

CÓMO RECLUTAR EN REDES SOCIALES

facebook

Linked 

Google+

You 

 twitter

Introducción

Hoy en día el Reclutamiento 2.0 exige nuevas competencias a los profesionales de Recursos Humanos: reclutadores orientados a las relaciones, capaces de conectar e interactuar con personas, actuando como un nodo de la organización para desarrollar redes de contactos de diferentes niveles y profesiones que puedan ser de utilidad para la empresa. Está claro que **si careces de estas competencias, aún estás reclutando de forma obsoleta**, y debes realizar un cambio para lograr adaptarte al entorno 2.0.

Sabemos que tratar de adaptarse al entorno 2.0 no es una tarea fácil, supone invertir mucho tiempo inicial y dedicación posterior para crear una comunidad y potenciar el Employer Branding, gracias a la interacción y conversación con el candidato. ¿Existe mejor forma de saber lo que quieren y buscan tus candidatos, que conversando e interactuando con ellos?

La penetración en redes sociales está alcanzando su etapa de madurez y ya podemos confirmar que alrededor del 30% de la población mundial utiliza mensualmente las redes sociales. Y una de las razones por la que estos usuarios siguen a las marcas en las redes es para estar al día de las ofertas de trabajo que publica la empresa.

¿Cómo usar la redes sociales para la búsqueda de candidatos?
Te lo explicamos en esta Guía.





El reclutamiento 2.0 mediante la red social LinkedIn propicia un escenario multicanal con muchos perfiles cualificados y con interés en nuevas oportunidades de trabajo.

Para reclutar en LinkedIn de forma adecuada y eficaz, es necesario que cumplas con algunos consejos que te permitirán desarrollar una estrategia de captación positiva y motivar el interés de candidatos activos y pasivos. Aunque si quieres profundizar más en esta red social, también puedes leer nuestra Guía [Cómo Reclutar en LinkedIn](#).

1. Construye una buena página de empresa.

Las páginas de empresa son como el apartado “about us” de nuestra web exportado a LinkedIn. El simple hecho de tener una y dedicar algo de tiempo a mantenerla actualizada nos puede reportar muchos beneficios.

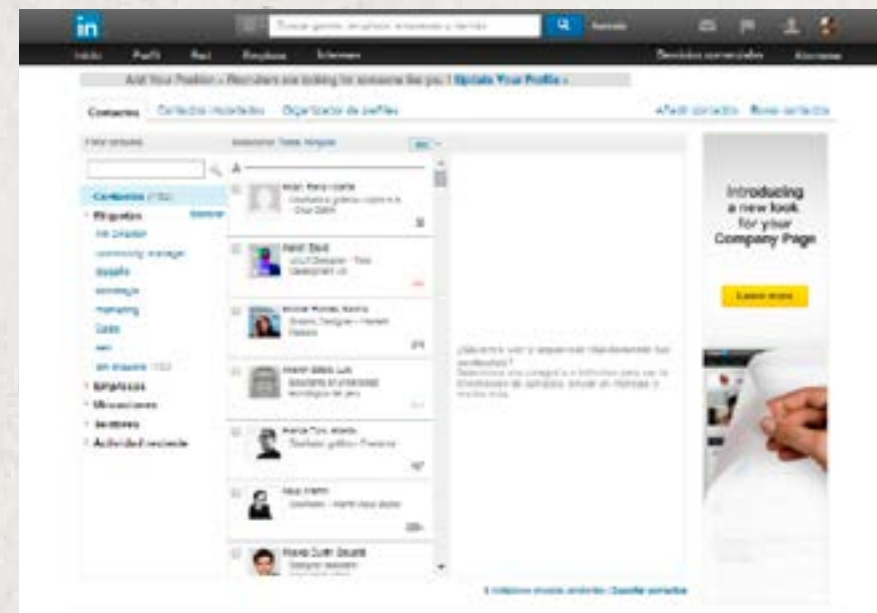


LinkedIn

2. Crea un buen perfil. Tu perfil en LinkedIn tiene que ser lo más completo y profesional posible ya que es tu herramienta básica de contacto. Es básico tenerlo trabajado si quieres ganar credibilidad y contactos de calidad. Sigue a tu empresa en los diferentes medios y válete de sus contenidos de valor para tus candidatos, de esa manera reflejas profesionalidad con tu trabajo.



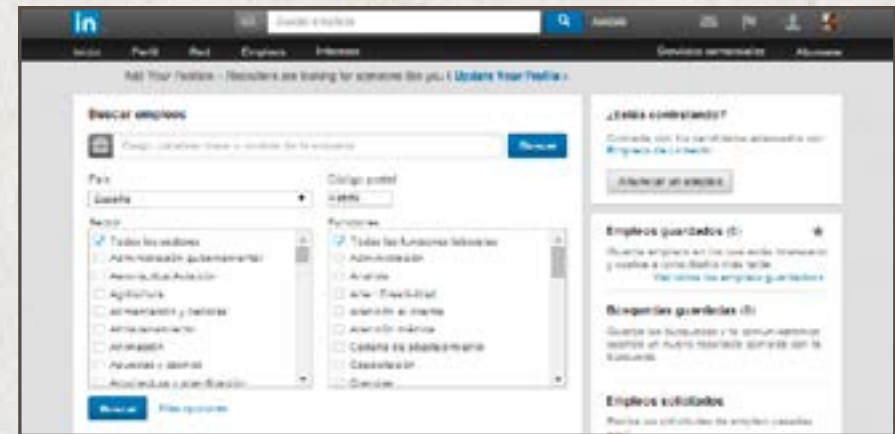
3. Realiza una buena búsqueda de candidatos. Para encontrar candidatos, LinkedIn ofrece una herramienta con la que realizar búsquedas segmentadas por sectores, países, cargos...y algunas herramientas de pago para mejorar esta búsqueda.





LinkedIn

4. Difunde tus vacantes de empleo. LinkedIn también facilita que las personas que buscan empleo encuentren nuestras ofertas. Y tienes varias opciones para que esta oferta sea vista por mucha gente, y de forma segmentada. Te recomendamos que te unas a los grupos más activos de tu sector, recuerda que no sólo se trata de publicar, sino que también debemos interactuar con los candidatos.



Hoy en día existen innumerables herramientas de multiposting, programación de difusión, respuestas automatizadas, medición de efectividad, influencia de personas, analíticas... una serie de posibilidades que se ponen a disposición de los reclutadores para mejorar su trabajo y efectuar adecuadamente la selección de los mejores talentos en LinkedIn y otras redes sociales.



Facebook

Es la red social con mayor notoriedad y aunque no es un red social específica para buscar empleo, debemos tener en cuenta que actualmente cuenta con más de 1.400 millones de usuarios activos, lo que implica que la mayoría de los candidatos que estamos buscando tienen perfil en esta red social.

Facebook nos proporcionará aquella **información que no queda recogida en los currículums**: habilidades personales, aficiones de los empleados y otra información adicional de interés que nos pueda ayudar a cumplimentar el currículum de los candidatos, siempre y cuando sus perfiles estén disponibles. Te damos más información en la [Guía Cómo Reclutar en Facebook](#).

1. Crea una buena página de empresa.

La imagen que proporcione tu página a los candidatos es muy importante, piensa que se reflejará en la credibilidad y la confianza que les aporte.



Facebook

2. Gestiona correctamente tu página. Utiliza tu página de empresa para nutrir la relación con tus fans, seguidores y potenciales candidatos dándoles contenido que les sea interesante.

3. Publica y difunde tus ofertas. Anima a tus empleados a compartir las nuevas posiciones de empleo con sus amigos de Facebook para llegar a candidatos a través de su referencia.



4. Crea un panel de empleo en Facebook. De esta forma, los seguidores que estén interesados en tus contenidos, también podrán ver las ofertas de empleo que publiques, por lo que facilitarás que apliquen a ellas y mejorarás tu Employer Branding. Descubre más en [Cómo crear una página de Empleo irresistible](#)





Twitter es la red de microblogging por excelencia, y tiene un gran potencial para publicar y difundir tus posiciones. La red social te permite publicar ofertas de empleo, buscar y evaluar candidatos y mejorar tu reputación online. [Aprende más en Cómo Reclutar en Twitter.](#)

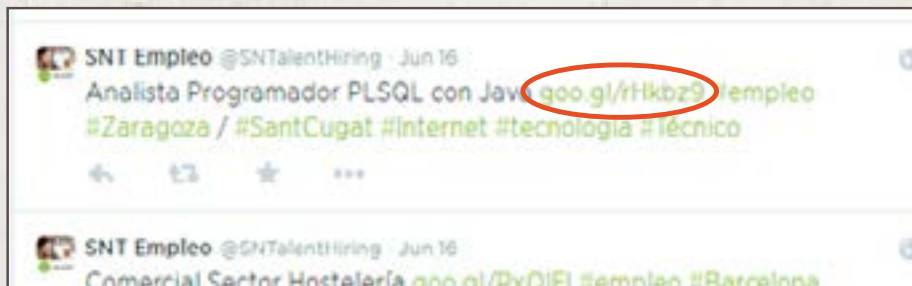
Esta red social nos permite anunciar nuestras posiciones de forma rápida y eficiente, y lograr así, una mayor difusión entre tus seguidores. Únicamente dispones de 140 caracteres.

1. Publicar posiciones. Te recomendamos que el mensaje sea claro, debemos tratar de transmitir de una manera directa lo que buscamos con el mínimo de caracteres posible. Debes lograr que tus candidatos se vean atraídos por la vacante y hagan click en el enlace.

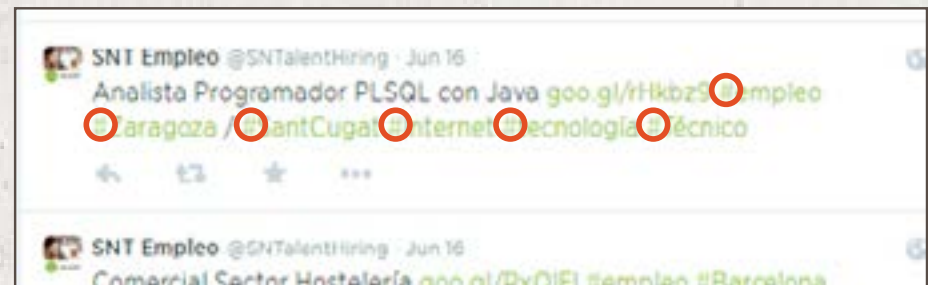




2. Enlace de la oferta. Siempre tiene que estar en los tuits de tus ofertas de empleo, y deben redirigir al candidato directamente a la oferta descrita, de no ser así, el candidato se perderá entre todas las vacantes que tenemos publicadas.



3. Hashtags. Es la funcionalidad estrella de twitter y permite agrupar tuits de una misma temática. Cuando publiquemos una posición, está claro que no puede faltar el hashtag #empleo, y si queremos segmentar aún más, especificaremos también la población #Barcelona. Puedes añadir tantos hashtags como quieras, siempre y cuando no excedas de los 140 caracteres del tuit.





Pero Twitter no sólo nos permite publicar ofertas de empleo, tal y como hemos comentado anteriormente, también nos permite buscar y evaluar candidatos. Podemos buscar candidatos de 3 formas:

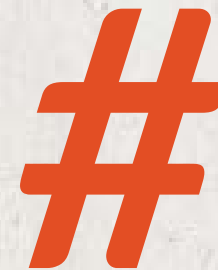
1. Valorar la capacidad de liderazgo de la persona. *Analizar el ratio Seguidores/ Seguidos, cuanto más alto sea, será más probable que esa persona sea referente en el sector.*





2. Observar los tuits que publica. Podremos saber si el candidato está al día en las novedades del sector y también nos dará algunas pistas sobre sus intereses personales.

3. Buscando un hashtag. Si introducimos un hashtag concreto en Twitter, podemos ver todos aquellos tuits que han sido publicados con ese hashtag (relacionados con el sector) y aquellas personas que tienen relación.



Youtube

Youtube es la mayor comunidad online de vídeo que cuenta con más de 1000 millones de usuarios únicos cada mes, lo que implica un gran potencial que debemos saber aprovechar para reclutar.

La plataforma nos permite mejorar la reputación online de nuestra empresa mediante la creación de vídeos corporativos, con el fin de atraer y fidelizar a los futuros y actuales empleados.

Cuando realices vídeos corporativos para publicar y difundir tus posiciones, deberás tener en cuenta:

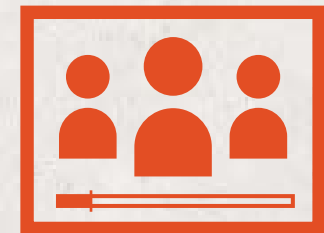


Youtube

1. Habla de la cultura de tu empresa. Publica vídeos mostrando el día a día de tu empresa. Compartir la cultura de tu compañía te ayudará a encontrar candidatos que se sientan atraídos por la atmósfera de tu empresa.

2. Responsable de reclutamiento. Es importante que en el vídeo aparezca hablando de la cultura de la empresa la persona responsable del reclutamiento de tu empresa o el máximo responsable de la empresa, esta acción dotará de una mayor transparencia tu vídeo.

3. Empleados de tu empresa. Los empleados de la empresa deben aparecer en el vídeo explicando a los candidatos su experiencia de trabajo en la compañía. Si creamos el vídeo para una posición concreta, es importante que aparezca un empleado relacionado con el puesto de trabajo que se está ofertando.



+1 Google+

Es la red social del famoso buscador Google y actualmente cuenta con más de 540 millones de usuarios activos, lo que la convierte en una fuente atractiva de candidatos.

Aunque pensemos que el único beneficio que nos aporta la red social Google+ es posicionamiento orgánico en buscadores (SEO), debemos tener en cuenta que también nos puede ayudar a difundir nuestras posiciones y encontrar a nuestros candidatos.

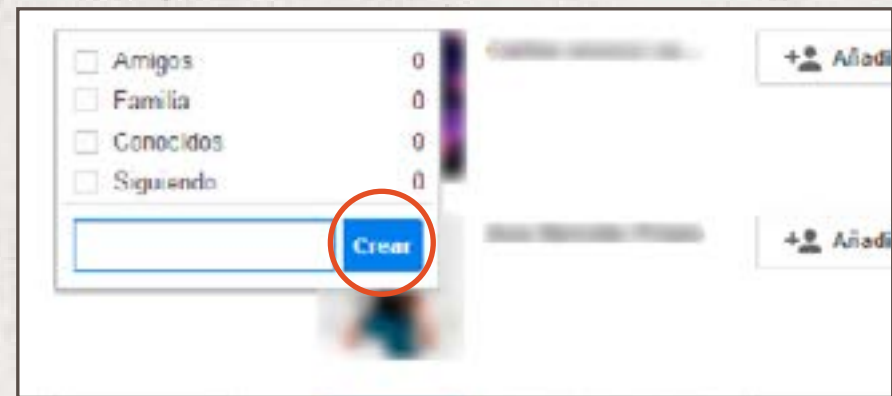
A continuación te explicamos cómo puedes utilizar esta red en tu labor de reclutamiento:



+1 Google+

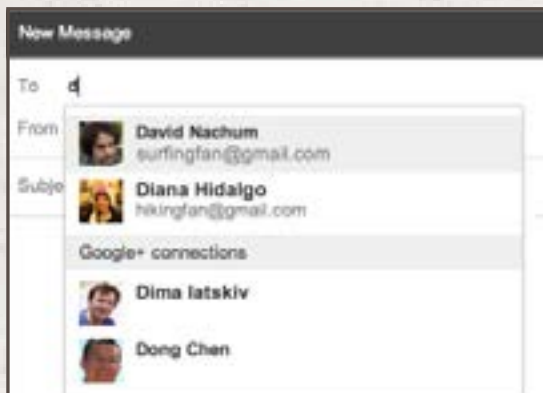
1. Segmentación por círculos. Es la principal ventaja que nos proporciona respecto al resto de redes sociales, ya que cuando agregas a un contacto, lo puedes segmentar como tú quieras, por ejemplo, en sectores, industria o habilidades. La persona que has agregado al círculo, nunca sabrá a qué círculo ha sido agregada. Te aconsejamos que agrupes a tus candidatos en los círculos correspondientes a su posición.

2. Comunidades de Google+. Las comunidades de Google+ permiten encontrar y descubrir a personas con talento. Estas comunidades son grupos segmentados donde se comparten, discuten y aportan contenidos diferentes. En estas comunidades es recomendable interactuar, para así darte a conocer. También, si vemos que no existe ninguna de nuestro sector, tenemos la posibilidad de crear una.



+1 Google+

3. Contacto vía Gmail. Una de las últimas características que ha implantado Google+, ha sido la posibilidad de poder enviar un email a una de las personas que tenemos en nuestros círculos, sin necesidad de disponer de su cuenta de correo. Esto nos puede permitir un contacto directo con nuestro candidato, de una forma más rápida.



4. Google Hangouts. Google+ tiene integrado los Hangouts, que nos permiten realizar vídeo conferencias con personas de nuestros círculos. Podemos aprovechar esta función para poder realizar vídeo-entrevistas con nuestros candidatos de forma efectiva, ya que reúne todos los requisitos que necesitamos para poder realizar una correctamente.



Conclusión

*Son todavía muchas las empresas que olvidan uno de los requisitos básicos del **Reclutamiento Social**, la labor de conocer cada una de las redes sociales donde están presentes sus potenciales candidatos y lo más importante, saber interactuar con ellos.*

*Las pymes tienen ahora una gran oportunidad para atraer, encontrar y contactar con candidatos a diferencia de hace tan unos años sólo eran accesibles para las grandes empresas, pero **¿están nuestras organizaciones y reclutadores preparados para implantar y gestionar eficazmente estrategias de Reclutamiento 2.0?***

Si quieres seguir indagando, descubre mucho más en nuestra [Guía Los Beneficios de Reclutar en las Redes Sociales: Pros y Contras.](#)



Publica tus Ofertas de Empleo en todas tus Redes Sociales con Talent Clue

Te demostramos que reducir el tiempo que inviertes en publicar ofertas, es posible
Solicita una demostración personalizada y descubre cómo puede ayudarte el Multiposting

- *Publica en 100 portales de empleo, en tu web, en canales propios, universidades, business schools, agregadores, con un solo clic*
- *Integra todas tus redes sociales para publicar tu vacante en Facebook, LinkedIn, Xing, Viadeo o Twitter*
- *Recibe los candidatos que aplican vía email automáticamente en Talent Clue*

[Solicítala Ahora](#)