



TRM – Talent Relationship Management

O Marketing na Gestão de Activos Humanos

José Bancaleiro

CEO da HumanCap International

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.

“EmployerBranding” 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 que a concorrência na atracção e retenção de talentos.

Trata-se dum processo alinhado com os valores organizacionais e com os objectivos de negócio, estruturado numa 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 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 financeiro 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, serviço ou pessoa, que, numa forma sintética, clara e eficaz, transmite a proposta de valor desse serviço ou 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 marketer que tem de fornecer à equipa de vendas a argumentação de venda.

O **TRM** – “Talent Relationship Management” (Gestão Integrada do relacionamento com Talento) é um conceito ainda pouco divulgado entre os profissionais de Recursos Humanos, e que se baseia 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 que permitem, á semelhança do que acontece, por exemplo, com um cliente dum banco, gerir a relação dum pessoa com uma organização desde a sua primeira candidatura até que se reforma, passando pelo recrutamento, formação, gestão do desempenho e salarial, etc.

Estamos certos 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 absolutamente imprescindíveis pelos profissionais da Gestão de Activos Humanos.

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

José Bancaleiro

* in Revista Human, Fevereiro de 2010