

Formar buenos equipos puede aumentar tu carga de trabajo

Encontrar a los mejores candidatos, guiarlos por el proceso de selección y ofrecerles una experiencia impecable requiere su tiempo, pero los días tienen un número limitado de horas.

Aquí es donde entran en juego estos trucos enfocados a la productividad.

Estas pequeñas estrategias te ayudarán a contratar de una manera más eficiente sin renunciar a la calidad de los candidatos. De hecho, muchas de ellas te servirán para trabajar mejor y más rápido, encontrar a los mejores empleados en tiempo récord y destacarte en tu puesto.



X	X	X	X	X	X
X	X	X	X	X	
			≡	≡≡≡	
				≡	

Hemos dividido los 47 trucos en:



Consejos



Herramientas



Plantillas

Trucos al rescate

Estos consejos, herramientas y plantillas aumentarán tu productividad en todas las fases del proceso de selección.

Planificación y preparación

Pide a los implicados que revisen currículums	01
Usa nuestras plantillas de descripción de puestos	02
Indica el rango salarial para dejar claras las expectativas	03
Invierte en herramientas de planificación de plantilla	04

Marca empleadora

Muestra la mejor cara de tu marca	05
Usa Canva para diseñar imágenes profesionales	06
Pide a los empleados que usen hashtags de la empresa	07
Programa publicaciones con un calendario de contenido	08

Búsqueda de candidatos

Dedica franjas horarias a buscar candidatos	09
Despeja tu navegador web con OneTab	10
Recupera pestañas cerradas en segundos	11
Crea alertas para identificar a candidatos interesados	12
Usa GlossaryTech para una búsqueda inteligente	13
Busca candidatos diversos con parámetros booleanos	14
Ofrece incentivos por las recomendaciones	15

Contacto con los candidatos

Recibe más respuestas con mensajes más cortos	16
Personaliza rápidamente nuestra plantilla de contacto	17
Usa LanguageTool para evitar errores de ortografía	18
Simplifica las llamadas con el Planificador	19
Fomenta comunicaciones más rápidas del equipo	20

Evaluación de los candidatos

Usa formularios de evaluación estándar	21
Predice el rendimiento por la forma de hablar	22
Usa herramientas de evaluación predictivas	23
Deja a un lado los tests de personalidad	24

Entrevistas a candidatos

Describe el proceso de entrevistas en tu web	25
Usa el Generador de preguntas para entrevistas	26
Incluye las aptitudes interpersonales necesarias	27
Deja a los mejores entrevistadores primero	28
Recorta el número de entrevistas	29
Pide opinión cuando aún esté reciente	30

Motivación de los candidatos

Deja que los candidatos consulten en línea su estado	31
Crea recordatorios para dar seguimiento	32
Haz una actualización «masiva» a los candidatos	33
Usa nuestra plantilla de correo para comunicarte	34
Qué hacer si a un candidato se lo traga la tierra	35

Propuesta de ofertas

Deja claras las expectativas con un cronograma	36
Usa nuestra plantilla para personalizar tu oferta	37
No limites mucho los plazos de respuesta	38
Haz siempre esta pregunta respecto a tu oferta	39
Automatiza las comprobaciones de solvencia con Checkr	40

Orientación a nuevos empleados

Pide a los nuevos empleados que hagan una breve encuesta	41
Tenlo todo a punto para los nuevos empleados	42
Prepara la orientación con nuestra lista	43
Asigna un compañero a los nuevos empleados	44

Una mejor experiencia para los candidatos

Prueba el proceso de selección de primera mano	45
Responde a las dudas con un bot de chat	46
Pide opinión a los candidatos en todas las fases	47

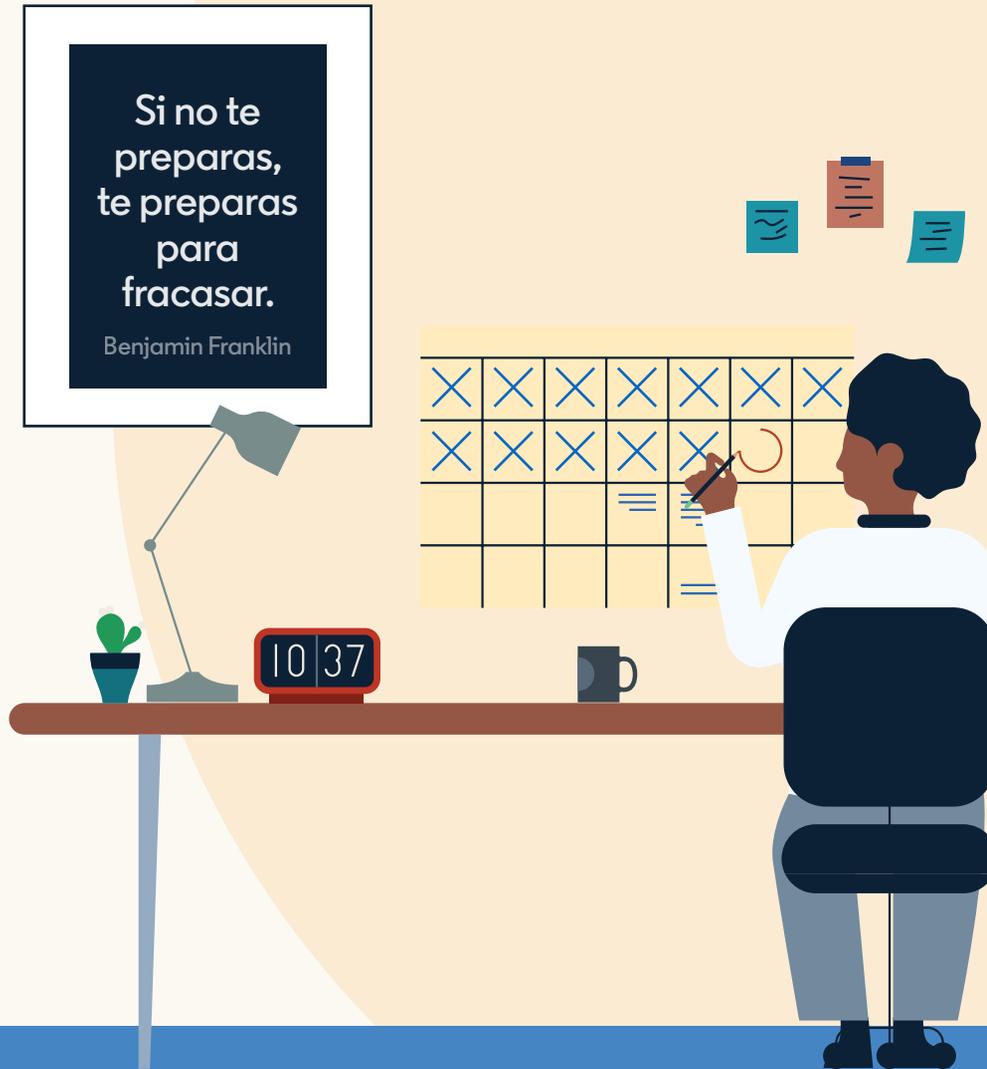
Capítulo 1

Planificación y preparación

Como bien dijo Benjamin Franklin, «si no te preparas, te preparas para fracasar». Dejar a un lado la planificación y la preparación durante la selección de personal puede causar problemas inesperados más adelante, así que vale la pena hacer el esfuerzo. Pero eso no significa que tengas que dedicarte a esto todo el día.

Estos trucos fáciles te ayudarán a para trazar una estrategia sin fisuras y mejorar las descripciones de los puestos en un abrir y cerrar de ojos.

Comencemos.



01

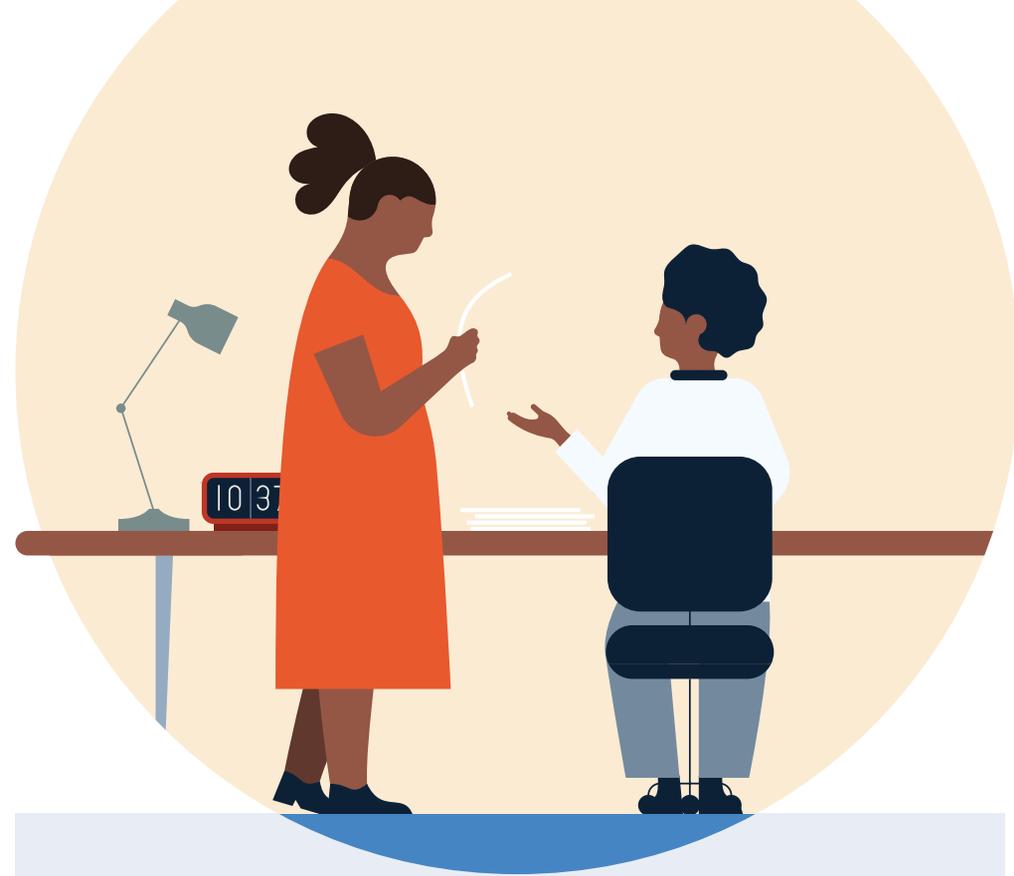


Pide a las partes interesadas que revisen currículums de muestra antes de empezar

Seguro que alguna vez has creado una lista estupenda de candidatos solo para que un responsable te diga que no es el perfil que busca. Es una situación frustrante, pero se puede evitar.

Dedica unos minutos a hablar con las partes interesadas antes de ponerte a buscar. A simple vista puede parecer un esfuerzo extra, pero te aseguramos que [puede ahorrarte horas e incluso días de trabajo.](#)

Al final de este sencillo proceso, te habrás hecho una idea más clara del candidato ideal y podrás redactar la descripción del puesto sin problemas.



» ¿Por dónde empezar?

1. Reserva 10 minutos con la persona responsable correspondiente.
2. Lleva a la reunión unos buenos currículums de ejemplo.
3. Pídele que dé su visto bueno a los candidatos.
4. Toma nota de qué le impresiona y qué rechaza.



Acelera la publicación de anuncios con estas plantillas

Escribir de cero una descripción para cada puesto no siempre es factible. Si utilizas una plantilla, puedes hacerlo en la mitad de tiempo. Por ese motivo, hemos creado más de [23 plantillas de descripciones](#) para los puestos más demandados por las empresas.

Estas plantillas abarcan distintos sectores y niveles de experiencia para empleos tan diversos como analista de datos, dentista, contador y director artístico.

Solo tienes que copiar y pegar, cambiar la información que consideres oportuna y añadir datos interesantes sobre los valores y la cultura de tu empresa.

[Ver toda la lista de plantillas →](#)

Dentista	Analista de datos	Contable
<p>Descripción del</p> <p>En [empresa X] apostamos a ofrecer una atención dental calificada, con autonomía, pero dispuestos a incorporar a nuestro equipo a quienes necesiten un servicio de atención de</p>	<p>Descripción d</p> <p>[Empresa X] encabeza y herramientas de o servicios y asistencia. Incorpore a nuestro equipo a quienes debería dominar toda la generación y la v en informes prácticos crecimiento.</p>	<p>Descripción del empleo</p> <p>El éxito financiero de [empresa X] se debe a la precisión de nuestros datos. Por este motivo, podemos presumir de contratar a los expertos financieros mejor preparados del sector. Buscamos un contador para reforzar nuestro equipo financiero de cara a las operaciones diarias. A nuestro candidato ideal deben encantarle las matemáticas y sentir curiosidad innata por aprender sobre planificación financiera, planificación fiscal y presupuestos. Bajo la supervisión del director financiero, se encargará de la actualización y el mantenimiento de los registros financieros, de conciliar extractos bancarios y de gestionar nuestras bases de datos de contabilidad. El candidato se incorporará a un equipo de expertos financieros afines que apuesta por una formación continua para progresar a responsables.</p>
<p>Objetivos del p</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajar junto con un entorno que f Evaluar la salud planes y tratami mejores práctica Reconocer los sí paciente a médi Supervisar direc odontología, hig Garantizar el c software, gestio instrumentos de 	<p>Objetivos del</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar, it resolver probl Identificar ter conjuntos de Evaluar méto de origen a d Crear informe de datos Evaluar la efi y desarrollar; limpieza de d Trabajar dire requisitos, inf 	<p>Objetivos del puesto</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar tareas de gestión rutinarias en un departamento dinámico cumpliendo las normas de contabilidad establecidas Ser un recurso para las cuentas de acreedores y deudores Colaborar en las solicitudes de auditoría de final de año Documentar, archivo y gestionar con precisión la base de datos de varios sistemas Proteger la información financiera mediante copias de seguridad y velar por su confidencialidad Participar en clases, talleres y eventos de networking para continuar la formación, identificar problemas con el sistema y hacer recomendaciones de mejoras

Cada plantilla describe los objetivos y responsabilidades principales del puesto, además de las aptitudes y calificaciones habituales.

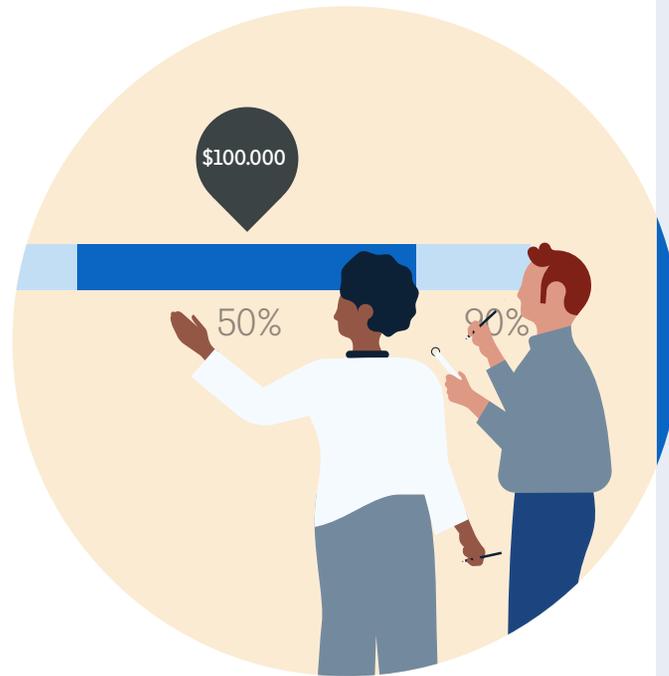


Indica el rango salarial en la descripción del empleo para dejar claras las expectativas

Otra cosa que te tienes que preguntar antes de publicar un anuncio es si la descripción del puesto incluye el rango salarial. Si no es así, deberías tenerlo en cuenta.

Dar a los candidatos la posibilidad de elegir es una de las ventajas de incluir el rango salarial. También puede animar a los candidatos menos representados a enviar una solicitud, ya que tendrán la certeza de recibir una remuneración justa.

Los segundos que inviertas en añadir un rango salarial pueden ahorrarte horas de trabajo durante la selección inicial, ya que te asegurarás de que solo recibes solicitudes si el candidato realmente va a valorar una oferta.



Profesionales que informan del rango salarial a las personas que buscan empleo:*



dicen que mejoran el proceso de negociación más adelante



dicen que se ahorran solicitudes de candidatos que no llegarían a buen puerto

* [Tendencias internacionales en selección de personal para 2019](#), LinkedIn.

04



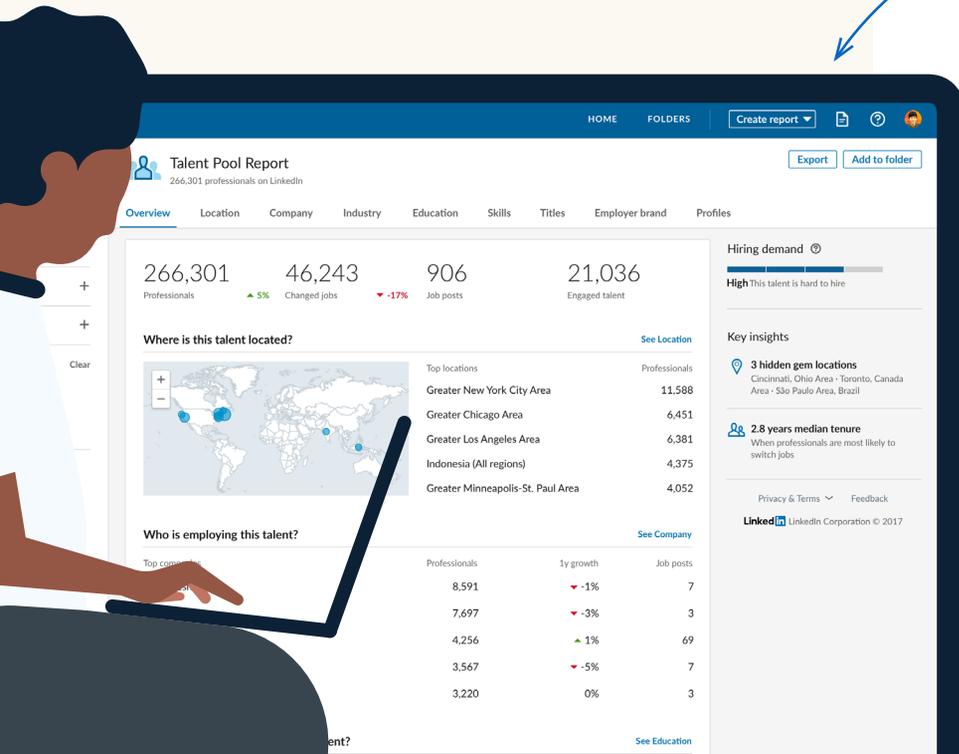
Invierte en planificación laboral para anticiparte a las necesidades de contratación

Una estrategia basada en la acción siempre es más productiva que una basada en la reacción, y una planificación inteligente de la plantilla puede ayudarte a despejar muchas incógnitas. Por ejemplo, qué aptitudes deben tener los candidatos y en qué universidades se titulan.

Adelántate a las necesidades de contratación en vez de hacer malabares para cubrir vacantes con una solución de análisis de candidatos que puedes usar a tu manera.

La planificación laboral es fundamental para tu éxito a largo plazo. Además, podemos ayudarte con [LinkedIn Talent Insights](#), una herramienta que sustituye las suposiciones por datos para que el proceso de selección sea más certero y se centre en lo importante.

Hacer recorrido por LinkedIn Talent Insights →



Capítulo 2

Marca empleadora

Una marca empleadora potente puede aumentar las solicitudes de candidatos calificados en un 50%*, atraer a los perfiles más demandados e inclinar la balanza a tu favor a la hora de contratar a los mejores.

Seguro que ya conoces lo básico sobre este tema, pero aquí tienes varios consejos que pueden ayudarte a subir la vara con tu marca empleadora sin demasiado esfuerzo.



* [Lista definitiva de estadísticas de marca empleadora](#), LinkedIn (2016).

05



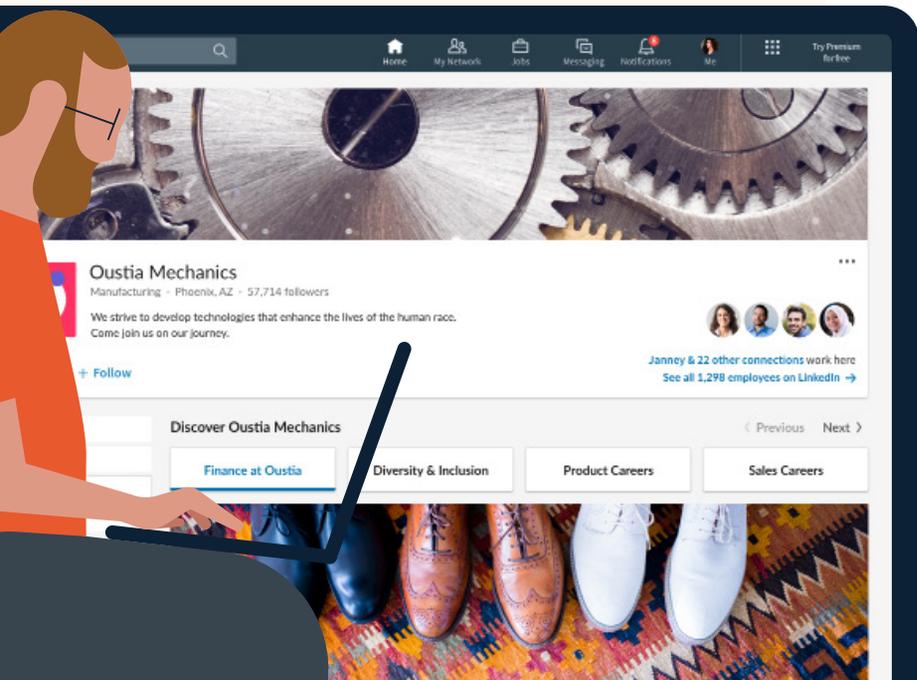
Muestra la mejor cara de tu marca para impresionar a los posibles candidatos

Cuando te pongas en contacto con candidatos para hablarles de una oportunidad laboral, es muy probable que busquen información de tu empresa antes de responder. Y para eso están las [páginas de empleo de LinkedIn](#).

Los candidatos pueden buscar a tu empresa al instante en una plataforma que usan como trampolín profesional.

Las páginas de empleo también te dan la oportunidad de causar una excelente primera impresión mediante videos, fotos, testimonios y otro contenido de interés.

Ver las páginas de empleo en acción →



» **Extra: Crea anuncios segmentados para llegar más lejos**
Dirígete a públicos concretos en función de su puesto, nivel de antigüedad, universidad, años de experiencia y otros factores. Así, podrás mostrar anuncios personalizados que capten su interés y recibir [el doble](#) de solicitudes y respuestas a mensajes InMail.

Diseña imágenes e infografías profesionales en segundos con Canva

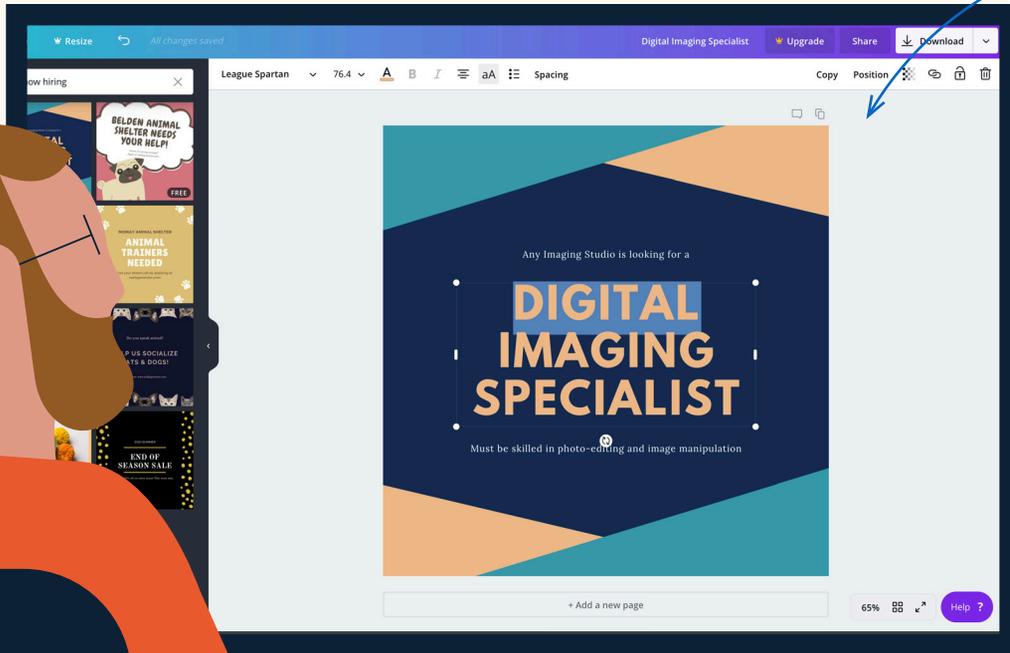
¿Necesitas imágenes que llamen la atención para tus anuncios y publicaciones? Prueba Canva*, una herramienta de diseño gratuita con opciones de pago que te permite crear un contenido fantástico para tu marca en segundos.

Las opciones de personalización para los proyectos de diseño te ayudan a desmarcarte de la competencia.

Una de sus ventajas es que puedes cambiar el tamaño de un diseño al instante. De esta forma, puedes optimizar una imagen para Twitter, crear un banner para tu página de empleo o hacer un folleto para universidades con solo unos clics.

[Ver Canva →](#)

* Esta herramienta solo está disponible en inglés.





Pide a los empleados que usen el hashtag de la empresa en las redes sociales

Si haces partícipes a los empleados de las tareas relacionadas con la marca empleadora, te liberarás para otros asuntos. Las redes sociales de los empleados son diez veces más grandes que las de la empresa, así que sin duda vale la pena.

Los empleados ya publican cosas sobre tu empresa, como sus escritorios decorados, fotos de actividades en equipo y comentarios sobre sus beneficios laborales. Si les pides que añadan el hashtag de la empresa, los candidatos podrán ver el lado más auténtico de tu marca.

» ¿Por dónde empezar?

1. Crea un hashtag original para tu marca empleadora.
2. Pide a los empleados que lo usen cuando compartan contenido relacionado con el trabajo.
3. Da a conocer el hashtag para que los candidatos sepan qué buscar.

Ejemplos de hashtags de marca empleadora:

#LinkedInLife

LinkedIn

#ToBeAPartner

Starbucks

#TargetVolunteers

Voluntarios de Target



Publica contenido a menudo en canales en línea para dar más protagonismo a tu empresa

Saber qué publicar y cuándo puede suponer un reto, al igual que elegir el tipo de contenido. Esta plantilla de calendario de marketing puede ayudarte a tenerlo todo bajo control.

Gracias a ella, podrás ver fácilmente el contenido que vas a publicar en un día concreto y dónde vas a compartirlo. Y como está en formato Excel, es muy fácil de utilizar. Cuando quieras darte cuenta, tendrás un calendario totalmente planificado.

Descargar el calendario →

Tipos de contenido:		Liderazgo de opinión	Marca de talento	Noticias de empresas	Eventos	Por entretenimiento				
in		Julio de 2019								
		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
Actualizaciones de estado		Estamos contentísimos de anunciar... (insertar enlace bit.ly para APAC)	VAGANTE URGENTE: ¿Te encanta sentir que cada día es un reto con los clientes y otros profesionales increíbles? Este es el cambio profesional que necesitas.	Desarrollar aplicaciones es poder probar el código en tiempo real es laborioso. Echa un vistazo a estos consejos sobre cómo aligerar la tarea: enlace	Buscamos a técnicos de tu universidad... Estaremos allí la semana que viene para hablar de prácticas para el verano. Haz clic en este enlace para inscribirte.	Por fin viernes! Publica una imagen divertida de tus compañeros o cualquier foto o dato curioso de Internet.				
Tipo de contenido		Noticias de empresas	Marca de talento	Liderazgo de opinión	Eventos	Ocio/entretenimiento				
Público objetivo		Marketing	Diseñadores UX	Ingenieros	Estudiantes	Todos				
Canales de publicación		LinkedIn y Facebook	LinkedIn, Twitter	LinkedIn, Twitter	LinkedIn, Facebook y Twitter	LinkedIn, Facebook, Instagram, Pinterest				
Datos de interacción		0.67%	1.23%	0.89%	2.22%	0.99%				
Actualizaciones de estado		8	9	10	11	12	13	14		
Tipo de contenido										
Público objetivo										
Canales de publicación										
Datos de interacción										

Nuestro calendario de marketing de contenido te ayuda a planificar tus publicaciones por plataforma y público objetivo.

Capítulo 3

Búsqueda de candidatos

Buscar candidatos es una parte fundamental del trabajo de un técnico de selección. Sin embargo, encontrar a los mejores e interactuar con ellos es un proceso que lleva tiempo, y no hay ninguna garantía de que respondan cuando más lo necesites.

Por suerte, puedes recortar minutos e incluso horas del proceso y convertirte en una máquina de buscar candidatos con estos trucos.



Consulta las pestañas abiertas de un vistazo para encontrar antes lo que buscas

¿Cuántas pestañas tienes abiertas cuando buscas candidatos? ¿10, 20 o incluso más? Como los títulos de las páginas no se ven, pierdes mucho tiempo hasta que finalmente das con lo que necesitas. La extensión OneTab es la solución.

OneTab* pone las pestañas en una lista hasta que quieras volver a ellas.

Cuando tengas que acceder a una pestaña concreta, haz clic en el icono de la extensión para ver la lista completa. Puedes restaurarlas todas a la vez o volver a abrir solo las que te interesan.

Y de paso, el navegador va más rápido si tienes menos pestañas abiertas.

[Descargar OneTab para Chrome →](#)

* Esta herramienta solo está disponible en inglés.





Vuelve a abrir las pestañas que has cerrado sin querer con este atajo

¿Te da un vuelco el corazón cada vez que cierras una pestaña por error, sobre todo si es de un candidato prometedor? Si tienes diez pestañas abiertas, ¿cómo sabes cuál es la que falta?

Aunque se te vaya la mano y cierres diez pestañas con perfiles de candidatos, puedes recuperarlas con solo pulsar unas cuantas teclas.

De esta forma, ese candidato calificado que tanto te interesa reaparecerá en la pantalla en cuestión de segundos. Vuelve a utilizar el atajo para abrir la pestaña anterior y así sucesivamente.

Este atajo funciona en Chrome, Firefox, Internet Explorer, Microsoft Edge y Opera.

Evita tener que buscar en el historial del navegador. Para volver a abrir la última pestaña abierta, pulsa estas teclas:

PC

Ctrl

Mayúsculas

T

Mac

Comando

⌘

Mayúsculas

T





Crea alertas para identificar enseguida a los candidatos con interés en nuevas oportunidades

¿No sería fantástico saber si los mejores candidatos están planteándose cambiar de empleo? LinkedIn Recruiter te permite configurar alertas para que no se te pase nada por alto.

Gracias a esta herramienta, serás de los primeros en enterarse cuando un candidato esté interesado en nuevas oportunidades y podrás adelantarte a la competencia.

Deja de perder el tiempo haciendo la misma búsqueda una y otra vez. Descubre cómo [LinkedIn Recruiter](#) te ayuda a encontrar a más candidatos ideales en menos tiempo.

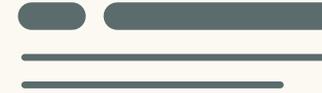
Ver LinkedIn Recruiter en acción →



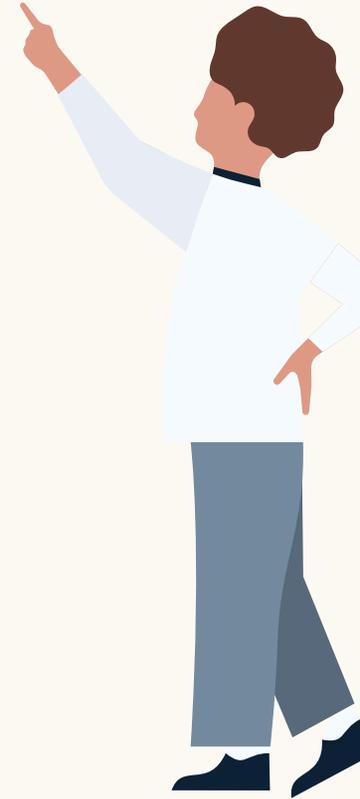
 Interés en nuevas oportunidades



 Interés en nuevas oportunidades



 Interés en nuevas oportunidades



» ¿Por dónde empezar?

1. Inicia sesión en LinkedIn Recruiter y selecciona tu proyecto.
2. En la pestaña «Base de datos de candidatos», haz clic en «Alertas e historial de búsquedas».
3. Crea una alerta en función del interés en nuevas oportunidades.

13



Simplifica la búsqueda de candidatos para puestos técnicos con GlossaryTech

¿Buscas a alguien para un puesto técnico? Si la tecnología no es tu punto fuerte, puede ser complicado evaluar perfiles llenos de terminología compleja y jerga del sector.

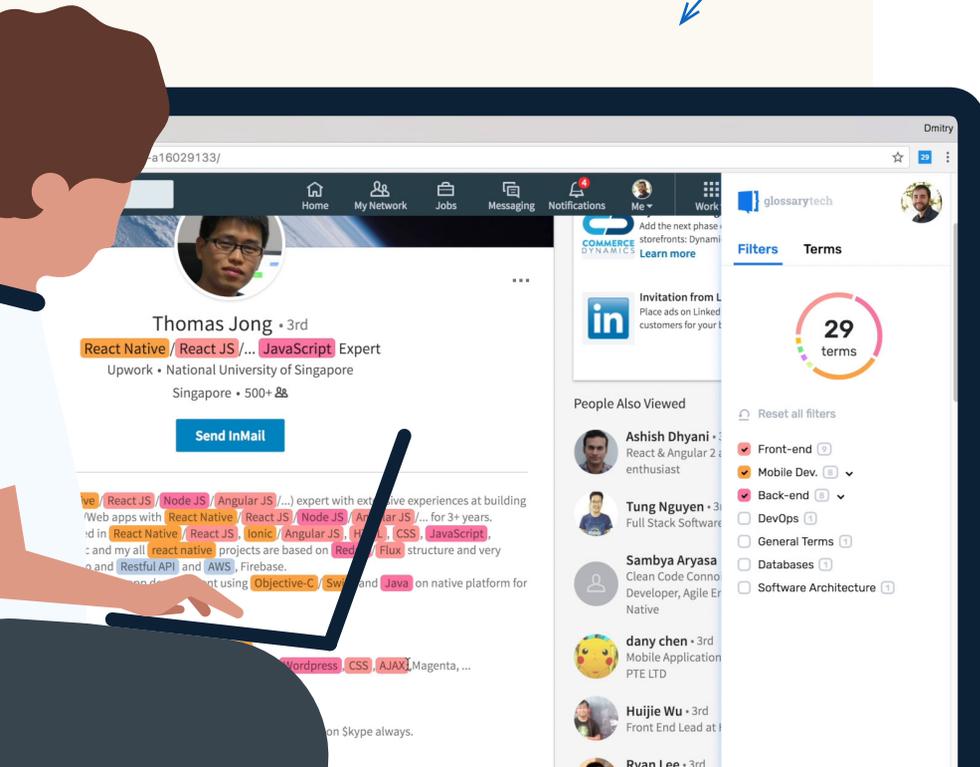
GlossaryTech* resalta los términos técnicos en los perfiles y te muestra una definición con solo poner el cursor encima

Esta extensión de navegador te ayuda a ahorrar tiempo y a aprender vocabulario tecnológico sobre la marcha.

La próxima vez que busques un candidato de estas características, podrás valorar su perfil en menos tiempo y no quedarás en evidencia al confundir Java con JavaScript.

[Probar la extensión GlossaryTech →](#)

* Esta herramienta solo está disponible en inglés.





Usa operadores booleanos para buscar en universidades minoritarias

¿Cómo puedes buscar candidatos con una trayectoria diversa y de forma ampliable? El gurú [Glen Cathey](#) sugiere crear un operador booleano que muestre decenas o incluso cientos de universidades minoritarias a la vez.

Esto te permitirá ver una lista de instituciones educativas en las que quieres buscar candidatos, como universidades solo para mujeres históricamente negras (HBCU).

Cuando hayas creado el operador booleano, podrás cambiar los criterios de cara a futuras búsquedas para ser aún más eficiente.



» ¿Por dónde empezar?

Añade los nombres de estos centros a tu búsqueda separándolos con el operador booleano OR. No olvides poner la lista entera entre paréntesis.



Añade el operador AND seguido de una palabra clave para acotar la búsqueda a titulados que cumplan tus criterios (por ejemplo, analista de datos) y pulsa «Buscar».



Ofrece incentivos por las recomendaciones para crear una lista de candidatos calificados rápidamente

Las recomendaciones son ideales para encontrar candidatos con buenas referencias. Si ofreces incentivos a los empleados por enviar recomendaciones, no tardarás en llenar la lista de candidatos.

Los bonos por recomendación animan a los empleados a buscar a gente entre sus contactos. Ni siquiera hace falta que gastes mucho dinero: una pequeña muestra de agradecimiento, como una tarjeta regalo para café, bastará para que los empleados se sientan recompensados por las molestias.

Los candidatos recomendados suponen un menor costo y suelen quedarse más tiempo.*

* Paul Petrone, «[Por qué las recomendaciones de empleados son la mejor forma para contratar](#)» (3 de agosto de 2015).

» ¿Cómo crear un buen programa de recomendaciones?

1. Crea un programa intuitivo que todo el mundo pueda usar.
2. Habla de las recomendaciones y los incentivos siempre que se te presente la oportunidad.
3. Incorpóralo a la orientación para nuevos empleados y gerentes.
4. Anima a los empleados a pensar en candidatos con trasfondos menos habituales. Es el primer paso para fomentar la diversidad en las recomendaciones.



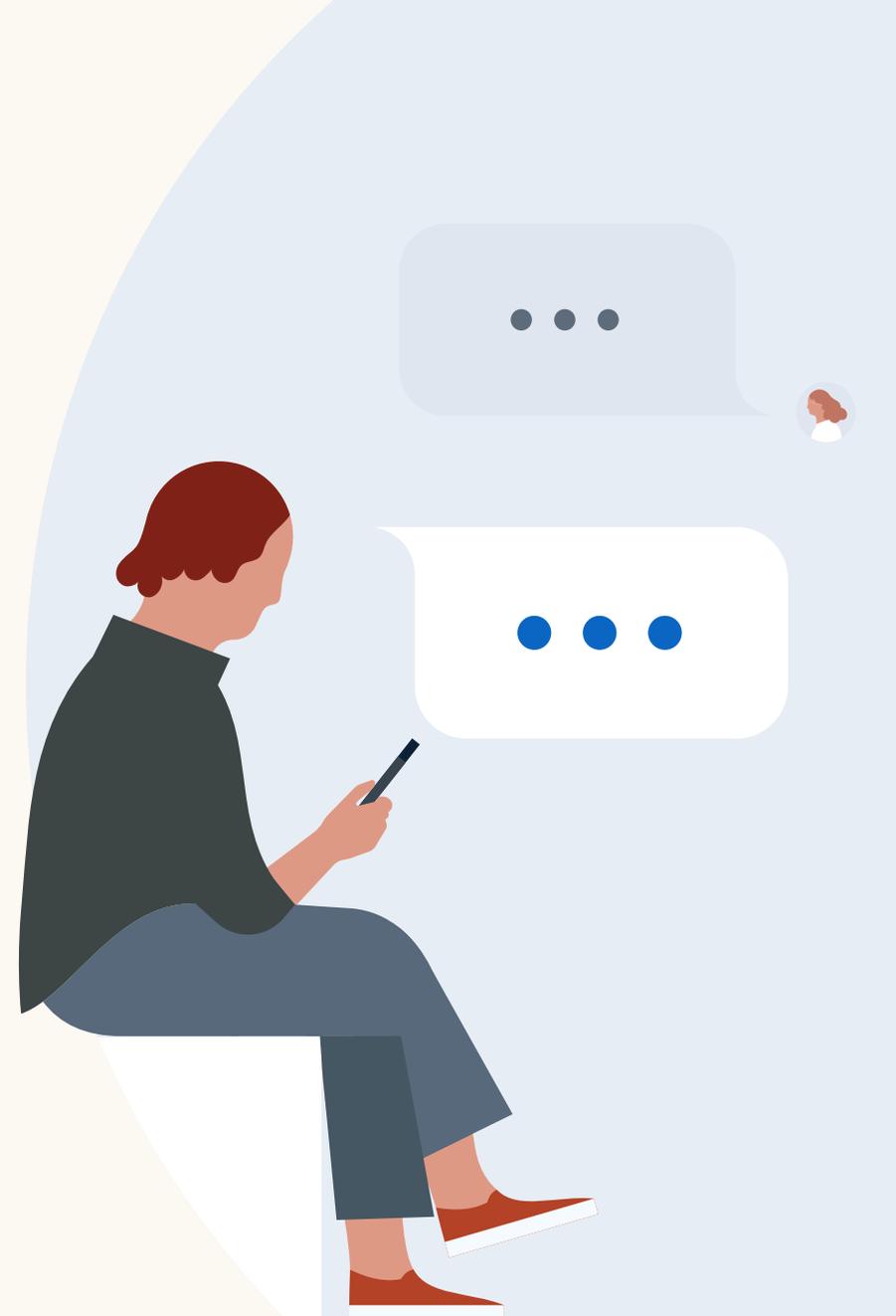
Capítulo 4

Contacto con los candidatos

La primera impresión es la que cuenta. Cuando te pongas en contacto con un candidato, tienes que darle un buen motivo para leer tus mensajes y responder, sobre todo si ya tiene empleo.

El problema es que escribir un mensaje atractivo y personalizado para cada candidato puede llevar mucho tiempo.

Estas estrategias te ayudarán a ahorrar tiempo, captar el interés de los candidatos y lograr que te respondan.





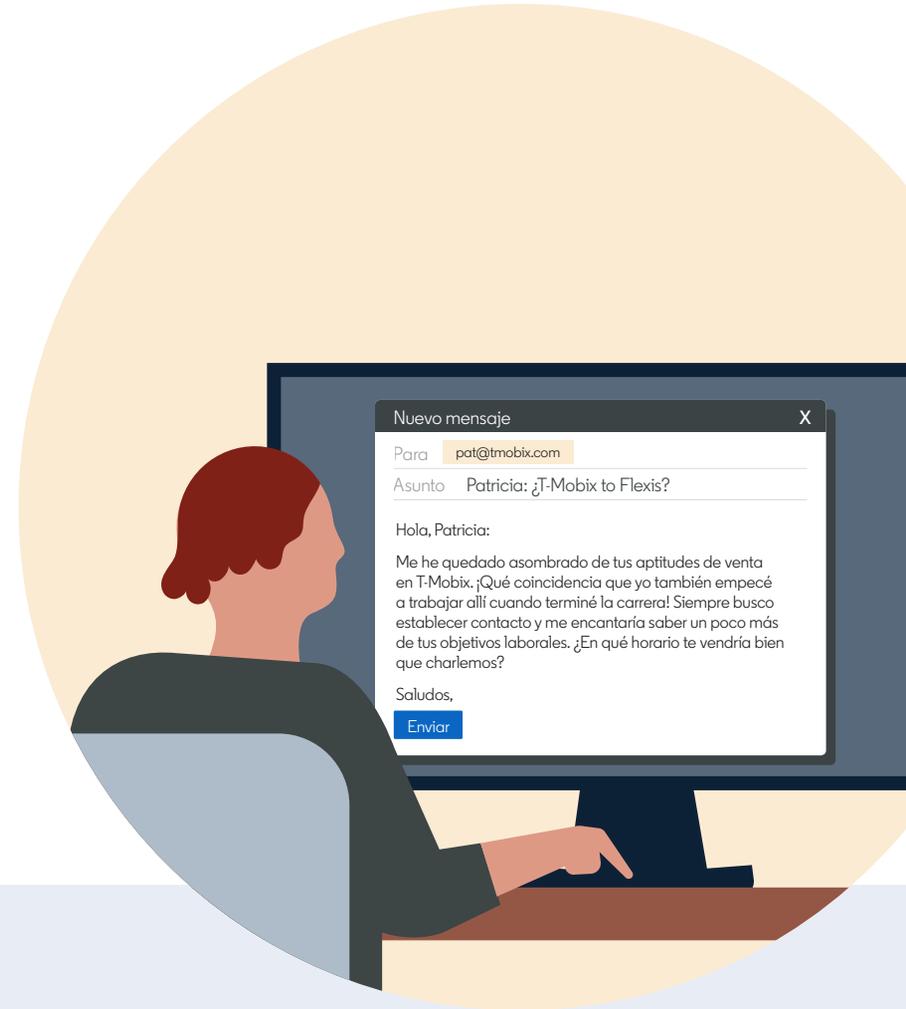
Apuesta por la brevedad en tu primer mensaje: ahorrarás tiempo y recibirás más respuestas

Escribir textos muy largos solo sirve para prolongar más de la cuenta las tareas de selección. No es aconsejable dedicar mucho tiempo a redactar mensajes que los candidatos tienen pocas probabilidades de leer... y muchas menos de responder.

Procura que tus mensajes vayan al grano. Así los candidatos se harán una idea de lo que puedes ofrecer y querrán obtener más información.

» Ajústate a un máximo de 100 palabras

Según estudios de LinkedIn, los mensajes con [menos de 100 palabras](#) suelen obtener una mayor tasa de respuesta, mientras que los que llegan a 200 palabras tienen muchas menos probabilidades de conseguir una respuesta. Así que lo breve, si bueno...





Personaliza nuestra sencilla plantilla de contacto

Los candidatos con más potencial quieren saber si te interesan a título individual, pero no puedes dedicarte a escribir un mensaje específico para cada uno. Sin embargo, hay algo que sí puedes hacer fácilmente: personalizar esta plantilla.

Si envías mensajes que llamen la atención, los candidatos se animarán a abrirlos, leerlos e incluso responder. Esta plantilla te ayudará a empezar con buen pie.

Hola, [NOMBRE]:

He visto en tu perfil que tienes mucha experiencia en [PUESTO O APTITUD]. Después de indagar un poco, he llegado a tu publicación sobre ____ en _____. [EJEMPLO: PROCESOS DE TRABAJO DE AGILE, TWITTER]. Me ha gustado tanto que me he animado a escribirte. ¿Valorarías la posibilidad de formar parte de nuestro equipo?

En mi empresa estamos buscando a un profesional de [PUESTO DE LA VACANTE] y das totalmente el perfil. Nuestro equipo recibe las nuevas ideas con los brazos abiertos, y creo que podrías aportar mucho a nuestra cultura empresarial. Me encantaría que charlásemos sobre el puesto y tus objetivos profesionales. Dime si tienes alguna duda.

Saludos,
[TU NOMBRE]

Pega esta plantilla en un mensaje InMail o correo electrónico y cambia algunos detalles (como la referencia a un artículo que hayan publicado o sus intereses). ¡No te olvides de poner su nombre!



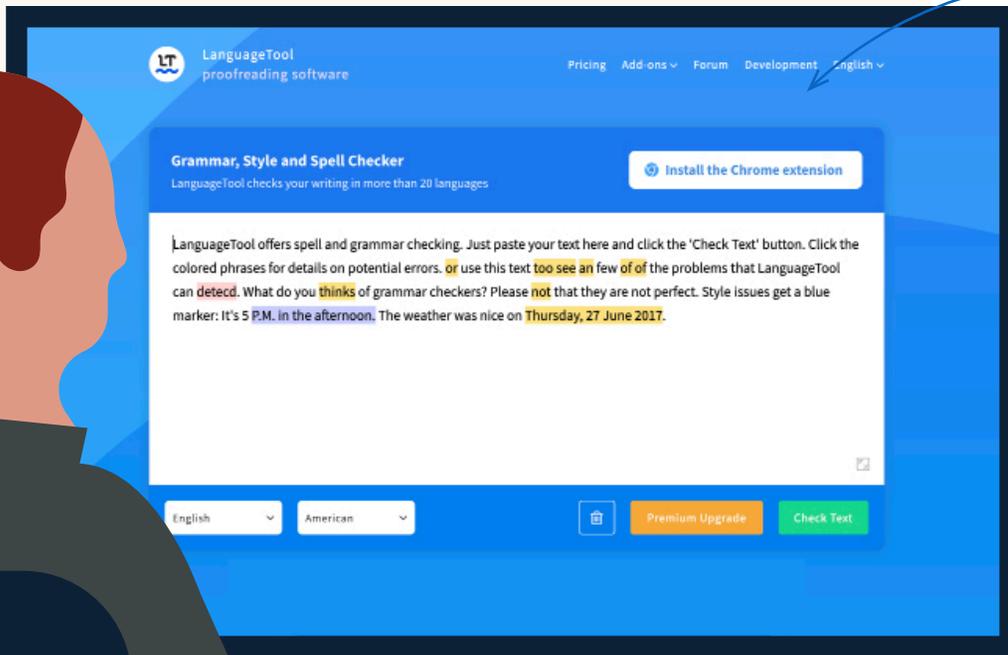
Automatiza la revisión de los correos electrónicos y evita errores con LanguageTool

A nadie le gustan los errores de tipeo. Cuando quieres causar una buena impresión, lo último que necesitas es escribir mal un nombre o meter la pata con un término técnico. Es hora de que empieces a usar una herramienta que se ocupe de revisar el texto por ti.

Instala la extensión gratuita LanguageTool para revisar de forma automática la ortografía, la gramática y otros errores que podrían ponerte colorado.

Si LanguageTool detecta un error, te sugerirá distintas soluciones. Ni siquiera tienes que volver a escribir ninguna palabra: haces clic y el cambio se aplica automáticamente.

[Hacer revisiones con LanguageTool →](#)





Simplifica las llamadas con el Planificador en los mensajes InMail

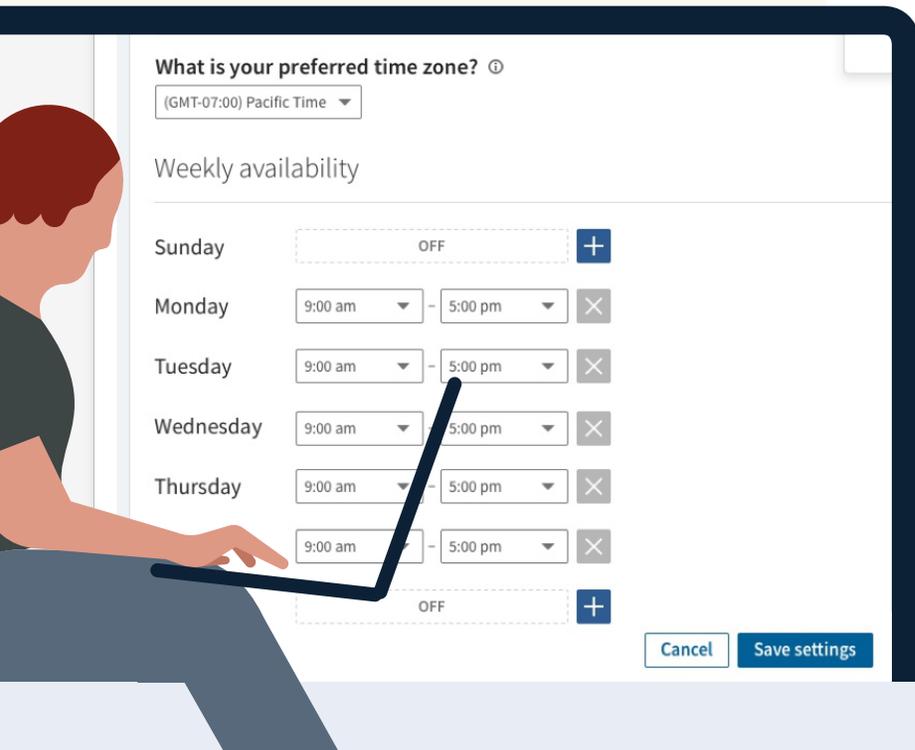
Cuando hayas conseguido captar el interés de un candidato, seguramente querrás hablar por teléfono con él para entrar en detalles. Sin embargo, programar estas llamadas puede complicarse más de lo necesario.

Olvídate de las sincronizaciones gracias a la herramienta [Planificador](#) de LinkedIn Recruiter para tu calendario de Office 365 o Google.

Basta con que el candidato haga clic en el enlace del mensaje InMail y seleccione el horario que mejor les venga a los dos.

La sesión aparecerá automáticamente en tu calendario, así ahorrarás tiempo y no faltarás a la cita.

[Ver el Planificador y LinkedIn Recruiter →](#)





Cede el testigo al posible jefe del candidato

Por muy bien escritos que estén tus mensajes, es posible que algunos candidatos no te respondan. Si alguno te interesa de verdad, quizá sea mejor quitarte de en medio y dejar de enviar mensajes que pueden caer en saco roto.

Una buena opción es pedir al posible jefe del candidato que se ponga en contacto con él directamente. Según los datos de LinkedIn, los candidatos tienen un [56% más de probabilidades de responder](#) en estos casos.

La gente suele responder antes a un «pez gordo», así que con esta estrategia obtendrás respuestas más rápidas.



¿Quieres más ideas? Los técnicos de selección de LinkedIn te revelan cinco técnicas para aumentar la tasa de respuesta en nuestra guía para optimizar tus comunicaciones.

[Descargar nuestra guía →](#)

Capítulo 5

Evaluación de los candidatos

Una vez que has seleccionado a los candidatos más prometedores, el siguiente paso es descubrir si dan la talla para el puesto. ¿Tienen las aptitudes necesarias? ¿Vale la pena hacer una entrevista?

Existen formas de evaluar rápidamente a los candidatos y de tomar la decisión correcta. Estas estrategias te ayudarán a acelerar el proceso y obtener mejores resultados.





Este formulario de evaluación estándar te ayuda a comparar a los candidatos rápidamente después de la entrevista telefónica

Antes de realizar las llamadas de evaluación, es aconsejable establecer una serie de criterios.

**Imprime una copia por candidato y complétala durante la conversación.
Anota la calificación individual, los puntos fuertes que distinguen al candidato y las fechas de inicio propuestas.**

Cuando tengas todos los formularios, podrás comparar a los candidatos de forma rápida y objetiva. De este modo, tomarás decisiones más justas y acertadas.

[Descargar el formulario de evaluación →](#)

Formulario de evaluación inicial

Puesto:	Nombre del candidato:
Fecha de la entrevista:	Nombre del entrevistador:

Experiencia y responsabilidades laborales Calificar en una escala del 1 (insuficiente) al 5 (excelente)

Posee las aptitudes básicas necesarias para el puesto.....	1	2	3	4	5
Muestra claras aptitudes de comunicación.....	1	2	3	4	5
Muestra creatividad y capacidad de resolución de problemas.....	1	2	3	4	5

Conocimiento de la empresa

Muestra un gran conocimiento y entusiasmo por el puesto.....	1	2	3	4	5
--------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

Colaboración

Muestra buenas aptitudes de colaboración y trabajo en equipo.....	1	2	3	4	5
-------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

Afinidad con la cultura de la empresa

Su estilo de trabajo, preferencias y personalidad encajan en el equipo ...	1	2	3	4	5
----------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

TOTAL _____

Preguntas abiertas

Áreas con potencial:		
Oportunidades de mejora:		
Requisitos de compensación:	Permiso de trabajo:	Fecha de disponibilidad para comenzar:
Otras notas:		



Presta atención a la forma de hablar de los candidatos para predecir su rendimiento

Las personas más productivas tienden a usar la primera persona, verbos en pasado y un tono más activo.

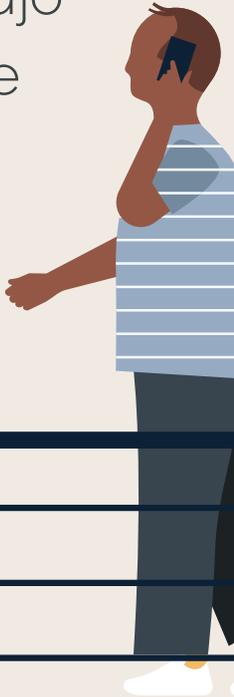
En cambio, las menos productivas suelen optar por la segunda y la tercera persona y un tono más pasivo para describir su experiencia laboral, además de verbos en presente o futuro.

La forma de expresarse puede darte pistas importantes, así que toma buena nota de todo lo que percibas durante la conversación.

» ¿Estás hablando con una persona que rinde mucho en el trabajo? Lo sabrás si...

1. Comparte anécdotas de sus anteriores empleos.
2. Utiliza un tono activo, como por ejemplo «Me encantaría...».
3. Emplea palabras y expresiones como «yo» o «a mí».

Las personas con un rendimiento bajo usan un tono entre un 40 y un 50% más pasivo.*



* Mark Murphy, «[Tres patrones de conversación que revelan si el candidato es excelente o si más bien rinde poco](#)» (12 de enero de 2017).

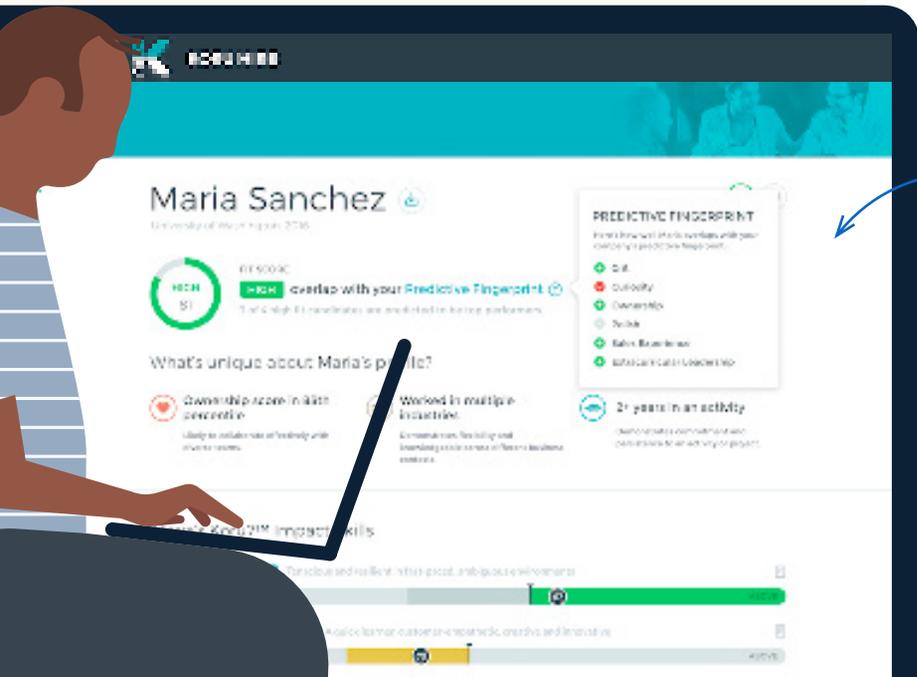


Integra herramientas de evaluación predictiva en tu proceso de selección

Las aptitudes interpersonales pueden ser difíciles de evaluar, pero para eso está la tecnología. Prueba utilizar una herramienta predictiva: Koru, Pymetrics y LinkedIn ofrecen servicios muy completos.

[Koru*](#) pide a los candidatos que respondan a una serie de preguntas durante unos 20 minutos. Después te envía una ficha con sus resultados sobre siete aptitudes interpersonales, como la perseverancia y la capacidad para trabajar en equipo.

[Pymetrics*](#) envía a los candidatos varios juegos rápidos basados en la neurociencia que valoran sus atributos cognitivos y emocionales.



Estas herramientas te ayudan a evaluar a un gran número de candidatos de forma rápida y a identificar a los que tienen mayor potencial.

* Esta herramienta solo está disponible en inglés.



Deja a un lado los tests de personalidad

No todas las evaluaciones se crean de la misma manera, y algunas podrían obstaculizar el proceso de selección. Si usas tests de personalidad durante el proceso, deberías plantearte la posibilidad de quitarlos.

Las evaluaciones de personalidad pueden ser fáciles de adivinar. A menudo los candidatos intuyen qué respuestas se consideran correctas, por lo que los resultados no son siempre tan reveladores como parece. Además, [no predicen bien](#) el rendimiento en el trabajo*, así que muchos candidatos calificados podrían quedarse fuera.

* Lou Adler, «[Los tests de evaluación de personalidad llevan a una experiencia mediocre para los candidatos. Prueba este otro enfoque.](#)» (26 de septiembre de 2015).

«Deja a un lado el 90% de los requisitos obligatorios y céntrate en uno o dos indispensables»



Lou Adler

Director ejecutivo de Performance-based Hiring Learning Systems



Capítulo 6

Entrevistas a candidatos

La entrevista es una de las partes más cruciales del proceso de selección, pero también puede llevar mucho tiempo. Coordinar las agendas de varios candidatos para que se reúnan con el equipo, planificar en torno a incompatibilidades de horarios, recopilar las opiniones... Los días de entrevistas pueden ser interminables. Si a esto le sumas retrasos por el tráfico o por no encontrar la dirección, la cosa se complica aún más.

Pero esto no tiene por qué ser así. Ahorra tiempo con estos trucos prácticos.





Describe el proceso de selección en tu sitio web de empleo

El proceso de entrevistas suele ser más fluido cuando los candidatos saben en qué consiste antes siquiera de entrar por la puerta. Una forma de dejar claras las expectativas es describir el proceso en tu sitio web de empleo.

Explica a los candidatos lo que necesitan llevar a la entrevista (por ejemplo, el currículum o un muestrario de proyectos) y lo que se espera de ellos. ¿Tienen que registrarse cuando lleguen? Y si es así, ¿dónde? ¿Qué tipo de preguntas se les va a hacer? Esta información dará mucha confianza a los candidatos y te ahorrará muchas preguntas y llamadas.

Un 65% de los candidatos consulta el sitio web de la empresa al prepararse para una entrevista.*



* «Cómo piensa el candidato de hoy en día», LinkedIn Talent Solutions.

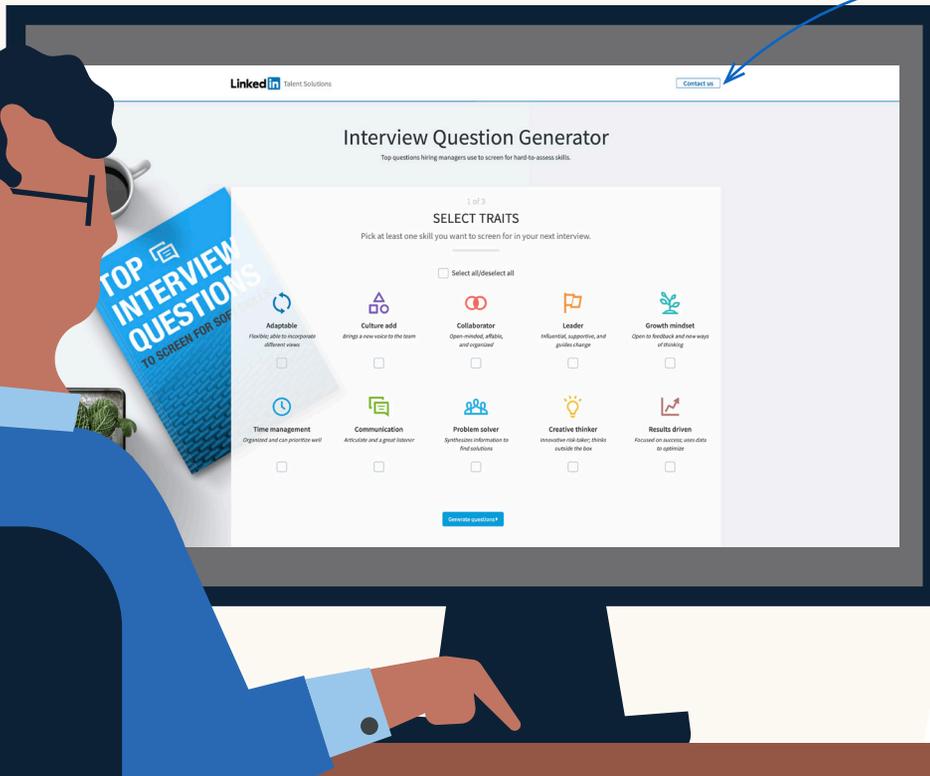
Crea una lista de preguntas específicas para la vacante con el Generador de preguntas para entrevistas

¿Cuándo fue la última vez que renovaste las preguntas de la entrevista? Aunque está bien tener unas preguntas de referencia, lo ideal es preparar una lista específica para cada vacante. Así te aseguras de buscar las aptitudes y cualidades exactas que necesita la empresa. Para mejorar el proceso, hemos creado el [Generador de preguntas para entrevistas](#).

Elige las aptitudes interpersonales que estás buscando (liderazgo, flexibilidad, creatividad...) y genera preguntas que te ayuden a identificarlas.

Puedes seleccionar las preguntas más relevantes para el puesto, y la herramienta preparará una guía que puedes imprimir, con espacio para las notas y el sistema de calificación. Además, apenas tardarás un minuto en completarla e imprimirla.

Generar preguntas para entrevistas →

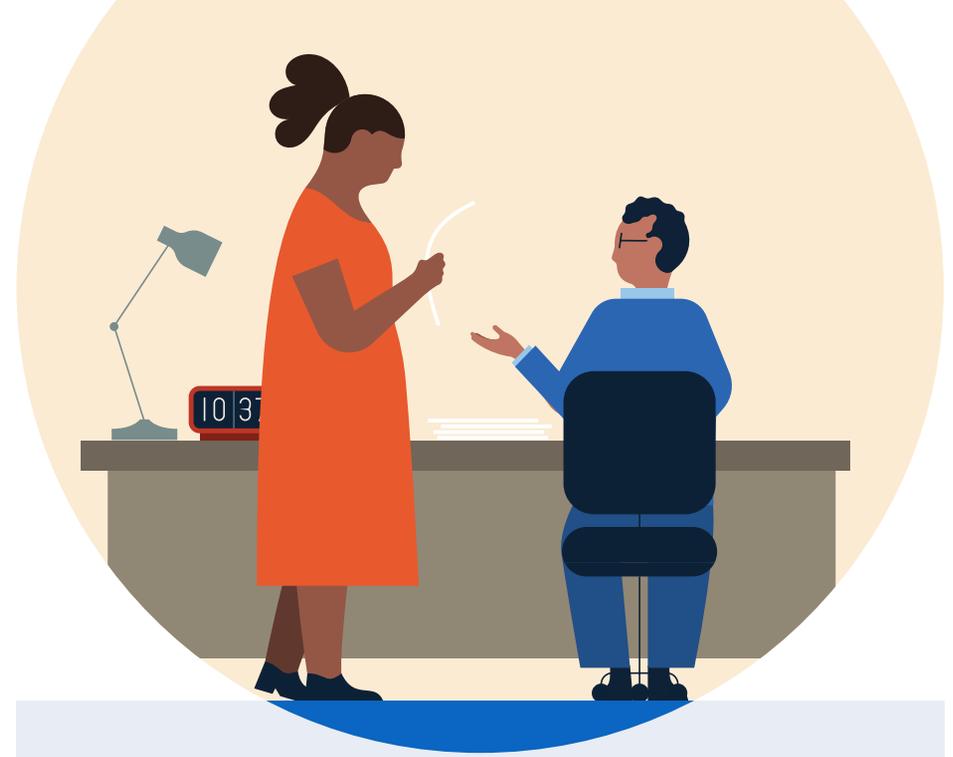




Da a los entrevistadores ejemplos de las aptitudes interpersonales que buscas antes de que se reúnan con los candidatos

Cada entrevistador interpreta las aptitudes interpersonales de una manera distinta, lo que puede llevar a malentendidos y retrasar el proceso de evaluación.

Explica claramente cómo se manifiestan las aptitudes interpersonales y facilita algunos ejemplos relevantes acerca del empleo.



» Dedicar unos minutos a definir las aptitudes que buscas. Por ejemplo:

- **Capacidad para solucionar problemas:** el candidato hace preguntas oportunas, identifica los retos, plantea soluciones factibles, habla de casos de éxito en empleos anteriores...
- **Habilidades comunicativas:** el candidato se explica bien, responde enseguida, ajusta el tono y el estilo en función de su interlocutor o público...



Recurre a los mejores entrevistadores al principio y al final

Probablemente tienes una idea de quiénes son los mejores entrevistadores de tu empresa, ¿verdad? Pues una forma fácil de mejorar el proceso de entrevistas es que los candidatos se reúnan con ellos al principio y al final.

¿Por qué? El cerebro recuerda mejor lo primero y lo último en una sucesión de eventos que aquello que sucede en el medio. Programa reuniones para asegurarte de que los candidatos se lleven la mejor impresión posible de tu empresa, así será más probable que acepten la oferta llegado el caso.

Pide a los primeros y últimos entrevistadores que tanteen las aptitudes interpersonales (ya que son más difíciles de evaluar) mediante distintas estrategias. Estas son las que más suelen utilizar:*

Preguntas de comportamiento

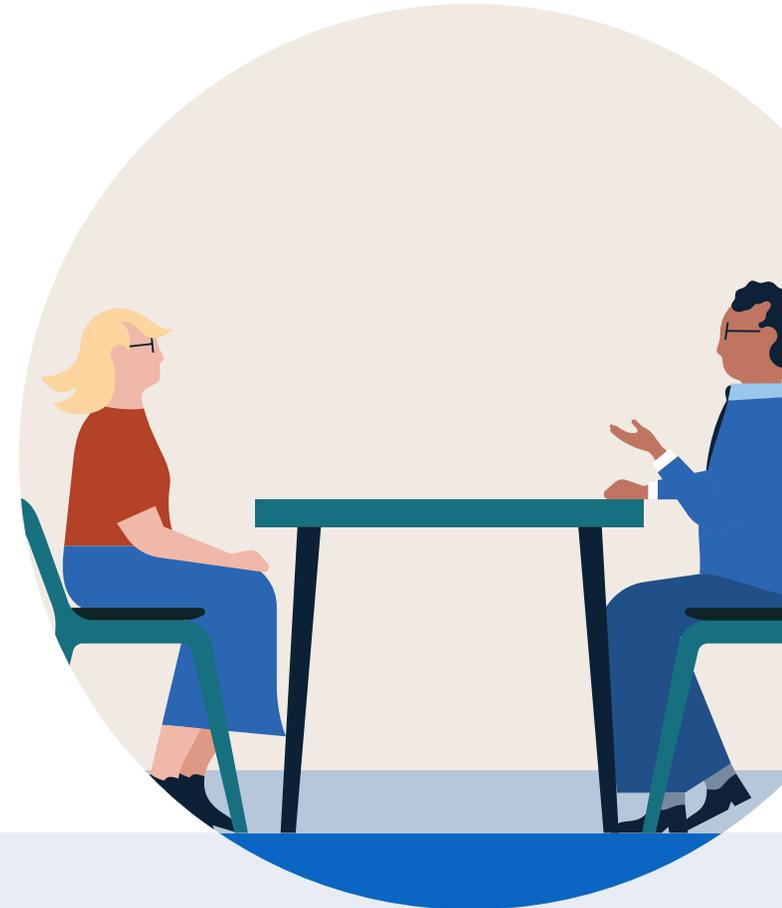
75%

Interpretación del lenguaje corporal

70%

Preguntas situacionales

58%



* [Tendencias internacionales en selección de personal para 2019](#), LinkedIn.



Reduce el número de entrevistadores por candidato y acierta con las preguntas

Es fácil pensar que involucrar a más entrevistadores hará que las calificaciones sean más precisas. Pero esto solo es así hasta cierto punto. Cuando los entrevistadores de Google llevaron a la práctica esta teoría en su empresa, observaron que después del cuarto entrevistador se aplicaba la ley de los rendimientos decrecientes y que los resultados eran más de lo mismo.*

Prueba a recortar el número de entrevistas y entrevistadores y mide los resultados. Si ves que así puedes predecir el rendimiento en el futuro empleo con bastante precisión, aplica el cambio de forma permanente. Pasarás menos tiempo programando entrevistas y podrás dedicarlo a cerrar ofertas.

* «[Cómo Hilton, Google y otras empresas han reducido considerablemente sus tiempos de contratación](#)», LinkedIn Talent Blog (mayo de 2018).



Cuando tienes menos entrevistadores, es aún más importante aprovechar cada pregunta. Descubre cómo acertar con «Las preguntas que no deben faltar en tus entrevistas».

[Descargar nuestra guía](#) →





Reserva tiempo en el calendario de cada entrevistador para recabar opiniones recientes

Perseguir a los entrevistadores para pedirles su opinión sobre los candidatos puede ser una tarea a tiempo completo. Además, si pasa mucho tiempo entre la entrevista y la opinión, los entrevistadores pueden olvidarse de algunas observaciones importantes y dejarse llevar demasiado por las impresiones de los demás.



Comentarios sobre la entrevista con Rubén Téllez

Event Out of office Reminder Appointment slots

🕒 Jun 12, 2019 1:00pm – 1:25pm Jun 12, 2019

👤 Add guests

📍 Add rooms, location, or conferencing

☰ **B** *I* U | ☰ ☰ | 🔗 ✖

Blocking time on your calendar to collect feedback while it is fresh after the interview.

More options **Save**

Cuando programes entrevistas, reserva tiempo también en la agenda de los entrevistadores para que compartan sus opiniones. Esto les recordará además que deben reunirse contigo para finalizar el proceso de la entrevista.

Capítulo 7

Motivación de los candidatos

Una regla básica en la selección de personal es que todos los candidatos quieren saber en qué situación se encuentran. Los mensajes de seguimiento frecuentes les dan tranquilidad, mantienen su motivación y evitan que empiecen a buscar en otro lado.

Aunque a veces cuesta mantener a los candidatos tan informados como les gustaría, estos consejos te ayudarán a ahorrar tiempo y lograr que esperen.





Ofrece a los candidatos una forma sencilla de comprobar su situación

Algunas empresas ofrecen a los candidatos una forma de consultar en línea los resultados de la entrevista. En Johnson & Johnson idearon una plataforma llamada [Shine](#) que permite a los candidatos ver exactamente en qué fase del proceso se encuentran, además de actualizaciones sobre cada paso.

Este nivel de transparencia ayuda a establecer las expectativas de los candidatos, incluido el momento en que recibirán novedades por tu parte. Por no hablar del tiempo y el esfuerzo que te ahorrarás durante el proceso.



de los candidatos quieren que les expliquen claramente qué esperar del proceso de selección*



» Ejemplos de pasos que se pueden supervisar:

- Preselección
- Evaluación por parte de un técnico de selección
- Entrevistas en persona
- Recopilación de opiniones
- Decisión final
- Información al candidato

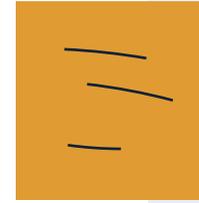
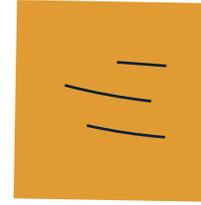
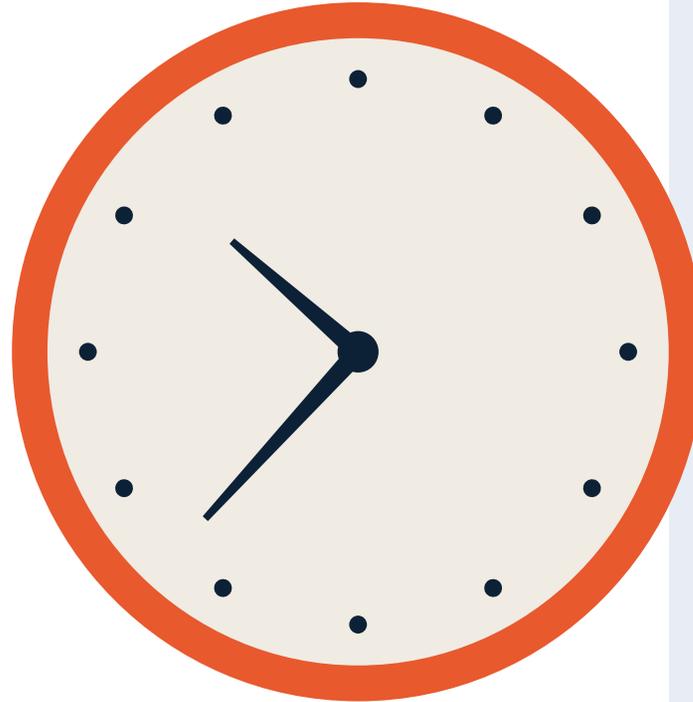
* ClearCompany, «[Cómo aprovechar la tendencia a la transparencia en el proceso de selección](#)».



Crea recordatorios para informar a los candidatos después de la entrevista y antes de la oferta

El tiempo que transcurre entre la última entrevista y la oferta es uno de los momentos cruciales a la hora de mantener el interés de los candidatos. ¡Lo último que quieres es que se te escapen!

Configurar recordatorios en el calendario o en tu sistema de supervisión de candidatos (ATS) es una forma sencilla para que no te olvides de hacer un seguimiento de tu candidato preferido. Además, de esta forma sabrá que está entre los finalistas.





«Mis candidatos saben que nunca pasan más de una semana sin recibir noticias mías».

Stacy Zapar

Fundadora de The Talent Agency y Tenfold

Haz una actualización «masiva» sobre el estado de cada candidato

Si estás barajando a varios candidatos, resérvate unas horas en la agenda para darles seguimiento. Lo ideal es hacerlo todo de una vez para no arrastrar correos electrónicos y mensajes durante la semana.

[Stacy Zapar](#) es la propulsora de esta idea. Bautizó a estas sesiones como «viernes de comentarios masivos» porque las hace los viernes a última hora. Además, promete a los candidatos que no pasarán el fin de semana hechos un mar de dudas. Por supuesto, pueden ponerse en contacto con ella si tienen dudas, pero así deja en claro las expectativas y no recibe tantos mensajes durante la semana.



Envía este correo a los candidatos para mantener su interés mientras piensas a quién elegir

¿Aún no te has decidido? Reduce las probabilidades de que los mejores candidatos acepten una oferta de otra empresa.

Si a un candidato le interesa de verdad tu empresa, es más probable que espere si eres transparente y le avisas de que el proceso va a durar un poco más.



Hola, [NOMBRE]:

¿Qué tal todo? Gracias por tu interés en el puesto de [NOMBRE DEL CARGO] en [NOMBRE DE TU EMPRESA]. Al equipo le encantó conocerte. ¡Sobre todo nos encantó oírte hablar sobre [ALGO ESPECÍFICO]!

Solo quería mantenerte al tanto porque seguimos con el proceso y esperamos terminar todas las entrevistas para el [FECHA]. Te informaremos cuanto antes sobre cualquier novedad.

Mientras tanto, dinos si tienes alguna duda.

Saludos,
[TU NOMBRE]

Copia y pega esta plantilla y completa los datos importantes.



Si el candidato deja de responderte, di estas dos palabras

«Estoy preocupado».

Si uno de tus mejores candidatos de repente desaparece del mapa, puede que retrase tu proceso de selección semanas o incluso meses.

En lugar de enviar multitud de mensajes sucesivos, prueba [esta estrategia](#) recomendada por Brendan Browne, vicepresidente de talento mundial de LinkedIn.

Estas dos palabras llamarán la atención del candidato.

Este enfoque directo te sacará de dudas: el candidato te confirmará que sigue interesado o bien no responderá, lo cual significa que no era el indicado.

Capítulo 8

Propuesta de ofertas

Por fin has dado con el candidato ideal. Aunque no quieres retrasar la oferta, tampoco es aconsejable forzar al candidato a aceptarla si no está preparado.

Vale la pena simplificar las partes más tediosas de la propuesta para tener más tiempo de cara a las negociaciones si es necesario. Estos trucos te ayudarán a encontrar el equilibrio justo.





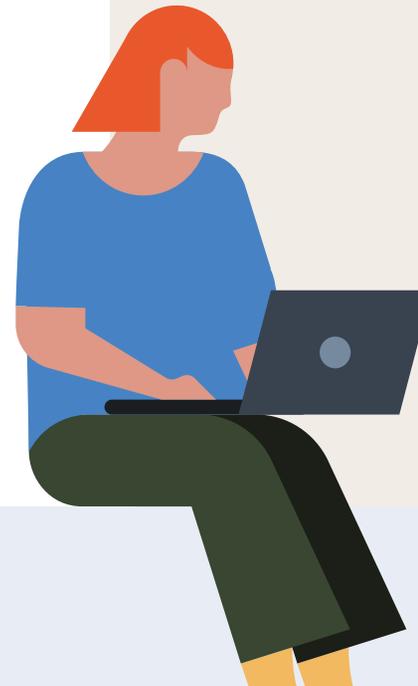
Define un cronograma después de la entrevista para que los candidatos sepan a qué atenerse

¿Tendrás una respuesta final para los candidatos dentro de una semana? Si es así, díselo y cumple tu palabra. Después de la última entrevista, define un cronograma con los siguientes pasos en un correo electrónico o paquete informativo.

Si tienes los pasos por escrito y listos para enviarlos, no tendrás que repetir la misma información cada vez. Los candidatos se quedarán más tranquilos y no tendrán que estar preguntándote.

Después de la última entrevista, define un cronograma con los siguientes pasos.

	○		≡		≡	
	📍					
		≡				





Personaliza esta plantilla de ofertas para cerrar el trato

Una vez que estés listo para hacer una propuesta, no dejes al candidato a la espera. Dale la buena noticia enseguida con ayuda de esta práctica plantilla.

Para muchos técnicos de selección, perder a un buen candidato en este punto del proceso puede ser un duro revés. Un mensaje bien meditado y a su debido tiempo te ayudará a que los candidatos estén tan ilusionados por la oferta como tú.



Hola, [NOMBRE]:

¡Felicitaciones! Es un placer ofrecerte formalmente el puesto de [NOMBRE DEL CARGO]. Se trata de un puesto a jornada [COMPLETA/PARCIAL] con un sueldo [ANUAL/POR HORA] de [X \$]. Tu superior inmediato será [NOMBRE DEL RESPONSABLE] en [DEPARTAMENTO], que se encuentra en [UBICACIÓN DE LA OFICINA]. La fecha de inicio prevista es [FECHA].

En el adjunto encontrarás [LISTA DE DOCUMENTOS (por ejemplo, carta formal de aceptación, beneficios para el empleado)]. Necesitaremos que nos envíes todos los formularios firmados antes del [FECHA]. Estamos muy ilusionados de comenzar juntos este recorrido y tenemos muchas ganas de contar contigo en el equipo.

Saludos cordiales,

[TU NOMBRE]

Copia y pega esta plantilla, completa la información importante y adjunta cualquier otro documento que el nuevo empleado pueda necesitar.



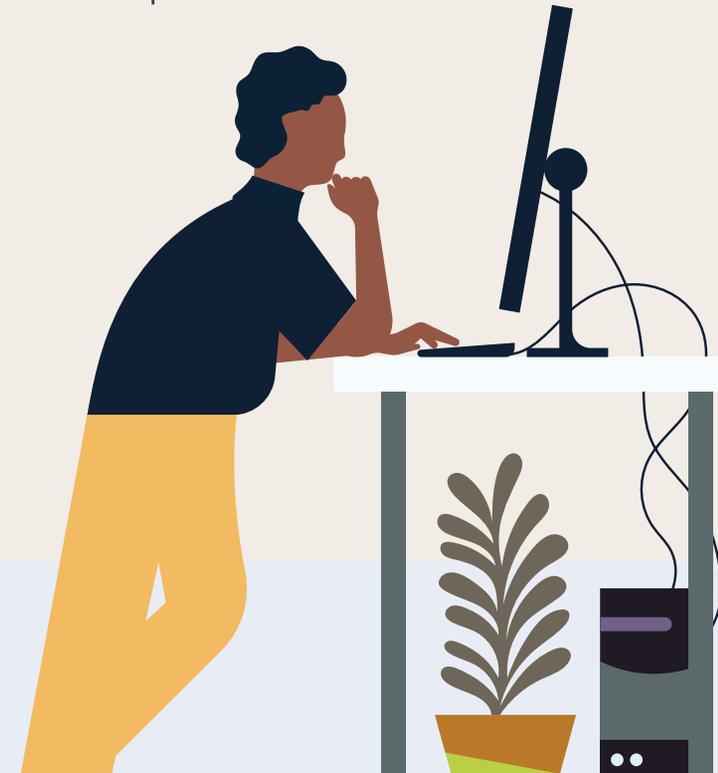
No hagas una oferta relámpago

Puede parecer buena idea dar un margen de respuesta ajustado; por ejemplo, pedir una respuesta en un plazo de 48 horas. Pero muchos expertos advierten del riesgo que esto implica.

Las ofertas con mucha presión reducen tus probabilidades de éxito en un 8-13%.*

[J.T. O'Donnell](#), directora ejecutiva de WorkItDaily, cree que la estrategia de la «oferta relámpago» añade una presión innecesaria al candidato y puede dañar la relación con la empresa antes incluso de aceptar la oferta.

Es preferible ofrecer plazos de respuesta razonables y mantener abierto el diálogo con los candidatos que no pueden cumplirlos.



* Adam Grant, «[Es hora de dejar atrás las ofertas relámpago](#)», LinkedIn.



Haz esta pregunta importante a los candidatos sobre tu oferta

Lou Adler, director ejecutivo y fundador de The Adler Group, recomienda hacer a los candidatos la pregunta sobre la contraoferta al negociar la remuneración.

Si el candidato te confirma su decisión, puede ahorrarte muchas idas y venidas y ayudarte a hacer una propuesta únicamente si de verdad está dispuesto a dar el paso.

Por otro lado, también te permitirá asegurarte la nueva contratación mucho antes y evitar una batalla de sueldos muy costosa.

«¿Estás dispuesto a decir en tu empresa que la decisión es definitiva y que no vas a valorar ninguna contraoferta?»





Automatiza las comprobaciones de antecedentes y evita posibles prejuicios con Checkr

Las comprobaciones de antecedentes pueden obstaculizar las etapas finales del proceso de selección. Te explicamos cómo acelerarlas.

El software de Checkr emplea inteligencia artificial para ofrecer informes con códigos de colores y garantizar el cumplimiento.

Checkr también puede prevenir los posibles prejuicios. Si descubres que un candidato ha cumplido una condena, ¿cambiaría tu percepción? ¿Lo pensarías dos veces antes de contratarlo aunque el delito hubiera ocurrido hace mucho tiempo y se haya reinsertado en la sociedad? Checkr te permite elegir cuánto quieres ver, así que solo te comunicará las condenas que afecten al puesto en cuestión.

The screenshot shows the Checkr dashboard with a search bar and a table of results. The table has the following columns: Status, Adjudication, Name, Geos, Tags, and Date. The results are as follows:

Status	Adjudication	Name	Geos	Tags	Date
clear	clear	Michael Douglas		none	Dec 11, 2015
convicted		John Smith			Dec 11, 2015
convicted	sex offense conviction	Ira Pagano			Dec 11, 2015
clear		Augustine Bergstrom			Dec 10, 2015
pending		Barrett Runoffson			Dec 9, 2015
clear	pending	Nicholas Feil			Dec 8, 2015
clear	sex offense conviction	Nomis Jacobs			Dec 7, 2015
pending		Braeden Waters			Dec 6, 2015
convicted	sex offense conviction	Elisabete Kartmann			Dec 5, 2015
pending		Alvin Harber			Dec 4, 2015
clear	pending	Allen Oga			Dec 3, 2015
pending	pending	Sandra Osinski			Dec 2, 2015
clear		Daren Kammer			Dec 1, 2015
pending		Seiner Wisher			Nov 30, 2015
clear	pending	Jordy Waters			Nov 29, 2015

[Más información sobre Checkr →](#)

Capítulo 9

Orientación a nuevos empleados

La transición de candidato a empleado influye mucho en el tiempo de permanencia en el puesto. Si el nuevo empleado se siente bien recibido y tratado, es más probable que se quede a largo plazo.

No dejes que la falta de comunicación y la confusión hagan que se cuestione la decisión de haberse incorporado al equipo. Aquí tienes algunas técnicas para ayudarlo a asentarse en su nuevo puesto y a validar su decisión.



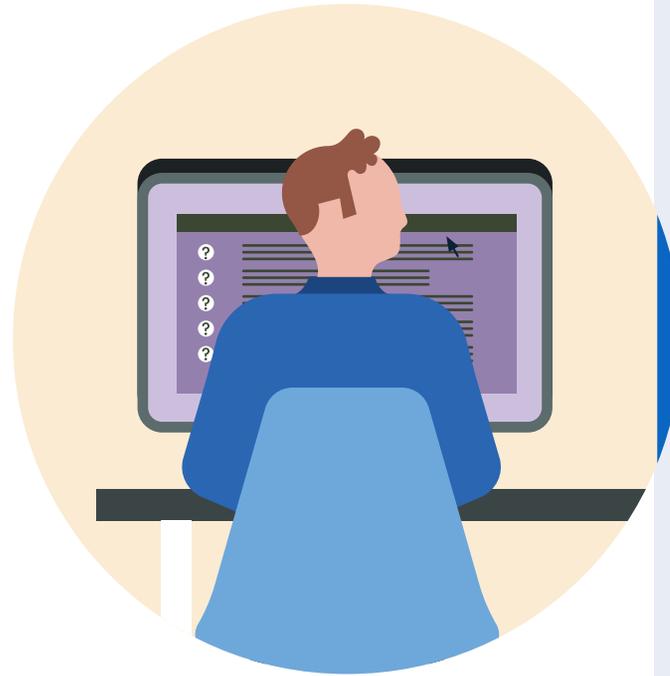


Pide a los nuevos empleados que respondan una breve encuesta personal

Fomenta que los nuevos empleados se sientan como en casa desde el primer día enviándoles una breve encuesta. Es una forma sencilla de integrarles en el equipo.

Pregúntales por sus hobbies e intereses fuera del trabajo. Envía las preguntas por correo electrónico o crea una encuesta con Microsoft Forms o Formularios de Google.

Comparte los resultados con el resto del equipo para que sus compañeros sientan que ya lo conocen y facilitar la integración.



Empieza con estas preguntas de ejemplo:

P:

¿Cuál es tu estilo de trabajo preferido: metódico, libre, colaborativo o individual?

P:

¿Qué sueles hacer los fines de semana?

P:

¿Eres extrovertido o introvertido?

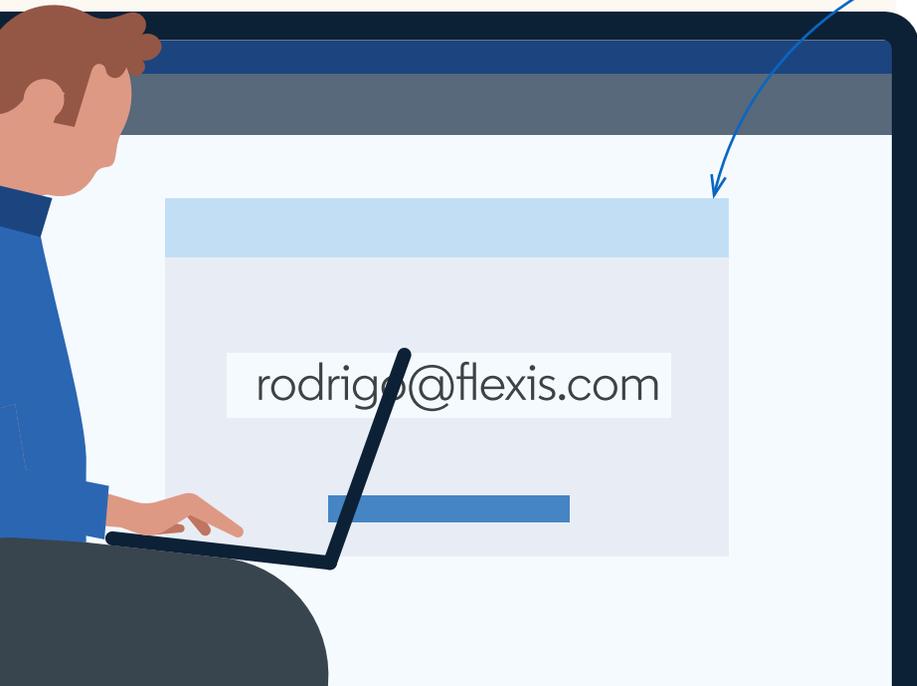


Da de alta a los nuevos empleados en los sistemas de la empresa antes del primer día

Los primeros días pueden hacerse cuesta arriba. Si das de alta a los nuevos empleados en los sistemas internos antes de que empiecen a trabajar, quitarás mucho estrés de encima a las personas involucradas.

Configura el correo electrónico del nuevo empleado, además de otras herramientas y sistemas importantes, para que su primer día sea mucho más productivo.

Si el nuevo empleado ya tiene acceso a las plataformas que usa el equipo para colaborar, podrá conocer a sus compañeros antes del primer día.





Planifica la orientación inicial con esta lista de comprobación de 45 días

La orientación inicial conlleva muchos aspectos distintos. No dejes que ninguno de ellos al azar con nuestra lista de comprobación.

La lista cubre todos los pasos importantes del proceso de orientación, desde antes de la fecha de incorporación hasta el primer día, la primera semana y el primer mes en el puesto.

Tacha cada paso a medida que lo completes para cumplir los plazos y estar pendiente de lo que falta.

[Descargar la lista de comprobación →](#)

PRIMERA FASE DE LA ORIENTACIÓN
15 días antes de su incorporación

PREPARATIONS

- Confirm start date, time, place, parking, transportation, and dress code
- Identify computer needs and requirements
- Set up email address and add to company directory
- Add your new hire to relevant email lists

WORK ENVIRONMENT

- Assign (and clean) desk area
- Set up workstation with laptop, computer monitor, chargers, mouse, keyboard, etc.
- Prepare phone, access cards, nameplate, and printer access
- Create a welcome pack with instructions for access

COMMUNICATION

- Request employee bio for easier team assimilation
- Define week one agenda and share with the new hire

PLANNING

- Grant access to key accounts, drives, systems, tools, and platforms
- Set up regularly scheduled meetings, and add the new employee to other department meetings that will be helpful to onboarding
- Schedule pertinent training sessions
- Schedule a team lunch to introduce the new hire on day one or two
- Plan the new hire's first assignment

Guía al nuevo empleado por los pasos más importantes de la orientación inicial con esta práctica lista de comprobación.



Ayuda a los nuevos empleados a forjar relaciones asignándoles un compañero

Un sistema de pares da al nuevo empleado la oportunidad de aprender lo básico de su puesto con alguien con quien se relacionará a diario.

Formar parejas con los nuevos empleados y sus compañeros puede acelerar el proceso de orientación inicial y ayudarles a sentirse como en casa desde el minuto uno.

Además, los ayuda a forjar relaciones y a conocer la cultura de la empresa de primera mano. El compañero debería ser capaz de anticiparse a las necesidades del nuevo empleado y hacer que se sienta cómodo.



Los empleados que siguen un programa de orientación bien estructurado tienen un 69% más de probabilidades de quedarse en la empresa 3 años o más.*

* Christine Marino, «[Siete datos que debes saber sobre la orientación de empleados](#)», HR.com (5 de agosto de 2015).

Contenido extra

Una mejor experiencia para los candidatos

Una buena forma de reforzar tu marca empleadora y reducir el número de abandonos durante el proceso de selección es mejorar la experiencia del candidato. Esto impulsará la reputación de tu empresa, lo que a su vez podría influir en futuros candidatos.

Aquí van algunas técnicas para mejorar la experiencia de los candidatos.





Solicita un empleo en tu empresa para poner a prueba el proceso de selección

¿Cuánto se tarda en solicitar un empleo en tu empresa? ¿El sitio web funciona como es debido? ¿Las preguntas están bien redactadas? ¿Hay pasos innecesarios (como tener que cargar el currículum cuando la siguiente pantalla ya te pide tu formación y experiencia laboral)?

Encuentra la respuesta a estas y otras preguntas solicitando un empleo en tu empresa.

» Haz esto con bastante frecuencia

Resérvate unos 15 minutos para solicitar empleo unas cuantas veces el año. Si te lleva más de ese tiempo, ya hay un aspecto que se puede mejorar.

Esta experiencia de primera mano puede abrirte los ojos y ayudarte a identificar de inmediato qué se puede mejorar.





Responde a las preguntas de los candidatos con ayuda de un bot de chat

A menudo los candidatos solicitan empleos fuera del horario de oficina. Si te escriben por la noche o durante el fin de semana, por la mañana tendrás un montón de mensajes. ¿Y si un bot de chat pudiera responder por ti?

Algunos bots de chat como [Mya*](#) pueden integrarse con Messenger de Facebook o con tu sitio web de empleo. De este modo, los candidatos obtienen una respuesta al instante a las preguntas más frecuentes.

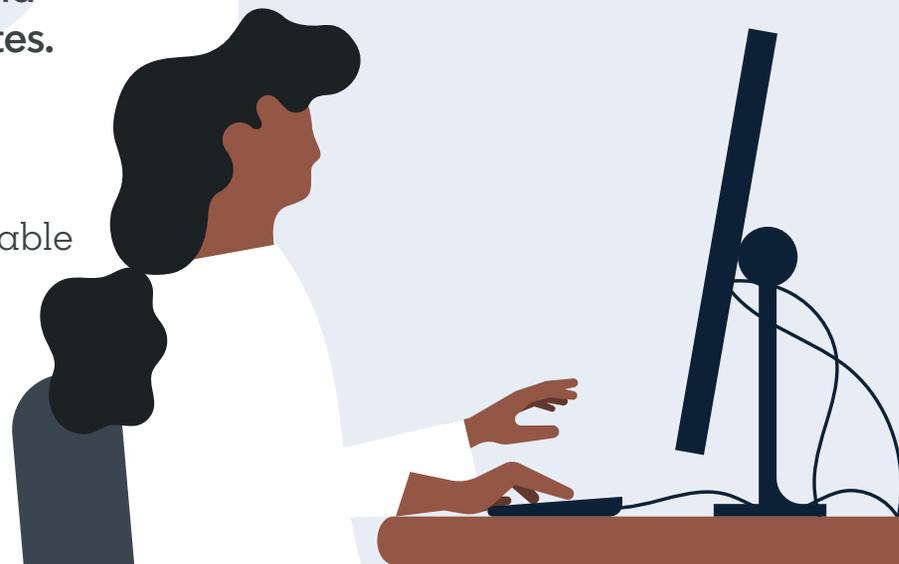
Algunos bots de chat pueden incluso recopilar información que aún no tienes; por ejemplo, pueden preguntar al candidato si tiene una aptitud indispensable para ahorrarte tiempo más tarde.

[Probar el bot de chat Mya →](#)

* Esta herramienta solo está disponible en inglés.

¿Qué buscas en tu próximo empleo?

Quiero formar a nuevos empleados, gestionar informes y tener oportunidades de promoción.





Pide opinión a los candidatos sobre su experiencia

¿Quieres saber las dificultades que plantea tu proceso de selección? Invita a los candidatos a valorar su experiencia y pronto saldrás de dudas.

No preguntes a los candidatos solo cuando se les haya contratado: integra las opiniones en todos los puntos de contacto clave, como la solicitud inicial y la entrevista telefónica.

No tiene sentido pasar horas preparando una encuesta interminable que nadie querrá responder. Es más probable que los candidatos te digan lo que piensan si pueden hacerlo con unos pocos clics.

» Cuando las opiniones se tienen en cuenta

Una empresa vio cómo sus solicitudes de empleo se disparaban a raíz de crear una experiencia formidable para los candidatos.

[Leer el caso práctico →](#)



Aprovecha el potencial de LinkedIn

[Conecta con nosotros en LinkedIn](#)

Nuestra misión es conseguir que tu trabajo sea más productivo en todas las fases del proceso de selección. LinkedIn Talent Solutions ofrece una amplia gama de soluciones de selección y contratación para cada etapa del proceso. Te ayudaremos a encontrar a los candidatos adecuados y a interactuar con ellos, a desarrollar tu marca y a tomar decisiones aún más inteligentes gracias a los datos y a la información de LinkedIn.

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 630 millones de usuarios en todo el planeta, incluido el 75% del mercado laboral estadounidense, LinkedIn es la mayor red profesional del mundo.

Solicitar demostración

Prueba los productos de selección y contratación de LinkedIn.



Planificar

Recurre a los datos para tomar decisiones más informadas en el ámbito de la selección y la contratación.

[Talent Insights](#)



Encontrar

Busca, gestiona y contacta con candidatos calificados desde un mismo sitio.

[LinkedIn Recruiter](#)

[Planificador de LinkedIn](#)



Publicar

Publica anuncios de empleo para llegar a candidatos que no encontrarás en ninguna otra parte.

[Anunciar un empleo](#)

[Más información sobre Empleos de LinkedIn](#)



Atraer

Da a conocer la cultura de tu empresa y destaca sus oportunidades de empleo con los anuncios segmentados.

[Páginas de empleo](#)

[Anuncios de selección](#)

[Pipeline Builder](#)