

UNITAT DE CONEIXEMENT

Mobile Recruitment

"Reclutar és dur. És trobar les agulles en un paller"

Steve Jobs

Sumari

Què és?	1
Eines	3
La dada	4
Guia de Treball	4
L'experiència	6
Materials	7
Materials en línia	7

Què és?

- ✓ El **mobile recruitment** (reclutament mòbil) és l'ús de tecnologies mòbils (telèfons, tauletes i *ultrabooks*) amb connectivitat sense fil per a finalitats de **prospecció i selecció de persones candidates**. És, per tant, un subconjunt del reclutament web o reclutament 2.0 que representa un punt de trobada entre els processos de selecció, la marca de treball 2.0, el màrqueting mòbil i el *social recruitment*.
- ✓ El *mobile recruitment* es pot implementar amb dues **intensitats** o fases diferents que permeten anar més enllà de la mera publicació d'un llistat de vacants:
 - **Optimització** de les webs per a l'accés i interacció mitjançant dispositius mòbils.

- **Aplicacions** específiques per a dispositius mòbils que amplii la funcionalitat de les webs corporatives o portals de reclutament.
- ✓ El *mobile recruitment* permet una **dobla estratègia push/pull**: ens permet difondre vacants i enviar alertes (*push*), però també atreure (*pull*) persones candidates potencialment interessants per a la nostra organització.
- ✓ Malgrat que és un **canal incipient**, el seu potencial és enorme a causa de la gran penetració dels dispositius mòbils en la població. Per exemple, un dels camps on el *mobile recruitment* obre futures vies és en les entrevistes per videoconferència a través del mòbil (en la línia del que ja ofereixen organitzacions com [HireVue](#)). L'element d'**immediatesa** d'aquest canal permetrà introduir un element d'**espontaneïtat** en les entrevistes (anàlogament al que ofereix en el món presencial conceptes com el de [Café&Jobs](#) o el *matchmaking* o aparellament per proximitat).
- ✓ Alguns dels **avantatges** de comptar amb una estratègia de *mobile recruitment* són:
 - Permet innovar en els canals de comunicació i reclutament.
 - Resulta atractiu per a la generació de nadius digitals.
 - Vincula el cultiu de la marca de treball (*employer branding*) amb la captació de talent a través d'una bona experiència de la persona candidata.
 - Accessibilitat i ubiqüitat.
 - Estalvia en costos de selecció.
 - Disminueix els temps de resposta.
 - Orientació al candidat.
 - Viralitat i connexió amb les xarxes socials.
 - Facilita l'anàlisi i el seguiment, tant de l'experiència de l'usuari o usuària com del retorn de la inversió.
 - Permet comunicar esdeveniments i campanyes de reclutament amb immediatesa i personalització.

Eines

- ✓ **Eines pròpies dels dispositius mòbils** que no es troben en un web o portal:
 - **Missatgeria instantània:** resulta d'una utilitat evident en la gestió d'alertes i en la comunicació d'actualitzacions del procés de selecció.
 - **Geolocalització:** un dels potencials futurs més prometedors que ofereix la tecnologia mòbil és el *matchmaking* o aparellament per proximitat geogràfica que permeti per exemple posar en contacte reclutadors i persones candidates en el context d'un esdeveniment, una fira o la sala d'espera d'un aeroport.
 - **Realitat augmentada:** és la superposició d'una capa virtual a les imatges del món real. Imaginem-nos que poguéssim passejar pel districte de negocis d'una gran ciutat europea i, en passar el mòbil d'edifici en edifici, se'ns mostressin les vacants de cada organització. És una imatge que el *mobile recruitment* pot fer possible d'aquí a uns anys.
 - **Codis QR:** els codis QR ens permeten vincular el món físic amb continguts d'Internet. Aquest **caràcter híbrid** obre un gran potencial per a campanyes de prospectiva i captació de talent. La col·locació de codis QR en llocs estratègics com ara publicacions especialitzades o campus universitaris ens permet segmentar i filar molt prim en el *target* de les nostres campanyes. Un codi QR acompanyat d'un text i un grafisme intrigant (o fins i tot gamificat) esdevé una **crida a l'acció** que motiva i atreu talent.

- ✓ **Eines que milloren l'experiència del candidat:**
 - **Agilitat en la resposta** en comunicacions com l'acusament de recepció de la candidatura i les actualitzacions periòdiques sobre l'estadi del procés de selecció. El 30% de les persones que cerquen feina afirmen que no comprarien productes d'una organització que no ha contestat a la seva candidatura.
 - **Vídeos i material gràfic** sobre el procés de selecció i sobre l'organització com a lloc on treballar.
 - Materials elaborats pels propis treballadors i treballadores de l'organització. Ofereixen un **testimoniatge directe** i vivencial.

La dada

Segons un estudi de *Glassdoor* de 2013 el 68% de les persones que cerquen feina fan servir els seus mòbils per a aquest propòsit com a mínim un cop a la setmana. Segons un estudi de *CareerBuilder* de 2014 una de cada cinc candidatures arriben mitjançant dispositius mòbils en aquelles organitzacions que tenen el procés optimitzat per a mòbils. Tanmateix, segons un estudi de *iMomentous*, les organitzacions que permeten fer tot el procés des de un mòbil o que compten amb aplicacions específiques per a mòbils són encara poques: només un 5% de les organitzacions incloses al llistat *Fortune 500*.

Guia de Treball

AUDITORIA

El primer pas és fer un estudi del grau d'adaptació del nostre portal de reclutament a les tecnologies mòbils. Un portal web pot presentar dos graus diferents d'adaptació a l'accés mitjançant mòbils:

- **Mobile-enabled:** simplifica el text i el número de botons en ser visitat en un mòbil.
- **Responsive:** respon de manera dinàmica i s'adapta a les diferents mides de pantalla i característiques de cada dispositiu mòbil.

Caldrà avaluar si és possible realitzar tot el procés de presentació de candidatures des d'un mòbil (no només la consulta inicial de la *landing page*).





DEFINICIÓ DE L'ESTRATÈGIA

Cal decidir la intensitat i fases amb què aplicarem l'estratègia de *mobile recruitment*. Algunes possibles opcions són:

- Integració amb una estratègia de reclutament 2.0 ja existent.
- Adaptació del nostre portal web als dispositius mòbils en funció dels resultats de l'auditoria.
- Desenvolupar una aplicació pròpia per a dispositius mòbils.
- Integrar el procés amb un sistema de seguiment de candidatures (ATS-*Applicant tracking System*), fet que millora la coordinació entre membres de l'equip de selecció i facilita l'obtenció de mètriques. *Recruiterbox* i *Bullhorn* són dos d'aquests sistemes usats al món anglosaxó.



AVALUACIÓ

Un cop aplicada l'estratègia, cal avaluar-ne el retorn de la inversió i l'experiència de l'usuari/ària. Algunes mètriques a observar:

- Increment dels accessos mitjançant mòbils al nostre portal.
- Increment de persones candidates amb habilitats digitals.
- Temps mitjà de resposta a les candidatures.
- Eficàcia de campanyes específiques de prospectiva i captació de talent.

L'experiència



- ✓ L'organització d'infraestructures i serveis *Acciona* ha publicat l'aplicació *Acciona Empleo* per a telèfons mòbils amb sistema operatiu *IOS* o *Android*. L'aplicació està integrada dins la seva **estratègia de reclutament 2.0** que representa el portal *Canal Empleo* (que compta amb serveis com un *blog* destinat a les persones candidates, cercador d'ofertes, explicació dels processos de reclutament i vídeos de marca).
- ✓ L'aplicació permet:
 - Informar-se de les vacants disponibles en tot els països.
 - Entrenar-se en les capacitats que totes les persones treballadores a *Acciona* han de posseir. És una mena de centre d'entrenament que també està present en el portal web.
 - Realitzar un test de compatibilitat per veure si les nostres competències estan alineades amb els valors de l'organització
 - Veure vídeos corporatius que reforcen la marca corporativa.
 - Enviar el nostre currículum en connexió amb perfils de *LinkedIn*.
- ✓ *Acciona Empleo* és de les poques aplicacions específiques de *mobile recruitment* corporatiu a l'Estat espanyol. A l'estranger algunes de les organitzacions amb aplicacions específiques són *Pepsico*, *Intel* i *Marriott International*.



- ✓ El portal de recerca de feina *Infojobs* ha actualitzat la seva aplicació per a mòbils al desembre de 2014 per millorar-ne l'agilitat, facilitat de navegació i seguiment de candidatures.
- ✓ Algunes de les **funcionalitats** que ofereix l'aplicació són:

- Veure les ofertes ajustades a recerques habituals en l'usuari/ària amb només dos tocs (sense haver de repetir les mateixes recerques cada dia).
 - Veure les ofertes noves de les seves últimes recerques a la pantalla inicial.
 - Distingir les ofertes que ja han estat llegides d'aquelles en les quals ja està inscrit.
 - Visualitzar un resum amb les dades més importants de cada oferta abans de llegir-ne la descripció detallada.
- ✓ El propòsit de la personalització és **invertir el paradigma**: en comptes de fer que l'usuari/ària hagi de cercar activament ofertes, les ofertes li són presentades en base al seu perfil i recerques anteriors.
- ✓ *Infojobs* confia que la ubiqüitat del mòbil permeti a les persones aprofitar les estones mortes (a un semàfor, al transport públic o en una sala d'espera) per consultar les seves candidatures i cercar noves ofertes.
- ✓ L'aplicació ha estat descarregada per prop de 25.000 persones en la seva versió per a *Android*.

Materials

Materials en línia

LinkedIn Recruiter

Aplicació de *LinkedIn* destinada a organitzacions que fan servir aquesta xarxa social en processos de selecció (tenen un compte *Recruiter*). Permet agilitzar la comunicació amb les persones candidates mitjançant alertes, organitzar els perfils interessants i coordinar les activitats de l'equip de selecció.

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

2014 Mobile Recruiting Strategies (vídeo)

Conferència de Leela Srinivasan, directora de Màrqueting de *LinkedIn Talent Solutions* sobre algunes estratègies a aplicar i la seva vinculació amb el màrqueting i la imatge de marca

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

Mobile Recruitment (vídeo)

Webinar de Belén Claver organitzat per l'escola de negocis *IEBS* sobre els beneficis del *mobile recruitment* i la seva aportació de valor a la gestió del talent. Detalla els passos a seguir i ofereix exemples de bones pràctiques en organitzacions espanyoles i estrangeres.

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

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

Per què crear una estratègia de reclutament mòbil? Per la mateixa raó que vas crear una estratègia de reclutament via xarxes socials o que vas començar a publicar les teves ofertes *online* en comptes de fer-ho al diari: simplement és la manera com es mou el món.

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

"Marca de treball 2.0". *Fundació Factor Humà*, 05/06/2013.

Unitat de coneixement sobre la gestió de la marca de treball 2.0, que és la implementació de pràctiques que se serveixen de les TIC i les xarxes socials per tal de caracteritzar la nostra organització com a bona ocupadora, diferenciant-la i mostrant els atributs que la converteixen en un lloc desitjable on treballar tant per a les actuals com potencials persones treballadores.

http://www.factorhuma.org/index.php?option=com_content&view=article&id=10277