



L'ORÉAL

WORLD LEADER IN BEAUTY PRODUCTS

«La mayor ventaja es poder contactar con personas a las que normalmente no llegaríamos, lo que nos permite ahorrar costes y agilizar los procesos.»

Gabriele Silva, jefe de proyectos de selección internacional

Caso práctico L'Oréal

LinkedIn ayuda a L'Oréal a llegar a un mayor número de candidatos y a reforzar su imagen corporativa.

Datos destacados

- El uso de LinkedIn permitió aumentar la calidad y la diversidad de los candidatos.
- L'Oréal pudo contactar con candidatos que de otra forma no habrían enviado su candidatura.
- L'Oréal contactó con los candidatos de forma directa y proactiva reduciendo el tiempo en la contratación.
- Mejoró el perfil y la reputación de la empresa en Internet.
- En menos de un año se duplicó el número de licencias de LinkedIn Recruiter.

Perfil de la empresa

L'Oréal es la empresa de cosmética y belleza más grande del mundo. Su misión, según ellos mismos, es «inventar la belleza» y ofrecer a todos sus clientes acceso a la mejor cosmética en cuanto a calidad, eficacia y seguridad.

Reto de la empresa

L'Oréal contrata a unos 6.000 managers nuevos cada año —incluidos contratos de prácticas— y utiliza todas las herramientas tradicionales de selección de personal para encontrarlos. En un momento dado, L'Oréal tenía ante sí tres problemas cuya resolución requería un enfoque más innovador.

Búsqueda de candidatos «de difícil contratación»

L'Oréal quería mejorar sus procesos de selección de empleados sénior, profesionales con poca experiencia y especialistas en ámbitos como la logística y las finanzas.

Contacto con candidatos pasivos

La empresa también quería captar candidatos pasivos. Las páginas de empleo tradicionales solo permiten llegar a quienes buscan empleo de manera activa (15-20% de los profesionales) pero L'Oréal quería llegar al 80% restante.

Reputación online

Era fundamental que L'Oréal desarrollase y gestionase su imagen corporativa para captar a los candidatos más cualificados y reforzar su marca de cara a futuros candidatos potenciales.

«Con LinkedIn he encontrado a unos noventa candidatos cualificados en menos de cinco meses, y he seleccionado a cinco de ellos. LinkedIn nos permite centrarnos en los candidatos de más calidad. Nos ha proporcionado una mayor credibilidad como empresa y ha acelerado nuestros procesos de selección.»

Oskar Isenberg Lima, Luxe, París

Uso de LinkedIn para llegar a nuevos candidatos

LinkedIn parecía la solución obvia a los tres problemas. La empresa decidió recurrir a LinkedIn por su alcance global y la calidad de sus perfiles de usuario.

Además de perfeccionar los perfiles de los distintos técnicos de selección, L'Oréal creó una página de carreras donde publicar oportunidades laborales y presentar la empresa como un buen sitio para trabajar.

Por último, pero no menos importante, LinkedIn ofrece una vía de acceso al portal de recomendaciones de L'Oréal, donde «los mejores empleados recomiendan a los mejores candidatos», indica Dennis de Munck, director de métodos de selección. «Más de 15.000 directivos y empleados de L'Oréal están en LinkedIn; ellos son nuestros principales embajadores en el mundo del networking profesional.»

Selección de personal: mejor y más rápida

LinkedIn pone a L'Oréal en contacto con candidatos a los que es imposible llegar mediante otras técnicas de selección. Una base de datos de candidatos más amplia y proactiva se traduce en mejores contrataciones y fomenta la diversidad de los candidatos. «Incluso candidatos que en un principio no parecen interesados en L'Oréal comienzan a mostrar entusiasmo cuando perciben la credibilidad empresarial y personal que mostramos a través de LinkedIn», señala Anke Nieboer, responsable de selección de los Países Bajos.

LinkedIn proporciona a los responsables de selección de L'Oréal acceso a candidatos que de otra forma serían muy difíciles de encontrar. Por ejemplo, «nos permitió ocupar rápidamente una vacante que llevaba meses abierta», asegura Alison Thorne de The Body Shop, filial de L'Oréal.

No cabe duda de que los responsables de selección de L'Oréal están encantados con LinkedIn. La empresa empezó con algunas licencias en mercados maduros, y ahora cada vez más filiales utilizan la plataforma. Silva concluye: «LinkedIn nos permite impulsar todos nuestros sistemas; es una solución estratégica y efectiva. De hecho, a veces nos preguntamos a cuántos candidatos cualificados podríamos haber contratado antes, de forma más directa.»

LinkedIn. Consejos de uso

- Dedicar tiempo a tu perfil. LinkedIn se basa en el contacto directo de profesional a profesional; no hay lugar para actitudes de «gran empresa» ni para perfiles obsoletos de responsables de selección. →
- Presenta tu empresa a los candidatos. Puedes usar tu propio perfil para mostrar cómo es trabajar en la compañía. → Una buena idea: incorpora a tu perfil una presentación de SlideShare sobre la empresa.