

## İşveren Markası ve Yetenekli Çalışan Etkileşimi *Employer Brand and Talented Employee Interaction*

**Pelin VARDARLIER**

İstanbul Medipol Üniversitesi  
İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi  
İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü  
İstanbul, Turkey  
[orcid.org/0000-0002-5101-6841](https://orcid.org/0000-0002-5101-6841)  
[pvardarlier@medipol.edu.tr](mailto:pvardarlier@medipol.edu.tr)

### Özet

İşveren markası çalışan ve potansiyel çalışanlara yönelik marka yaratma süreci olduğundan işletmelerin gündeme aldığı ve ihmal edemeyecekleri önemli bir konudur. Bu çalışmanın amacı, işletmelerin insan kaynağı olan yetenekli çalışanların işveren markasıyla etkileşimini ortaya çıkarmaktır. Bu kavramların birbirleri arasındaki ilişkiye etki eden unsurların değerlendirilerek, işveren markası ile yetenekli çalışanların arasındaki etkileşim açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada çeşitli sektörlerde, iş süreçlerinde yetenek yönetimi ve işveren markasını uygulayan insan kaynağı yöneticileri ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Çalışma, 2017 yılı Ocak-Mayıs ayları arasında olmak üzere toplam 5 ay sürmüştür ve 21 insan kaynakları yöneticisi ile röportajlar gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, Maxqda 11 yazılım programından yararlanılarak nitel veriler üzerinden analizler yapılmıştır. Araştırma sonucunda, yetenek ve marka personel ilişkisi kavramının yoğun olarak birlikte kullanıldığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** İşveren Markası, Yetenek Yönetimi, Performans, İnsan Kaynakları.

### Abstract

*Employer brand is a matter so highly important that cannot be neglected and will be taken in agendas by enterprises since it is a process to create a brand for currently working and potential employees. The purpose of this study is to uncover the interaction of employers' brands with talented employees. The interaction of these concepts with each other was evaluated and the interaction between the employer brand and talented employees was tried to be explained. Semi-structured negotiations were held with human resources managers working in various sectors, employing talent management and employer branding in business processes. The study lasted a total of 5 months between January and May 2017 and interviews with 21 human resource managers were conducted. In the study, analyzes were made on qualitative data by using Maxqda 11*

*software program. As a result of the research, it has been seen that the concept of talent and brand personnel relation is used intensively.*

**Keywords:** *Employer Brand, Talent Management, Performance, Human Resources.*