



10

Errores y Soluciones del
Reclutamiento 2.0

Introducción

Hay empresas que están en las redes sociales por estar, porque es lo que hace la mayoría, y no integran sus acciones en las redes sociales ni en sus políticas de reclutamiento y selección. El resultado de implementar este tipo de presencia sin una estrategia previa es un empobrecimiento del Employer Branding (imagen de la empresa como empleador) y la pérdida de oportunidades de interacción con los candidatos.

A continuación encontrarás diez errores que, como profesional de recursos humanos, debes evitar a la hora de reclutar y seleccionar talento mediante los sistemas 2.0 y las redes sociales. Además, te sugerimos soluciones para cada uno de ellos con el fin de **aumentar tu efectividad**.

Tener interés por mejorar y continuar aprendiendo es lo que diferencia a las empresas con talento de las que no. Aquellos departamentos que saben adaptar sus mensajes a cada red y a cada momento son aquellos que saben cómo comunicarse con sus candidatos de una forma correcta. Dada la elevada competencia por el talento es clave que, como reclutador, sepas acercarte a tus candidatos de la manera **más eficaz aprovechando el potencial de la Web 2.0**.

1. Reclutar sin Estrategia ni Objetivos Definidos

Hay reclutadores cuyo problema no es tener una estrategia pobre en las redes sociales sino, sencillamente, no tenerla. ¿El resultado? La mayoría de las acciones y esfuerzos son aislados, individuales y poco efectivos sin estar integrados y coordinados con la estrategia global de reclutamiento.

Los errores que la mayoría de los reclutadores cometen son no fijar objetivos, no saber qué resultado obtienen de cada acción y dedicar tan solo una parte muy pequeña de su presupuesto a estas acciones. Debemos saber que acciones en las redes nos dan resultado y cuáles no. Sin una estrategia clara, sin un plan de acción y sin unas métricas definidas para mejorar continuamente no se puede esperar que ningún esfuerzo de reclutamiento en las redes produzca un resultado extraordinario.



1. Reclutar sin Estrategia ni Objetivos Definidos

Solución

Objetivos, acciones, medición, estadísticas, monitorización y KPIs han de ser palabras ligadas directamente a tu nuevo plan de reclutamiento. Antes de abrir tu página corporativa en alguna red social tienes que analizar y decidir objetivos, plazos y herramientas para conseguir que el tiempo y el esfuerzo invertidos sean efectivos y eficientes.



2. Falta de Conocimiento en las Redes 2.0.

Sólo un número muy bajo de reclutadores han recibido formación específica sobre cómo aprovechar las herramientas 2.0 para su actividad. Esto significa que gran parte del sector de los recursos humanos tiene un gran desconocimiento de las posibilidades que ofrecen las diferentes redes.

Aunque el uso de las redes sociales y los espacios 2.0 para reclutar personal están en alza, los expertos solo utilizan una pequeña parte del potencial de cada medio tiene. Facebook, Twitter, LinkedIn, blogs, redes profesionales y verticales deberían formar parte de tu formación de reclutamiento.



2. Falta de Conocimiento en las Redes 2.0.

Solución

Es fundamental estar al día del sector en el que trabajas, y por esto es vital que continúes formándote. Realiza cursos y asiste a conferencias o charlas para estar activo. Debes hacer tuyas estas redes ya que será la única manera de que las puedas incluir en tu estrategia de captación de candidatos.



3. No Conocer a tu Candidato

El mismo mensaje para todo el mundo. Error. Cuando se trata de comunicarte con tu candidato, el Social Media tiene la ventaja de permitirte realizar un contacto más profesional y cercano. A pesar de ello (muchas veces por cuestiones de tiempo) tratamos a todos los profesionales de forma genérica, por lo que perdemos la oportunidad de tener una interacción más personal con ellos.

No caigas en el error de enviar de forma regular, mensajes genéricos diseñados para "encajar con todo el mundo" ya que, en realidad, no encajan con nadie. Este tipo de mensajes provocan, no sólo que no se lean, sino que tienen un impacto negativo en nuestra imagen de empresa. Adapta tu mensaje tanto al destinatario como a la red social.



3. No Conocer a tu Candidato

Solución



Conoce a tu público objetivo para así saber quién es tu candidato ideal. Averigua qué webs visita y en qué redes sociales está y qué comenta. Si no sabes lo que quiere o dónde está, ¿cómo esperas encontrarlo o darle contenido interesante?

4. Ofertas de Empleo Ambiguas



Descripciones largas, aburridas y poco detalladas. Los candidatos quieren saber en qué consiste el trabajo y qué se espera de ellos si se unen al equipo. Si redactas descripciones ambiguas el candidato se perderá y no se inscribirá en la oferta.

Otra consecuencia negativa de publicar ofertas de empleo sin detalle es que acabas gestionando una interminable lista de candidatos sin la cualificación deseada, haciendo que tu preselección sea una pesadilla. Ser concreto y poner unas cuantas “killer questions” para poder aplicar, te supondrá un ahorro de tiempo considerable.

4. Ofertas de Empleo Ambiguas

Solución



Siéntate con el responsable directo de esa vacante y analiza al detalle qué tipo de conocimientos y formación requiere el puesto. Has de tener dos cosas muy claras: el retrato de la persona que buscas y la seguridad de que todos los requisitos son imprescindibles y no pedimos por pedir.

Antes de escribir el anuncio intenta pensar como un candidato. ¿Qué es lo primero que te llamaría la atención del puesto?

5. Canales Corporativos Aburridos

Existen un montón de páginas corporativas de Facebook y Twitter con un mismo patrón y mensajes prototipo que no aportan ni valor ni contenido. Estos mensajes son ineficaces y dañan tu marca.

Debemos atraer y aportar un valor extra a nuestros candidatos con contenidos más auténticos, emocionales y creíbles, que trasladen de una manera transparente cómo somos y cómo se trabaja en nuestra empresa. La transparencia es el principal valor que toda empresa debe reflejar en su web y en sus contenidos ya que genera confianza en los candidatos.



5. Canales Corporativos Aburridos

Solución

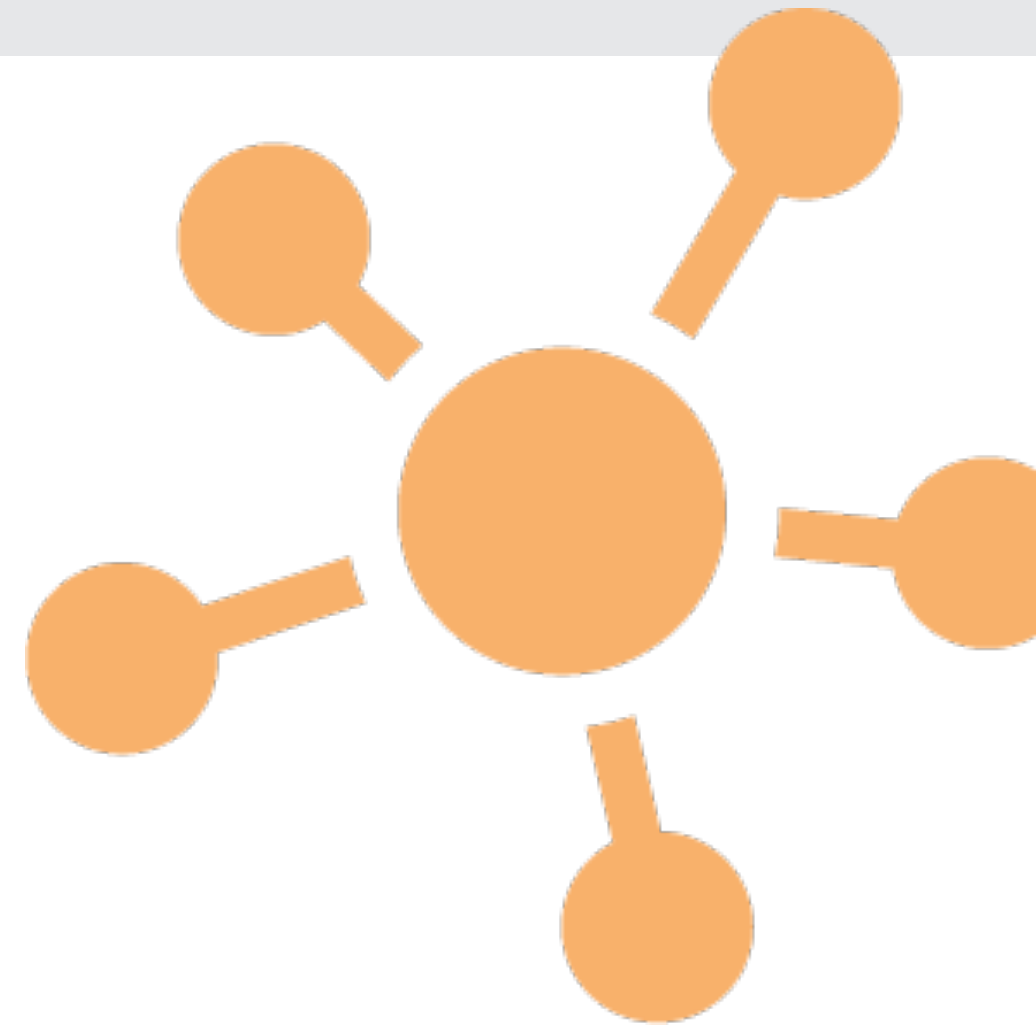
Encuentra anécdotas y explica curiosidades acerca de tu empresa y haz esa información accesible. Con historias simpáticas y el contenido apropiado, aumentas tu autenticidad y credibilidad como empresa, además de aumentar el deseo de los candidatos por trabajar en tu compañía.



6. Reclutar Igual en Todas las Redes

Pensar que se recluta igual en Facebook, Twitter o LinkedIn es un error. Como reclutador necesitas diferentes enfoques para cada red social ya que cada una tiene un público diferente. Utiliza cada una de ellas en función de tus objetivos y de su uso para sacarle así el máximo partido.

No bastará con mejorar nuestros canales de empleo con contenidos de valor. Tendremos que atraer el talento y redireccionarlo a nuestros canales de empleo: debemos salir a buscar al talento y estar activos en aquellas redes sociales donde nuestra tipología de candidato está presente, se mueve y se relaciona; en definitiva, allí donde nuestros candidatos aportan valor por sí mismos.



6. Reclutar Igual en Todas las Redes

Solución

- Utiliza Twitter para publicar ofertas de empleo, eventos y alertar a las personas de los nuevos post en el blog.
- Facebook se centra en los posibles candidatos. Úsalo para estar en contacto con los candidatos pasivos, intercambiar conocimiento, construir una relación y mantenerlos informados.
- Aprovecha LinkedIn para encontrar aquellos candidatos con mayor potencial y experiencia.
- YouTube puede ser una excelente herramienta para compartir experiencias de empleados.

7. Centrarse sólo en Candidatos Activos

El candidato activo no debe ocupar el 80% de nuestro tiempo. Es él quien busca, investiga y se inscribe a nuestras ofertas de trabajo. Si hacemos público que buscamos a un perfil en concreto, es fácil que el candidato activo dé con nuestro anuncio y busque la forma de ponerse en contacto con nosotros.

El problema es que el mejor talento no está buscando trabajo. Por tanto, una vez identificada y definida la vacante, busca activamente a los mejores candidatos y prepara una oferta adecuada para ellos.



7. Centrarse sólo en Candidatos Activos

Solución



Uno de los puntos fuertes de tu estrategia, aparte de atraer a los activos, será captar y atraer candidatos pasivos, ya que ni buscan ofertas de trabajo ni están especialmente atentos a nuestras campañas de reclutamiento. Si las acciones con candidatos activos no funcionan, buscar, encontrar, reclutar y seleccionar candidatos pasivos, es posiblemente el proceso con mayor sentido dentro de la complejidad del mercado actual.

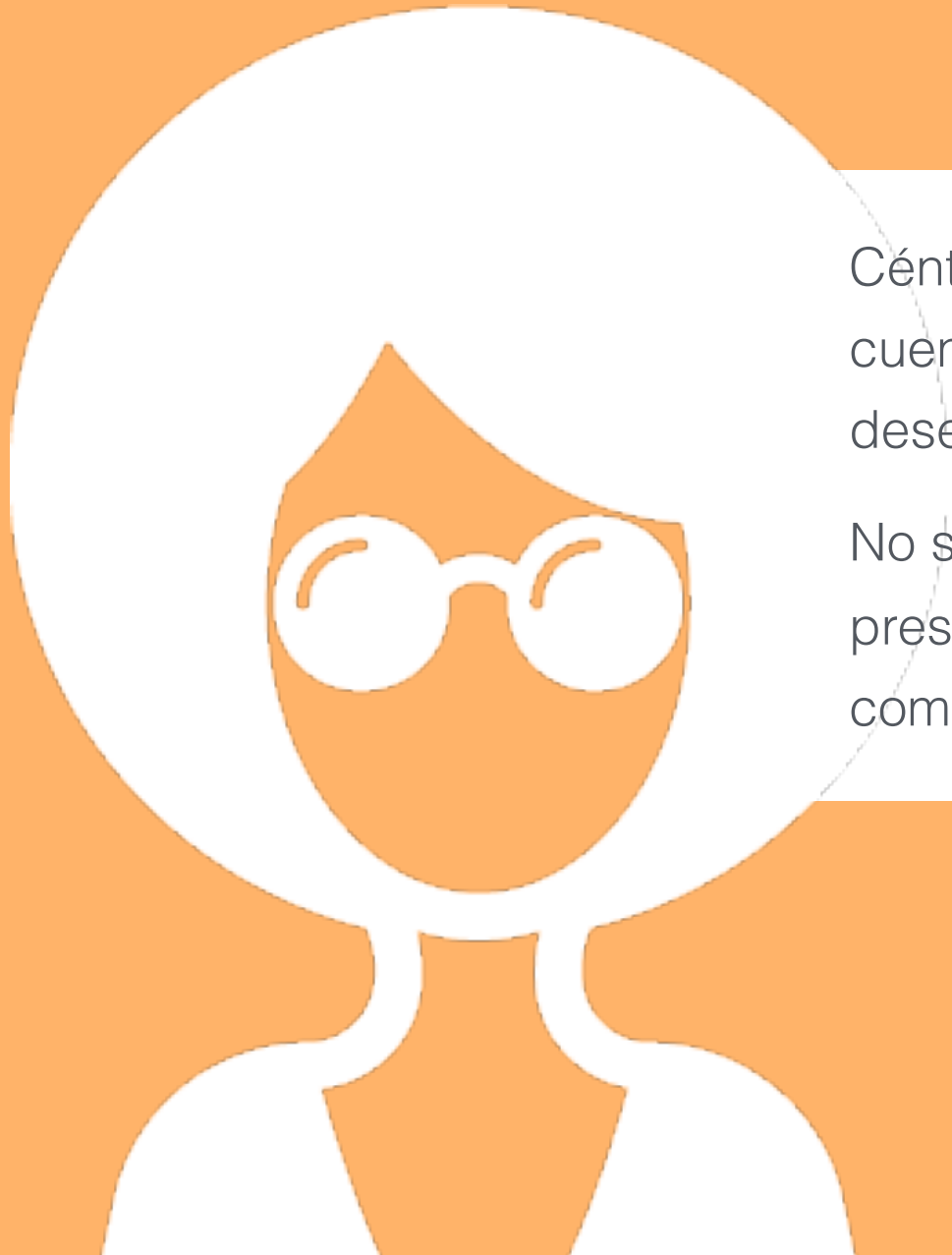
8. Centrarse en lo Personal

Muchos reclutadores se centran en la búsqueda de trabajadores que se ajusten a una cultura corporativa. Así se aseguran que el candidato encaja con las personalidades de los otros miembros del equipo. Las redes sociales te permiten ver como es una persona cuando no está en el trabajo pero el estilo personal de una candidato no debe dictar tu decisión de contratación.



8. Centrarse en lo Personal

Solución



Céntrate en su trayectoria profesional y en su *storytelling*, y ten en cuenta sus experiencias personales sólo si éstas pueden afectar su desempeño en el puesto de trabajo.

No se puede analizar con el mismo parámetro la información presente en una red social como Facebook que en otra profesional como LinkedIn.


9. No Involucrar a las Personas Claves en el Proceso de Selección

Es un error que solo el encargado del reclutamiento escoja al candidato final. De la misma forma que hemos definido conjuntamente el candidato ideal debemos implicar a todos aquellos directivos o responsables en la toma de decisión, y es importante que estén presentes o participen en el proceso de entrevistas. No está de más considerar la participación de alguien que está en el mismo nivel que el nuevo trabajador.



9. No Involucrar a las Personas Claves en el Proceso de Selección

Solución



Un proceso de selección en el que intervengan personas clave será de gran ayuda para seleccionar al mejor candidato para el trabajo, siempre y cuando esto no lleve a una eternización del proceso, ya que entonces perdemos eficiencia.

10. No Asignar un Plazo Adecuado en el Proceso de Contratación



Un proceso de contratación requiere tiempo y dedicación, y es importante darse cuenta de ello cuando se aspira a conseguir buenos candidatos. Los candidatos ideales no aparecen invirtiendo pocas horas en el proceso. El tiempo requerido para un proceso normal en una empresa de tamaño medio suele ser tres semanas. Este tiempo te permite ver a varios candidatos así como afinar la idea de cómo es el candidato perfecto.

10. No Asignar un Plazo Adecuado en el Proceso de Contratación

Solución

Un proceso de selección justo es aquel que ha sido pensado y razonado. Es fácil dejarse llevar por impulsos, así que es clave no precipitarse contratando al primer candidato que evaluamos y escoger el que estamos realmente seguros que es el mejor.



Conclusión

Solución

Los profesionales de Recursos Humanos se enfrentan a un cambio irreversible ante Internet y las redes sociales. La selección de personal ha evolucionado y el término Reclutamiento 2.0 define hoy la manera más eficaz de encontrar al candidato ideal.

Si bien la búsqueda de talento a través de la Web 2.0 no está siendo utilizada aún por la mayoría de las empresas, el uso de las redes sociales para reclutar seguirá incrementándose rápidamente a medida que los profesionales de las áreas de Recursos Humanos descubran los beneficios que ofrece a la hora de encontrar talento para su empresa.

Tener éxito en este proceso exige que los profesionales de Recursos Humanos se formen para sacarle el máximo provecho a las redes sociales y así seleccionar a los candidatos idóneos para que la empresa alcance sus objetivos.





Decirlo es fácil, nosotros queremos demostrártelo

Solicita una demostración personalizada y descubre las funcionalidades que te ayudarán a trabajar de forma rápida y eficaz.

- *Reduce el tiempo invertido en la publicación de posiciones y la recogida de candidatos*
- *Gana control y visibilidad de la situación de todos los procesos de selección*
- *Mejora la comunicación, la imagen y la experiencia de usuario de los candidatos*
- *Unifica en una sola base de datos todos los candidatos para poder gestionarlos*

Solicítala Ahora