

TRM – Talent Relationship Management



Uma das ideias que me ficou do meu MBA em Marketing foi a que um “Dollar” investido na satisfação e fidelização dos actuais clientes tem um retorno muito superior ao mesmo “Dollar” investido na conquista de novos clientes. No mesmo alinhamento, mais tarde concluí que o investimento feito na motivação e retenção dos actuais colaboradores é bastante mais rentável que igual investimento feito na atracção de novos colaboradores.

Em matéria de gestão de Capital Humano, investimento é dinheiro, tempo, e emoção.

Dinheiro, porque as pessoas não são “comodities”. Não podemos passar a vida a afirmar que as pessoas são o activo mais importante duma organização (o que é verdade) e depois quando chegamos ao momento de concretizar essa afirmação em termos de salário, formação, etc., esquecer por completo o que acabámos de afirmar.

Tempo, porque as pessoas necessitam de dedicação. Mas gestão de pessoas é diferente de gestão de pessoal. Gestão de pessoal é definir escalas, controlar ausências, marcar férias, processar o pagamento de horas extraordinárias etc. Gestão de pessoas é acolher no dia da admissão, apoiar numa dificuldade, reconhecer um bom trabalho, envolver num projeto, sugerir uma área de melhoria, entre outras.

Emoção, porque, como as recentes teorias da inteligência emocional vieram reforçar, as acções das pessoas são essencialmente determinadas pelas suas emoções. Cada pessoa e carrega consigo um acervo de experiências e vivências que o tornam num ser único e com necessidades únicas. Colocar emoção no relacionamento com as pessoas é, pois, fundamental para que elas retribuam dando toda a sua energia e criatividade.

Regressando à relação Marketing e Recursos Humanos. Há muito que os profissionais de Marketing perceberam a enorme importância de ter sistemas integrados que lhes permitam comunicar e gerir os seus clientes, os vulgarmente denominados sistemas de CRM – Customer Relationship Management. Da mesma forma, surgiu nos últimos anos o TRM – Talent Relationship Management, destinado a ajudar as organizações gerir a relação com os seus colaboradores e futuros colaboradores.

De facto, o momento em que identificamos um talento (seja ele interno ou externo) muitas vezes não coincide com o momento em que necessitamos dele. Um programa de Talent Relationship Management assenta sobre uma base de dados de pessoas (internas e externas) com diversos tipos de talentos que vai sendo proactivamente alimentada e administrada ao longo da vida profissional dessas pessoas e que permite a essa organização ter acesso aos talentos que necessita no momento em que deles necessita.

Estes sistemas integrados deverão ter a facilidade de se interligar com os outros sistemas internos de RH (Intranet, Gestão de Desempenho, HR Analytics, etc.) e principalmente de se integrar com um sistema de recrutamento electrónico (e-recruitment), isto é, com sistemas que usam as tecnologias de Informação, especialmente a internet, para acelerar e melhorar o processo de recrutamento e selecção, desde a formalização interna do processo, passando pelo anúncio da vaga, o “interface” da relação com candidatos, o escrutínio de candidaturas, até ao processo de admissão e integração.

Trata-se, de facto, dum conceito inovador, actualmente apenas aplicado nas organizações com uma gestão de Activos Humanos mais estratégica e clarividente, mas, estamos certos, que dentro de alguns anos será uma prática comum no universo organizacional.

Sintra, 3 de Maio de 2009

José Bancaleiro

Stanton Chase – Managing Partner

STANTON CHASE

Your Leadership Partner