

## **“Employee Experience como Estratégia de Branding: Mapeamento da Jornada do Colaborador com foco na Atração e Onboarding da Geração Z”**

**Laila Yasmin Zarpelon**

**94ª Defesa - 23 de fevereiro de 2023**

### **Membros da Banca Examinadora:**

Profa. Me. Elcio Ribeiro da Silva (Orientador/UNIVILLE)

Prof. Dr. Júlio César da Silva (membro externo/ UnC)

Prof. Dr. Luiz Melo Romão (membro interno/UNIVILLE)

Prof. Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar (membro interno/UNIVILLE)

### **Resumo:**

O design de serviços é um grande aliado quando o objetivo é oferecer experiências positivas ao usuário, gerando conexão genuína com a marca. No branding, essa estratégia pode ser aplicada nos mais diversos públicos de uma empresa, como é o caso do employer branding, que trabalha com a reputação da empresa sob o olhar dos potenciais candidatos, colaboradores e ex-funcionários. Sua prática se dá pelo mapeamento da jornada do colaborador, examinando os pontos de contato da atração ao pós-desligamento. Essa abordagem é reforçada ainda pelo desafio em recrutar o novo perfil que está ingressando no mercado de trabalho: o da geração Z - responsável por liderar movimentos como a "The Great Resignation" e "Quiet Quitting", colocando em xeque as propostas de valor tradicionalmente oferecidas pelas companhias. Com isso, o objetivo do projeto foi desenvolver um processo instrucional para auxiliar os profissionais de RH e áreas afins na aplicação do employer branding para a atração de talentos desta geração. A pesquisa bibliográfica foi combinada à metodologia projetual do design thinking, aplicando ferramentas do design de serviços como persona, mapa de empatia, mapa de jornada do usuário, blueprint de serviços e protótipo de serviços. A pesquisa foi executada a partir do mapeamento da fase inicial da jornada do colaborador, levantamento de informações acerca do comportamento e expectativas da geração Z no trabalho, e apresentação dos pontos de contato indicando de forma instrucional a interação entre empresa e colaborador a partir dos dados coletados. O produto final gerado foi um e-book interativo e gamificado para aplicação do employer branding para a geração Z.

**Palavras-chave:** design de serviços; employer branding; employee experience; geração Z.