sobre cómo aprovechar las redes sociales corporativas para dirigirse al talento de una forma sencilla, rápida, asequible y, sobre todo, muy eficaz**

Según ha informado Wam Global en un comunicado, el employer branding es una oportunidad de convertir a los empleados de una organización en embajadores de la marca y de "lograr que el talento llame a tu puerta, gracias a la comunicación en redes sociales". Sin ir más lejos, la consultora para la transformación digital recuerda que un estudio de LinkedIn revela que el 52% de los aspirantes a un puesto de trabajo se informa sobre las empresas a través de redes sociales antes de enviar su candidatura. Y, es más, el 69% de los candidatos no se postulará para un puesto si lo que ve en las redes sociales sobre una organización no le gusta, incluso aunque esté desempleado.

Por esta razón, "una buena estrategia de employer branding empieza por un programa de fidelización de empleados", prosigue el comunicado de WAM Global. Es decir, el primer paso, es crear un buen ambiente laboral y ofrecer unas condiciones atractivas para que la propia plantilla se convierta en embajadora de la empresa. Así, serán los trabajadores, desde su propia experiencia, los que se encargarán de comunicar al mundo exterior las ventajas de trabajar en la organización.

"El objetivo de las estrategias de employer branding debe ser posicionar a la organización como uno de los mejores lugares en los que trabajar para diferenciarse de la competencia y atraer candidatos de alta calidad; y, al mismo tiempo, fidelizar a los empleados", explica Sara Rodríguez - Borlado, Social Media Specialist de We are marketing, part of Wam Global.

Por todo ello, la división de marketing de la consultora de transformación digital Wam Global, ha elaborado esta lista de claves para mejorar el employer branding de una empresa:

1. Motivar a los empleados y fomentar el orgullo de pertenencia.
2. Ofrecer formaciones para que todo el equipo de profesionales de la compañía disponga de conocimientos básicos en redes sociales. De este modo, "ellos mejorarán su marca personal y la empresa impulsará su employer branding".
3. Convertir a los trabajadores en protagonistas en las redes sociales corporativas y compartir sus posts.

4. Reconocer el trabajo a través de redes sociales, destacando la excelencia y los objetivos alcanzados.

5. Aplica el truco de las 3T:

Transparencia: mostrar los valores de la empresa, la forma de trabajo y los objetivos tanto al equipo como al exterior.

Talento primero: es importante humanizar y poner al equipo en el centro.

Todo el equipo: para conseguir el éxito, todos los empleados tienen que involucrarse.

6. Hacer que RRHH y Marketing trabajen de la mano: el employer branding es transversal a toda una compañía y requiere a un equipo multidisciplinar en el que intervienen, por igual, los departamentos de Marketing, RRHH y Comunicación. "Todas las partes han de estar igual de involucradas para alcanzar los objetivos", recuerda la división de marketing de la consultora de transformación digital Wam Global,.

7. Compartir buen contenido: las redes sociales permiten ser creativos, utilizar diferentes formas y crear una historia alrededor de cada marca. Las organizaciones deben ayudar a sus seguidores a imaginarse a sí mismos trabajando en una empresa.

8. Elegir el canal adecuado: a la hora de crear una estrategia de employer branding hay que tener claros cuáles son los objetivos de la compañía para elegir qué canales le ayudarán a lograrlos. Si, por ejemplo, quieres una organización busca captar talento creativo, quizás le interese estar en Instagram principalmente.

9. Definir los canales y adaptar el contenido a cada uno de ellos. Evita copiar y pegar la misma publicación en todas las redes. Respeta la naturaleza de cada una de ellas y conseguirás conectar mejor con su audiencia.

10. En definitiva, trabajar la cultura interna de la compañía para conseguir que los empleados sean embajadores orgullosos de la marca

**Datos de contacto:**

Luis Núñez

667574131

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Marketing E-Commerce](#) [Recursos humanos Digital](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>