

Mejores prácticas

Cinco formas para que los responsables de contratación vayan a la cabeza de la curva social



No hay duda de que las tecnologías sociales tienen una repercusión significativa en el funcionamiento de las compañías hoy en día, pero ¿sabe qué repercusiones son esas y cómo prepararse para ellas? Un sorprendente número de compañías no están equipadas para sacar provecho de esos cambios, dando así a las compañías que sí lo están una importante ventaja competitiva.

Las tecnologías sociales están cambiando rápidamente y afectando a todas las facetas de los negocios: desde el modo en que las compañías comercializan y venden hasta el método para acelerar la innovación y la forma de contratar y gestionar a los empleados. En esta guía de mejores prácticas, echaremos un vistazo sobre cómo los responsables de contratación se están apropiando de técnicas del equipo de marketing para el uso de tecnologías de redes sociales, la influencia de las tecnologías sociales en la búsqueda de talentos y algunas formas prácticas para ir a la cabeza de la curva que mejorarán los resultados de la captación.

Aumento del marketing de reclutamiento

Los equipos de marketing fueron de los primeros en adoptar la tecnología de redes sociales. Se dieron cuenta rápidamente de que las tecnologías sociales agregan otro canal de marketing que les permite estar más cerca de su público principal, con mensajes más focalizados.

Últimamente, los responsables de contratación están utilizando varias de las mismas técnicas sociales para buscar e implicar candidatos para puestos vacantes. Esta estrategia proactiva es la práctica relativamente nueva de “marketing de reclutamiento”. Las herramientas y soluciones que capacitan a las organizaciones para realizar marketing de captación ya están disponibles, por lo que pueden sacar provecho de nuevos canales y relaciones y eliminar muchas de las conjeturas en atraer a los candidatos correctos.

El marketing de captación consiste en utilizar un enfoque inteligente, interactivo y multicanal para crear relaciones con los mejores candidatos. En esencia, cualquier nueva vacante se convierte en una campaña que usa optimización del motor de búsqueda, soporte móvil y funcionalidades inteligentes de publicación para distribuir automáticamente a los canales adecuados. Ya ha demostrado ser una buena manera de llegar a los candidatos correctos en el momento correcto. La demanda solo aumentará para herramientas que ayudan las compañías a crear y mantener relaciones de forma sistemática utilizando sofisticadas tecnologías sociales y de automatización. Este enfoque se traduce en una menor carga de trabajo para los responsables de contratación y un mayor retorno de la inversión.

Pero si no se ha subido aún al carro de marketing de captación, ¿cuál es la mejor forma de empezar? Lo mejor es evaluar las herramientas y técnicas que utiliza para buscar candidatos en la actualidad y ver si son compatibles con la integración de un enfoque de marketing más “social”. Mientras hace eso, también puede dar algunos pasos para actualizar sus procesos de captación.

Preparación práctica para los cambios que se acercan

¿Qué pasos prácticos pueden dar los líderes de los negocios para mejorar sus estrategias actuales y futuras de captación? Muchos gestos sencillos pueden mejorar las relaciones de empleadores con sus candidatos.

1. Otorgue a los candidatos pasivos una alternativa al diligenciamiento de una solicitud.

Más del 92% de los candidatos en un sitio profesional corporativo no solicita un trabajo en su primera visita. Ven, miran y se van. Para capturar más de este tráfico de candidatos pasivos, las compañías deberían añadir una funcionalidad en su sitio que diga “¿Aún no estás listo para solicitar un puesto? Danos tu dirección de email y te mantendremos al día”. En algunas compañías hay más de 10.000 personas al día que se registran para conocer estas actualizaciones. El cultivo y fomento de esta reserva de talentos es una de las mayores áreas individuales de reducción de costos en las compañías porque accede a personas que están realmente interesadas en ellas.

2. Consolide los contactos de los responsables de contratación en una comunidad de talentos centralizada.

Los responsables de contratación podrían captar un candidato en LinkedIn, pero en lugar de mantenerse en contacto con el candidato a través de esa red social, los responsables de contratación deberían solicitar agregar el candidato a la comunidad de talentos de su compañía. La mayoría de los candidatos responderá afirmativamente y los responsables de contratación podrán luego captar de forma estratégica además de tener a todos sus candidatos en una sola ubicación. Antes, las personas con más contactos eran las que ganaban, pero ahora todos tenemos la misma red de contactos: las redes sociales. Sabiendo cómo utilizar estas plataformas para alcanzar el público correcto, con el mensaje correcto y en el momento correcto determinará qué compañías tendrán más éxito en el futuro.

3. Piense en un público móvil.

¿Ha mirado alguna vez su sitio profesional con los ojos de un candidato en busca de un puesto de trabajo? ¿Qué proporción del sitio profesional está dedicada a informar acerca de su compañía o en el acceso fácil a sus puestos vacantes? La lista de puestos vacantes suele estar oculta entre los demás datos acerca de su compañía. Ahora pruebe a vincular su sitio profesional desde un dispositivo móvil. ¿Aún puede encontrar el enlace de puestos vacantes? ¿Es fácil buscar o desplazarse por la lista? El tráfico móvil en los sitios profesionales está creciendo a pasos agigantados, especialmente en algunas industrias (como la distribución) y algunos países (como India). No querrá perder este tráfico porque su sitio profesional no es eficaz o no es fácil de utilizar en un dispositivo móvil. Considere lo que tiene que hacer para que sus páginas profesionales sean más atractivas.

4. Tampoco se olvide de su reserva de talentos interna.

Las herramientas en línea han facilitado a los empleadores el reclutamiento de nuevos candidatos, pero también han facilitado a los empleados la tarea de buscar nuevas oportunidades. Como todo puede expresarse en línea inmediatamente, las personas tienen una mayor consciencia de cómo tratan las compañías a los empleados: bien o mal. Este conocimiento es perfecto para los empleadores, porque los desafía a desempeñar su trabajo por vocación, en lugar de simplemente decir a qué se dedican. Si sus empleados están listos para un cambio, asegúrese de que conocen las oportunidades en la compañía.

Su estrategia de captación debe estar conectada con sus estrategias para implicar, desarrollar y mantener sus empleados actuales y que sus procesos y sistemas estén interconectados. Algunos de los mejores candidatos para sus puestos vacantes ya van a trabajar para usted. ¡No los pase por alto! Como mínimo, asegúrese de que cualquier mejora que realice en sus procesos de captación tenga en cuenta a sus empleados así como a los candidatos externos.

5. Asegúrese de que su estrategia de captación está conectada a una estrategia de gestión de talento completa.

¿Qué habilidades o competencias está utilizando para medir el desempeño de sus empleados? ¿Está utilizando las mismas competencias en su proceso de contratación? ¿Qué herramientas utilizan sus empleados para colaborar y comunicarse acerca de su trabajo? ¿Pueden utilizar estas mismas herramientas para colaborar en el proceso de contratación? La mayoría de las compañías aún utilizan el email para enviar currículos y recopilar comentarios acerca de candidatos. Con un sistema de gestión de talento completamente integrado, debe tener la capacidad de compartir datos clave en diferentes funciones, por ejemplo, competencias en desempeño, aprendizaje y captación, así como herramientas de colaboración en todas las funciones de RR.HH.

Solo con una plataforma integrada podrá comenzar a identificar de forma temprana empleados de riesgo y solucionar las situaciones que generan insatisfacción a estas personas. Reduzca la carga de la captación reduciendo el índice de rotación involuntaria del personal. Una única fuente de información sobre el talento de los empleados proporciona a los empleadores la oportunidad de reubicar personas en nuevos grupos, cambiar el gerente o buscar un nuevo proyecto en el que puedan trabajar.

Necesitará todo un equipo de gestión de talento y una completa plataforma de gestión de talentos integrada para obtener una idea clara del estado de su plantilla, incluyendo dónde necesita más talento para cubrir futuras necesidades y dónde tiene talentos que podrían aprovecharse mejor en otro sitio.

Coloque a su equipo para alcanzar el éxito en la captación Con el aumento de las redes sociales, las herramientas de colaboración en redes sociales y las técnicas de marketing para la captación, los responsables de contratación estaban completamente ocupados en mantenerse al día de los cambios en su profesión durante los últimos años. Teniendo en cuenta la importancia de la función de captación para el estado y el crecimiento de cualquier empresa, querrá estar seguro de que está proporcionando a su equipo las mejores herramientas posibles para atraer, implicar y seleccionar los talentos que necesita.

Acerca de SuccessFactors Recruiting

SuccessFactors Recruiting optimiza el desempeño de la plantilla encontrando a la persona adecuada para el puesto adecuado con mayor rapidez.

El mundo de la captación ha experimentado un cambio significativo con una explosión de nuevas herramientas y canales para buscar candidatos. La mayoría de soluciones de captación tradicionales solo están abordando una parte del reto: la selección de los mejores candidatos. SuccessFactors Recruiting es la única solución diseñada para ayudarle a atraer, implicar y seleccionar los candidatos que lograrán resultados de negocio. Lo conseguimos combinando un proceso social e inteligente de marketing de captación con un proceso de selección móvil y colaborativo para crear la única solución de ejecución de captación del mercado: la fórmula magistral para una mejor contratación.

Acerca de SuccessFactors, Una compañía de SAP

SuccessFactors es el proveedor líder de software HCM basado en la Nube, que ofrece resultados de negocio a través de soluciones lo suficientemente completas, excelentes y flexibles para empezar en cualquier sitio e ir a cualquier sitio. Los clientes de SuccessFactors representan organizaciones de todos los tamaños en un amplio abanico de industrias. Con más de 20 millones de suscriptores en todo el mundo, luchamos por complacer a nuestros clientes ofreciendo soluciones, contenido y análisis innovadores, experiencia en procesos y perspectivas de mejores prácticas de nuestra amplia y diversa base de clientes. Las soluciones de SuccessFactors están respaldadas por un ecosistema global de socios y la experiencia y compromiso de SAP.



SuccessFactors
Oficina central
One Tower Plaza
South San Francisco (California), 94080

N.º GRATUITO > 800 809 9920

TELÉFONO > 650 645 2000

FAX > 650 645 2099

EMEA > +45 33 349 349

APAC > +612 9238 6680

www.successfactors.com

©2014 SuccessFactors, Inc. Todos los derechos reservados.

No se puede reproducir ni transmitir parcialmente esta publicación de ningún modo ni con ningún propósito sin el permiso expreso de SuccessFactors. La información contenida en este documento puede cambiar sin previo aviso.

Algunos productos de software comercializados por SuccessFactors y sus distribuidores contienen componentes de software propietario de otros proveedores de software.

Estos materiales están sujetos a cambios sin previo aviso. Estos materiales los proporcionan SuccessFactors y sus compañías asociadas exclusivamente con fines informativos, sin representación ni garantía de ningún tipo. SuccessFactors no es responsable de los errores u omisiones relacionados con el material. Las únicas garantías de los productos y servicios de SuccessFactors son aquellas establecidas en las declaraciones de garantía expresa que los acompañan, si se incluyen. Ninguna parte de este documento debe interpretarse como una garantía adicional.

Los productos y servicios de SuccessFactors mencionados en este documento, así como sus logotipos respectivos, son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de SuccessFactors Inc. (y SAP) en EE. UU. y otros países.

v. 02 2014

