

# Employer Branding & Employee Branding

του Βασιλείου Σπόκου

## Γιατί οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις θα πρέπει να επενδύσουν στους εργαζόμενους τους.

Ο κλάδος του τουρισμού και ιδίως αυτός των ξενοδοχείων βρίσκεται σήμερα αντιμέτωπος με μια μεγάλη έλλειψη προσωπικού καθώς πολλοί εργαζόμενοι λόγω των αλλαγών που προκάλεσε η πανδημία άλλα και από τις παθογένειες ενός τουριστικού συστήματος που δεν είναι πλέον βιώσιμο, επιλέγουν να αλλάξουν επαγγελματικό προσανατολισμό με αποτέλεσμα να υπάρχει μια συνεχής αιμορραγία στελεχών από τον κλάδο και νέοι να μην επιλέγουν τον τουριστικό κλάδο για να σταδιοδρομήσουν επαγγελματικά.

Οι συνθήκες εργασίας στον χώρο που διαταράσσει την ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής των εργαζομένων με το φόρτο εργασίας χωρίς καμία αναδιανομή καθηκόντων (Poor management), αποτελούν τις βασικότερες αιτίες και τις παθογένειες που αιμορραγεί σήμερα ο κλάδος του τουρισμού.

## Ποια η διαφορά μεταξύ της επωνυμίας εργοδότη (Employer) και υπαλλήλου (Employee) και πώς συνεργάζονται.

Πολλοί άνθρωποι όταν ακούνε τον όρο «branding» σκέφτονται αυτόματα το μάρκετινγκ και τις προσφορές. Πράγματα όπως σελίδες μέσω κοινωνικής δικτύωσης, έντυπες διαφημίσεις, λογότυπα εταιρειών και προωθήσεις πωλήσεων αρχίζουν να κατακλύζουν το μυαλό μας.

Ενώ ο κύριος στόχος όλων αυτών είναι η ανάπτυξη της αναγνωσιμότητας της επωνυμίας, συχνά παραμελούμε να κατανοήσουμε την αξία του branding των εργαζομένων και του branding εργοδότη, στρατηγικές που μπορούν να αποφέρουν ευνοϊκά αποτελέσματα για τον οργανισμό εάν συνεργαστούν.

- Σύμφωνα με πρόσφατες μελέτες οι στατιστικές δείχνουν ότι, το 96% των οργανισμών πιστεύει ότι το employer branding μπορεί να επηρεάσει τα έσοδα θετικά ή αρνητικά. (CareerArc)

- Το 78% των ατόμων που αναζητούν εργασία λέει ότι η φήμη της εταιρείας είναι ένας σημαντικός

παράγοντας λήψης αποφάσεων κατά την υποβολή αίτησης για εργασία. (Talent Adore)

- Οι 9 στους 10 υποψήφιους θα κάνουν αίτηση για εργασία όταν ο εργοδότης έχει ένα ισχυρό εργασιακό Brand. (Workable)

Το **Employer Branding** ορίζεται ως η φήμη μιας εταιρείας ως επωνυμία και η αξία που μπορεί να προσδώσει σ' έναν υπάλληλο της.

### Τα οφέλη του Employer Branding:

- Δημιουργία ελκυστικού περιβάλλοντος εργασίας.
- Δημιουργεί πρόταση αξίας που απευθύνεται στους εργαζόμενους (EVP)
- Καλλιεργεί το Brand της επιχείρησής ως εργοδότη
- Δίνει τη δυνατότητα να βελτιώσουν τη δεξαμενή ταλέντων και τους βοηθά στην προσέλκυση και τη διατήρηση ταλαντούχων ανθρώπων.
- Επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες και οι υποψήφιοι αντιλαμβάνονται την επωνυμία σας.

### Παράγοντες που επηρεάζουν το Employer Branding:

- Οι μισθολογικές αποδοχές.
- Οι εργασιακή ασφάλεια.
- Το εργασιακό περιβάλλον.
- Η ισορροπία μεταξύ εργασιακής και προσωπικής ζωής.
- Οι προοπτικές εξελίξεις.
- Οι αξίες, κουλτούρα και ηθική της εταιρείας.
- Η αναγνωσιμότητα των υπαλλήλων (επιβράβευση της προσφοράς τους).
- Τα εργασιακά οφέλη.

Ο ορισμός του **Employee Branding** μπορεί να περιγράψει ως το πόσο γίνεται αντιληπτή η εικόνα της εταιρείας από τους υπάρχοντες και τους δυνητικούς εργαζόμενους.

Πιο πρακτικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι μια διαδικασία στην οποία οι εργαζόμενοι προβάλλουν την εικόνα της επιχείρησης σε πελάτες, σε

δυνητικούς υποψήφιους εργαζόμενους αλλά και σε κάθε ενδιαφερόμενο.

Ποια είναι λοιπόν η ιδέα πίσω από το Employee Branding, να μετατρέψετε τους εργαζόμενους σε πρεσβευτές του Brand σας, να μιλούν για την εταιρεία σας και να μεταφέρουν αυτές τις αξίες εξωτερικά από στόμα σε στόμα (WoM).

### Οφέλη του Employee Branding:

- Εναρμόνιση του personal και του corporate brand.
- Υιοθέτηση των αξιών του εταιρικού brand από τους εργαζόμενους
- Οι εργαζόμενοι γίνονται αναπόσπαστο τμήμα του Brand και πρεσβευτές του στους πελάτες.
- Δημιουργεί οικονομίες κλίμακας.
- Βελτιώνει την εικόνα της εταιρείας στα Social Media.
- Ενισχύει τη διαφάνεια και την εμπιστοσύνη στην εταιρεία.

Η θεμελιώδης διαφορά μεταξύ των δύο όρων είναι ότι ο ένας εστιάζει στο πώς να προσελκύσει κόσμο ενώ ο άλλος έχει να κάνει με άτομα που είναι ήδη μέλη της εταιρείας. Δηλαδή με το πώς διαχειριζόμαστε τον κύκλο ζωής των εργαζομένων και πώς παίρνουμε μια καλή κριτική από τους υπαλλήλους μας. Εάν οι τρέχοντες υπάλληλοί σας είναι ικανοποιημένοι και ευχαριστημένοι με τη δουλειά τους, τους συναδέλφους τους, τους εργοδότες τους και το συνολικό εργασιακό τους περιβάλλον, τότε το Brand του εργοδότη θα αναπτυχθεί.

Η εταιρεία θα πρέπει να εφαρμόζει στο ανθρώπινο δυναμικό την πολιτική του People Marketing. Δηλαδή να αναπτύσσει και να καλλιεργεί μια προσέγγιση των εργαζομένων αντιμετωπίζοντας τους όπως ακριβώς τους πελάτες της, να τους γνωρίζει και να ακούει τις εμπειρίες τους.

Θα πρέπει λοιπόν τα ξενοδοχεία να επενδύσουν στην στρατηγική του Employer Branding και του

Employee Branding ως επίκεντρο της διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού καθώς αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για την αντιμετώπιση του ραγδαία αυξανόμενου ανταγωνισμού και διαχείριση της φήμης τους, η οποία διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην προσέλκυση νέου εργατικού δυναμικού.

Επομένως, πριν αναζητήσετε στελέχη για την επιχείρησή σας είναι σημαντικό να αναρωτηθείτε αν και πώς εφαρμόζω στην εταιρεία μου τους δυο σημαντικούς αυτούς όρους.

**Η επένδυση στους εργαζόμενους είναι η καλύτερη στρατηγική!**



Σπόκος Βασίλειος, MSc  
Hospitality consultants  
and financial advisor