

Las 5 claves del Employer Branding, el término de moda para atraer a los mejores profesionales

Tan solo el 12% de las empresas cuentan con una adecuada estrategia de atracción de personal, si bien el talento es el seguro de vida de las empresas

El Employer Branding es uno de esos términos cada vez más de moda, pero aún escasamente implantados en la empresa. En opinión de David Monge, director general de la compañía de recursos humanos Nexian, "Escasamente un 12% de las empresas españolas cuentan con una política capaz de responder a los nuevos retos que plantea el actual entorno laboral".

Volviendo al término en cuestión, ¿Qué es el Employer Branding? Se trata de una estrategia digital dirigida a atraer a los mejores empleados a una empresa. Un plan que debe proyectarse en el largo plazo, y que debe ser capaz de mostrar cual es la auténtica filosofía de la empresa, su forma de trabajar y de premiar el trabajo y talento.

Ante esta necesidad para las empresas de actualizarse, la red Nexian, con 25 oficinas repartidas por todo el país, y que durante 2016 intermedió en la contratación profesionales de distintos sectores, ha elaborado esta guía con las 5 claves para ponerse al día.

¿Cómo estructurar una adecuada estrategia de Employer Branding?

1. Crear una propuesta de valor atractiva: Se debe definir en primer lugar qué tipo de talento se necesita incorporar a la empresa para asegurar su futuro y su rentabilidad, y crear una propuesta atractiva y a la medida. "Si buscas profesionales familiarizados con el comercio internacional, afirma Monge, plantea una web en varios idiomas, aclara si hay posibilidades de desarrollar trabajos en el extranjero, en qué destinos, etc."
2. Construir una página de empleo dentro de la web: "Este será el espacio que casi el 80% de los potenciales empleados visitarán si tienen un cierto interés en trabajar en una determinada empresa", afirma el experto de Nexian. Por lo tanto, es el lugar en el que transmitir la cultura corporativa de la empresa y sus valores diferenciales. Se debe atraerlos con información real de la compañía, testimonios de otros empleados o de su futuro superior, y hasta con imágenes del interior de las instalaciones, de modo que para el candidato sea sencillo proyectarse en el nuevo puesto de trabajo.
3. Que las redes sociales hablen por uno mismo: no se deben utilizar solo para comunicar unidireccionalmente los valores de la empresa. Se debe mostrar como es un día normal tanto en la empresa como para aquellos que hacen tele-trabajo, facilitando, por ejemplo, que los empleados compartan sus opiniones sobre los productos o servicios de la empresa, y creando un

entorno cercano y transparente capaz de enamorar.

4. Dar respuesta a los candidatos en todo momento : una de las cosas que deja peor recuerdo de una compañía es presentar cuidadosamente una candidatura y no recibir nunca más noticias. "Es importante, alerta el director general de Nexian, agradecer a los candidatos su participación, informarles de cómo será el proceso y sus plazos, informar a los candidatos de la decisión final del proceso (si es finalista, si está descartado, etc.), y ser capaz de comunicar en qué punto del proceso se encuentra un candidato en cada momento".
5. Cuidar la experiencia del candidato : No se debe permitir de ningún modo que la participación en un proceso de selección sea un hecho frustrante para el candidato por una mala gestión. Hay que recordar que un profesional mal tratado puede dar muy malas referencias de una empresa en muy poco tiempo. "Y esto lo estamos viendo todos los días en espacios como LinkedIn o Facebook, deteriorando seriamente la imagen de una compañía".

Nexian es una empresa especializada en aportar soluciones integrales en la gestión y desarrollo de las personas dentro de las organizaciones. La compañía ofrece servicios de trabajo temporal, formación (tanto presencial como e-learning), consultoría (especializada en el diagnóstico y el desarrollo de competencias profesionales) y selección de personal directivo y mandos intermedios o técnicos. Además, cuenta con acuerdos estratégicos con universidades de prestigio que avalan la calidad de sus actuaciones.
