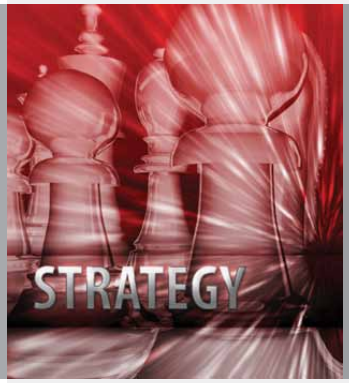
MARCA 2.0)



Estrategia Recursos Humanos 2.0

Amparo Díaz-Llairó.

Socia-Directora de Global Human Capital Group. www.globalhumancapitalgroup.com.
Autora del libro "El talento está en la red" (LID Editorial). www.eltalentoestaenlared.com
Miembro de Top Ten Business Experts y de LID Conferenciantes.

¿Puede decirme por dónde tengo que ir ahora, por favor?
Eso depende de adónde te diriges, respondió el Gato.
No me importa mucho a dónde, dijo Alicia.
Entonces no importa el camino que tomes, dijo el Gato.

Lewis Carroll (Alicia en el País de las Maravillas)

Según la estrategia de atracción y selección de talento que quiera adoptar cada organización se pueden integrar unas u otras redes sociales y herramientas 2.0. Y antes que eso, hay que tener claro que las políticas de recursos humanos deben estar alineadas con la estrategia corporativa, de tal manera que las redes sociales y demás herramientas virtuales adoptadas lo sean porque ser las que mejor se ajustan a ella. ¿Qué herramientas 2.0, como es el caso de las redes sociales, debemos utilizar en una estrategia de RR.HH.? ¿LinkedIn, Facebook, Twitter?

- En primer lugar, tenemos que centrarnos en aquellas sociales las que se encuentren nuestros empleados potenciales. La oportunidad que ofrecen estas redes sociales principalmente es permitir segmentar a nuestros candidatos en una catalogación que antes no era posible.

- En segundo lugar, debemos estar alineados con la estrategia de marketing 2.0 (atraer clientes), ya que puede extrapolarse y tener una aplicación práctica en la estrategia de recursos humanos 2.0 (atraer talento).

Los profesionales de recursos humanos deberían conversar con sus compañeros de marketing y comunicación, que han sido los pioneros en aprovechar al máximo las redes sociales para atraer clientes, porque además de aprovechar sinergias, irán alineados con la estrategia corporativa. Incluso es interesante que las empresas, a través de sus blogs y de su presencia en redes sociales, asesoren a los candidatos potenciales acerca de sus inquietudes laborales. También es recomendable publicar en la Red eventos que favorezcan la relación entre empresa y candidatos potenciales. Ha llegado la nueva era de la transparencia. En el nuevo mercado laboral las empresas hacen uso de estrategias de creación de marca para atraer talento a sus organizaciones y crear «la propuesta de valor al empleado», así como para infundir nuevos comportamientos de los candidatos en el mercado laboral (cada vez son más los profesionales que hacen uso de las redes sociales para buscar empleo). Y todo ello abre paso al reclutamiento 2.0., en el que cada vez más es necesario ser creativo para distinguirse de los demás. Si las empresas no ven a sus plantillas como embajadores de su propia marca corren el riesgo de perder su talento. Al reclutar a cada profesional hay que estar seguro de que existe una visión y una misión común así como unos atributos de marca. Si no se contrata talento que se pueda integrar en la cultura de la empresa, acabará abandonando la organización y arruinará el ambiente corporativo. La idea es que, una vez que se recluta a los empleados adecuados, es necesario formarlos en todo lo que se refiere a los valores de la compañía, permitiéndoles el uso de las redes sociales para construir su marca y apoyar a la vez la misión corporativa. En los próximos años, los profesionales deben aprender a optimizar las redes sociales como canal fundamental y probablemente único para el reclutamiento. La formación en RRHH 2.0. es, pues, vital en los equipos de RRHH. Deberán aprender una infinidad de cosas nuevas y, fundamentalmente, a moverse en la Red con más agilidad que hasta ahora. Obviamente, es una gran oportunidad para las empresas que jueguen primero este nuevo partido…)