

## UNIDAD DE CONOCIMIENTO

# Mobile Recruitment

"Reclutar es duro. Es encontrar las agujas en un pajar"

**Steve Jobs**

## Sumari

¿Qué es?	1
Herramientas	3
El dato	4
Guía de Trabajo	4
La experiencia	6
Materiales	7
Materiales en línea	7

## ¿Qué es?

- ✓ El *mobile recruitment* (reclutamiento móvil) es el uso de tecnologías móviles (teléfonos, mesitas y *ultrabooks*) con conectividad inalámbrica para finalidades de **prospección y selección de personas candidatas**. Es, por lo tanto, un subconjunto del reclutamiento web o reclutamiento 2.0 que representa un punto de encuentro entre los procesos de selección, la marca de trabajo 2.0, el marketing móvil y el *social recruitment*.
- ✓ El *mobile recruitment* se puede implementar con dos **intensidades** o fases diferentes que permiten ir más allá de la mera publicación de un listado de vacantes:
  - **Optimización** de las webs para el acceso e interacción mediante dispositivos móviles.

- **Aplicaciones** específicas para dispositivos móviles que amplíen la funcionalidad de las webs corporativas o portales de reclutamiento.
- ✓ El *mobile recruitment* permite una **doble estrategia push/pull**: nos permite difundir vacantes y enviar alertas (*push*), pero también atraer (*pull*) a personas candidatas potencialmente interesantes para nuestra organización.
- ✓ A pesar de que es un **canal incipiente**, su potencial es enorme debido a la gran penetración de los dispositivos móviles en la población. Por ejemplo, uno de los campos en los que el *mobile recruitment* abre futuras vías es en las entrevistas por videoconferencia a través del móvil (en la línea del que ya ofrecen organizaciones como [HireVue](#)). El elemento de **inmediatez** de este canal permitirá introducir un elemento de **espontaneidad** en las entrevistas (análogamente al que ofrece en el mundo presencial conceptos como el de [Café&Jobs](#) o el *matchmaking* o emparejamiento por proximidad).
- ✓ Algunas de las ventajas de contar con una estrategia de *mobile recruitment* son:
  - Permite innovar en los canales de comunicación y reclutamiento.
  - Resulta atractivo para la generación de nativos digitales.
  - Vincula el cultivo de la marca de trabajo (*employer branding*) con la captación de talento a través de una buena experiencia de la persona candidata.
  - Accesibilidad y ubicuidad.
  - Ahorra en costes de selección.
  - Disminuye los tiempos de respuesta.
  - Orientación al candidato.
  - Viralidad y conexión con las redes sociales.
  - Facilita la analítica y el seguimiento, tanto de la experiencia del usuario o usuaria como del retorno de la inversión.
  - Permite comunicar acontecimientos y campañas de reclutamiento con inmediatez y personalización.

## Herramientas

- ✓ **Herramientas propias de los dispositivos móviles** que no se encuentran en una web o portal:
  - **Mensajería instantánea:** resulta de una utilidad evidente en la gestión de alertas y en la comunicación de actualizaciones del proceso de selección.
  - **Geolocalización:** uno de los potenciales futuros más prometedores que ofrece la tecnología móvil es el *matchmaking* o emparejamiento por proximidad geográfica que permita por ejemplo poner en contacto reclutadores y personas candidatas en el contexto de un acontecimiento, una feria o la sala de espera de un aeropuerto.
  - **Realidad aumentada:** es la superposición de una capa virtual a las imágenes del mundo real. Imaginémosnos que pudiéramos pasear por el distrito de negocios de una gran ciudad europea y, al pasar el móvil de edificio en edificio, se nos mostraran las vacantes de cada organización. Es una imagen que el *mobile recruitment* puede hacer posible dentro de unos años.
  - **Códigos QR:** los códigos QR nos permiten vincular el mundo físico con contenidos de Internet. Este **carácter híbrido** abre un gran potencial para campañas de prospectiva y captación de talento. La colocación de códigos QR en lugares estratégicos como por ejemplo publicaciones especializadas o campus universitarios nos permite segmentar e hilar muy fino en el *target* de nuestras campañas. Un código QR acompañado de un texto y un grafismo intrigante (o incluso gamificado) se convierte en un **llamamiento a la acción** que motiva y atrae talento.
  
- ✓ **Herramientas que mejoran la experiencia del candidato:**
  - **Agilidad en la respuesta** en comunicaciones como el acuse de recibo de la candidatura y las actualizaciones periódicas sobre el estado del proceso de selección. El 30% de las personas que buscan trabajo afirman que no comprarían productos de una organización que no ha contestado a su candidatura.
  - **Vídeos y material gráfico** sobre el proceso de selección y sobre la organización como lugar donde trabajar.

- Materiales elaborados por los propios trabajadores y trabajadoras de la organización. Ofrecen un **testimonio directo** y vivencial.

## El dato

Según un estudio de *Glassdoor* de 2013 el 68% de las personas que buscan trabajo usan sus móviles para este propósito como mínimo una vez a la semana. Según un estudio de *CareerBuilder* de 2014 una de cada cinco candidaturas llegan mediante dispositivos móviles en aquellas organizaciones que tienen el proceso optimizado para móviles. Aun así, según un estudio de *iMomentous*, las organizaciones que permiten hacer todo el proceso desde un móvil o que cuentan con aplicaciones específicas para móviles son todavía pocas: sólo un 5% de las organizaciones incluidas en el listado *Fortune 500*.

## Guía de Trabajo

### AUDITORÍA

El primer paso es hacer un estudio del grado de adaptación de nuestro portal de reclutamiento a las tecnologías móviles. Un portal web puede presentar dos grados diferentes de adaptación al acceso mediante móviles:

- **Mobile-enabled:** simplifica el texto y el número de botones al ser visitado en un móvil.
- **Responsive:** responde de manera dinámica y se adapta a las diferentes medidas de pantalla y características de cada dispositivo móvil.

Habrà que evaluar si es posible realizar todo el proceso de presentación de candidaturas desde un móvil (no sólo la consulta inicial de la *landing page*).





#### DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA

Hay que decidir la intensidad y fases con las que aplicaremos la estrategia de *mobile recruitment*. Algunas posibles opciones son:

- Integración con una estrategia de reclutamiento 2.0 ya existente.
- Adaptación de nuestro portal web a los dispositivos móviles en función de los resultados de la auditoría.
- Desarrollar una aplicación propia para dispositivos móviles.
- Integrar el proceso con un sistema de seguimiento de candidaturas (*ATS-Applicant tracking System*), hecho que mejora la coordinación entre miembros del equipo de selección y facilita la obtención de métricas. *Recruiterbox* y *Bullhorn* son dos de estos sistemas usados en el mundo anglosajón.



#### EVALUACIÓN

Una vez aplicada la estrategia, hay que evaluar el retorno de la inversión y la experiencia del usuario/a. Algunas métricas a observar:

- Incremento de los accesos mediante móviles en nuestro portal.
- Incremento de personas candidatas con habilidades digitales.
- Tiempo medio de respuesta a las candidaturas.
- Eficacia de campañas específicas de prospectiva y captación de talento.

## La experiencia



- ✓ La organización de infraestructuras y servicios *Acciona* ha publicado la aplicación *Acciona Empleo* para teléfonos móviles con sistema operativo *IOS* o *Android*. La aplicación está integrada dentro de su **estrategia de reclutamiento 2.0** que representa el portal *Canal Empleo* (que cuenta con servicios como un *blog* destinado a las personas candidatas, buscador de ofertas, explicación de los procesos de reclutamiento y vídeos de marca).
- ✓ La aplicación permite:
  - Informarse de las vacantes disponibles en todos los países.
  - Entrenarse en las capacidades que todas las personas trabajadoras en *Acciona* han de poseer. Es una especie de centro de entrenamiento que también está presente en el portal web.
  - Realizar un test de compatibilidad para ver si nuestras competencias están alineadas con los valores de la organización.
  - Ver vídeos corporativos que refuercen la marca corporativa.
  - Enviar nuestro currículum en conexión con perfiles de *LinkedIn*.
- ✓ *Acciona Empleo* es de las pocas aplicaciones específicas de *mobile recruitment* corporativo en el España. En el extranjero algunas de las organizaciones con aplicaciones específicas son *Pepsico*, *Intel* y *Marriott International*.



- ✓ El portal de búsqueda de empleo *Infojobs* ha actualizado su aplicación para móviles en diciembre de 2014 para mejorar la agilidad, facilidad de navegación y seguimiento de candidaturas.
- ✓ Algunas de las **funcionalidades** que ofrece la aplicación son:

- Ver las ofertas ajustadas a búsquedas habituales en el usuario/a con sólo dos toques (sin tener que repetir las mismas búsquedas cada día).
  - Ver las ofertas nuevas de sus últimas búsquedas en la pantalla inicial.
  - Distinguir las ofertas que ya han sido leídas de aquellas en las cuales ya está inscrito.
  - Visualizar un resumen con los datos más importantes de cada oferta antes de leer la descripción detallada.
- ✓ El propósito de la personalización es **invertir el paradigma**: en vez de hacer que el usuario/a tenga que buscar activamente ofrecidas, las ofertas le son presentadas en base a su perfil y búsquedas anteriores.
- ✓ *Infojobs* confía en que la ubicuidad del móvil permita a las personas aprovechar los ratos muertos (en un semáforo, en el transporte público o en una sala de espera) para consultar sus candidaturas y buscar nuevas ofertas.
- ✓ La aplicación ha sido descargada por alrededor de 25.000 personas en su versión para *Android*.

## Materiales

### Materiales en línea

---

#### ***LinkedIn Recruiter***

Aplicación de *LinkedIn* destinada a organizaciones que usan esta red social en procesos de selección (tienen una cuenta *Recruiter*). Permite agilizar la comunicación con las personas candidatas intermediando alertas, organizar los perfiles interesantes y coordinar las actividades del equipo de selección.

<https://business.linkedin.com/talent-solutions/mobile-recruiter>

#### ***2014 Mobile Recruiting Strategies (vídeo)***

Conferencia de Leela Srinivasan, Directora de Marketing de *LinkedIn Talent Solutions* sobre algunas estrategias a aplicar y su vinculación con el marketing y la imagen de marca.

<https://www.youtube.com/watch?v=0JhTTJaAGUs>

### **Mobile recruitment (vídeo)**

Webinar de Belén Claver organizado por la escuela de negocios *IEBS* sobre los beneficios del *mobile recruitment* y su aportación de valor a la gestión del talento. Detalla los pasos a seguir y ofrece ejemplos de buenas prácticas en organizaciones españolas y extranjeras.

<http://www.iebschool.com/webinars/mobile-recruitment/>

“A Mobile Perspective: Why Having a Mobile Recruiting Strategy Matters”. *The Hiring Site*, 06/05/2014.

¿Por qué crear una estrategia de reclutamiento móvil? Por la misma razón que creaste una estrategia de reclutamiento vía redes sociales o que empezaste a publicar tus ofertas *online* en vez de hacerlo en el periódico: simplemente es la manera en cómo se mueve el mundo.

<http://thehiringsite.careerbuilder.com/2014/05/06/why-mobile-recruiting-strategy-matters>

“Marca de empleo 2.0”. *Fundació Factor Humà*, 05/06/2013.

Unidad de conocimiento sobre la gestión de la marca de empleo 2.0, que es la implementación de prácticas que se sirven de las TIC y las redes sociales para caracterizar nuestra organización como buena empleadora, diferenciándola y mostrando los atributos que la convierten en un lugar deseable donde trabajar tanto para las actuales como potenciales personas trabajadoras.

[http://www.factorhuma.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10277](http://www.factorhuma.org/index.php?option=com_content&view=article&id=10277)