



José Bancaleiro, Chief Executive Officer (CEO) da HumanCap International – Executive Search & Talent Management
jose.bancaleiro@humancapinternational.com

RH E NOVAS TECNOLOGIAS

► TRM – Talent Relationship Management

O 'MARKETING' NA GESTÃO DE ACTIVOS HUMANOS

«TRM – Talent Relationship Management» é mais um dos muitos conceitos modernos e inovadores da gestão de recursos humanos que tiveram origem no 'marketing'. Vejamos alguns exemplos.

«Employer Branding» é um primeiro e bom exemplo. Num mundo em que o talento é escasso e em que as marcas assumiram uma importância determinante, não é de estranhar que as organizações apostem cada vez mais em ter uma marca de empregador que lhes permita ser mais eficazes do que a concorrência na atracção e na retenção de talentos.

Da mesma forma que o CRM se tornou numa ferramenta de 'marketing' e vendas abrangente e imprescindível, também dentro de alguns anos os sistemas de TRM serão considerados como imprescindíveis pelos profissionais da gestão de activos humanos.

Trata-se de um processo alinhado com os valores organizacionais e com os objectivos de negócio, estruturado de uma forma consistente e continuada, que comunica externamente e internamente os aspectos mais relevantes da identidade da organização com o objectivo de transmitir externamente uma imagem de «first choice employer» diferenciadora e aliciante e internamente uma imagem de «great place to work» que gere performance e lealdade entre os seus talentos.

Um segundo exemplo, relacionado, aliás, com o anterior, é o conceito de «Employer Value Proposition – EVP» (proposta de valor). Consubstancia o pacote de benefícios funcionais, económicos e psicológicos

oferecidos pelo «emprego» e que se identificam com a entidade empregadora. Este conceito não é mais do que a tradicional promessa de valor que está subjacente ao 'marketing' de qualquer produto.

Este é um conceito absolutamente basilar em termos de gestão de activos humanos e que, embora seja trabalhado na consultoria há já alguns anos, continua a ser pouco conhecido e ainda menos utilizado. Em regra, as organizações têm muito mais para oferecer a quem está e a quem vai entrar do que o salário e os benefícios financeiros. Aspectos relacionados com o conteúdo da função, com as possibilidades de desenvolvimento, com a cultura e o prestígio da organização são frequentemente mais determinantes do que os tradicionais aspectos financeiros para a tomada da decisão de aceitar uma proposta de admissão ou de não aceitar uma proposta de saída.

O «Personal Elevator Pitch», ou «abordagem do elevador» numa tradução não literal, é mais um conceito importado do 'marketing' para os recursos humanos. Em termos muito sintéticos, trata-se de um resumo conciso, bem preparado e bem ensaiado, das características, realizações e/ou potencialidades de um produto, de um serviço ou de uma pessoa, que numa forma sintética, clara e eficaz transmite a proposta de valor desse serviço ou dessa pessoa para o destinatário que se pretende influenciar. Um bom 'pitch' pode ser chave de sucesso em inúmeras situações, que vão do empresário que quer convencer um investidor até ao recém-licenciado que pretende conseguir um estágio, passando pelo 'marketeer' que tem de fornecer à equipa de vendas a argumentação de venda.

O «TRM – Talent Relationship Management» (gestão integrada do relacionamento

com o talento) é um conceito ainda pouco divulgado entre os profissionais de recursos humanos e baseia-se na figura do «CRM – Customer Relationship Management» que há muitos anos se tornou básico no universo do 'marketing'.

O TRM insere-se no âmbito da crescente utilização nas áreas de gestão de activos humanos de plataformas tecnológicas muito poderosas, plataformas essas que permitem, à semelhança do que acontece por exemplo com um cliente de um banco, gerir a relação de uma pessoa com uma organização desde a sua primeira candidatura até que se reforma, passando pelo recrutamen-

to, pela formação, pela gestão do desempenho e salarial, etc.

Estou certo de que, da mesma forma que o CRM se tornou numa ferramenta de 'marketing' e vendas abrangente e imprescindível, também dentro de alguns anos os sistemas de TRM serão considerados como imprescindíveis pelos profissionais da gestão de activos humanos.

Daqui por (não mais do que) meia dúzia de anos, os novos profissionais de recursos humanos terão dificuldade em perceber como é que nós, nos tempos que correm, conseguimos exercer a nossa função sem o uso destas ferramentas. Aposto com quem quiser. ®