



Compartiendo experiencias sobre personas y tecnología



“*Employer branding* digital: la adaptación al entorno digital para competir por el talento”

8 de mayo de 2018



Contenidos

- ✓ Vuelve la tensión entre la oferta y la demanda en el mercado laboral
- ✓ El talento elige el primer trabajo donde desea desarrollarse y contribuir
- ✓ Para retener el talento, la “promesa” ha de ser real
- ✓ El mundo digital que ya está aquí
- ✓ El centro de gravedad de la marca ¿se traslada al empleado?
- ✓ Debate:
 - ¿Cómo será el futuro
 - ¿Qué debemos hacer?



Vuelve la tensión entre la oferta y la demanda en el mercado laboral

Demanda

Randstad Professionals – Perfiles más demandados 2018



Ingenieros, perfiles IT, ventas y retail serán los perfiles más buscados en 2018

- La digitalización del mercado laboral continúa siendo determinante, disparando la demanda de profesionales con formación en IT e inteligencia artificial
- La mejora de la economía y el aumento del consumo motivan que los perfiles orientados a ventas y atención al cliente sean los más solicitados por las compañías
- En retail y comercio digital, el móvil está en el centro de la estrategia de muchas compañías para 2018, lo que motiva la incorporación de perfiles específicos
- Banca y finanzas será otro de los sectores que necesitará más profesionales, siendo controllers de costes y controllers financieros los que más oportunidades profesionales encontrarán
- El déficit de talento está motivando un aumento en la brecha existente entre las necesidades empresariales y la escasez de determinados perfiles en el mercado laboral



Vuelve la tensión entre la oferta y la demanda en el mercado laboral

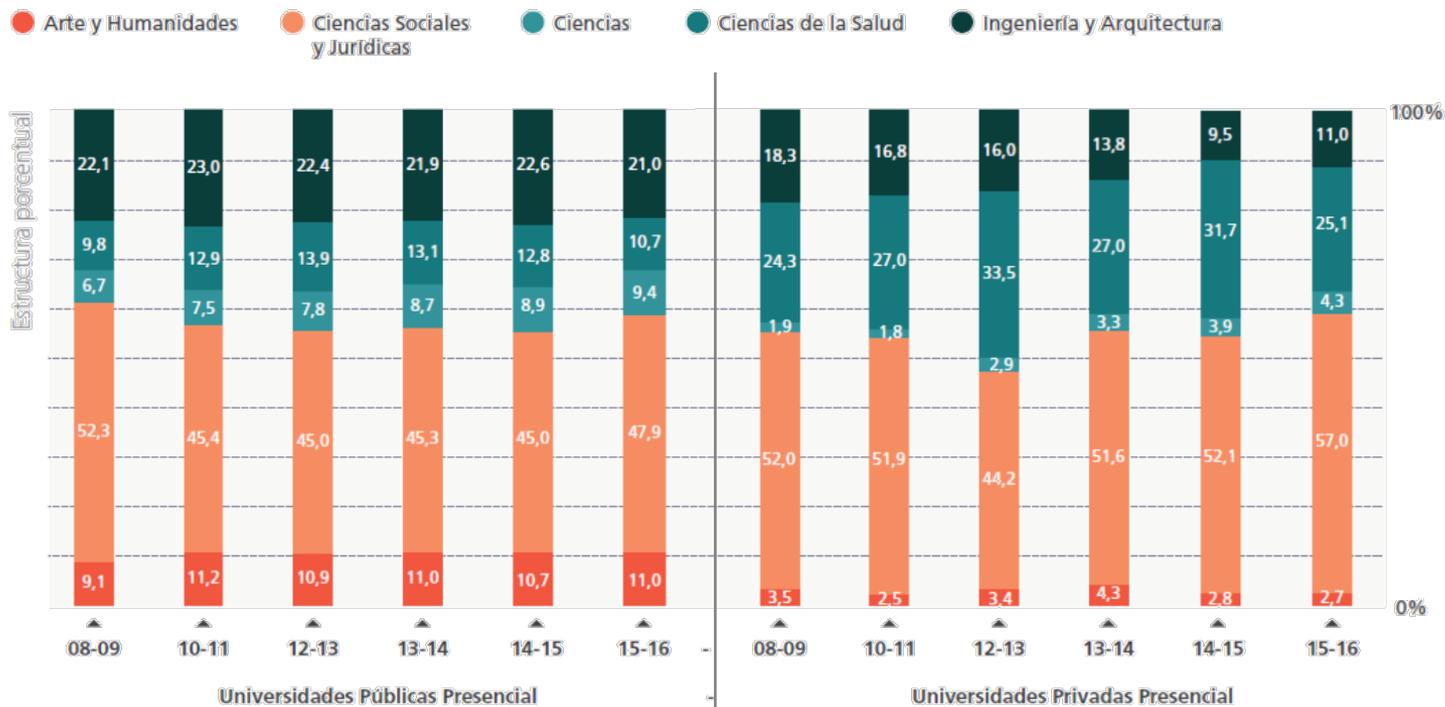
Oferta

Gráfica/ 03

Universidades públicas y privadas presenciales. Evolución de la participación de la matrícula de alumnos nuevo ingreso de grado por ramas de enseñanza. Cursos académicos 2008/09, a 2015/16.

Fuente

La Universidad Española en Cifras. Año 2015, Curso 2015/2016. CRUE 2017. Elaboración propia.

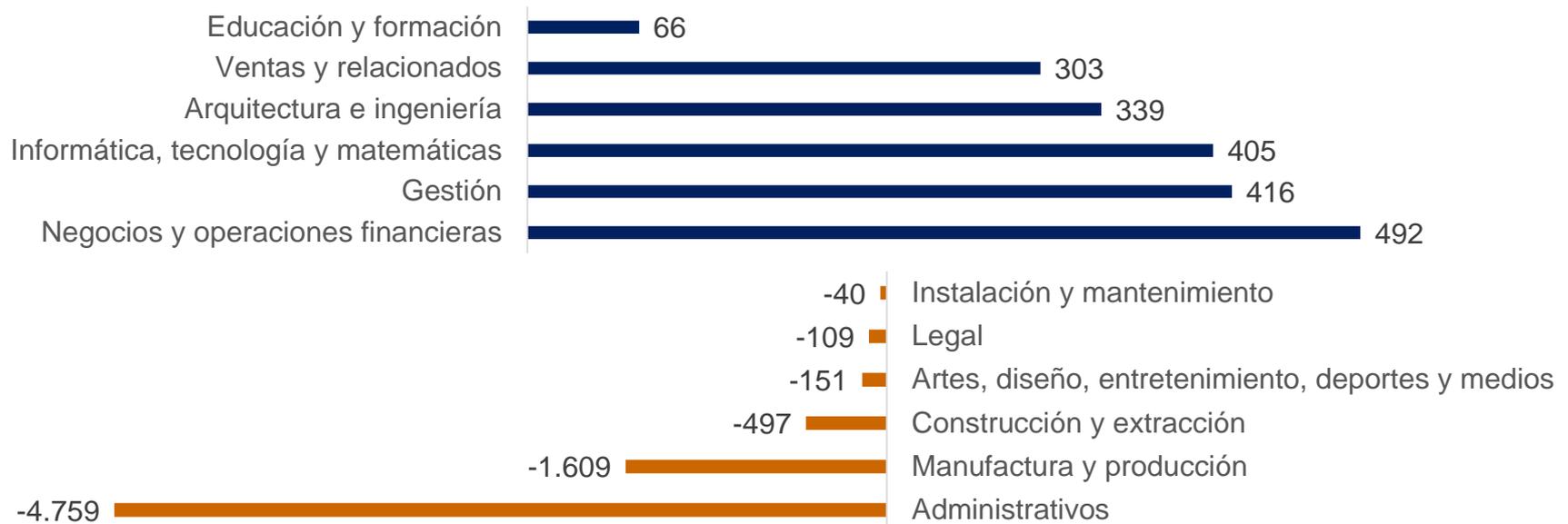




Vuelve la tensión entre la oferta y la demanda en el mercado laboral

Creación y destrucción de empleo en 2015-2020

En miles de empleos, en los países del estudio: Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), Australia, Brazil, China, France, Germany, the Gulf Cooperation Council (GCC), India, Italy, Japan, Mexico, South Africa, Turkey, the United Kingdom and the United States.



The Future of Jobs Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. Estudio del World Economic Forum



El talento elige el primer trabajo donde desea desarrollarse y contribuir





Para retener el talento, la “promesa” ha de ser real





El mundo digital que ya está aquí

Llegan los Millennials

Usuarios digitales

Piden personalización

40% de la fuerza laboral en 2020

Nomófobos y app-adictos

Sociales

Críticos y exigentes

Nuevos valores:
flexibilidad,
conciliación,
movilidad

75% de la fuerza laboral en 2025



El mundo digital que ya está aquí

- Portales “asesores” de empresas.



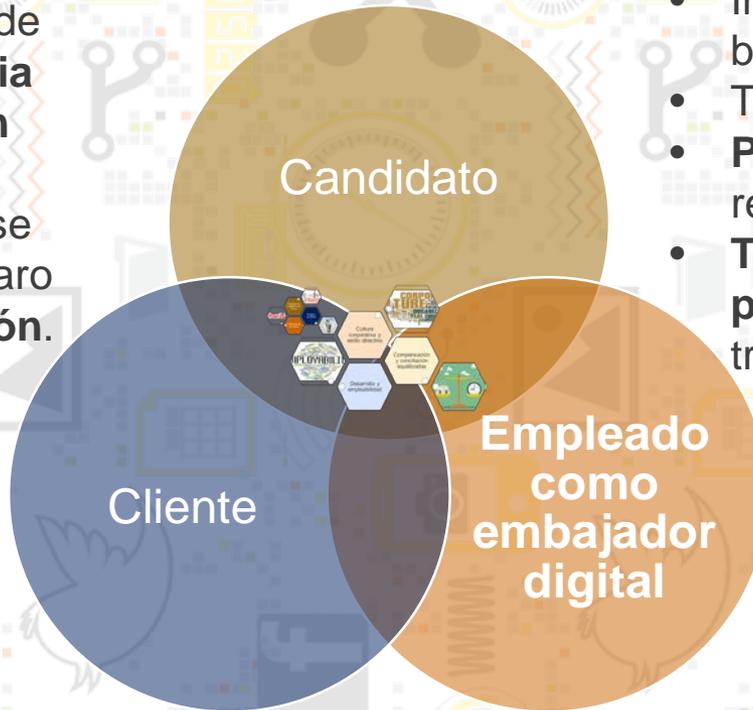
- Portal corporativo de empleo
- Web corporativa
- Perfiles corporativos en redes sociales.
- Perfiles **personales** en redes sociales.
- Portales “asesores” de empleo.

- Relaciones digitales y personalizadas con clientes



El centro de gravedad de la marca ¿se traslada al empleado digital?

- Conscientes de la **importancia de la opinión digital**.
- Los **errores** se pagan más caro por su **difusión**.



- Integración, personalización, bidireccionalidad.
- Testimonios **reales** y creíbles.
- **Presencia** activa y **positiva** en redes sociales personales.
- **Transmisor** de una **experiencia positiva de trabajo** (o no transmisor de negativas).

- Sensibles a su **influencia** y al **riesgo** en las relaciones digitales con los clientes.
- Personalización, bidireccionalidad.



Debate: ¿cómo será el futuro?

✓ ¿Se diluye la frontera entre marca interna y externa?

- El mundo digital no tiene guardias de seguridad, ni tornos de entrada.
- ¿Los clientes valorarán también lo que dicen nuestros empleados de forma pública?
- ¿Los candidatos valorarán lo que dicen nuestros clientes de forma pública (además de otros empleados)?

✓ ¿Tendremos equipos de *Employer Branding* o este trabajo lo harán (inevitablemente) nuestros empleados? Si es así, más vale que sean “felices”.

✓ ¿Necesitaremos equipos de defensa contra “bulos” difundidos en la red?





Debate: ¿qué debemos hacer?

- ✓ Digitalizar e integrar el proceso de marca, captación, reclutamiento, incorporación.
- ✓ Cumplir “la promesa” y, además:
 - ¿Estamos dispuestos a facilitar, y a motivar, que los empleados compartan con libertad su experiencia?
¿Tendrá más valor que una encuesta de clima?
 - ¿Será todo anónimo? ¿Qué haremos con los que veamos que perjudican la marca?
- ✓ Integrar, analizar y tomar decisiones sobre información de lo que piensan mis clientes, mis empleados, mis candidatos, mis proveedores, ...
 - Los vendedores ya usan analítica e IA para lo mismo. ¿Por qué no RRHH?



peoplematters

