

práticas recomendadas

Cinco maneiras de
manter os recrutadores
à frente da curva social



Não há dúvidas de que as tecnologias sociais têm um impacto substancial no modo como as empresas funcionam atualmente. Mas você sabe quais são esses impactos e como se preparar para eles? Um número surpreendente de empresas não está preparado para aproveitar essas mudanças. Sendo assim, as empresas que as aproveitam apresentam uma distinta vantagem competitiva.

As tecnologias sociais estão evoluindo rapidamente e impactando todas as partes dos negócios, desde o modo como as empresas negociam e vendem até como elas aceleram a inovação, contratam e gerenciam os funcionários. Neste guia de práticas recomendadas, nós observaremos como as técnicas de empréstimo são usadas pelas equipes de marketing para usufruir da tecnologia social, a influência das tecnologias sociais na busca por talentos e algumas formas práticas para ficar à frente da curva que aprimorará os resultados de recrutamento.

A ascensão do marketing de recrutamento

As equipes de marketing foram umas das primeiras a adotar a tecnologia social. Elas perceberam rapidamente que as tecnologias sociais acrescentam outro canal de marketing que as permite chegar mais perto do público-alvo, com mais mensagens direcionadas.

Atualmente, os recrutadores estão usando a maioria dessas técnicas de marketing social para encontrar e chamar candidatos para cargos em aberto. Essa estratégia proativa é relativamente a nova prática do “marketing de recrutamento”. No momento, as ferramentas e soluções que estão disponíveis dão autonomia para que as organizações realizem o marketing de recrutamento. Dessa forma, elas podem aproveitar as vantagens dos novos canais e relacionamentos e podem eliminar a maior parte das adivinhações ao atrair os candidatos certos.

O marketing de recrutamento envolve o uso de uma abordagem inteligente e interativa de vários canais para criar relacionamentos com os melhores candidatos. Em suma, cada abertura de um novo cargo se torna uma campanha que usa a otimização do mecanismo de pesquisa, o suporte móvel e as funcionalidades de publicação inteligentes para distribuir automaticamente aos canais certos. Esse método eficaz de alcançar os candidatos certos, no momento certo, já foi comprovado. A demanda por ferramentas que ajudam as empresas a criar e manter sistematicamente os relacionamentos, usando a automação sofisticada e as tecnologias sociais, só aumentará. Essa abordagem significa menos trabalho para os recrutadores e melhor retorno do investimento.

Se você ainda não aderiu ao marketing de recrutamento, qual é a melhor maneira para começar? Você deverá avaliar as ferramentas e técnicas usadas para encontrar candidatos hoje e ver se eles apoiam a integração de uma abordagem de marketing mais “social”. Enquanto faz isso, você também pode atualizar seus processos de recrutamento.

Preparação prática para as futuras mudanças

Quais etapas práticas os líderes de negócios precisam executar para aprimorar suas estratégias de recrutamento atuais e futuras? Várias medidas simples podem aprimorar os relacionamentos dos funcionários com seus candidatos.

1. Forneça aos candidatos passivos uma alternativa para que eles se candidatem a uma vaga.

Mais de 92% dos candidatos em um site de carreiras corporativas não se candidatam a um cargo em sua primeira visita. Eles acessam, olham e saem. Para atrair mais esse tráfego de candidatos passivos, as empresas devem adicionar uma funcionalidade aos seus sites que diga “Ainda não está pronto para se candidatar? Forneça-nos seu e-mail para que possamos mantê-lo atualizado”. Algumas empresas conseguem que mais de 10.000 pessoas se inscrevam para essas atualizações diariamente. Apoiar esse grupo de talentos é uma das únicas grandes áreas de redução de custos nas empresas, pois aproveita as pessoas que já estão interessadas nelas.

2. Consolidar os contatos do recrutador em uma comunidade de talentos centralizada.

Os recrutadores precisam atrair um candidato no LinkedIn, mas em vez de manterem contato com o candidato por meio dessa rede social, eles precisam adicionar o candidato à comunidade de talentos da sua empresa. A maioria dos candidatos aceitará e, então, os recrutadores poderão recrutar de forma estratégica, além de reunir todos os seus candidatos em um só lugar. Anteriormente, somente as pessoas que tinham a maior rede venciam, mas agora todas têm a mesma rede por meio das mídias sociais. Saber como usar essas plataformas para alcançar o público certo com a mensagem certa, no momento certo, determinará quais empresas serão mais bem-sucedidas no futuro.

3. Considere um público móvel.

Você já observou seu próprio site de carreiras do ponto de vista de um candidato à procura de emprego? No site de carreiras, o quanto é dedicado a informações sobre a sua empresa, em comparação com o acesso aos seus cargos em aberto? A lista de cargos abertos normalmente fica bem escondida entre os outros dados sobre a empresa. Agora tente acessar seu site de carreiras com um dispositivo móvel. Você ainda consegue encontrar o link de cargos em aberto? É fácil pesquisar ou navegar pela lista? O tráfego móvel em sites de carreiras está crescendo rapidamente, principalmente em determinados setores (como o de varejo) e países (como a Índia). Você não quer perder esse tráfego porque seu site não presta esse tipo de serviço ou não é fácil de usar em um dispositivo móvel. Leve em consideração o que você pode fazer para tornar suas páginas de carreira mais acessíveis a dispositivos móveis.

4. Não se esqueça do seu grupo de talentos interno!

As ferramentas online facilitaram aos recrutadores o recrutamento de novos candidatos, mas elas também permitiram que os funcionários encontrassem e buscassem novas oportunidades de forma mais fácil. Como tudo pode ser vocalizado imediatamente online, as pessoas têm uma consciência elevada de como as empresas tratam os funcionários - seja isso bom ou ruim. Essa conscientização é boa para os empregadores, pois os desafia a serem realmente os empregadores recomendáveis, e não apenas a dizerem que são. Se os seus funcionários estiverem prontos para uma mudança, certifique-se de que eles saibam sobre as oportunidades dentro da empresa.

A sua estratégia de recrutamento deve estar conectada às suas estratégias de envolvimento, desenvolvimento e retenção dos seus funcionários atuais, e exige que seus sistemas e processos estejam interconectados. Alguns dos melhores candidatos para os cargos em aberto já podem estar trabalhando para você. Não os deixe de fora! No mínimo, verifique se qualquer aprimoramento feito nos seus processos de recrutamento considera seus funcionários e também os candidatos externos.

5. Verifique se a sua estratégia de recrutamento está conectada a uma estratégia de gerenciamento de talentos completa.

Quais qualificações ou competências você está usando para medir o desempenho dos seus funcionários? Você está usando as mesmas competências no seu processo de contratação? Quais ferramentas seus funcionários estão usando para colaborar e se comunicar sobre o trabalho? Eles podem usar as mesmas ferramentas para colaborar com o processo de contratação? A maioria das empresas ainda usa o e-mail para enviar currículos e reunir feedbacks dos candidatos. Com um sistema de gerenciamento de talentos integrado, você precisa ter a capacidade de compartilhar os principais dados entre diferentes funções; por exemplo, competências entre desempenho, aprendizado e recrutamento; e ferramentas de colaboração entre todas as funções de RH.

Somente com uma plataforma integrada é possível começar a identificar os funcionários em risco antecipadamente e remediar as situações que não estão deixando essas pessoas felizes. Reduza a sobrecarga no recrutamento reduzindo a rotatividade involuntária. Uma única fonte de verdade para as informações de talento dos funcionários fornece aos empregadores a oportunidade de reimplantar pessoas em novos grupos, atribuir um novo gerente a alguém ou encontrar um novo projeto no qual os funcionários possam trabalhar.

Você precisará de uma equipe de gerenciamento de talentos completa e uma plataforma de gerenciamento de talentos abrangente e integrada para obter uma imagem real da situação da sua força de trabalho, inclusive do local onde é preciso mais talentos para atender às necessidades futuras e do local onde você possui talentos que serão mais úteis em outro lugar.

Instale sua equipe para obter sucesso no recrutamento. Com o aumento das redes sociais, das ferramentas de colaboração social e das técnicas do marketing de recrutamento, os recrutadores ficaram muito ocupados acompanhando as mudanças em sua profissão nos últimos anos. Como a função de recrutamento é crucial para a integridade e a expansão de qualquer empresa, você desejará garantir que sua equipe tenha as melhores ferramentas possíveis para atrair, envolver e selecionar o talento de que você precisa.

Sobre o recrutamento da SuccessFactors

O recrutamento da SuccessFactors otimiza o desempenho da força de trabalho colocando as pessoas certas nos cargos certos, de forma mais rápida.

O mundo do recrutamento passou por uma mudança significativa com a explosão de novas ferramentas e canais para encontrar candidatos. A maioria das soluções de recrutamento tradicionais está superando somente uma parte do desafio — selecionando os melhores candidatos. O recrutamento da SuccessFactors é a única solução projetada para ajudá-lo a atrair, envolver e selecionar os candidatos que determinarão os resultados empresariais. Nós fazemos isso combinando um processo de marketing de recrutamento inteligente e social com um processo de seleção móvel e colaborativo para criar a única solução de Execução de recrutamento (Rx) do mercado — a prescrição (Rx) para a melhor contratação.

Sobre a SuccessFactors, uma empresa da SAP

SuccessFactors é a principal fornecedora de software HCM com base na nuvem, que fornece resultados empresariais através de soluções completas, com um belo design, que são flexíveis o suficiente para começar em qualquer lugar e ir para todos os lugares. Os clientes da SuccessFactors representam empresas de todos os tamanhos em diversos ramos industriais. Com mais de 20 milhões de assinaturas em todo o mundo, nós nos esforçamos para satisfazer nossos clientes oferecendo soluções inovadoras, conteúdo e análise, conhecimento de processos e insights de melhores práticas para a nossa base de clientes ampla e diversificada. As soluções da SuccessFactors têm o apoio do ecossistema de um parceiro global e a experiência e o compromisso da SAP.

successfactors™
An SAP Company

SuccessFactors
Sede global
One Tower Plaza
South San Francisco, 94080

LIGAÇÃO GRATUITA > 800 809 9920
PHONE > 650 645 2000
FAX > 650 645 2099
EMEA > +45 33 349 349
APAC > +612 9238 6680

www.successfactors.com

©2014 SuccessFactors, Inc. Todos os direitos reservados.

Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida nem transmitida de qualquer forma ou para qualquer objetivo sem a permissão expressa da SuccessFactors. As informações contidas aqui podem ser alteradas sem aviso prévio.

Alguns produtos de software comercializados pela SuccessFactors e suas distribuidoras contêm software patenteado de outros fornecedores.

Esses materiais estão sujeitos à alteração sem aviso prévio. Esses materiais são fornecidos pela SuccessFactors e suas empresas afiliadas somente para fins informativos, sem representação ou garantia de qualquer tipo, e a SuccessFactors não se responsabilizará por erros ou omissões a respeito desses materiais. As únicas garantias para os produtos e serviços da SuccessFactors são apresentadas nas declarações de garantia expressas que acompanham tais produtos e serviços, se houver. Nenhuma informação apresentada neste documento deve ser interpretada como uma garantia adicional.

Os produtos e serviços da SuccessFactors mencionados neste documento e seus respectivos logotipos são marcas comerciais ou registradas da SuccessFactors Inc. (e SAP), nos Estados Unidos e em outros países.

v. 02 2014

