

INBOUND RECRUITMENT



A través del Inbound Recrutiment
queremos que el candidato ideal se
sienta atraído por nuestra empresa,
que tenga el deseo de unirse y formar
parte del equipo, haya o no abiertas
ofertas en ese momento.

¿Cómo conseguimos atraer a los candidatos?

Para ello hay que pensar en acciones de *marketing* que se combinen con estrategias de reclutamiento, para conseguir mostrar al futuro candidato un escenario diferente, interesante y sobre todo atractivo.

Para conseguir llamar la atención del
talento que nos interesa contamos con
cuatro fases:

ATRAER

El objetivo es atraer tráfico tanto a la página de empleo como a las ofertas disponibles; pero no queremos seducir a cualquiera, **queremos llamar la atención del tráfico adecuado**, aquellos perfiles que aporten valor a nuestra compañía. Para ello, hay que mostrar una imagen real de la organización además de compartir las ventajas si finalmente se incorporan al equipo. En este punto contaremos con tres herramientas esenciales:

Employer Branding: Debemos tener una cultura de empresa definida, además de saber la imagen que transmitimos a nuestros empleados y estos al exterior.

Página de Empleo: Tiene que ser una página optimizada, con contenido actualizado, vídeos de *employer branding*, testimoniales, ...

Redes sociales: Compartir contenido de nuestra empresa en redes sociales nos ayuda a acercarnos a nuestro público contándoles novedades y mostrándoles como es el día a día.



CONVERTIR

Cuando hemos conseguido atraer al talento que nos interesa a nuestras ofertas de empleo, el siguiente paso es **que se conviertan en candidatos**. Para lograr que se convierta en aspirante, debemos facilitarle el registro en las vacantes disponibles. Aquí podremos contar con varias herramientas que harán que la inscripción en las ofertas se más “sencillo”:

Ofertas de empleo: Que sea impactante y se desmarque de lo tradicional.

Formularios de registro: Este tiene que ser corto, responsive e integrado con las redes sociales.



CONTRATAR

En este punto **hemos conseguido atraer al talento que nos interesaba**, tanto empresa como candidato son partes interesadas. Aquí es interesante contar con un *software* de reclutamiento como puede ser **Panorama**, que nos ayude a automatizar el resto del proceso.



ENAMORAR

Tanto si el candidato finalmente es contratado como si no, debemos asegurarnos de que ha vivido una experiencia muy buena a lo largo del proceso de selección, ya que si es así se convertirán en embajadores de la marca, y aunque no se unan al equipo tendrán buenas palabras hacía la compañía.



the
key
talent