

Transformación de los métodos de selección de personal:

3 pasos para la búsqueda eficaz de candidatos pasivos



No es de sorprender que más del 60% de los responsables de selección se centre en el talento pasivo, puesto que es la forma más eficaz de aumentar la calidad de las contrataciones y de crear una empresa de grandes profesionales.

Sin embargo, muchas empresas siguen ancladas en la antigua cultura de selección de personal y se limitan a los candidatos que están buscando trabajo activamente, en lugar de fomentar una cultura de búsqueda proactiva de talentos. Si tu empresa necesita una renovación de su cultura (o una reestructuración drástica), te explicamos cómo convencer a tu equipo, a tus compañeros y a los responsables de selección para que tengan más en cuenta a los candidatos pasivos.

1. Sienta las bases.

a. Capta la atención de los directivos con hechos tangibles.

Elige un ámbito en el que tengas dificultades para encontrar a buenos candidatos y resalta los problemas relacionados con la publicación de anuncios y la selección. Por ejemplo: «el proceso de selección dura X días y cada vez se prolonga más» o «hemos recibido 130 solicitudes, pero sólo dos son de personas cualificadas». Comparte el estudio que revela que el 80% de los profesionales en activo no busca trabajo. Haz varias búsquedas básicas en LinkedIn para cuantificar el público al que quieres llegar.

b. Pon de manifiesto el éxito de la competencia.

Consulta casos prácticos para mostrar cuáles de tus competidores invierten en talento pasivo y qué resultados han conseguido.

c. Muestra cuánto estás gastando (de verdad).

Suma todos los costes –internos y de agencia– de todos los departamentos para calcular la inversión anual de tu empresa en búsqueda de candidatos. Los departamentos absorben este coste y nunca se suma, así que a los directivos de tu empresa puede sorprenderles el importe total. Sugiere reinvertir una parte de ese total, aunque sea a modo de prueba, para demostrar las ventajas económicas de un método de selección directa. Pide tiempo suficiente –de tres a seis meses– para conseguir buenos resultados.

d. Aprovecha el tamaño de tu empresa.

Si trabajas en una pequeña o mediana empresa, dirígete a las personas más influyentes de la compañía a las que pueda considerarse «expertos» no oficiales en la cultura empresarial o que tengan más peso en la toma de decisiones.

2. Invierte en tu gente.

a. Céntrate en desarrollar una competencia concreta cada mes.

Por ejemplo: uso de redes sociales, captación de candidatos, habilidades de comunicación, creación de mensajes InMail o procesamiento de información.

b. Dedicar tiempo a la selección de candidatos pasivos.

Los técnicos de selección deben interactuar y crear relaciones a largo plazo con los candidatos potenciales. Ayúdalos a establecer prioridades: los candidatos sin referencias que no se adecúan a las necesidades del responsable de contratación pueden esperar.

c. Utiliza incentivos para fomentar la selección de candidatos pasivos.

Reconoce los méritos de los buenos empleados. Si puedes, recompensa a los técnicos de selección ofreciéndoles incentivos concretos.

d. Ofrece formación práctica.

Puedes probar alguno de estos formatos: talleres sobre cómo perfeccionar el propio perfil o cómo identificar los perfiles más adecuados para la selección, sesiones de formación sobre mensajes InMail o cursos específicos sobre diferentes líneas de negocio para aprender a establecer prioridades en el proceso de selección.

e. Colabora con tus técnicos de contratación.

Explícales las diferencias entre la selección de candidatos pasivos y la de candidatos activos, y cómo presentar la marca corporativa. Ayúdalos a pulir su perfil e implícales en el proceso de búsqueda de candidatos. Aprovecha sus redes para encontrar a posibles candidatos a los que conozcan de trabajos anteriores y para dar a conocer las vacantes más importantes.

3. Registra y comunica los avances conseguidos.

a. Elogia los resultados de tu equipo.

Encárgate de conseguir resultados iniciales para crear confianza. Valora públicamente los buenos resultados dentro y fuera del equipo.

b. Conoce las cifras.

Lleva un seguimiento de los resultados de tu equipo relativos a cifras clave de negocio; no te limites a los resultados de selección de personal.

c. Deja de lado la timidez.

Envía actualizaciones regulares sobre la selección de candidatos pasivos a los directivos externos al departamento de Recursos Humanos, para que tengan siempre presente esta actividad.