



Los puntos clave de LinkedIn

Guía para el técnico de
selección moderno

LinkedIn[™]



Stacy Donovan Zapar

Experta en captación de candidatos

Zappos family of companies

«Un técnico de selección moderno es el que se dirige directamente a los candidatos que le interesan, crea relaciones profesionales y sabe no sólo encontrar buenos candidatos, sino también conseguir una respuesta».



Matt Charney

Responsable de edición

RecruitingBlogs.com

«Para mí, un técnico de selección moderno debe abarcar varias funciones, no especializarse solo en una. Ya no se trata simplemente de encontrar a buenos candidatos para un puesto, sino de que esos candidatos se adecúen a los objetivos estratégicos de tu empresa. Esa es la mejor forma de conseguir a los candidatos idóneos para que la compañía siga siendo competitiva e innovadora ahora y en el futuro. El trabajo del técnico de selección moderno no se limita a cubrir vacantes o a llenar una base de datos: implica combinar técnicas de ventas, marketing, tecnología y gestión del capital humano para responder a las necesidades de candidatos y clientes, así como aumentar la rentabilidad y los ingresos de la empresa».



Steve Levy

Consultor de recursos humanos y redes sociales

outside-the-box Consulting

«¿Qué es un técnico de selección moderno? Es, sobre todo, una persona honesta, pero también competente, coherente, humilde, servicial y agradable, en ese orden (aunque estas cualidades son válidas en cualquier otro orden). Muchos de los que se hacen llamar técnicos de selección no están orgullosos de su trabajo, no aprenden continuamente, creen tener poderes paranormales para descifrar el lenguaje corporal de una persona durante una entrevista o leer un currículum entre líneas, y rehúyen cuando se les hace alguna pregunta sobre su trabajo. Esas personas llegaron a la profesión porque los requisitos para comenzar son bajos, pero el auténtico técnico de selección profesional y moderno –independientemente de dónde haga su trabajo– trabaja por vocación y cree que fue la profesión quien le encontró a él, no a la inversa. Primero viene la excelencia y después la nómina».



Jessica Miller-Merrell

Fundadora y directora de investigación

Workology

«Ser un técnico de selección moderno implica ser flexible y creativo, y buscar formas nuevas de encontrar a los candidatos más cualificados antes de que lo haga la competencia. Algunos de los mejores técnicos de selección son magos de Internet y expertos en búsquedas capaces de emprender nuevos caminos para cambiar el futuro de la selección de personal».



Josh Bersin

Director y fundador

Bersin by Deloitte

«La competencia en el ámbito de la selección de personal es cada vez más fuerte y captar a los mejores candidatos es una de las labores más importantes de recursos humanos. El técnico de selección actual debe ser experto en marketing, ventas, coaching y psicología, todo al mismo tiempo. Gracias a herramientas como LinkedIn, los equipos de selección lo tienen más fácil para crear campañas, gestionar su marca, buscar candidatos y conseguir recomendaciones. Pero, sobre todo, los técnicos de selección deben conocer su propia empresa, colaborar con los responsables de contratación y saber asesorar bien a los demás. Si combinan todo eso, triunfarán en su empresa».



Jennifer McClure

Presidenta y responsable de estrategias de selección

Unbridled Talent, LLC

«Los técnicos de selección modernos son expertos en encontrar buenos candidatos, interactuar con ellos y crear conexiones con candidatos existentes y futuros mediante todas las herramientas e información actuales, como el networking en persona, el teléfono, las redes sociales y la tecnología móvil. Encontrar candidatos es solo el primer paso. Los técnicos de selección modernos hacen cobrar vida a la marca de talento mediante la interacción con los candidatos».



Andy Headworth

Director y experto en selección mediante redes sociales

Sirona Consulting Ltd

«En nuestro mundo actual de "infoxicación", donde las herramientas y plataformas sociales nos permiten encontrar a personas de forma mucho más fácil, el técnico de selección moderno necesita dos competencias esenciales. La primera es poder asimilar rápidamente información de varias fuentes, ponerla en contexto y extraer los datos de mayor interés. La segunda competencia es la más importante: saber comunicarse con clientes y con candidatos potenciales en TODOS los canales disponibles, sobre todo por teléfono».



Brendan Browne

Director de selección internacional de personal

LinkedIn

«La empresa que sepa extraer de Internet la información más valiosa sobre potenciales candidatos y crear un modelo de equipo de selección para operacionalizar el proceso a gran escala definirá el futuro de la selección de personal. El técnico de selección moderno ha de ser sobre todo experto en negocios, y además tener seriedad e inteligencia para influir en los responsables de contratación y directivos de todos los niveles, y asesorarles con información de utilidad siempre que sea necesario».

Índice

¿No tienes tiempo para leer toda la guía?
Ve directamente al **resumen de puntos clave de la página 54**,
donde encontrarás los consejos más importantes.

05 A quién va dirigida esta guía

06 La selección de personal está evolucionando.
¿Y tú?

09 Tu presentación es lo más importante: Cómo hacer
que tu perfil y tu página de empresa destaquen

22 Búsqueda de candidatos para técnicos de selección
modernos: 5 pasos

36 ¿Publicar una oferta y esperar sentado? Ahora ya no:
Todo lo que necesitas saber sobre las ofertas de empleo

44 Saca al experto en marketing que llevas dentro:
Promociona tu marca de talento en LinkedIn

57 Panorámica de las herramientas de LinkedIn:
Resumen de soluciones gratuitas y exclusivas

58 Problemas habituales de la selección de personal
y cómo solucionarlos

59 Protagonistas de esta guía

60 Otros recursos

A quién va dirigida esta guía

Esta guía será de interés para todo aquel que quiera contratar a los mejores candidatos, pero va dirigida principalmente a profesionales de la selección de personal que:

01 Trabajen en empresas con más de 500 empleados

02 Suelan hacer búsquedas o captación de candidatos en las primeras fases del proceso

03 Sean los responsables de promocionar la marca de empleador de su empresa

¿Te encargas de la selección de personal en una pyme? [Consulta nuestro documento Recruiting for Small Business: LinkedIn Essentials.](#)

¿No te ocupas de esas tareas? Si diriges un equipo de selección de personal, puedes [a\) reenviar esta guía a tu equipo](#), o [b\) ir directamente al resumen de puntos clave de la página 54 donde encontrarás los consejos más importantes.](#)



Nota especial para clientes de LinkedIn Recruiter

★ Indica un consejo de uso de LinkedIn Recruiter.

La selección de personal está evolucionando. ¿Y tú?

En los últimos diez años, la selección de personal ha experimentado más cambios que en las cuatro décadas anteriores. Los técnicos de selección han pasado de la agenda y las llamadas en frío a captar a candidatos interesantes a los pocos minutos de encontrarlos en Internet.

Los mejores técnicos de selección —los que se han convertido en asesores de confianza y participan en la toma de decisiones en su empresa— son los que siguen y definen los principios de la selección de personal moderna.

Entonces, ¿qué es la selección de personal moderna? Muy sencillo: es letras y ciencias a partes iguales. Los técnicos de selección modernos tienen el paquete completo: disponen del poder de persuasión para captar incluso a los candidatos más pasivos y de la información necesaria para mejorar la estrategia de contratación de su empresa.

¿Cómo es el técnico de selección moderno?

Consultor

Los técnicos de selección modernos tienen un instinto innato para crear vínculos entre equipos y candidatos: saben identificar y combinar las competencias de los candidatos con la personalidad de los responsables de contratación para crear el tándem perfecto.

Experto en marketing

Ven las vacantes del mismo modo que los expertos en marketing ven los productos. Consiguen crear el mensaje adecuado para el público adecuado, ya sea en su propio perfil o mediante la promoción de la marca de empleador.

Comercial

Son expertos en llenar su base de datos de candidatos y en cerrar tratos. Tienen dotes sociales y capacidad de negociación para convencer a ambas partes.

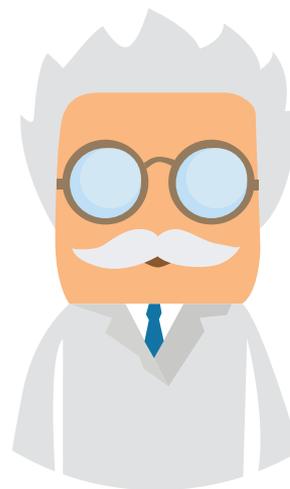
Técnico de selección de personal

Son asesores de confianza en su empresa, independientemente del cargo que ocupen. Informan a la directiva sobre las tendencias en selección de personal y participan en la toma de decisiones de la empresa.

LETRAS



CIENCIAS



Analista de datos

Los técnicos de selección modernos se rigen por un mantra: «Si no se puede medir, no se puede gestionar». Saben que los números y datos les ayudarán no solo a tomar mejores decisiones, sino también a ganarse la confianza de sus compañeros.

Investigador

Los técnicos de selección modernos no trabajan a ciegas: suelen consultar bases de datos de candidatos, están al día de las tendencias en selección de personal y conocen bien a la competencia.

Informático

Los técnicos de selección modernos conocen y apoyan los avances que se han producido en el sector durante la pasada década. Saben qué herramientas funcionan mejor y las usan a la perfección.

LinkedIn: el compañero del técnico de selección moderno

LinkedIn es la mayor red profesional* del mundo —más de 300 millones de miembros—** y el mejor amigo del técnico de selección moderno. Esta plataforma permite a los técnicos de selección acceder a más candidatos cualificados que cualquier otra fuente, y les ofrece las herramientas, tecnología y datos que necesitan para captar a esos candidatos.

En esta guía te explicaremos cómo usar LinkedIn para la selección de personal. Te daremos unos cuantos consejos sobre el arte de la selección de personal en LinkedIn: desde cómo redactar una vacante hasta cómo crear un mensaje InMail que funcione. Además te enseñaremos la tecnología, datos y herramientas que necesitas para ahorrar tiempo y dinero. Por último te explicaremos cómo evaluar tu actividad en LinkedIn para que sepas lo que te funciona y lo que no. El enfoque personal que utilices... eso te lo dejamos a ti.

* Más información sobre diferencias de enfoque entre quien hace networking por motivos profesionales o por motivos personales (en inglés) (<http://linkd.in/1hko0mg>)

**<http://press.linkedin.com/about>



Tu presentación es lo más importante

Cómo hacer que tu perfil y tu página de empresa destaquen

5 pasos para crear un perfil atractivo

- 01 Empieza con buen pie
- 02 Decóralo con contenido multimedia
- 03 Incluye certificaciones
- 04 Da a conocer tus actividades de voluntariado
- 05 Publica actualizaciones más interactivas

El éxito de la selección de personal está en tu mano

Piensa en por qué eres técnico de selección: las personas a las que has ayudado con su carrera profesional o la empresa que estás creando. ¿Tu perfil refleja todo eso? Si no es así, estás dejando pasar una gran oportunidad para ti, tu empresa y tus candidatos.

En LinkedIn hay 45 millones de consultas de perfiles* cada día; de hecho esa es la actividad más frecuente en nuestra red.** En la mayoría de los casos, tu perfil es la primera interacción de los candidatos con tu empresa, así que debe ser lo suficientemente atractivo. Cuanto más des a conocer quién eres y qué hace tu empresa, más fácil resultará a los candidatos interactuar contigo y decidir si lo que ofrece tu empresa encaja con lo que buscan.

*Brad Mauney — **Cinco formas sencillas de reforzar tu marca profesional en LinkedIn (en inglés)** (<http://linkd.in/1fKrxuD>), (29 de julio de 2013)

Parker Barrile, — **LinkedIn apuesta por las tecnologías móviles para candidatos y técnicos de selección: versiones móviles de «Trabaja con nosotros» y Recruiter (en inglés) (<http://linkd.in/1iW7PQt>), (16 de octubre de 2013)

5 pasos para crear un perfil atractivo

01 Empieza con buen pie

Empléate a fondo en el titular y en el extracto. Para conseguir un enfoque más cercano, utiliza la primera persona («yo», «nosotros»). Escribe desde el punto de vista de una persona que quiere contratar, no de alguien que busca empleo.

02 Decóralo con contenido multimedia

Sírvete de enlaces, fotos, vídeos, blogs, presentaciones de SlideShare y sitios web para presentar tu trabajo.

03 Incluye certificaciones

Refuerza tu credibilidad incluyendo certificaciones que hayas conseguido.

04 Da a conocer tus actividades de voluntariado

Completa tu perfil indicando labores de voluntariado o causas que te interesan.

05 Publica actualizaciones más interactivas

Interactúa con tu red mencionando contactos y empresas en las actualizaciones de LinkedIn. Cuando recibas comentarios, responde al instante.

4 perfiles inspiradores

Larry Hernandez, de Zappos

Una presentación muy acertada: En su extracto, Larry promociona la marca de empleador de Zappos en lugar de hablar de sí mismo. Su extracto pretende servir de inspiración a los candidatos. Al leer los valores de Zappos, los propios candidatos valoran si encajan o no con la empresa, lo que les ahorra tiempo a ellos y a Larry.

Una imagen vale más que mil palabras: El videoclip de la «familia Zappos» muestra el ambiente desenfadado de la empresa de forma más visual que un bloque de texto.

Larry Hernandez 2°
Responsable de selección de perfiles tecnológicos en Zappos.com
Las Vegas, Nevada | Dotación y selección de personal

Actual Zappos Family of Companies
Anterior USAA, Accenture, Manpower
Educación Lindenwood University

Conectar Enviar un mensaje InMail a Larry

más de 500+ contactos

www.linkedin.com/in/larryhernandezrecruiter Información de contacto

Trayectoria profesional y académica

Extracto

Gracias por visitar mi perfil. ¿Alguna vez te has preguntado cómo sería trabajar en Zappos.com? ¿Qué te parecería trabajar nada más y nada menos que en Las Vegas?

¿Te gusta tu trabajo actual? ¿Tus compañeros son gente motivada, divertida y dispuesta a hacer lo que sea necesario para ayudarte a conseguir tus objetivos?

En Zappos nos encanta contratar a gente divertida y agradable a la que no sólo le importe la nómina.

Estos son los diez valores principales de Zappos:

1. Ofrecer un servicio excepcional
2. Apoyar y adoptar los cambios
3. Crear un ambiente de trabajo divertido y original
4. Ser valientes, creativos y abiertos
5. Fomentar el desarrollo y el aprendizaje
6. Crear relaciones abiertas y sinceras mediante la comunicación
7. Construir un equipo positivo y un ambiente familiar

Zappos Family Music Video

Win a trip to Vegas, baby! Refer A Software Engineer to Win.

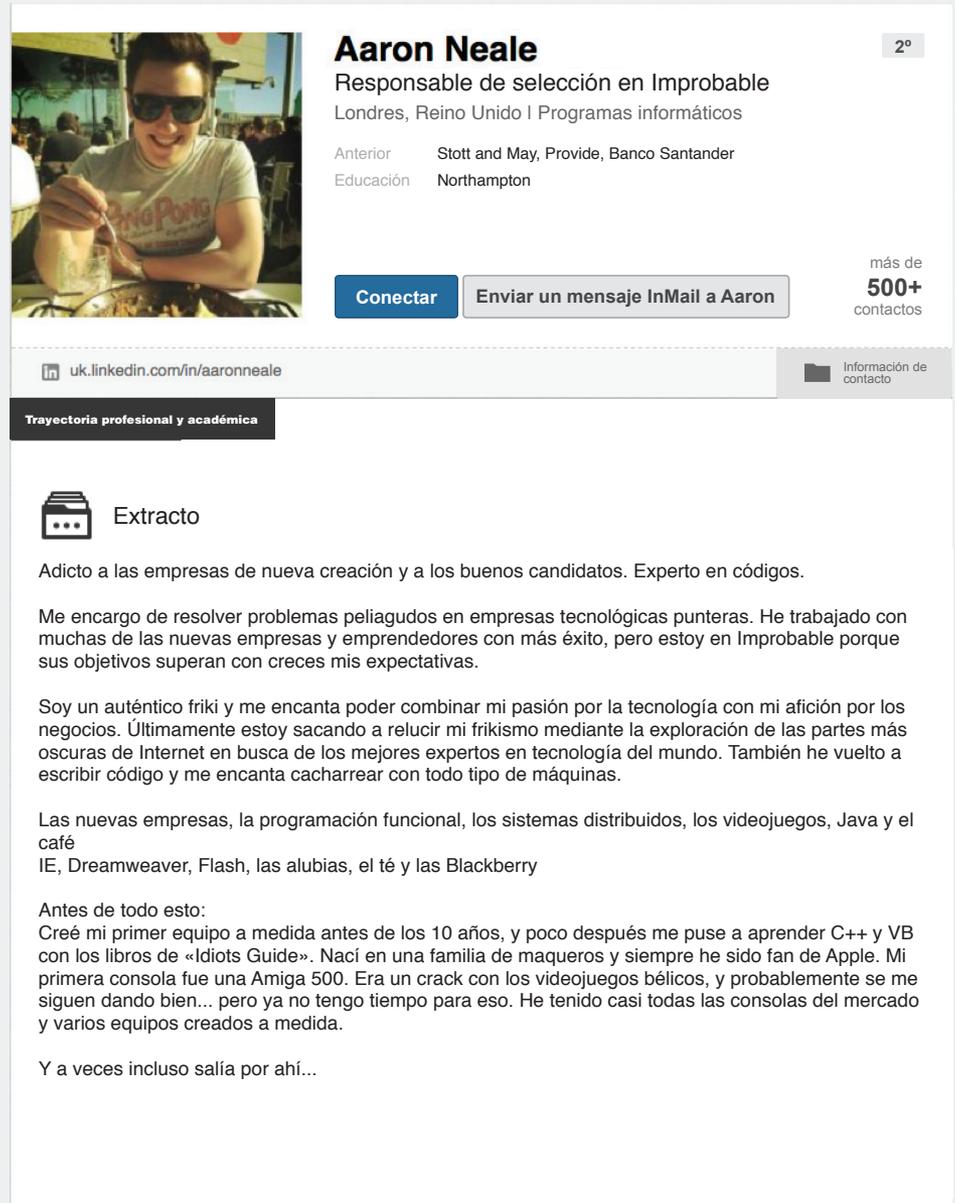
Follow Me on Twitter @RecruiterLarry

4 perfiles inspiradores

Aaron Neale, de Improbable

Conoce a tu público: Aaron refuerza entre los candidatos con perfil de ingeniería la credibilidad de Improbable, una joven empresa tecnológica del Reino Unido, describiendo la primera máquina que creó.

Habla en su idioma: Frases como «me encanta cacharrear con todo tipo de máquinas» hacen que los candidatos con perfil tecnológico se sientan identificados con Aaron.



The image shows a screenshot of a LinkedIn profile for Aaron Neale. The profile includes a profile picture of a man wearing sunglasses and a t-shirt, sitting at a table with food. The name 'Aaron Neale' is prominently displayed, followed by his title 'Responsable de selección en Improbable' and location 'Londres, Reino Unido | Programas informáticos'. Below this, his previous company 'Stott and May, Provide, Banco Santander' and education 'Northampton' are listed. There are two buttons: 'Conectar' and 'Enviar un mensaje InMail a Aaron'. A badge indicates '2°' connections and another shows 'más de 500+ contactos'. The URL 'uk.linkedin.com/in/aaronneale' is visible. A section titled 'Trayectoria profesional y académica' contains an 'Extracto' with text about his work at Improbable, his passion for technology and gaming, and his experience with various consoles and programming.

Aaron Neale 2°
Responsable de selección en Improbable
Londres, Reino Unido | Programas informáticos

Anterior Stott and May, Provide, Banco Santander
Educación Northampton

Conectar Enviar un mensaje InMail a Aaron

más de 500+ contactos

uk.linkedin.com/in/aaronneale Información de contacto

Trayectoria profesional y académica

 Extracto

Adicto a las empresas de nueva creación y a los buenos candidatos. Experto en códigos.

Me encargo de resolver problemas peliagudos en empresas tecnológicas punteras. He trabajado con muchas de las nuevas empresas y emprendedores con más éxito, pero estoy en Improbable porque sus objetivos superan con creces mis expectativas.

Soy un auténtico friki y me encanta poder combinar mi pasión por la tecnología con mi afición por los negocios. Últimamente estoy sacando a relucir mi frikismo mediante la exploración de las partes más oscuras de Internet en busca de los mejores expertos en tecnología del mundo. También he vuelto a escribir código y me encanta cacharrear con todo tipo de máquinas.

Las nuevas empresas, la programación funcional, los sistemas distribuidos, los videojuegos, Java y el café
IE, Dreamweaver, Flash, las alubias, el té y las Blackberry

Antes de todo esto:
Creé mi primer equipo a medida antes de los 10 años, y poco después me puse a aprender C++ y VB con los libros de «Idiots Guide». Nací en una familia de maqueros y siempre he sido fan de Apple. Mi primera consola fue una Amiga 500. Era un crack con los videojuegos bélicos, y probablemente se me siguen dando bien... pero ya no tengo tiempo para eso. He tenido casi todas las consolas del mercado y varios equipos creados a medida.

Y a veces incluso salía por ahí...

4 perfiles inspiradores

Daoud Edris, Lion Co

Utiliza contenido multimedia:

En su perfil actual, Daoud ha incluido vídeos, infografías y presentaciones que muestran la cultura y los objetivos de Lion, una empresa de Australia y Nueva Zelanda que trabaja en el sector de alimentación y bebidas.

Da a conocer a tus empleados: Daoud publicó dos vídeos donde Scott y Roy, empleados de Lion, cuentan cómo llegaron a la empresa y cuál es su función en ella. El mensaje es muy sencillo: tú también puedes dar un giro a tu carrera en Lion.



Daoud E. (Ver nombre completo) 3er

Imagen corporativa — Selección estratégica de personal — Gestión de candidatos — Soluciones empresariales personalizadas

Sidney y alrededores, Australia | Alimentación y bebidas

Actual	Lion Co
Anterior	Stonewater Consulting Group (SCG), Hamilton James & Bruce, British Petroleum
Educación	University of Oxford

Enviar un mensaje inMail a Daoud

más de 500+ contactos

Trayectoria profesional y académica

Extracto

Me encanta trabajar con gente excepcional y aplicar la innovación para conseguir los mejores resultados. Combino la marca de empleador con varias estrategias de gestión y captación de candidatos para ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos.

Cuando acabé mi licenciatura doble en Ciencias, pasé la primera parte de mi carrera profesional trabajando en multinacionales punteras, concretamente en proyectos del sector bancario y de recursos/minería en Europa, Oriente Medio y Rusia.

Después hice un máster en Negocios y me dediqué a resolver cuestiones empresariales, convirtiendo ideas brillantes de gente muy creativa en planes estratégicos y acciones prácticas.

En los últimos diez años he trabajado en consultoría, asesorando en materia de recursos humanos, selección de personal e imagen de marca a varias de las empresas más importantes de Australia y Asia-Pacífico.

Ahora solo espero que el tercer y último acto de mi carrera sea el más apasionante, ¡como en las óperas!



The Power of Networks



The hidden influence of social networks

Experiencia

Selección estratégica de personal

Lion Co

Febrero 2013 – Actualidad (1 año 2 meses)

Gestión de candidatos e interacción con perfiles de distintos ámbitos en beneficio de personas y empresas.

Me ocupo, entre otras tareas, de reforzar nuestra marca de empleador, desarrollar un nuevo modelo de búsqueda de candidatos, actuar como líder de opinión en el ámbito de la gestión de candidatos, promocionar la diversidad en la empresa y colaborar en proyectos de transformación e innovación a gran escala.



Great Careers - Roy's Journey



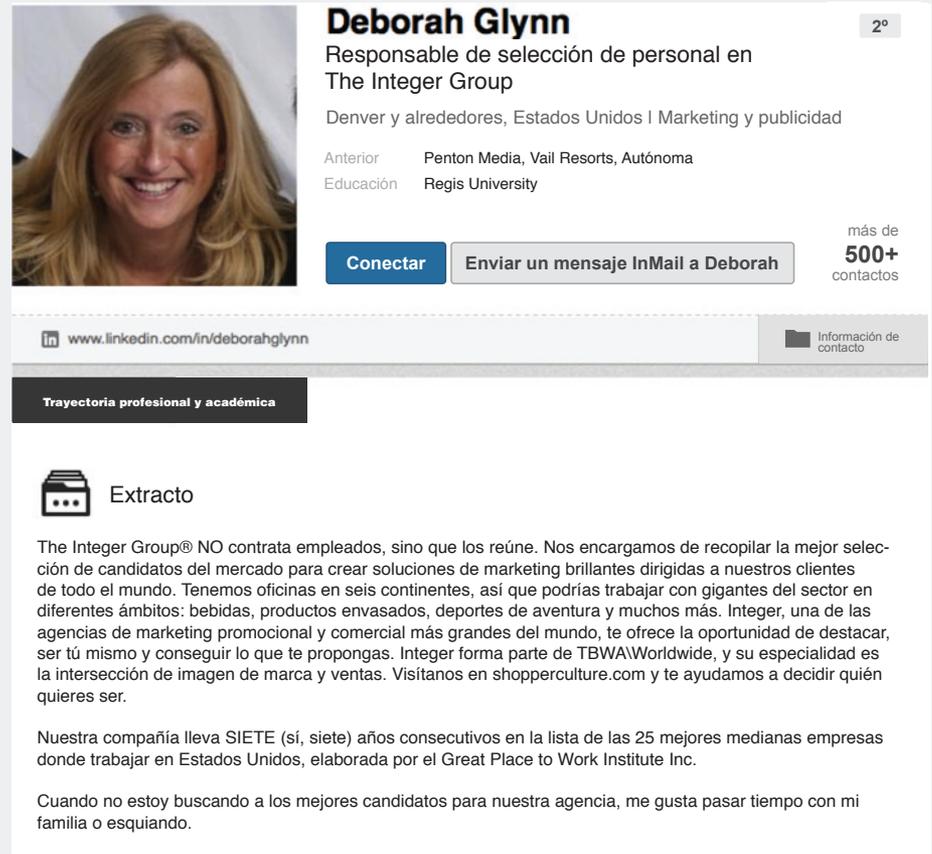
Great Careers - Scott's Journey

4 perfiles inspiradores

Deborah Glynn, de The Integer Group

Menciona la repercusión: Al hablar de las grandes empresas con las que trabajarán los candidatos, Deborah está enviando un mensaje claro: «Vas a trabajar en una empresa mediana, pero con una ENORME repercusión».

Enlaces al blog: Deborah remite a los candidatos al blog de Integer, Shopper Culture, para ayudarles a «pensar en quién quieren ser» y captar su atención. Este blog no se limita a publicar noticias sobre la empresa, sino que está repleto de ideas atractivas e interesantes.



Deborah Glynn 2º
Responsable de selección de personal en
The Integer Group
Denver y alrededores, Estados Unidos | Marketing y publicidad

Anterior Penton Media, Vail Resorts, Autónoma
Educación Regis University

Conectar Enviar un mensaje InMail a Deborah

más de **500+** contactos

www.linkedin.com/in/deborahglynn Información de contacto

Trayectoria profesional y académica

 Extracto

The Integer Group® NO contrata empleados, sino que los reúne. Nos encargamos de recopilar la mejor selección de candidatos del mercado para crear soluciones de marketing brillantes dirigidas a nuestros clientes de todo el mundo. Tenemos oficinas en seis continentes, así que podrías trabajar con gigantes del sector en diferentes ámbitos: bebidas, productos envasados, deportes de aventura y muchos más. Integer, una de las agencias de marketing promocional y comercial más grandes del mundo, te ofrece la oportunidad de destacar, ser tú mismo y conseguir lo que te propongas. Integer forma parte de TBWA\Worldwide, y su especialidad es la intersección de imagen de marca y ventas. Visítanos en shopperculture.com y te ayudamos a decidir quién quieres ser.

Nuestra compañía lleva SIETE (sí, siete) años consecutivos en la lista de las 25 mejores medianas empresas donde trabajar en Estados Unidos, elaborada por el Great Place to Work Institute Inc.

Quando no estoy buscando a los mejores candidatos para nuestra agencia, me gusta pasar tiempo con mi familia o esquiando.

Tu página de empresa es esencial

Te enseñamos a sacarle partido

Normalmente, tu perfil es la primera impresión que tienen de ti los candidatos, pero tu página de empresa es la primera impresión que tienen de tu empresa. Piensa en por qué TÚ empezaste a trabajar en tu empresa: por sus valores, sus objetivos o los productos que ofrece. ¿Refleja eso tu página de empresa?

Más de 3 millones de compañías aprovechan su página de empresa para que los candidatos puedan encontrarlas fácilmente e informarse sobre lo que hacen.* De media, al 71% de tus seguidores le gustaría trabajar en tu empresa.** Dar a conocer los valores y oportunidades de tu empresa es una forma eficaz de convertir a tus seguidores en candidatos y de fomentar la interacción con ellos.



¿Sabías que...? Puedes personalizar gratis cualquier actualización para tus seguidores en función de su ubicación, sector, cargo y otros criterios.

Ahora, las páginas de empresa de LinkedIn están optimizadas para dispositivos móviles. Un 41% de las visitas únicas mensuales a LinkedIn procede de dispositivos móviles.***

*<http://press.linkedin.com/about>

Sam Gager — **La verdad sobre los seguidores y los contactos: razones de peso para cuidarlos (en inglés) (<http://linkd.in/1jwnYgt>), (15 de enero de 2013)

***<http://press.linkedin.com/about>

Normalmente, las empresas más grandes están limitadas por procesos más burocráticos, y su forma de actuar puede parecer mecánica o poco personalizada. En cambio, las pequeñas empresas suelen tener libertad para dar un toque de personalidad y autenticidad a sus páginas, lo que hace que su público se identifique más con ellas. ¡Aprovecha esa libertad!

4 formas de mejorar tu página de empresa

- 01 Incluye vídeos y contenido multimedia.
- 02 Haz crecer tu número de seguidores.
- 03 Capta la atención de los seguidores con actualizaciones de estado personalizadas.
- 04 Amplía tu alcance patrocinando contenido.

3 recursos básicos para tu página de empresa

- Lista de recursos para páginas de empresa (en inglés)** (<http://linkd.in/1nqmC79>) Vídeos y guías explicativas, ejemplos reales y testimonios
- Guía para crear una página de empresa (en inglés)** (<http://linkd.in/1t9Znma>) 5 pasos para conseguir seguidores en LinkedIn
- Más información sobre las actualizaciones de estado patrocinadas (en inglés)** (<http://lnkd.in/bARpkqN>) 10 consejos

Mejora tu página de empresa en 4 sencillos pasos

Tu página de empresa debe reflejar una imagen de marca coherente de cara a tu público; habla con tu equipo de marketing para coordinar el enfoque que vais a darle a la página.

01 Incluye vídeos y contenido multimedia

Los seguidores son el doble de proclives a difundir una publicación recomendándola, compartiéndola y comentándola si contiene vídeo. ¿No tienes vídeos? Incluye presentaciones de SlideShare, archivos PDF, imágenes y enlaces.

02 Haz crecer tu número de seguidores

Coloca el botón «Seguir» en tu sitio web, en las comunicaciones a los candidatos, y en las firmas y perfiles de empleados.

Puedes descargarlo en <http://linkd.in/1hg1dbX> (en inglés)

03 Capta la atención de los seguidores con actualizaciones de estado personalizadas

Publica datos interesantes, consejos de expertos, listas de «Los 10 mejores...» y preguntas para interactuar con los candidatos.

¿Necesitas inspiración? Consulta esta [galería de ejemplos de actualizaciones de estado \(en inglés\)](http://slideshare.re/Pevxxf) (<http://slideshare.re/Pevxxf>)

04 Amplía tu alcance patrocinando contenido

Las actualizaciones patrocinadas te permiten dirigirte a candidatos que no pertenecen a tu red de seguidores.

* Incluir el botón «Seguir» en lugares estratégicos ayudó a Unilever a aumentar su número de seguidores de 40.000 a 235.000 en 10 meses.

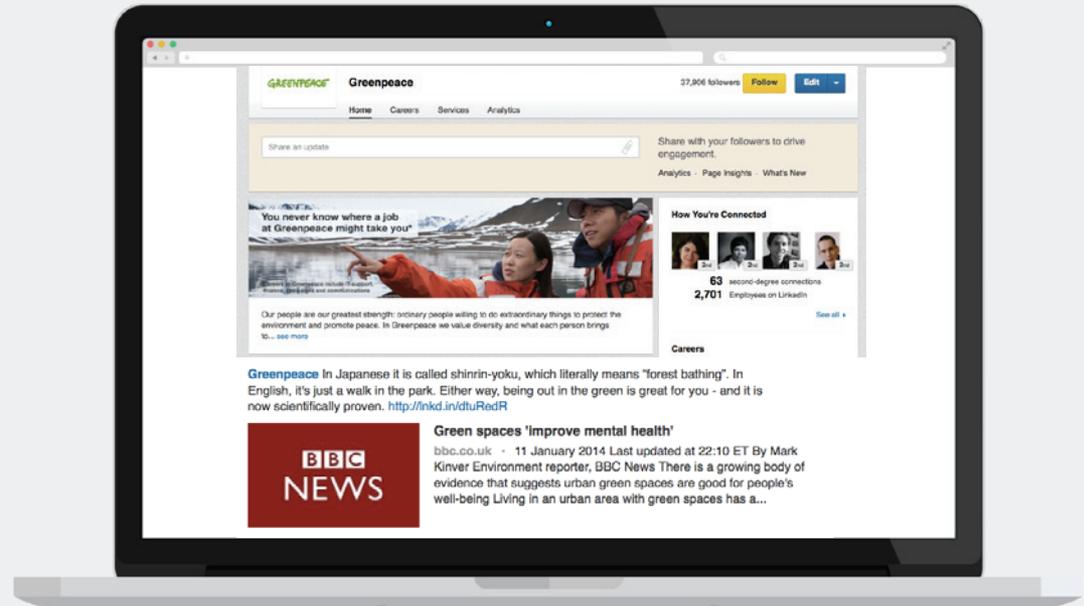
Si quieres inspiración, [consulta las mejores páginas de empresa de LinkedIn en 2013 \(en inglés\)](http://linkd.in/by94DAV) (<http://linkd.in/by94DAV>).

3 páginas de empresa que nos gustan

Greenpeace

Greenpeace publica noticias del sector: No publiques únicamente contenido sobre tu empresa. Greenpeace sabe que a sus seguidores les interesa el medio ambiente, así que publicó este artículo de la BBC sobre el vínculo entre los espacios verdes y la salud mental.

Con una mezcla equilibrada de contenido externo y contenido sobre la empresa, tendrás satisfechos a tus seguidores.



Greenpeace En japonés se llama «shirin-yoku», que literalmente significa «baño en el bosque». Traducido a nuestra cultura, equivaldría a un paseo por cualquier parque. Sea como sea, caminar por la naturaleza es bueno, y ahora hay datos científicos que lo confirman.



Green spaces 'improve mental health'

bbk.co.uk - 11 de enero de 2014 última actualización 22:10 ET Mark Kinver, periodista medioambiental, BBC News. Cada vez hay más pruebas que apuntan a que los espacios verdes urbanos tienen un efecto positivo en la salud de las personas. Vivir en una zona urbana con espacios verdes tiene....

Recomendar (12)

Comentar

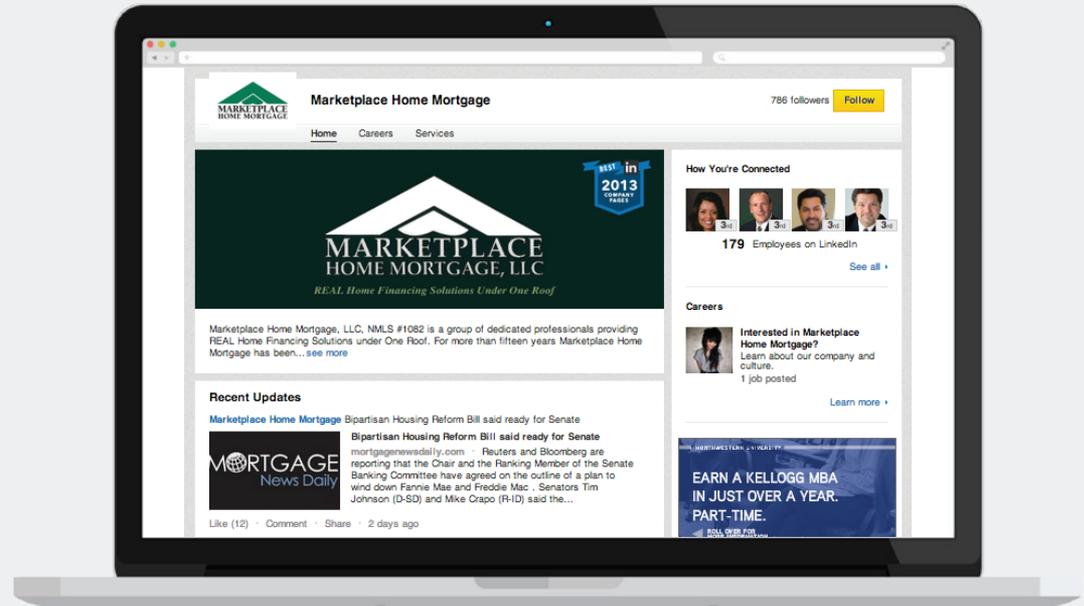
Compartir

Hace 8 días

3 páginas de empresa que nos gustan

Marketplace Home Mortgage

Aporta consejos e información de expertos: Marketplace Home Mortgage comparte consejos e información relevante para su público: compradores de casa. Publica actualizaciones que destaquen tu experiencia en el sector.



Marketplace Home Mortgage



La ley bipartidista de reforma inmobiliaria se debatirá en el Senado

mortgagenewdaily.com

Reuters y Bloomberg han anunciado que el director y vicedirector de la Comisión Financiera del Senado han acordado un primer esbozo de su estrategia para reducir la capacidad de la Asociación Federal Nacional Hipotecaria...

Recomendar (12)

Comentar

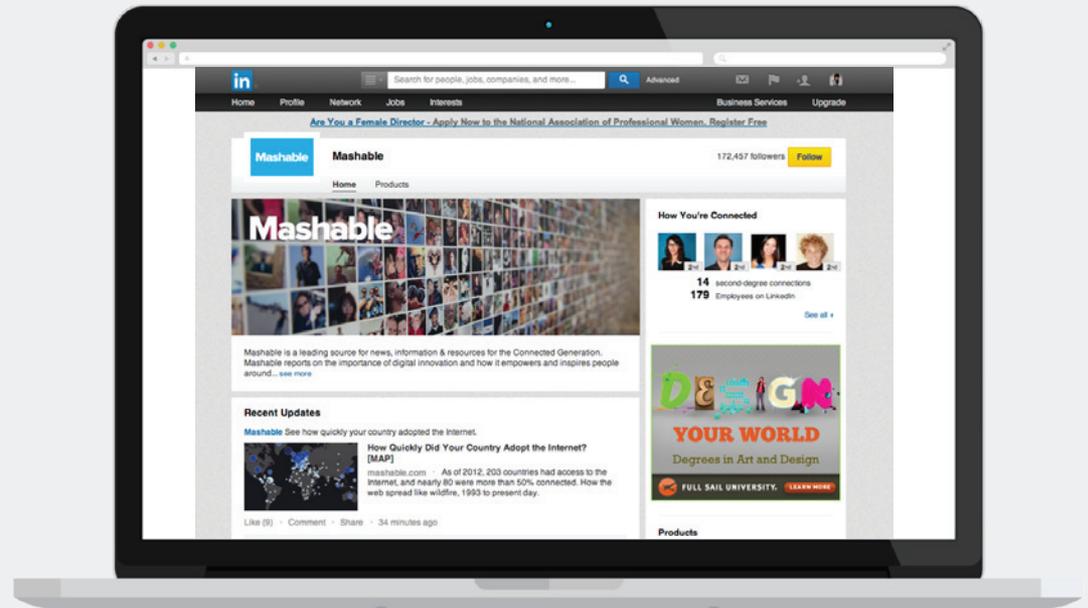
Compartir

Hace 8 días

3 páginas de empresa que nos gustan

Mashable

Publica contenido «apetitoso» y de utilidad: Mashable da en el clavo publicando contenido de gran calidad y rápido de consumir. Procura que tus publicaciones sean breves para fomentar la interacción.



Mashable Averigua con qué rapidez adoptó Internet tu país



¿Con qué nivel de rapidez adoptó Internet tu país? [MAPA]

En 2012, 203 países tenían acceso a Internet, y casi 80 estaban conectados a más del 50%. Cómo la Web se ha extendido rápidamente, desde 1993 hasta la actualidad.

Recomendar (12)

Comentar

Compartir

Hace 8 días

Resultados del perfil y de la página de empresa:

Datos que importan

Si no se puede medir, no se puede gestionar. Estas herramientas gratuitas de análisis te ayudarán a crear tu estrategia de marca.

Determina la eficacia de tu perfil

01 Quién ha visto tu perfil

¿Las visitas a tu perfil están aumentando? ¿Con qué frecuencia apareces en las búsquedas o en las recomendaciones?

02 Quién ha visto tus actualizaciones

¿Hay más gente que ve, recomienda, comparte y comenta tu contenido?

03 Estadísticas de la red

¿Tu red está creciendo? ¿En qué medida estás ampliando tu alcance a tus contactos de segundo y tercer grado?

Y no olvides leer los comentarios de los usuarios para tener datos cualitativos.

Lleva un seguimiento de tu página de empresa

01 Interés de tus actualizaciones de estado

Evalúa los datos de interacción de los usuarios en tiempo real y justo debajo de cada publicación. Descubre qué actualizaciones generan más clics, recomendaciones, comentarios, difusión e interacción.

02 Interés de tu página de empresa

Consulta los datos de interacción por tipo y periodo de tiempo.

03 Aspectos demográficos de los seguidores

Averigua si estás captando al público adecuado.

04 Posicionamiento

Compara la evolución de tu número de seguidores con la de empresas similares de la competencia.



Búsqueda de candidatos para técnicos de selección modernos

5 pasos

Candidatos... ¿pasivos?

La importancia de los candidatos pasivos en los procesos modernos de selección

Para ser un técnico de selección moderno debes captar a los mejores candidatos, no solo a los que buscan empleo de forma activa. ¿Por qué? La gran mayoría de los profesionales son candidatos pasivos: no buscan trabajo activamente pero están abiertos a la oportunidad adecuada.

Los candidatos pasivos no suelen visitar portales web de empleo ni tienen su currículum actualizado; están ocupados haciendo un buen trabajo en su empresa actual. Sin embargo, Sí están dispuestos a que un técnico de selección contacte con ellos para informarles de esa vacante que puede cambiar su vida. Por eso es fundamental saber buscar a los candidatos adecuados.

En este apartado te explicaremos los trucos que debes conocer para buscar candidatos en LinkedIn, la mayor fuente de candidatos pasivos del mundo.

¿Qué motiva a los candidatos pasivos a cambiar de trabajo? Consulta nuestra infografía (<http://business.linkedin.com/es-es/talent-solutions>).

Buenas noticias: la mayoría de profesionales sí se plantea un cambio laboral cuando un seleccionador contacta con ellos.

| Candidatos pasivos

| Candidatos activos



Búsqueda sofisticada de candidatos en LinkedIn

Ahora tienes acceso a una cantidad ingente de información sobre candidatos, pero ¿cómo encontrar lo que buscas? Aquí van nuestros consejos.

5 pasos para buscar como un profesional en LinkedIn

01 Busca con criterio

02 Domina los operadores booleanos y otras técnicas de búsqueda

03 Contacta con los candidatos directamente con los mensajes InMail

04 Gestiona posibles candidatos con Talent Pipeline 

05 Evalúa los resultados



Guarda [lnkd.in/productupdates](https://www.linkedin.com/company/linkedin-recruiter) en tus favoritos para estar al día de las últimas noticias y prestaciones de LinkedIn Recruiter.

¿Qué es LinkedIn Recruiter?

LinkedIn te ofrece muchas ventajas, que trataremos en este apartado, pero la mayoría de técnicos de selección modernos usa nuestra herramienta insignia, LinkedIn Recruiter. Estos son los motivos:

- Permite acceder a toda la red de profesionales de LinkedIn, y ofrece la posibilidad de contactar con cualquiera de ellos mediante mensajes InMail.
- Incluye herramientas de búsqueda avanzada de gran precisión, como los numerosos filtros personalizados, para que encuentres al candidato idóneo.
- Busca automáticamente por ti (por ejemplo, te avisa cuando aparecen nuevos perfiles de interés, te ofrece «perfiles similares» cuando has encontrado a un candidato adecuado, y te sugiere «gente que podrías querer contratar»).
- Facilita el trabajo en equipo, y favorece que los empleados puedan recomendarte candidatos que conocen a través de «Opiniones desde dentro».
- Puede usarse en cualquier parte con la app móvil.

Consigue la certificación. Ahora puedes presumir de conocimientos de LinkedIn Recruiter y sacarle todo el partido a tu inversión en LinkedIn. Más información en certification.linkedin.com (en inglés)

1. Busca con criterio

Los técnicos de selección modernos no trabajan a ciegas: buscan de forma estratégica analizando primero los datos. Antes de ponerte manos a la obra con la búsqueda de candidatos, explora un poco el mercado. Saber con lo que cuentas te ayuda a:

- ✓ **Priorizar tu enfoque.** Así conocerás mejor la oferta y la demanda para competencias profesionales específicas.
- ✓ **Definir las expectativas con tus superiores.** Si te piden que encuentres al candidato perfecto, podrás respaldar los resultados de tu búsqueda con datos.
- ✓ **Aportar información en los procesos de planificación laboral.** Conocer el mercado de candidatos te permite poder participar en la toma de decisiones de planificación laboral.

Consejos para conocer el mercado de candidatos:

01

Haz búsquedas en LinkedIn Recruiter.

Así conocerás el tamaño y el funcionamiento del mercado que te interesa en cada grupo de criterios.



02

Consulta nuestros informes gratuitos sobre sectores.

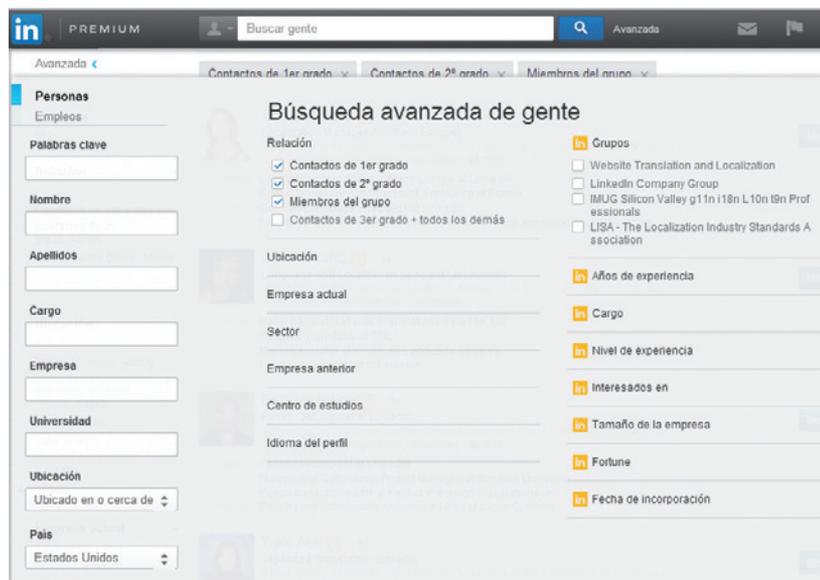
En estos informes —disponibles para algunos países y profesiones de gran demanda— encontrarás datos sobre la oferta y la demanda, la ubicación, el perfil y los intereses del tipo de candidatos que te interesa.

2. Hazte experto en búsquedas

Domina los operadores booleanos

Las búsquedas con operadores booleanos permiten combinar palabras y frases con los términos AND, OR y NOT para limitar, ampliar o acotar la búsqueda. Son los operadores más habituales en motores de búsqueda y la clave para mejorar tus búsquedas de candidatos.

Búsqueda avanzada



Indica uno o más términos en los campos Palabras clave, Nombre, Cargo y Empresa de la búsqueda avanzada de LinkedIn y obtendrás una lista de perfiles. Pero si quieres afinar más la búsqueda, te recomendamos usar estos operadores:

- ✓ **Comillas.** Para buscar una frase concreta, escríbela entre comillas (por ejemplo: "gestor de proyectos"). Las COMILLAS delimitan la búsqueda.
- ✓ **NOT.** Para excluir un determinado término de la búsqueda, escríbelo precedido de «NOT» (por ejemplo: gestor NOT director). Este operador delimita la búsqueda.
- ✓ **AND.** Para obtener resultados que incluyan dos o más términos concretos, utiliza «AND» como separador (por ejemplo: programador AND gestor). Este operador delimita la búsqueda.
- ✓ **OR.** Para que la búsqueda incluya al menos un término de varios, sepáralos con «OR» (por ejemplo: ventas OR marketing). Este operador viene bien en casos de palabras con sinónimos o distintas grafías, y amplía la búsqueda.
- ✓ **Paréntesis.** Para hacer una búsqueda compleja, combina términos poniéndolos entre paréntesis. Por ejemplo, para encontrar candidatos que tengan «directivo» en su perfil, o que tengan «director» y «división», escribe: `directivo OR (director AND división)`. Este operador delimita la búsqueda.

Un paso más: Para acotar aún más los resultados, usa filtros de búsqueda como la ubicación, sector, empresa actual, experiencia y nivel de antigüedad. Y no cometas estos **3 errores comunes con operadores booleanos (en inglés)** (<http://linkd.in/1dKRe39>).

4 formas de encontrar candidatos más allá de la opción de búsqueda

- 01 Aprovecha tu propia red.** Una de las ventajas de ser técnico de selección es conocer a gente interesante... y además cobrar por ello. Usa tu red de contactos para pedir referencias y elegir a los candidatos que más te interesen de sus redes.
- 02 Participa en los grupos de LinkedIn.** Busca candidatos de forma no intrusiva conversando con ellos en los grupos de LinkedIn. Utiliza un tono auténtico y muestra tu personalidad.
- 03 Interactúa con los miembros que visitan tu perfil.** Dirígete a las personas que visitan tu perfil; suelen trabajar en el sector de tu interés y tener contactos en común.
- 04 Pon a trabajar a todos tus empleados.** Pide a los responsables de contratación y a los nuevos empleados de tu empresa que te recomienden buenos candidatos, sobre todo los que puedan tener perfiles incompletos.

El arte de relacionarse con los responsables de contratación

Ay, la relación con el responsable de contratación. Cualquiera que haya trabajado en selección de personal sabe que de ello depende el éxito o fracaso de un proceso de selección y su rapidez, ¡por no mencionar su efecto en la salud mental de ambas partes! Te explicamos cómo conseguir que te ayude a encontrar candidatos y cómo crear una relación pacífica de colaboración:

01 Acordad un proceso y un ritmo de trabajo

Es decir, quién hace qué y para cuándo. Si tenéis LinkedIn Recruiter, envíale capturas de pantalla del «Resumen del proyecto» para mostrarle cuántos candidatos se encuentran en cada fase del proceso.



02 Definid juntos las expectativas

Ahórrate quebraderos de cabeza identificando las competencias y el tipo de candidato que necesitáis mediante perfiles de muestra. Sirvede de los datos para definir las expectativas. Los informes de LinkedIn sobre sectores y LinkedIn Recruiter te ayudarán a delimitar el perfil de candidato y a ajustar los criterios de búsqueda.



03 Ahorra tiempo y reúne las opiniones directamente

Utiliza las licencias Hiring Manager gratuitas de Recruiter. Envía al responsable de contratación grupos de perfiles para que te dé su opinión sobre los candidatos —excelente, bueno, no apto— con un clic. También puede añadir notas si lo desea.



«A veces, los responsables de contratación olvidan a quién tienen en su red; hay que sentarse con ellos y ayudarles a descubrirlo. Enséñales a hacer búsquedas booleanas».

Angela Farrelly, experta en selección estratégica de personal



¿Quieres más consejos sobre cómo trabajar con responsables de contratación? Consulta nuestras **8 recomendaciones para que la relación sea excelente** (http://lnkd.in/b_ANaBT).

3. Comunícate con los candidatos directamente con mensajes InMail

Los mensajes InMail te permiten contactar directamente con quien quieras en LinkedIn. Sin embargo, conseguir respuesta requiere ciertas habilidades y experiencia.

La clave para conseguir respuesta a un mensaje InMail es crear una comunicación personalizada, lo cual no es fácil cuando el tiempo apremia. Aquí te contamos cómo redactar un mensaje personalizado lo suficientemente amplio para generar respuestas de varios tipos de candidatos.

De media, los mensajes InMail tienen el triple de índice de respuesta que los mensajes de correo tradicionales.*

Todos los mensajes InMail tienen garantía de respuesta: si no recibes respuesta en 7 días, te devolveremos el crédito para que envíes otro mensaje InMail.

«El mensaje InMail decía: “Estamos buscando a buenos ponentes con tu perfil”. Me sentí halagado de que alguien hubiera visto mi perfil y dedicado tiempo a escribirme un mensaje solo a mí. Al final resulta que el mensaje no era “solo para mí”, pero daba la impresión de serlo».



- Miembro de LinkedIn

Las 9 reglas de oro de los mensajes InMail

- 01 Lee el perfil.** Indica al destinatario qué aspecto de su perfil te ha llamado la atención. La personalización siempre halaga.
- 02 Capta su atención.** Menciona algún contacto que tengáis en común; LinkedIn te los sugiere.
- 03 Demuestra que eres selectivo.** Señala lo que hace atractivo a ese candidato y felicítale por ello.
- 04 Usa un tono natural y sé breve.** Escribe como si estuvieras hablando. NO hagas un copipega de la descripción de la vacante.
- 05 Escucha con atención.** Pregúntale por sus objetivos y por su interés en nuevas oportunidades.
- 06 Céntrate en los objetivos,** no en el empleo. Tu mensaje debe resaltar los objetivos del puesto y las ventajas para el candidato.
- 07 Incluye contenido relacionado.** Puedes aportar información de utilidad, como un artículo técnico pertinente.
- 08 Sé paciente.** No persigas al candidato. Usa las actualizaciones de estado para mantener tu visibilidad mientras esperas respuesta.
- 09 Incluye una llamada a la acción.** Invita al candidato a proseguir el diálogo; no hace falta que solicite el empleo inmediatamente.

* **Consejos para conseguir una buena marca personal (en inglés)** (<http://linkd.in/QCUIKI>)

4. Gestiona candidatos con Talent Pipeline de LinkedIn Recruiter ★

La meta de cualquier seleccionador de personal es conseguir una buena base de datos de candidatos, un flujo constante de perfiles interesantes que te ahorre tener que empezar de cero con cada vacante. Una buena base de datos agilizará el proceso de contratación y mejorará la calidad de tus candidatos.

En lugar de gestionar cada una de las entradas a mano, puedes usar Talent Pipeline en LinkedIn Recruiter para añadir candidatos, gestionarlos y estar en contacto con ellos. La clave es priorizar: céntrate en las competencias que más necesitas y en las vacantes difíciles de cubrir. Aquí te damos 6 consejos para usuarios de LinkedIn Recruiter:

¿Quieres más información sobre este tema? Consulta nuestros **10 consejos para conseguir una buena lista de candidatos** (<http://lnkd.in/b8r3qm5>).

- 01 Busca y etiqueta.** Usa etiquetas para que los candidatos aparezcan fácilmente en las búsquedas. Comienza con una búsqueda amplia y crea una carpeta para esa búsqueda (por ejemplo, todos los alumnos de Ingeniería Informática de la Universidad Complutense). Después, crea carpetas para criterios más específicos (por ejemplo, informática en la nube Y TAMBIÉN Ingeniería Informática en la Universidad Complutense).
- 02 Acelera el filtrado previo con «Opiniones desde dentro».** Recruiter te dice con quién está conectado el candidato en tu empresa. Contacta con tus colegas para obtener opiniones sinceras sobre las competencias de los posibles candidatos y su idoneidad para la empresa.
- 03 Usa listas inteligentes de tareas para mantener vivo el diálogo.** Crea recordatorios para candidatos, proyectos y miembros específicos de tu equipo; así estarás en contacto con ellos y podrás llevar control de los avances.
- 04 Lleva un seguimiento de los proyectos.** Envía informes a tu equipo para supervisar y comunicar el estado de las bases de datos de candidatos.
- 05 Guarda búsquedas para conservar tu selección de operadores booleanos y filtros.** Recruiter seguirá funcionando en segundo plano y te avisará cuando haya candidatos nuevos; tú no tienes que mover un dedo.
- 06 Usa «Recibir actualizaciones» para estar al día del perfil de determinados miembros.** Recruiter te avisará si hay cambios en esos perfiles para que lleves un seguimiento de su trayectoria.

Descubre la nueva generación de líderes: selección de personal en el ámbito universitario con LinkedIn

Los técnicos de selección más estratégicos son previsores, y tienen en cuenta a quién van a necesitar no dentro de 2 meses, sino de 1, 2 o incluso 4 años. Al conectar con estudiantes estás invirtiendo en el futuro de tu empresa.

Intel recurre a los grupos de LinkedIn para captar estudiantes

En el grupo Intel Student Lounge Group, los estudiantes pueden consultar novedades sobre la Intel College Recruiting Organization. Además pueden conectar con otros estudiantes y consultar las vacantes más recientes de la empresa.

* <http://press.linkedin.com/about>

Más de 39 millones de estudiantes y recién licenciados están en LinkedIn;* de hecho, este es el grupo demográfico que más rápido crece en nuestra plataforma. Descubre estas 7 herramientas para captar a la nueva generación de líderes de tu empresa:

01 Empleos para recién licenciados. Publica vacantes y prácticas para estudiantes **gratis** en LinkedIn.

02 Informes sobre tendencias de estudiantes. Descubre dónde hay mayor concentración de estudiantes, cómo llamar su atención y cuáles son sus intereses.

03 Filtros de búsqueda de estudiantes en LinkedIn Recruiter. Busca estudiantes según criterios como su ubicación, centro de estudios, titulación, campo de estudios, fecha de graduación, grupos, etc.* 

04 Actualizaciones de estado personalizadas. Capta la atención de los estudiantes. Por ejemplo: «Estudiantes, ¿cuál es vuestra prioridad a la hora de comenzar una carrera laboral?».

05 Páginas de universidad de LinkedIn. Más de 24.000 centros universitarios ya tienen página en LinkedIn. Refuerza la relación de tu empresa con las universidades y no pierdas de vista las novedades.

06 Herramienta de LinkedIn para antiguos alumnos. Descubre dónde trabajan los antiguos alumnos de las universidades y qué hacen ahora. Usa filtros como «Qué estudiaron» para encontrar candidatos cualificados.

07 LinkedIn CheckIn (en inglés) (<http://linkd.in/1er9h9l>). Recopila y organiza datos sobre candidatos en eventos, y hazlo al instante. 

Encuentra candidatos con diversos perfiles en LinkedIn

Una empresa moderna implica un personal diverso. Como técnico de selección, tu trabajo es mucho más que rellenar formularios: haces que tu empresa sea más productiva, innovadora y capaz de responder a las necesidades de los clientes. Además haces que todos los empleados den lo mejor de sí en su trabajo. ¿Puede haber algo más importante que eso?

Recursos adicionales para la selección de personal en el ámbito de la diversidad en LinkedIn

Manual de selección de personal adecuada a la diversidad (en inglés) (<http://linkd.in/1omD8JA>). 13 pasos para encontrar, contratar y conservar a los mejores candidatos dentro de la diversidad.

Cuatro consejos (en inglés) (<http://linkd.in/QDax44>) para la selección de personal adecuada a la diversidad.

Organizaciones sin ánimo de lucro (en inglés) (<http://linkd.in/1dKShju>). Cómo estas organizaciones pueden captar a los candidatos que necesitan.

Informe sobre sectores: organizaciones sin ánimo de lucro (en inglés) (<http://linkd.in/PffgYJ>)

Generación del milenio (en inglés) (<http://linkd.in/1e9yq8m>). 8 rasgos que debes conocer antes de contratarlos.

5 consejos para tener mayor diversidad de empleados en tu empresa:

- 01 Haz una lista de palabras clave relativas a los candidatos que te interesan.** Consulta perfiles de los mejores empleados de tu empresa en distintos ámbitos e incluye términos nuevos para filtrar los resultados.
- 02 Utiliza «Perfiles similares» en LinkedIn Recruiter.** Cuando hayas encontrado al candidato idóneo, usa la opción «Perfiles similares» para ver hasta 100 perfiles relacionados. ★
- 03 Sacar partido a los grupos.** Hay un grupo de LinkedIn para casi todas las profesiones y gustos. Participa en ellos activamente e interactúa con los administradores. Si no puedes participar en un grupo determinado, pide a un empleado miembro del grupo que publique contenido en tu nombre.
- 04 Haz campañas de Talent Direct.** Dirígete a diversos perfiles de candidatos a gran escala con los anuncios de selección y los mensajes InMail. Ambos pueden personalizarse según varios criterios para llegar a distintos tipos de público.
- 05 Asegúrate de que tu presencia digital refleje tu diversidad.** Ya sea publicando fotos en tu página de empresa o testimonios de empleados en tus páginas de empleo, tu presencia digital —dentro y fuera de LinkedIn— debe reflejar el espíritu de tu empresa.

5. Evalúa tu trabajo de selección de personal

Conoce las cifras. Estos son los aspectos más importantes que debes evaluar, en general y en LinkedIn.

Aspectos de selección
de personal del
SECTOR



Calidad de los
candidatos
contratados



Fuente de
contrataciones



Rapidez del
proceso



Coste por
contratación

Aspectos de selección
de personal en
LINKEDIN RECRUITER



Perfiles
consultados



Búsquedas
realizadas



Mensajes
InMail
enviados



Índice de
respuesta a
mensajes InMail

Allstate transforma sus procesos de selección

Nueva estrategia, nuevos valores y nuevas relaciones

Retos

- ✓ Allstate necesitaba con urgencia candidatos para varios puestos, especialmente perfiles técnicos. Al mismo tiempo, tenían un exceso de candidatos no cualificados.
- ✓ La empresa dependía enormemente de agencias de selección de personal para la búsqueda de candidatos y de consultores externos para conocer el mercado laboral.
- ✓ La filosofía de la empresa no fomentaba las contrataciones internas, así que los candidatos venían casi siempre de fuera.

Su estrategia:

Un enfoque basado en 3 pasos:

- 01 Búsqueda proactiva.** Allstate asumió internamente las tareas de selección de personal. Así, creó un equipo específico encargado de buscar candidatos, informar sobre las tendencias del mercado y servir de centro de información. Además, la empresa empezó a usar herramientas de preselección en Recruiter.
- 02 Movilidad interna.** Allstate lanzó una campaña interna para informar a sus empleados y responsables de contratación sobre las oportunidades internas, y para fomentar una cultura más transparente. Además, ampliaron las competencias de los técnicos de selección en colaboración con LinkedIn: les enseñaron a identificar y recomendar candidatos cualificados dentro de la empresa.
- 03 Relación con universidades.** Allstate colaboró con decanos, catedráticos y orientadores de varias universidades para crear planes de estudio y difundir el mensaje de la empresa. Además empezaron a usar LinkedIn CheckIn en ferias universitarias para mejorar la interacción con los estudiantes.

Allstate transforma sus procesos de selección

Nueva estrategia, nuevos valores y nuevas relaciones

Con los filtros de búsqueda de LinkedIn Recruiter, Allstate averiguó en qué universidades habían estudiado sus empleados. Esto ayudó a la empresa a decidir dónde invertir sus recursos y centrar sus campañas.

Resultados

- ✓ **Más de 300.000 \$ de ahorro en costes directos.** La empresa agilizó los procesos de contratación y consiguió candidatos de mayor calidad. Ahora tiene menos candidatos en su base de datos, pero más cualificados.
- ✓ **Aumento del 30% en vacantes cubiertas internamente.** Si bien el cambio de filosofía de la empresa sigue en curso, ahora hay muchos menos problemas cuando un empleado cambia de puesto dentro de la compañía.
- ✓ **Candidatos recién licenciados: más y de mayor calidad.** Otra consecuencia de intensificar la relación con universidades es el aumento de recomendaciones de alumnos por parte del personal docente.
- ✓ **Se valora más la función de los técnicos de selección,** y el departamento de recursos humanos ejerce una gran influencia en la empresa.



¿Publicar una oferta y esperar sentado?
Ahora ya no.

Todo lo que necesitas saber sobre las ofertas de empleo

3 consejos para el éxito en Empleos LinkedIn

Hace solo diez años, los técnicos de selección estaban condenados a «publicar y esperar», es decir, colocar una oferta de empleo en un tablón de anuncios y esperar a que los candidatos adecuados enviaran su candidatura.

Igual que la selección de personal ha evolucionado y se ha modernizado, los anuncios de empleo también lo han hecho. Los anuncios actuales buscan captar a candidatos tanto activos como pasivos, y su mensaje va dirigido a ELLOS. Son como un ejército de técnicos de selección dedicados a encontrar a los candidatos adecuados, mientras tú puedes centrarte en la selección estratégica.

¿Quieres más información sobre Empleos LinkedIn?

Cómo crear un anuncio de empleo eficaz (en inglés) (<http://slideshare/1pVosN1>) Más información sobre los anuncios de empleo <http://lnkd.in/aboutjobs>

* Promedios de 2012; los resultados individuales pueden variar.

** Dan Shapero — **La selección de personal adopta las prácticas del marketing (en inglés)** (<http://linkd.in/Obj5bs>), (11 de octubre de 2012)

¿Cómo funciona Empleos LinkedIn?

En lugar de quedarse en una página web esperando a que los candidatos activos los encuentren, los anuncios de empleo en LinkedIn se difunden entre los potenciales candidatos mediante algoritmos de correspondencia automáticos y a través de comunidades profesionales. Nuestros miembros ven los anuncios personalizados cuando visitan su página de inicio, el perfil de un empleado o las páginas de empleo de LinkedIn.

El camino al éxito

01 Redacta una descripción irresistible del puesto.

02 Publica el anuncio y difúndelo solo entre los candidatos adecuados.

03 Usa estadísticas en tiempo real para saber si el anuncio funciona o no.

- Más de 300 millones de miembros de LinkedIn pueden ver tu anuncio de empleo.
- De media, cada anuncio de pago recibe más de 500 visitas y más de 50 solicitudes.*
- Más del 50% de los solicitantes descubren los anuncios de empleo a través de recomendaciones** recibidas por correo electrónico y en el módulo «Empleos que podrían interesarte» de LinkedIn. Estas recomendaciones ayudan a candidatos activos y pasivos a encontrar oportunidades a partir de la información de su perfil de LinkedIn.

1. Haz una descripción irresistible del puesto

Con una buena descripción de una vacante, los candidatos tienen información suficiente para decidir si podrían encajar bien en el puesto o no. Si les ayudas a tomar esa decisión por sí mismos, les ahorrarás tiempo a ellos y a ti y conseguirás candidatos más adecuados de lo que buscas. Aquí te damos 4 consejos para conseguir una descripción irresistible:

Los anuncios de empleo patrocinados pueden ser una buena forma de conseguir más visibilidad para tus vacantes más difíciles de cubrir. Al patrocinar un anuncio de empleo en LinkedIn, conseguirás un aumento de solicitudes de entre un 30% y un 50%.** Así es como funciona:

- 01 Decide cuáles son los anuncios más prioritarios que quieres patrocinar.
- 02 Elige el importe que quieres pagar por clic.
- 03 Tu anuncio de empleo aparecerá en la parte más visible de las recomendaciones personalizadas de LinkedIn.
- 04 Puedes aumentar o disminuir en cualquier momento la cantidad que quieres gastar en cada anuncio.

4 consejos para conseguir una descripción irresistible:

- 01 **Reserva la creatividad para la descripción, NO para el título.** Un 50% de las solicitudes de empleo de LinkedIn procede de candidatos pasivos que ven el anuncio a través de nuestros algoritmos de correspondencia.* Si eliges un título demasiado creativo, a esos algoritmos les costará más seleccionar el anuncio y difundirlo entre las personas adecuadas.
- 02 **Promociona tu marca de talento.** Explica por qué tu empresa es un buen sitio donde trabajar. Puedes enlazar con un vídeo que muestre cómo es un día en la empresa.
- 03 **Resalta el potencial del puesto.** Suscita el interés de los candidatos con ejemplos de proyectos concretos.
- 04 **Da mayor difusión a los puestos prioritarios.** Patrocina anuncios de empleo para que tengan mayor visibilidad de cara al público que te interesa.

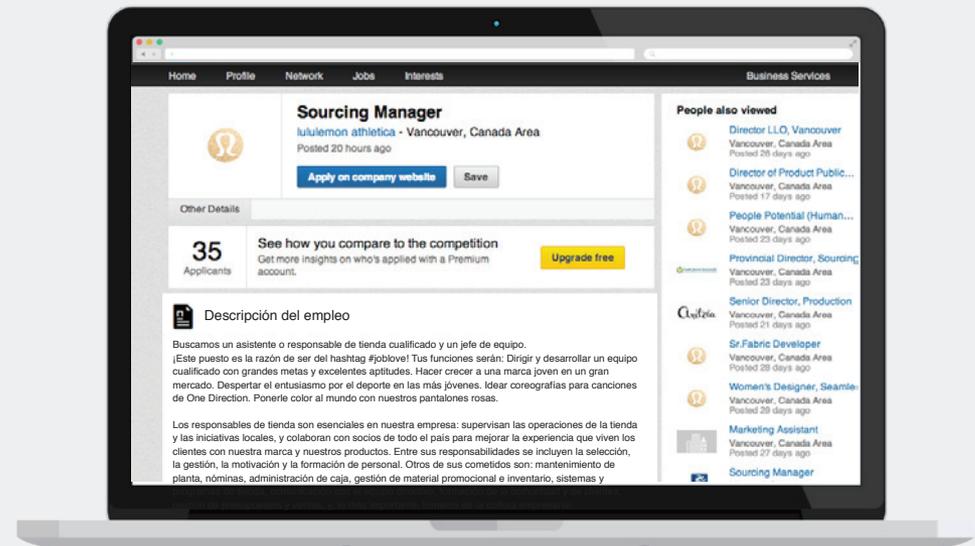
Si quieres más consejos para redactar anuncios de empleo, consulta **7 trucos para conseguir un anuncio de empleo irresistible** (<http://lnkd.in/bc-e329>)

*Dan Shapero — **La selección de personal adopta las prácticas del marketing** (en inglés) (<http://linkd.in/Obj5bs>), (11 de octubre de 2012)

****Anuncios de empleo patrocinados** (en inglés) (<http://linkd.in/1s3Yue9>)

Lululemon sabe motivar a sus candidatos

Lululemon capta a sus candidatos resaltando la influencia del puesto: «Hacer crecer a una marca joven en un gran mercado» y «despertar el entusiasmo por el deporte en las más jóvenes» son valores añadidos que van más allá de las responsabilidades cotidianas del puesto.



Descripción del empleo

Buscamos un asistente o responsable de tienda cualificado y un jefe de equipo. ¡Este puesto es la razón de ser del hashtag #joblove! Tus funciones serán: Dirigir y desarrollar un equipo cualificado con grandes metas y excelentes aptitudes. Hacer crecer a una marca joven en un gran mercado. Despertar el entusiasmo por el deporte en las más jóvenes. Idear coreografías para canciones de One Direction. Ponerle color al mundo con nuestros pantalones rosas.

Los responsables de tienda son esenciales en nuestra empresa: supervisan las operaciones de la tienda y las iniciativas locales, y colaboran con socios de todo el país para mejorar la experiencia que viven los clientes con nuestra marca y nuestros productos. Entre sus responsabilidades se incluyen la selección, la gestión, la motivación y la formación de personal. Otros de sus cometidos son: mantenimiento de planta, nóminas, administración de caja, gestión de material promocional e inventario, sistemas y programas de tienda, comunicación con el equipo directivo, formación de la comunidad y de clientes, gestión de presupuestos y ventas, y, lo más importante, fomento de la cultura empresarial.

Ubiwhere ayuda a los candidatos a visualizar su futuro

Ubiwhere, una pequeña compañía portuguesa en busca de los mejores candidatos, utilizó una serie de infografías en SlideShare para destacar frente a la competencia.

Las infografías mostraban fotos de despachos y empleados de la empresa, e imágenes atractivas de las ciudades donde necesitaban candidatos. Incluye infografías de SlideShare en tu página de empleo y publica enlaces a esas infografías en tus anuncios de empleo.



CON ESTAS PERSONAS



.....still not convinced?

.TU. FELICIDAD puede empezar aquí

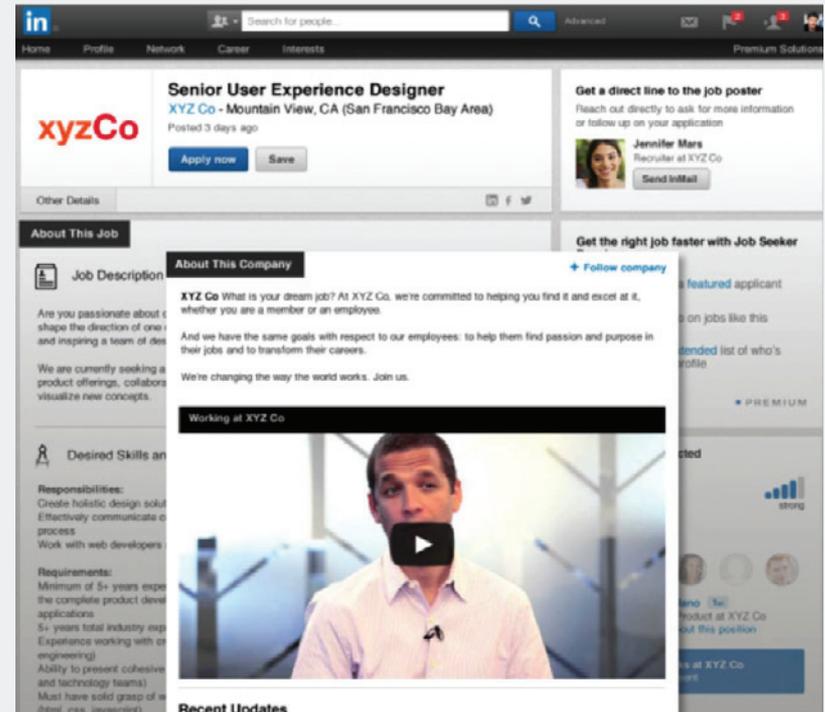


2. Difunde tus anuncios solo entre los candidatos adecuados

Cómo sacar más partido a Empleos LinkedIn

Cuando publicas una oferta en LinkedIn, hay varias cosas que puedes hacer para aumentar las posibilidades de encontrar al candidato idóneo:

- ✓ Da prioridad a los mejores perfiles. Cuando publicas una oferta, te recomendamos a los 24 miembros de LinkedIn que mejor se ajustan a tus requisitos. Contacta directamente con ellos mediante mensajes InMail para iniciar el diálogo.
- ✓ Difunde tu oferta. Publica la vacante en tu feed personal de LinkedIn, en las actualizaciones de tu página de empresa, en grupos de LinkedIn y en otras redes sociales.
- ✓ Personaliza tu alcance. Comparte la oferta de empleo con miembros que puedan encajar en el puesto en función de su sector, experiencia, ubicación, etc.
- ✓ Genera una lista corta. Si aceptas solicitudes en LinkedIn, usa los filtros de un clic para limitar la lista.
- ✓ Promociona tu marca de talento. Cuando consultan las ofertas de tus páginas de empleo, los candidatos ven el contenido multimedia que has publicado (como presentaciones de SlideShare y vídeos) y las actualizaciones de la empresa.



2. Difunde tus anuncios solo entre los candidatos adecuados

Anuncios de empleo y espacios para anuncios de empleo: ¿en qué se diferencian?

En LinkedIn puedes adquirir anuncios de empleo o espacios para anuncios de empleo. ¿Cuál es la diferencia? Los espacios para anuncios de empleo tienen un precio que permite a las empresas que suelen tener vacantes publicarlas de forma más flexible y con un coste menor. En cambio, los anuncios de empleo salen algo más caros por separado, pero resultan más rentables para las empresas que no publican vacantes con demasiada frecuencia.

Anuncios de empleo:

Puedes adquirir un único anuncio o un grupo de anuncios con descuento. Todos los anuncios de empleo para estudiantes, incluidas prácticas y puestos de nivel básico, son gratuitos.

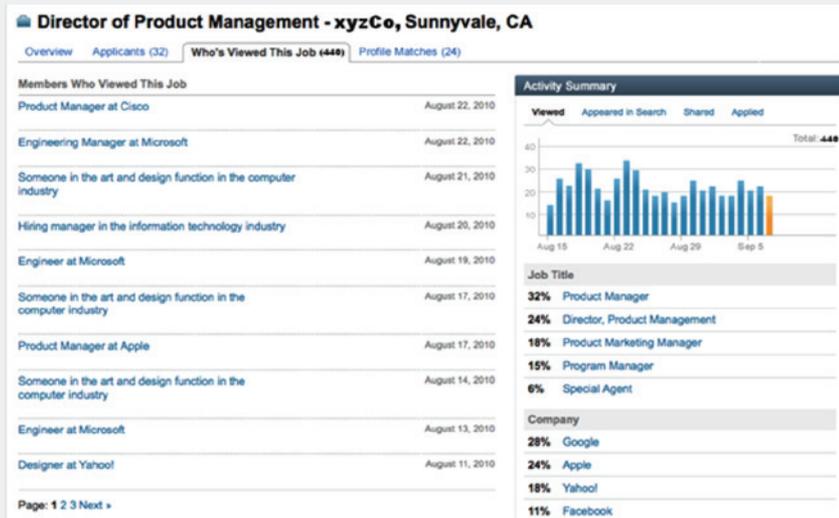
Espacios para anuncios de empleo:

Si suele haber vacantes en tu empresa, os conviene adquirir espacios anuales para anuncios de empleo. Además de reducir el coste de la publicación de anuncios durante un año, estos espacios permiten:

- ✓ Gestionar tus anuncios de empleo desde la plataforma de LinkedIn Recruiter.
- ✓ Modificar los anuncios de empleo en cualquier momento y tener una vacante abierta durante más de 30 días.
- ✓ Optimizar la publicación de anuncios con distribuidores externos y extraer anuncios de tu portal de empleo automáticamente.
- ✓ Remitir a los solicitantes directamente a tu sistema de seguimiento de candidatos y añadir al anuncio de empleo una URL de seguimiento de terceros.

3. Usa estadísticas en tiempo real para evaluar y mejorar tus anuncios de empleo

La única forma de saber si tus anuncios de empleo están funcionando es conocer los datos exactos sobre su funcionamiento. Con las estadísticas sobre solicitantes sabrás:



- ✓ **Quién está interactuando con tu anuncio de empleo.** Puedes saber exactamente qué perfil de profesionales está interactuando con tus anuncios online. Si no es el público que te interesa, usa esta información para modificar los anuncios de empleo en tiempo real.
- ✓ **Cómo y cuándo están interactuando con tu anuncio.** LinkedIn te indica la frecuencia con que los candidatos han consultado, solicitado, buscado y compartido tus anuncios. Cada valor incluye una lista anónima de usuarios con datos detallados.
- ✓ **Quién ha consultado tu perfil cuando has publicado una oferta de empleo.** Cuando publicas un anuncio de empleo, es probable que los interesados visiten tu perfil para informarse sobre ti o sobre tu empresa. Esto te ofrece una valiosa lista de candidatos interesados con los que puedes contactar directamente mediante mensajes InMail.



Saca al experto en marketing que llevas dentro

Promociona tu marca de talento en LinkedIn

6 pasos para conseguir una marca de talento más eficaz en LinkedIn

Llegados a este punto, has creado un excelente perfil en LinkedIn, has publicado anuncios de empleo irresistibles y has elaborado una impresionante base de datos de candidatos. Pero ¿qué opinan los candidatos de todo esto? En la selección de personal moderna, es necesario promocionar una marca de empleador que resulte atractiva para los candidatos. Es fundamental tener una buena marca de talento, como demuestran las siguientes estadísticas:

Un 82% de los expertos en selección de personal cree que la marca de empleador influye notablemente en la capacidad para contratar a buenos candidatos,* y los candidatos cualificados son un 56% más proclives a mostrarse interesados si se identifican con la filosofía de la empresa.

Las marcas más fuertes pueden presumir de mayores índices de respuesta de los candidatos, hasta un 50% de ahorro por empleado contratado y hasta un 28% menos de rotación.**

**** Encuesta sobre tendencias internacionales en selección de personal para 2013 (<http://slidesha.re/ObKsqP>)**

****Eda Gultekin — ¿Cuál es el valor de tu imagen de marca? (en inglés) (<http://lnkd.in/valueofEB>)**
(1 de diciembre de 2011)

¿Quieres información más detallada? Descarga la **Guía de marca corporativa: 5 pasos para crear una marca con un enfoque social** (<http://lnkd.in/bPBRKeA>)

- 01 Maximiza tu presencia e implica a toda la empresa
- 02 Aprovecha el espacio publicitario de los perfiles de tus empleados
- 03 Llega a los candidatos interesantes con actualizaciones de estado personalizadas
- 04 Utiliza las herramientas gratuitas
- 05 Crea y mejora tu página de empleo
- 06 Evalúa los resultados con el índice de marca de talento

1. Maximiza tu presencia e implica a toda la empresa

Los técnicos de selección modernos saben que no pueden promocionar una buena marca de talento solos. Recurre a estas tres vías de colaboración:

- ✓ **Tus compañeros de marketing y comunicaciones.** Saben crear promesas de marca y contenido atractivo. Las empresas con buenas marcas de talento y de consumidor superan a sus competidores en un 36% desde el punto de vista financiero.*
- ✓ **Tus responsables de selección.** Dale toda la información sobre tu marca de empleador. Ayúdales a crear perfiles que transmitan su entusiasmo por trabajar en la empresa.
- ✓ **Tus empleados.** No hay mejores embajadores de marca que tus propios empleados. Fórmalos para sacar el máximo partido a sus perfiles. Puedes organizar una comida informal de trabajo para sugerirles ideas de perfiles, ya que quizá no sepan qué hacer y qué no hacer.

*Elizabeth Rosenberg, — **Cómo la adquisición de talento puede impulsar el rendimiento de tu empresa en un 36% (en inglés)** (<http://linkd.in/1jVgMgv>), (4 de noviembre de 2013)

2. Aprovecha (automáticamente) la red de tus empleados

Las personas que consultan los perfiles de LinkedIn de tus empleados suelen cumplir los requisitos que buscas en un candidato. Al conocer a alguien en la empresa, suelen estar más abiertos a hablar sobre posibles oportunidades laborales.

Con los anuncios «Trabaja con nosotros» puedes llegar a las redes de tus empleados, campo fértil de posibles candidatos, e influir en ellas adquiriendo espacio publicitario en sus perfiles. Estos anuncios te ofrecen contenido personalizado, dinámico y atractivo —entre 10 y 15 veces más que el contenido estándar del sector— y permiten ahorrar tiempo, ya que convierten a tus empleados automáticamente en embajadores de marca. Además no requieren trabajo creativo. Tienes cinco estilos para elegir:



3. Consigue candidatos compartiendo contenido

Llega a los candidatos interesantes con actualizaciones de estado personalizadas

Los seguidores de las páginas de empresa están muy atentos a las oportunidades de empleo. Por eso, las actualizaciones de estado personalizadas son una forma eficaz y gratuita de conseguir que los profesionales interesados interactúen con tu marca de talento.

Consejos para publicar actualizaciones de estado personalizadas

Ofrece variedad

No bombardees a tus seguidores con decenas de enlaces a vacantes. Comparte noticias de interés sobre tu empresa, entrevistas a empleados sacadas de tu blog, etc. Lo ideal para empezar serían 2 o 3 actualizaciones a la semana.

Planifica

Prepara con antelación lo que vas a decir y entabla un diálogo con tus seguidores.

Céntrate en la marca

Ten siempre presente el mensaje que quieres comunicar y piensa en cómo incorporarlo en tus actualizaciones.



Al 71% de los seguidores de empresas en LinkedIn le interesan las oportunidades laborales de las empresas a las que siguen.*

* Sam Gager — **La verdad sobre los seguidores y los contactos: razones de peso para cuidarlos (en inglés)** (<http://bit.ly/1e9VGTD>), (15 de enero de 2013).

4. Aumenta tu visibilidad con las herramientas gratuitas

Los candidatos de hoy en día esperan una conversación bidireccional, en contexto y personalizada.

Estas herramientas gratuitas de LinkedIn te ayudarán a conseguirlo.

Puedes descargar el botón «Seguir» y el widget «Company Insider» en <http://linkd.in/1hg1dbX> (en inglés)

Amplía tu público con el botón «Seguir»

Coloca el botón «Seguir» en estos lugares para aumentar las visitas y fomentar la interacción social:

- Tu sitio web
- Todas las comunicaciones con candidatos
- Firmas de correo electrónico y perfiles

Muestra a los candidatos personas que conocen con Company Insider

Quienes visitan el portal web de empleo de Disney ven al instante a los empleados de Disney que están en su red de LinkedIn. De este modo, la conexión con la empresa es más personalizada. Un rostro amable puede ser lo que necesitas para recibir más candidaturas.

Interactúa con los candidatos en los grupos de LinkedIn

Rejoignez les groupes et associations de votre secteur sur LinkedIn et sur d'autres médias sociaux. Avec votre équipe, divisez pour mieux régner et couvrez tous les groupes clés. Soyez proactif et attentif, posez des questions, proposez des conseils et partagez des témoignages.



Incluir el botón «Seguir» en lugares estratégicos ayudó a Unilever a aumentar su número de seguidores en LinkedIn de 40.000 a 235.000 en solo 10 meses.*

*Leela Srinivasan, — **Secretos de los expertos en marca de empleador: Unilever (en inglés)** (<http://linkd.in/1hfj6a5>), (21 de agosto de 2012).

5. Crea tu marca de talento con las páginas de empleo de LinkedIn

Las páginas de empleo son un lugar donde presentar tu marca de talento y suscitar el interés de los candidatos con contenido personalizado y de interés. Utiliza vídeos, banners y comentarios de empleados para dar a conocer la cultura y el ambiente de tu empresa.



Sé visual.

Utiliza fotografías para mostrar una imagen real de tu empresa.



Sé digital.

Digas lo que digas, sé breve. Publicar el contenido de tu extenso folleto sobre selección de personal en universidades no tiene sentido en Internet, donde la capacidad de atención es menor.



Usa vídeos.

Los candidatos mostrarán un mayor interés si escuchan a personas de verdad contar sus propias historias, así que incorpora vídeos a tu estrategia de marca de talento.



Personaliza.

Adapta tu contenido a los usuarios en función de su perfil de LinkedIn. Puedes personalizar tus páginas de empleo según el cargo de un candidato, su sector, ubicación y otros criterios.

Ejemplos de vídeos sobre marca de talento

- **Trabajo, vida y condiciones en Zappos**
Zappos dedica todo un canal de YouTube a dar a conocer su filosofía empresarial.
[Inkd.in/playbook-Zappos](https://www.linkedin.com/company/zappos/playbook)
- **Trabajar en Starbucks**
Starbucks también ha ideado una serie de vídeos sobre marca de talento, donde explican, por ejemplo, cómo es trabajar en la empresa.
[Inkd.in/playbook-Starbucks](https://www.linkedin.com/company/starbucks/playbook)

Características de una página de empleo bien diseñada

Si quieres más inspiración, visita nuestra galería de las mejores páginas de empleo (en inglés) (<http://slidesha.re/1k3pB7Z>).

Imágenes atractivas y fáciles de recordar con colores vivos

Importancia a los empleados mediante videos y opiniones que den a conocer la filosofía empresarial

Expedia Careers 36,894 followers Follow

technology in the clouds,
people down to earth.

steve, citizen of Expedia
applications welcome

Where will you go with Expedia?
Connect with us to start today.

PEOPLE AT EXPEDIA View all employees »

WORK AT EXPEDIA

At Expedia, we have the freedom to be ourselves and let our personalities come out—and that's what San Francisco is all about. We are a quick moving company where anyone's idea can become the next new release. Every day offers a new

JOBS AT EXPEDIA

See more jobs at Expedia »

Texto creativo que llame la atención del lector

Varias versiones de la página adaptadas a los distintos tipos de público

Anuncios personalizados con un diseño propio de la marca

6. Evalúa los resultados con el índice de marca de talento

El índice de marca de talento te permite saber si estás llegando a los profesionales y captando su interés con tu marca de talento en LinkedIn. Este índice se basa en los miles de millones de interacciones que se realizan en nuestra plataforma cada año. Úsalo para presentar datos a la directiva de tu empresa y justificar la inversión en marca de talento.

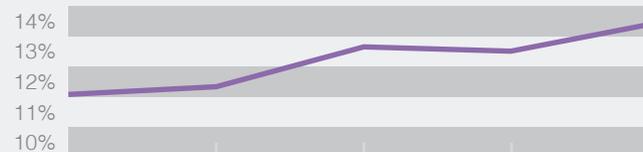
«Hemos desarrollado un calendario de contenido para nuestra página de empleo, y cada día dedicamos un tiempo a seguir mejorando nuestra marca de talento en LinkedIn con ayuda de nuestros socios. Gracias a eso, nuestro índice de marca de talento y los seguidores de nuestra página de empleo no hacen más que crecer».



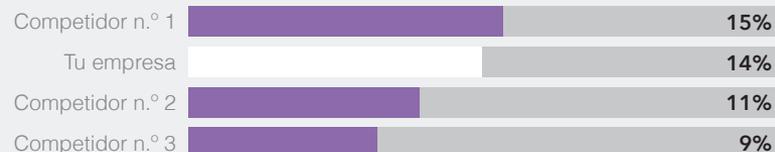
- Miki Furnish, responsable de selección en Carhartt

4 formas de usar el índice de marca de talento para evaluar el éxito de tu imagen de marca

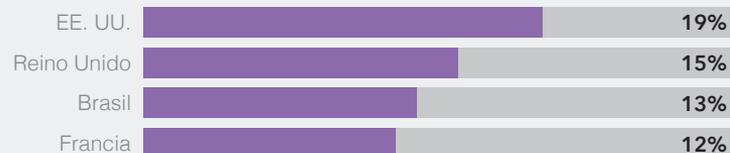
A lo largo del tiempo



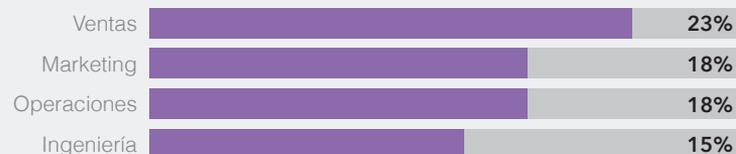
Respecto a los principales competidores



Por país



Por función



Si quieres más información sobre el índice de marca de talento, haz clic aquí (en inglés) (<http://linkd.in/1gZdMh6>)
Para conocer los resultados de tu índice de marca de talento, contacta con nosotros. (<http://lnkd.in/bBG-WGp>)

Las tecnologías de HCL en la India impulsan su marca de talento

HCL tiene una cultura única de «ideapreneurship» (™) o «emprendimiento de las ideas» basada en una filosofía que da prioridad a los empleados por delante de los clientes. El departamento de gestión se ocupa de promocionar una cultura de innovación desde la base, con un enfoque empresarial y centrada en el cliente. En este entorno colectivo, los empleados de todos los niveles de la empresa están altamente motivados para sugerir ideas innovadoras de cara a resolver problemas relativos a operaciones y clientes. Para que los empleados sigan teniendo esas ideas innovadoras, la empresa hace una gran inversión en su marca de empleador.



Estas son las 3 estrategias que han motivado su éxito:

CONSEJOS

1. Centrarse en los futuros candidatos. HCL lanzó la iniciativa MAD LTD («Make a difference, Lead the Difference») para captar a estudiantes de las mejores universidades de Ingeniería y Administración de Empresas en la India. Varios jóvenes emprendedores presentaron sus «ideas para el cambio» en tres categorías: sociedad, tecnología y negocios. Los ganadores recibieron la oportunidad de desarrollar su idea de mano de un mentor en HCL o externamente. ¿El resultado? La empresa llegó a 100.000 estudiantes de toda la India y recibió 19.000 ideas desde la creación del programa.

2. Mostrar su filosofía de «emprendimiento de las ideas» en LinkedIn. HCL creó una **página de empleo Gold en LinkedIn (<http://linkd.in/1fLBOH3>)** donde empezó a publicar ofertas de empleo, novedades de la empresa y testimonios de empleados. La empresa segmentó a su público en función del país y el cargo, para ofrecerles contenido de su interés como artículos de investigación, información sobre eventos y seminarios web. Además usaron los Anuncios de selección para que sus ofertas fueran más visibles de cara a los candidatos pasivos y para generar más visitas en su página de empleo.

3. Usar la gamificación para conectar con los nuevos empleados. HCL envía a todos los nuevos empleados el enlace a un juego online el día que aceptan la oferta. El objetivo del juego es que descubran cómo es trabajar en HCL recorriendo cinco módulos: 1. Tu licencia para idear; 2. Diseña tu vía de desarrollo; 3. Emprendimiento de las ideas; 4. Conciliación de la vida laboral y familiar, y 5. Filosofía y cultura de la empresa. Cada módulo incluye preguntas interactivas, vídeos y fotos. Los nuevos empleados pueden ganar puntos y distintivos al tiempo que interactúan entre ellos y se divierten.

RESULTADOS

HCL llegó a 100.000 estudiantes universitarios de toda la India

- Aumento del 500% en las visitas a la página de empleo en LinkedIn
- Aumento del 28% en las solicitudes de empleo de todo el mundo
- Aumento del 37% en el índice de marca de talento de LinkedIn
- Mayor prestigio de la empresa en el sector de las TIC

Mayor interacción con los nuevos empleados.

Resumen de puntos clave

Si tienes a tu cargo a un equipo de técnicos de selección o simplemente quieres un resumen rápido de esta guía, aquí te explicamos los puntos principales.

Aspectos básicos

✓ **Crea un perfil atractivo.** Comienza con una presentación impactante, utiliza contenido multimedia, incluye certificaciones y actividades de voluntariado, y publica actualizaciones interactivas. Usa las opciones «Quién ha visto tu perfil», «Quién ha visto tus actualizaciones» y las estadísticas de la red para evaluar los resultados, y anima a tus empleados a hacer lo mismo.

✓ **Mejora tu página de empresa.** Tu página de empresa gratuita es tu punto de referencia en LinkedIn, así que hazla más atractiva con contenido multimedia y vídeos. Genera un mayor número de seguidores incluyendo el botón «Seguir», suscita interés con las actualizaciones de estado personalizadas y amplía el alcance de tus publicaciones con el contenido patrocinado. Lleva un seguimiento de la interacción de tus seguidores con tus actualizaciones de estado y tu página de empresa, y descubre las tendencias demográficas y la evaluación comparativa de tus seguidores con las estadísticas de la página de empresa.

* **Consejos para conseguir una buena marca personal (en inglés)**
(<http://linkd.in/QCUIKI>)

Selección de candidatos

✓ **Busca con criterio.** Haz búsquedas en LinkedIn Recruiter para saber el tamaño y las características de los mercados a los que te diriges. Consulta nuestros informes gratuitos sobre sectores para conocer la ubicación, perfil e intereses de los candidatos que te interesan.

✓ **Domina los operadores booleanos y otras técnicas de búsqueda.** Usa los operadores AND, OR, NOT, los paréntesis y las comillas para definir, acotar y ampliar tus búsquedas en LinkedIn Recruiter. No olvides sacar partido a los grupos de LinkedIn, a tu propia red, y a las redes de tus empleados y responsables de selección.

✓ **Comunícate con los candidatos directamente con mensajes InMail.** Contacta con quien quieras en LinkedIn mediante mensajes InMail; el índice medio de respuesta es el triple respecto al de los mensajes de correo electrónico.* Es fundamental llamar la atención de tus candidatos y mostrarles que eres selectivo. Sé breve, usa un tono natural, escucha con atención, céntrate en los objetivos e incluye contenido relacionado. No olvides ser paciente y proponer al candidato continuar el diálogo.

✓ **Gestiona candidatos con Talent Pipeline.** Usa Talent Pipeline en LinkedIn Recruiter para añadir candidatos, gestionarlos y estar en contacto con ellos. Añade etiquetas para que los candidatos aparezcan fácilmente en las búsquedas, usa «Opiniones desde dentro» para aprovechar los contactos de los empleados, haz listas inteligentes de tareas para mantener el contacto con los candidatos, lleva un seguimiento con el Resumen del proyecto, guarda tus búsquedas para que Recruiter las haga automáticamente, y usa «Recibir actualizaciones» para estar al día de los perfiles de los candidatos.

✓ **Evalúa los resultados.** Lleva un control de la calidad de los candidatos, las fuentes de donde provienen, la duración de los procesos de selección y el coste por contratación. LinkedIn Recruiter te ofrece información sobre perfiles consultados, búsquedas realizadas, mensajes InMail enviados e índice de respuesta a los mensajes InMail.

Anuncios de empleo

- ✓ **Redacta una descripción que llame la atención.** Proporciona a los candidatos información suficiente para decidir si podrían encajar bien en el puesto o no. Utiliza terminología estándar para el título, resalta el potencial del puesto y patrocina tus ofertas más importantes para darles más visibilidad.
- ✓ **Publica el anuncio y difúndelo solo entre los candidatos adecuados.** Adquiere anuncios de empleo o espacios para anuncios de empleo, según la frecuencia con la que publiques vacantes. Lleva un seguimiento de los mejores candidatos, difunde tu anuncio en LinkedIn y en otras redes sociales, y centra tus esfuerzos en las personas que más te interesen. Da visibilidad a las vacantes más prioritarias patrocinándolas.
- ✓ **Usa estadísticas en tiempo real para saber si el anuncio funciona o no.** Las estadísticas sobre solicitantes te informan de qué tipo de profesionales interactúa con tus anuncios de empleo, cómo y cuándo suscitas su interés, y quién ha visto tu perfil después de que hayas publicado una oferta.

** Guía de marca corporativa (en inglés), página 34 (<http://linkd.in/1pF6kca>)

Promoción de tu marca

- ✓ **Implica a toda tu empresa.** Recurre a la ayuda de tus compañeros de marketing y comunicaciones, responsables de contratación, equipo de selección de personal y demás empleados para promocionar tu marca de talento.
- ✓ **Aprovecha el espacio publicitario de los perfiles de tus empleados.** Adquiere anuncios «Trabaja con nosotros» en los perfiles de LinkedIn de tus empleados: puedes conseguir porcentajes de clic 20 veces mayores respecto a la media del sector.** Elige entre varios estilos o usa un diseño propio.
- ✓ **Crea y mejora tus páginas de empleo.** Sé visual. Sé digital. Usa videos. Personaliza. Adquiere el espacio publicitario de tu página de empresa para generar más visitas.
- ✓ **Publica actualizaciones de estado personalizadas.** Crea un calendario de publicaciones y publica contenido variado y atractivo, siempre relacionado con tu marca.
- ✓ **Evalúa el impacto de tu imagen de marca con el índice de marca de talento.** Descubre si estás consiguiendo llegar a los profesionales y captar su atención con tu marca de talento en LinkedIn. ¿Cómo? Con el índice de marca de talento: puedes elegir ver los resultados a lo largo del tiempo, respecto a la competencia, por países o por funciones.

Apéndice

Panorámica de las herramientas de LinkedIn

	Selección estratégica de personal	Segmentación de público objetivo	Desarrollo de la marca de talento
Herramientas gratuitas de LinkedIn	<p>Perfil personal</p> <p>Recherche standard</p> <p>Búsqueda básica (http://linkd.in/1erqnnD)</p>	<p>Anuncios de empleo y prácticas para estudiantes (http://linkd.in/1el5mAu)</p>	<p>Perfil personal</p> <p>Página de empresa (en inglés) (http://linkd.in/1hhAMXV)</p> <p>Actualizaciones de estado personalizadas (http://linkd.in/1el6Z0W)</p> <p>API (http://linkd.in/1g7CJSb)</p>
Soluciones para selección de personal de LinkedIn	<p>LinkedIn Recruiter (http://lnkd.in/bgAdHvH)</p> <p>(herramienta de LinkedIn Recruiter)</p>	<p>Anuncios de empleo (http://linkd.in/1mY3WOT)</p> <p>Espacios para anuncios de empleo (http://lnkd.in/bdibfQP)</p> <p>Anuncios de empleo patrocinados (http://lnkd.in/bdibfQP)</p>	<p>Páginas de empleo (http://lnkd.in/bTDUztq)</p> <p>Trabaja con nosotros (http://lnkd.in/bt2tbya)</p> <p>Anuncios en vídeo</p> <p>Grupos patrocinados</p>

Conocemos tus problemas

10 problemas habituales de la selección de personal y nuestra propuesta para solucionarlos

Problema

Solución de LinkedIn

No tienes presupuesto para invertir (más) en selección de personal en redes sociales.

Usa las herramientas gratuitas de LinkedIn: perfiles, páginas de empresa (págs. 7-19 y 55), actualizaciones de estado personalizadas (pág. 46), API (pág. 58) y grupos (págs. 25, 47 y 58).

Tus responsables de contratación hacen peticiones de candidatos poco realistas.

Sugiereles consultar los informes de LinkedIn sobre sectores (págs. 23 y 29) y hacer búsquedas avanzadas en LinkedIn Recruiter (pág. 21-33) para definir las expectativas.

Tu empresa tiene una vacante urgente que necesitáis cubrir CUANTO ANTES.

Patrocina tus anuncios más urgentes para hacerlos más visibles (pág. 34-41).

Quieres aumentar el alcance de un mensaje importante.

Patrocina tu contenido más importante (págs. 46, 50, 52-58) para llegar también a miembros que no sean seguidores de la empresa.

Tomas notas sobre candidatos a mano y en distintos sistemas.

Usa Talent Pipeline (pág. 28) para añadir candidatos, gestionarlos y estar en contacto con ellos.

Tus búsquedas de LinkedIn Recruiter generan demasiados/poquísimos resultados.

Prueba con varias técnicas de búsqueda booleana (pág. 24) para ampliar o acotar los resultados.

Recibes pocas respuestas a tus mensajes InMail.

Sigue las 9 reglas de oro de los mensajes InMail (pág. 27).

Necesitas nuevos candidatos recién licenciados u otro tipo de candidatos especializados.

Usa herramientas dirigidas al sector educativo, como CheckIn y las páginas de universidad (pág. 29).

No sabes si tu inversión en LinkedIn está cosechando resultados.

Define tus objetivos desde el principio y evalúa los resultados con las estadísticas del perfil y de la página de empresa (pág. 19), la información sobre datos de Recruiter (pág. 30), las estadísticas de tus anuncios de empleo y sobre solicitantes (pág. 41) y el índice de marca de talento (pág. 51).

Protagonistas de esta guía

Personas

Larry Hernandez

Aaron Neale

Daoud Edris

Deborah Glynn

Angela Farrelly

Sejal Patel

Amanda Smith

Miki Furnish

Stacy Donovan Zapar

Naveen Narayanan

Empresas

Zappos

Improbable

Lion Co.

The Integer Group

Unilever

Greenpeace

Marketplace

Mashable

Air New Zealand

Intel

Allstate

Lululemon

Ubiwhere

Carharrt

Disney

Zappos

Expedia

HCL

Otros recursos

Primeros pasos	Selección de candidatos	Anuncios de empleo	Marca
Consejos para conseguir una buena marca personal (en inglés) (http://bit.ly/1h7VpGH)	Recomendaciones para crear bases de datos de candidatos (en inglés) (http://linkd.in/1e9H7zD)	Cómo crear un anuncio de empleo eficaz (en inglés) (http://slideshare/1pVosN1)	Índice de marca de talento (en inglés) (http://linkd.in/1gZdMh6)
Encuesta sobre tendencias internacionales en selección de personal (http://linkd.in/1glW0P4)	Manual de selección de personal adecuada a la diversidad (en inglés) (http://linkd.in/1omD8JA)	7 trucos para conseguir un anuncio de empleo irresistible (http://lnkd.in/bc-e329)	Guía de marca corporativa: 5 pasos para crear una marca con un enfoque social (http://lnkd.in/bPBRKeA)
Tendencias de candidatos 2014: Opiniones y actitudes de los profesionales (http://business.linkedin.com/es-es/talent-solutions)	Cambio radical de tu equipo de selección de personal en 3 pasos (en inglés) (http://linkd.in/1IAwFsD)		

Las autoras



Mckenzie Lock

Responsable sénior de marketing
Soluciones para selección de
personal de LinkedIn

Mckenzie es responsable sénior de marketing en LinkedIn. Su propia carrera profesional dio un giro gracias a un técnico de selección, y ahora ella se ocupa de crear contenido de interés para ayudar a los expertos en selección a ser más eficientes, productivos y valorados.



<http://linkd.in/1h5YC8l>



Kate Reilly

Consultora de marketing

Kate es consultora independiente de marketing. Redacta contenido de utilidad para el equipo de soluciones para selección de personal de LinkedIn, y escribe artículos para el blog LinkedIn Talent.



<http://linkd.in/1lu0mZ1>

¿Preguntas?

Contacta con el equipo de soluciones para selección de personal de LinkedIn en talent-trends@linkedin.com

Desde su creación en 2003, LinkedIn conecta a profesionales de todo el mundo para ayudarles a ser más productivos y a alcanzar todas sus metas laborales. Con más de 300 millones de miembros de todo el planeta, incluidos directivos de todas las empresas de la lista Fortune 500, LinkedIn es la mayor red profesional del mundo.

Las soluciones para selección de personal de LinkedIn han sido diseñadas para ayudar a empresas de todos los tamaños a encontrar y captar a los mejores candidatos. Nuestro objetivo es que los miembros de LinkedIn estén satisfechos con nuestros servicios.

Descubre nuestras soluciones
es.talent.linkedin.com

Entérate de las últimas tendencias en nuestro blog (en inglés)
talent.linkedin.com/blog

Síguenos en LinkedIn
www.linkedin.com/company/linkedin-talent-solutions

Síguenos en Twitter
[@hireonlinkedin](https://twitter.com/hireonlinkedin)