



SONY
make.believe

«LinkedIn nos aporta grandes ventajas a nivel de departamento y de empresa, ya que nos permite hacer más con menos.»

Peter Moore, responsable de selección de personal de Sony Electronics para América del Norte

Caso práctico Sony Electronics

Datos destacados

- Seleccionaron a un 25% de su personal a través de LinkedIn en tan sólo cinco meses.
- Cubrieron dos puestos de empleo días antes que la consultora que habían contratado.
- Renovaron su imagen corporativa con una Página de empleo en LinkedIn y mensajes InMail.
- Empezaron a usar anuncios de empleo y anuncios «Trabaja con nosotros» para establecer contactos en las redes de sus empleados y mejorar los esfuerzos de reclutamiento.

Perfil de la empresa

Sony Electronics, con sede en San Diego (California), es una división de Sony Corporation, una de las marcas más reconocidas y admiradas de todo el mundo. Sony Electronics desarrolla y fabrica muchos de los productos de consumo de la compañía, como televisores, ordenadores portátiles y cámaras.

Reto de la empresa: renovar su imagen corporativa para captar candidatos cualificados

Cuando Peter Moore se incorporó a Sony Electronics (SEL) en abril de 2011 como responsable de selección de personal, la empresa en San Diego luchaba contra la mala reputación que le había generado trasladar muchos puestos de su cadena de producción al extranjero. Esa deslocalización había perjudicado la imagen de SEL en la comunidad local y, en consecuencia, había menos profesionales interesados en las vacantes disponibles. A su vez, los empleados se veían obligados a trabajar más al contar con menos recursos. Ante esta situación, la estrategia de selección de personal de la empresa era cada vez menos eficaz y resultaba muy complicado encontrar candidatos para las vacantes disponibles. «No existía una estrategia eficaz de selección de personal», señala Peter. Por eso, para modernizar la imagen corporativa de SEL y reforzar la selección de personal, Peter recurrió a LinkedIn.

«Gracias a LinkedIn nos hemos convertido en un socio estratégico; ya no somos únicamente intermediarios.»

Peter Moore, responsable de selección de personal de Sony Electronics para América del Norte

Una imagen de marca basada en la comunicación

Peter estaba dispuesto a renovar por completo la imagen de su departamento de selección de personal. Para empezar, compró licencias de LinkedIn Recruiter de modo que todos sus técnicos de selección, así como los dos expertos que había contratado para buscar candidatos, pudieran enviar mensajes InMail® para llegar a grupos específicos de candidatos pasivos. Después enseñó a su equipo las funciones avanzadas de búsqueda y filtros de Recruiter, y les animó a que no se centraran únicamente en la descripción de las ofertas de empleo, sino también en señalar las ventajas de Sony como empresa donde trabajar.

«LinkedIn es una herramienta fabulosa no sólo para mí, sino también para mis técnicos de selección», comenta Peter. «Mi equipo desconocía todas las funciones que ofrece.» Durante el desarrollo de la nueva imagen corporativa, Peter hizo hincapié en que SEL era una empresa en auge que seguía contratando trabajadores locales. Por un lado, se inscribió en asociaciones de la zona y ayudó a sus técnicos de selección a transmitir ese mensaje a los posibles candidatos. Además, dio un aire nuevo al mensaje de la empresa para atraer a candidatos jóvenes y ayudar a SEL a competir con otras empresas tecnológicas de Silicon Valley.

Técnicos de selección más visibles y accesibles

Cuando Peter diseñó la Página de empleo de SEL en LinkedIn, tuvo muy presente que a los candidatos les gusta hablar con personas, no con un sistema de gestión de candidatos. «Mi objetivo primordial era colocar a nuestros técnicos de selección en una posición destacada de la página», explica Peter. Al principio, algunos técnicos se mostraban reticentes a publicar sus datos personales y a permitir que los candidatos pudieran ponerse en contacto con ellos. Sin embargo, los asesores de LinkedIn visitaron la empresa para explicarles las medidas de seguridad y varias recomendaciones para comunicarse con los candidatos sin poner al descubierto su privacidad. Ahora su Página de empleo es mucho más humana, incluye una bienvenida personal de cada uno de ellos, información sobre sus funciones y vídeos sobre los productos y las ventajas de Sony. Peter tiene previsto publicar vídeos con testimonios de empleados en los que describan cómo empezaron a trabajar en Sony y las posibilidades de desarrollo profesional de la empresa.

De «intermediarios» a socios estratégicos

LinkedIn ha cambiado la forma en que los técnicos de selección se relacionan con sus responsables de contratación de cada departamento. Antes, los técnicos de selección asistían a reuniones específicas y preguntaban a sus clientes internos qué necesitaban.

Ahora con LinkedIn pueden preparar fácilmente una lista de candidatos y llegar a la reunión con información precisa sobre el mercado, fuentes donde encontrar candidatos y dificultades con las que podrían toparse.

«En resumen, LinkedIn nos ayuda a proyectar una imagen más inteligente en nuestro negocio», dice Peter. «Gracias a LinkedIn nos hemos convertido en un socio estratégico; ya no somos simples intermediarios.»

Búsqueda continua de candidatos

Sony aprovecha las redes de sus empleados anunciando ofertas de empleo en la Red de empleo de LinkedIn y publicando anuncios «Trabaja con nosotros». En los perfiles de LinkedIn de los empleados de SEL aparecen ofertas de empleo personalizadas según el perfil del usuario que los visite y su relación con el empleado de Sony en cuestión. Los candidatos también conectan con los empleados de forma indirecta al reenviar mensajes y ofertas de empleo a través de sus redes.

«Cada vez que alguien visita el perfil en uno de nuestros empleados y ve una oferta de empleo que se ajusta a su perfil, conecta con nuestra empresa mucho antes de lo que nosotros tardaríamos en encontrarle», afirma Peter. «Para mí, es como multiplicar por dos nuestro equipo de selección de personal.» En tan sólo cinco meses desde que ampliara el uso de las soluciones de LinkedIn para selección de personal, SEL ha seleccionado a un 25% de sus empleados a través de LinkedIn, incluidos los dos expertos en selección del equipo de Peter. Aunque habían contratado los servicios de una consultora de selección para cubrir estos puestos, empezaron a buscar en LinkedIn Recruiter un lunes y el miércoles ya tenían dos posibles candidatos. Cuando la consultora llamó por teléfono a esos dos mismos candidatos el viernes, Sony ya los estaba evaluando internamente. «LinkedIn nos aporta grandes ventajas a nivel de departamento y de empresa, ya que nos permite hacer más con menos», explica Peter. «LinkedIn nos quita una gran carga de trabajo, lo que nos permite centrarnos en otros proyectos y colaborar con nuestros clientes internos, porque sabemos que el sistema está trabajando a pleno rendimiento entre bambalinas.»

LinkedIn

Consejos de Peter para LinkedIn

- No conviene seguir una regla estricta para conectar inmediatamente con los candidatos. Lo importante es captar un cierto nivel de atención, aunque sea a largo plazo.
- Haz una segmentación precisa de candidatos y utiliza cadenas de búsqueda coherentes. Tienes la garantía de que LinkedIn Recruiter cumple con todas las normativas.