



# TENDENCIAS Y RETOS EN EMPLOYER BRANDING, COMUNICACIÓN INTERNA Y EXPERIENCIA DE EMPLEADO PARA EL 2024

En un entorno cambiante marcado por la escasez de talento y la adopción e implementación de nuevas tecnologías, las organizaciones se enfrentan al gran reto de resolver las nuevas expectativas de los candidatos y retener al talento interno.

Estas son las tendencias que desde Grayling pensamos que guiarán a las empresas en el ámbito de la Comunicación Interna, Employer Branding y Experiencia de Empleado a lo largo de este año.



## La EVP, una herramienta estratégica

Contar con los mejores profesionales y lograr su compromiso y motivación es clave. Es por ello que invertir en una estrategia de Employer Branding y tener bien definida la Oferta de Valor al Empleado es crucial para captar al mejor talento en momentos de escasez como el actual.

## La flexibilidad, vital para atraer talento

Empleados y candidatos demandan flexibilidad en cualquiera de sus momentos vitales. El modelo híbrido se afianza, aportando bienestar, inclusión, flexibilidad y conciliación.



## Las RRSS, el mejor escaparate corporativo

Los principales escaparates de la organización serán su página de careers y sus RRSS. Con el auge de la privacidad, los empleados separarán sus redes sociales privadas de uso personal de las cuentas corporativas.



## La comunicación de ESG, Diversidad e Inclusión, diferencial y holística

El candidato busca empresas socialmente responsables, diversas e inclusivas, que sean coherentes entre lo que hacen y comunican. Se imponen estrategias de inclusión holísticas, más allá del género o procedencia.



## Los programas de Employee Advocacy, más valiosos que nunca

Los programas de embajadores y referidos ganarán en importancia. La voz del empleado transmite credibilidad y confianza, además de reforzar el orgullo de pertenencia.





## Un liderazgo, con propósito y humano

Los candidatos eligen las marcas por sus líderes. Las empresas darán formación y orientación a los mandos superiores para trabajar la empatía, la escucha activa y la comunicación bidireccional.

## Una experiencia de empleado, personalizada y diferenciadora

Se refuerza una experiencia del empleado diferenciadora y personalizada, que ayudará a consolidar una marca fuerte y atractiva. Se activarán experiencias WOW que refuercen el compromiso del talento y alineadas con los valores organizativos.



## Integración de la IA en la experiencia del empleado

La integración de la IA a lo largo de todo el “employee journey” permitirá desde agilizar los procesos de onboarding a una mayor personalización de las políticas de RRHH, los programas de formación y de bienestar etc. Todo ello redundará en un mayor compromiso y satisfacción de los empleados.



## La escucha activa, cada vez más relevante

Entender las necesidades e inquietudes de los empleados va a permitir a la dirección responder y adaptarse, elaborando acciones que comprometan al empleado



## Los datos y las evidencias, clave en la Comunicación Interna

Comunicar datos y evidencias será clave para crear narrativas convincentes, en una cultura de transparencia y confianza.





# CONTACTO

[almudena.rodriguez@grayling.com](mailto:almudena.rodriguez@grayling.com)

[www.grayling.com.es](http://www.grayling.com.es)

91 522 10 08