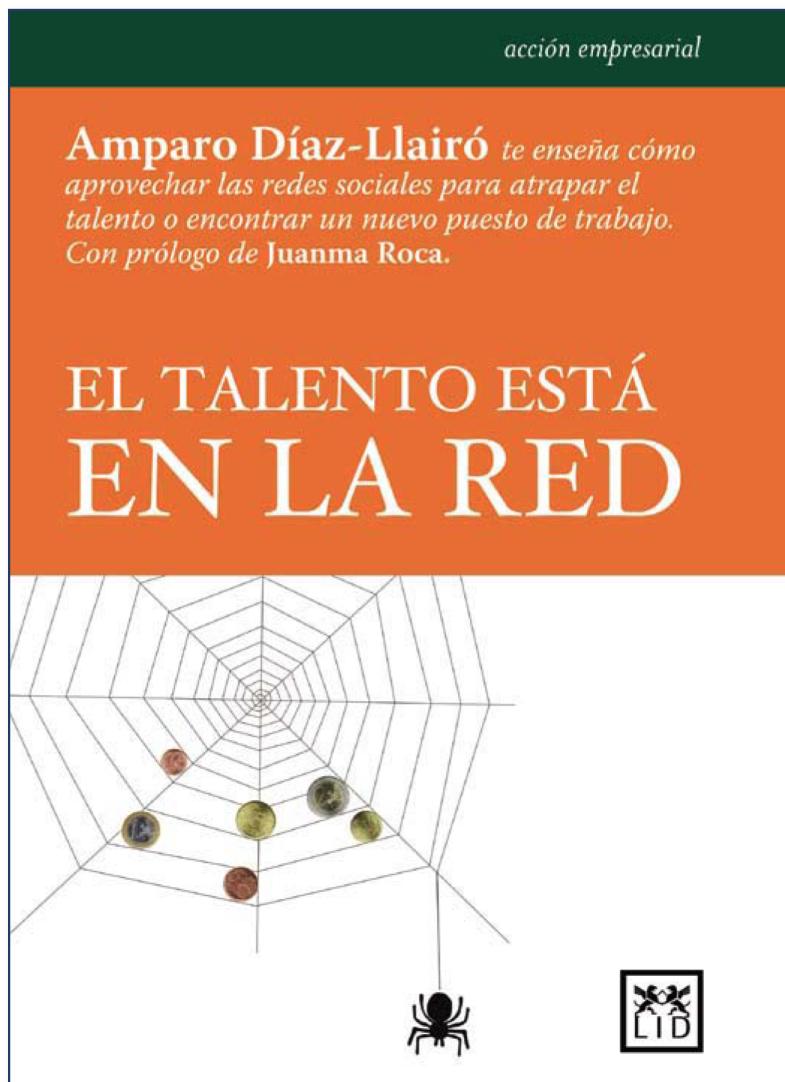


El talento está en la red, y en las empresas

'El talento está en la Red', este es el título escogido para el libro editado por Lid Editorial y que analiza la influencia de las redes sociales en los procesos de atracción y selección de talento. Es novedoso porque refleja la confluencia de la tecnología y los recursos humanos, y se detallan casos de éxito de más de 30 empresas españolas e internacionales que utilizan las redes sociales para seleccionar candidatos. Además explica cómo crear un perfil profesional en la red para tener éxito y encontrar un nuevo empleo.



Es un libro imprescindible para Directores y profesionales de RRHH, cazatalentos que deseen trazar una estrategia corporativa de RRHH 2.0 y para todos los profesionales que estén buscando un nuevo empleo y deseen sobrevivir a la nueva era 2.0, que está revolucionando la nueva forma de encontrar talento, y trabajo.

La evolución de la web: Web 1.0 y Web 2.0.

En los inicios de Internet la Web era propiamente unidireccional, es decir la información era de corte informativo y no permitía la interacción directa con y entre los usuarios. Hoy en día se ha convertido en bidireccional y nos permite la interacción de todo tipo de contenidos y en tiempo real.

La irrupción de la Web 2.0 nos facilita encontrar todo tipo de información en cualquier momento, seguir las noticias y acontecimientos que se producen en todo el mundo, difundir nuestras posibilidades o trabajar desde cualquier lugar como si estuviéramos en nuestra propia oficina, entre otras.

Características de la Web 1.0

La Web 1.0 empezó en los años sesenta de la forma más básica que existe, con navegadores de sólo texto. Después, en la década de los noventa, surgió el HTML, que hizo las páginas Web más agradables a la vista, también aparecieron los primeros navegadores visuales, tales como Internet Explorer, Netscape, etc. La Web 1.0 sólo es, o era, de lectura, y el usuario no puede, podía, interactuar con el contenido de la página.



Características de la Web 2.0

El término se asocia estrechamente con Tim O'Reilly, debido a la conferencia sobre la Web 2.0 de O'Reilly Media en 2004.

La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones Web enfocadas al usuario final, y que generan colaboración.

Se detallan a continuación 3 ejemplos de aplicación de las redes sociales en la estrategia empresarial de empresas dedicadas a la salud y la belleza: DiR, Dove y Ausonia y la Asociación Española contra el Cáncer (AECC).

DiR

En el libro "El Talento está en la red" se detalla el caso de éxito de la empresa DiR Club de Fitness, en la que describen así su estrategia de reclutamiento de talento a través de las redes sociales o reclutamiento 2.0:

"Para DiR, los detalles son el secreto del éxito. Y esta fuente de reclutamiento también habla del espíritu de equipo, del orgullo y del sentimiento de pertenencia que hacen de las personas que están en DiR las más competitivas. Además, el community manager que también tenemos integrado en el equipo humano de DiR, siempre que necesitamos reclutar a nuevos profesionales, nos ayuda a estar vinculados con redes profesionales como LinkedIn, Xing, Infonomia y bolsas de trabajo de escuelas de negocio entre otros, puesto que hay que estar pendiente de todas las posibilidades que nos ofrece el entorno tecnológico en el cual es-

tamos entrando, y por lo tanto, estar alerta ante las nuevas tendencias de reclutamiento.

Paralelamente, el Grupo DiR tiene una sólida estrategia de identidad digital -motivo por el cual está presente en los social media-, que permiten interactuar con todos los clientes de una manera individualizada, única y personalizada. Las herramientas que integran los social media y en las cuales DiR tiene presencia son blogs, podcasts, redes sociales como Facebook, Twitter y otras aplicaciones como canales RSS targetizados y plataforma de contenidos con canal propio en YouTube.

En las reglas del juego de los social media se deben aceptar e interiorizar dos principios fundamentales: el usuario es el centro y el contenido es el rey.

En DiR trabajamos con una estructura humana en la que hay un alto porcentaje de colaboradores que pertenecen a la generación Y, con lo cual siempre tenemos que estar al día de las nuevas tendencias de reclutamiento; y sobre esto nuestro community manager continuamente nos forma e informa, garantizando así que no nos falta ninguna herramienta para atraer a los mejores profesionales".

Dove

Las redes sociales también nos dan la posibilidad de atraer no sólo talento a las empresas, sino que también permiten la entrada de clientes potenciales. Empresas de todos los niveles, también las del sector de gran consumo, utilizan las redes sociales para atraer a clientes potenciales.

Este es el caso de Dove, la marca mundial de belleza que creó una red social propia "Dove Digital Channel". Esta red social posee el catálogo completo de sus productos y además acompaña la campaña denominada "Belleza Real con Dove". Este canal digital ofrece juegos online, blogs, consejos, publicidad, etc. Además cuenta con expertos en cada tema, invitados, videos de presentación de productos y se realizan debates sobre temas relacionados a la belleza. Su directora de Marketing en USA, Kathy O'Brien, asegura que "Nuestro objetivo es llegar a ser un líder mundial y un medio digital importante que ayude a redefinir la belleza de las mujeres en todo el mundo".

Ausonia- AECC

La empresa Ausonia y la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) también se han apuntado a la moda de las redes sociales. Ambas entidades se unieron para crear una aplicación en Facebook a través de la cual los usuarios invitan a sus contactos a unirse a una campaña para prevenir el cáncer de mama, aceptando el uso de un pañuelo rosa. Esta aplicación ha sido utilizada por alrededor de 291.000 personas.

Presente y futuro de las nuevas formas de comunicación

El futuro lo construimos cada uno de nosotros, y en una sociedad cada vez más abierta, transparente e hiper-conectada tenemos que jugar un papel protagonista. Después de las revoluciones vividas, ahora asistiremos a la revolución social, ya que nunca antes la tecnología había acercado tanto a personas de diversidad generacional y cultural.

Estamos ante un nuevo paradigma caracterizado por el dinamismo, la incertidumbre y en el que modelos pasados no funcionarán en un futuro casi inmediato, por lo que nuestro éxito futuro dependerá de nuestra actitud hacia el cambio. No hay vuelta atrás. Como decía Darwin, «tenemos que adaptarnos».



Amparo Díaz-Llauró
Autora de El talento está en la red
y ponente de LID Conferenciantes
(adi@lidconferenciantes.com)