

La guida semplice

Le **5 E** dell'Employer Branding

*il metodo per prenderti cura delle persone
prima, durante e dopo il lavoro con te*

**Le dimensioni dell'employer branding
applicate a ogni tappa della people experience**

di Ludovica Pellizzetti

Le persone sono i tuoi primi clienti

C'è una teoria, nata diversi decenni fa nel mondo di chi progetta le esperienze, che chi si occupa di marketing conosce ormai a memoria. Dice una cosa semplice: ogni persona, prima di diventare cliente di qualcosa, **attraversa sempre cinque momenti**. All'inizio viene attratta, poi entra in contatto, quindi vive l'esperienza vera e propria, a un certo punto esce, e se lungo la strada è stata trattata bene torna una seconda volta oppure ne parla bene a qualcun altro. In inglese questi cinque momenti si chiamano le 5 E, perché cominciano tutti con quella lettera: Entice, Enter, Engage, Exit, Extend.

È il modo in cui le aziende, da sempre, si prendono cura del percorso di chi compra da loro. E qui viene il punto: **le persone che lavorano con te sono, prima di tutto, i tuoi primi clienti**. Sono loro che ogni mattina scelgono di restare, di dare il meglio, di raccontarti bene là fuori; esattamente come un cliente sceglie di tornare a comprare. Se le corteggi quando sono candidate e poi le dai per scontate appena hanno firmato, la promessa si rompe **proprio nel momento in cui contava di più**.

Ecco perché la stessa cura che riserviamo a chi compra da noi la meritano, prima ancora, le persone che ci lavorano. E anche loro, esattamente come un cliente, attraversano cinque tappe: vengono attratte da un annuncio, entrano con il primo giorno, vivono il lavoro di tutti i giorni, prima o poi se ne vanno e, a seconda di come sono state trattate, ne parleranno bene o male. Questo viaggio, **dal primo sguardo all'ultimo saluto**, ha un nome: si chiama **people experience**. È semplicemente l'esperienza che una persona fa della tua azienda, dall'inizio alla fine.

le aziende studiano ogni passo del cliente, e lasciano al caso ogni passo di chi entra a lavorare da loro.

Entice

attrarre

Enter

entrare

Engage

vivere

Exit

uscire

Extend

continuare

Le cinque dimensioni

Le cinque tappe della people experience ti dicono **quando**: in quale momento del viaggio ti trovi. Ma dentro ogni tappa resta da capire **cosa** tenere d'occhio, di preciso. Ed è qui che entra in gioco l'employer branding, con cinque aspetti che vanno presidiati sempre, in ogni momento del viaggio. Le ho chiamate le cinque E: per una fortuna che non ho cercato, in italiano e in inglese cominciano tutte con quella lettera.

E**EVP** *EVP*

La promessa: cosa dici di dare alle persone. Se è vera, se è distintiva, se chi è dentro la confermerebbe.

E**Esposizione** *Exposure*

Come ti mostri fuori: annunci, pagine, presenza online. Cosa trova, e cosa capisce, chi ti cerca.

E**Esperienza** *Experience*

Cosa le persone vivono davvero, ogni giorno: la distanza tra quello che hai promesso e quello che accade.

E**Eco** *Echo*

Cosa raccontano di te quando non sei nella stanza: il passaparola, l'advocacy, le recensioni.

E**Evidenze** *Evidence*

I numeri che trasformano le sensazioni in fatti: candidature, turnover, percezione dentro e fuori.

Dove i due mondi si incontrano

Il metodo è tutto qui: prendi le tappe della people experience e, dentro ognuna, presidi le cinque dimensioni dell'employer branding. Le tappe in orizzontale, le E in verticale: ogni casella è una domanda da farsi. Venticinque incroci, venticinque punti in cui la tua azienda può fare la differenza.

→ le tappe della people experience

↓ le dimensioni dell'employer branding

	Attrarre Entice	Entrare Enter	Vivere Engage	Uscire Exit	Continuare Extend
EVP	la promessa nell'annuncio	la promessa mantenuta	la promessa quotidiana	coerenza fino alla fine	la promessa ricordata
Esposizione	cosa trova chi cerca	comunicare l'ingresso	raccontare da dentro	come comunichi un addio	restare visibile agli ex
Esperienza	candidatura e attesa	onboarding	il quotidiano	offboarding	il rapporto che resta
Eco	recensioni che ti precedono	il racconto dei primi giorni	advocacy spontanea	anche un no, detto bene	alumni e passaparola
Evidenze	candidature: quante, da dove	chi resta oltre i 45 giorni	clima e ascolto	exit interview	chi ti consiglia, dopo

le tappe della people experience
 le dimensioni dell'employer branding

Una domanda per tappa

Non serve affrontare tutta la mappa in una volta sola, sarebbe scoraggiante. **Si sceglie una tappa per volta** e la si osserva attraverso le cinque dimensioni, una dopo l'altra. Ogni casella diventa così una domanda un po' scomoda, di quelle che di solito si evitano, ma che vale davvero la pena farsi.

esempio: la tappa "Attrarre"

Chi ci sta guardando da fuori, cosa vede?

EVP: la promessa nell'annuncio è vera? Esposizione: cosa trova chi ci cerca online? Esperienza: candidarsi è semplice o è un percorso a ostacoli? Eco: cosa dicono le recensioni prima ancora del colloquio? Evidenze: quante candidature arrivano, e da dove?

e poi

Dalla domanda alla mossa

Ogni casella che scricchiola diventa una cosa da fare questa settimana. Non tutte insieme: una. Il metodo non serve a giudicarsi, serve a scegliere da dove partire.

E ADESSO?

Cinque lettere, **un solo metodo**

Le 5 E non sono l'ennesima teoria da studiare: sono semplicemente un modo per non dimenticare nessun pezzo del viaggio delle persone. Perché attrarre qualcuno senza poi farlo stare bene è solo pubblicità; farlo stare bene senza mai misurare nulla è affidarsi alla fortuna; e misurare senza ascoltare quello che le persone raccontano di te è come guardarsi allo specchio parlando da soli.

Il bello è che questo metodo lo puoi usare da subito, con quello che hai già: **una tappa, cinque domande, una mossa.**

E se vuoi ragionare sul tuo caso, scrivimi su LinkedIn: dimmi da quale tappa parti e ragioniamo insieme sulla prima mossa.

l'employer branding è un lavoro serio, ma non complicato.

Ludovica Pellizzetti

Mi muovo tra più mondi: risorse umane,
comunicazione e sostenibilità

* Passioni

Creare **connessioni** e **far brillare** persone e progetti

* Difetto utile

Ostinata nel rendere le **cose chiare a tutti**

*Inevitabilmente l'employer branding è diventato il
mio mestiere*

Ogni settimana racconto l'employer branding come
materia concreta con **Employer Branding What?** e la
newsletter **Employer Branding How?**. Seguimi su
LinkedIn per continuare da lì.

