

Inbound talent:

Aplicación de marketing y la automatización en la experiencia del colaborador



Contenido:

- Entendiendo el Inbound Talent a través del Inbound Marketing
- Aspectos generales del Inbound Talent
- Fases de aplicación

Inbound Marketing



1. Definir quién es nuestro buyer persona
2. Estudiar el buyer's journey
3. Diseñar el proceso de venta
4. Trazar la estrategia de contenidos
5. Captación de tráfico
6. Convertir el tráfico en registros
7. Automatización
8. Oferta

Inbound Marketing:

Buyer persona, es una representación de tu cliente ideal. Está basada en datos reales sobre el comportamiento y las características demográficas, así como en una creación de sus historias personales, motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones.

María Fernández Directora Comercial

Antecedentes:

Estudió LADE en la Universidad de Valencia.
Se mudó a Madrid junto a su hermana para encontrar un puesto de trabajo relacionado con sus estudios.



Preferencias:

Realiza búsquedas de los hoteles en los principales buscadores y tiene en cuenta las valoraciones y opiniones de otros clientes.

Demográficos:

27 años.
Vive en Madrid con su hermana y su perro.
Salario de 60.000€ Brutos Anuales.

¿Cómo podemos ayudarle?

-Estando presentes en buscadores como Booking, Trivago, etc...facilitamos que nos encuentre y realice su reserva.
-En nuestra página web incluiremos opinión de nuestros clientes.
-Cuando finalice su estancia, le enviaremos una encuesta pidiéndole que nos cuente su experiencia y un descuento en su próxima reserva.

Objetivos y retos:

Su principal objetivo es conseguir más tiempo libre para viajar.

Profesional:

Es Directora Comercial en una importante multinacional y viaja a menudo a diferentes ciudades y países para reunirse con clientes.

Hobbies e intereses:

Le encanta viajar y al menos lo hace una vez al año (por ocio).
Está presente en varias redes sociales y utiliza Internet para buscar información.

Inbound Marketing:



AWARENESS

- eBooks
- informe de tendencias
- guias
- infografia
- white papers
- checklist

CONSIDERATION

- calculadoras
- plantillas
- webinars
- reseñas
- casos de éxito
- evaluaciones

DECISION

- videos de producto
- demos interactivas
- demos interactivas
- preguntas frecuentes
- demos interactivas
- precios

Inbound Marketing: Tres ejemplos de cambio

1. **Reservas hoteleras.** De agencias de viajes físicas o reservas en hotel se pasa a sitios con foco en valoraciones de usuarios y calificaciones a hoteles.



2. **Compra de software.** A través de plataformas los usuarios y consumidores valoran software utilizando cuadrantes y elaborando rankings.



3. **Búsqueda de empleo.**

Plataformas donde trabajadores valoran cuánto les gusta una compañía, su CEO, salarios, proceso de selección o si la recomendaría a un amigo.

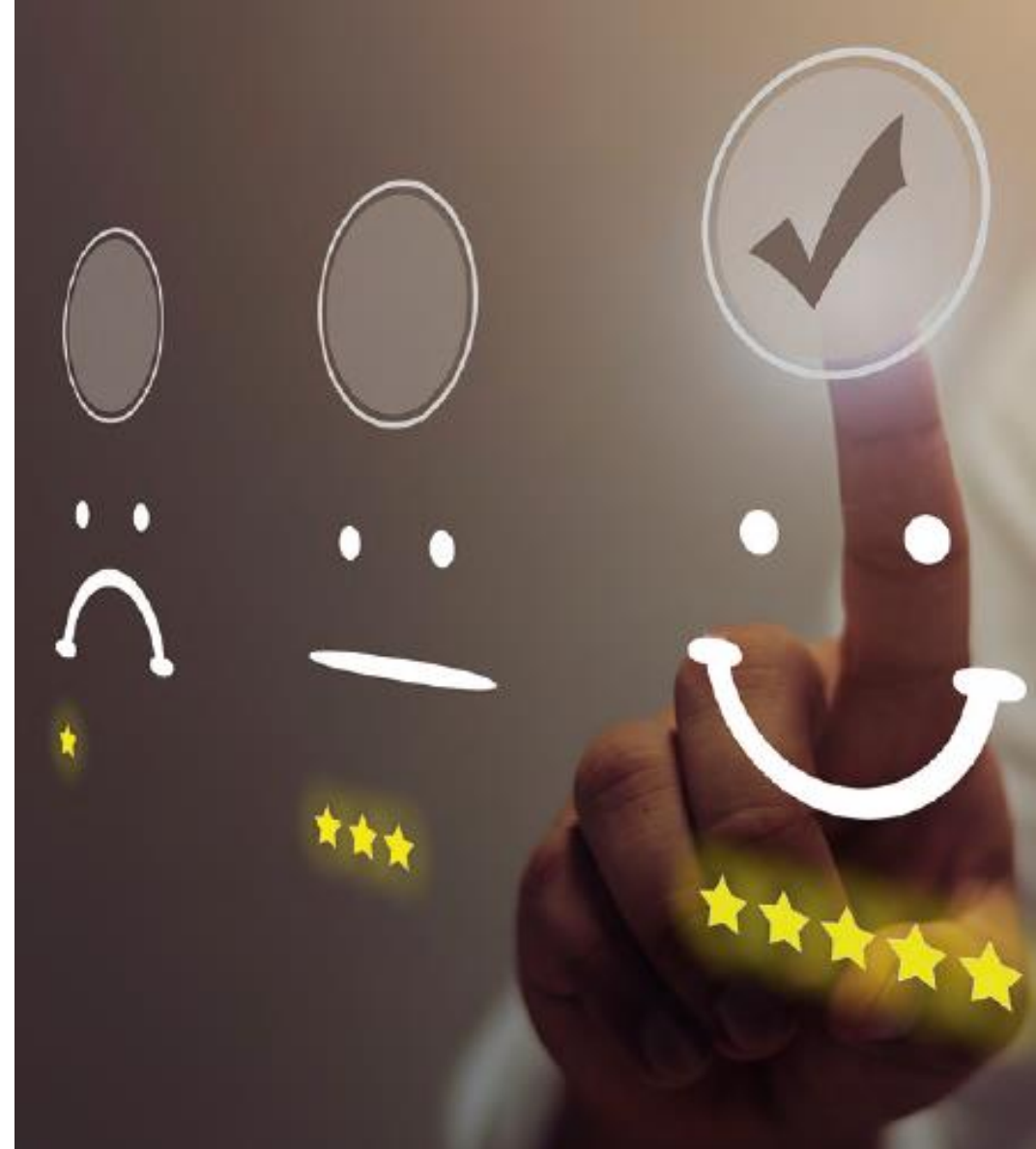


Inbound Talent



Coherencia: Lo que vivo al interior de la compañía frente a lo que se está proyectando al exterior (grupos de interés).

- ¿Debería quedarme en esta organización?
- ¿Por qué debería dar lo mejor de mí a esta organización?
- ¿Recomendaría esta organización?
- ¿Volvería a trabajar en esta organización?



1. Atraer: Cambia tu posición y piensa como un candidato

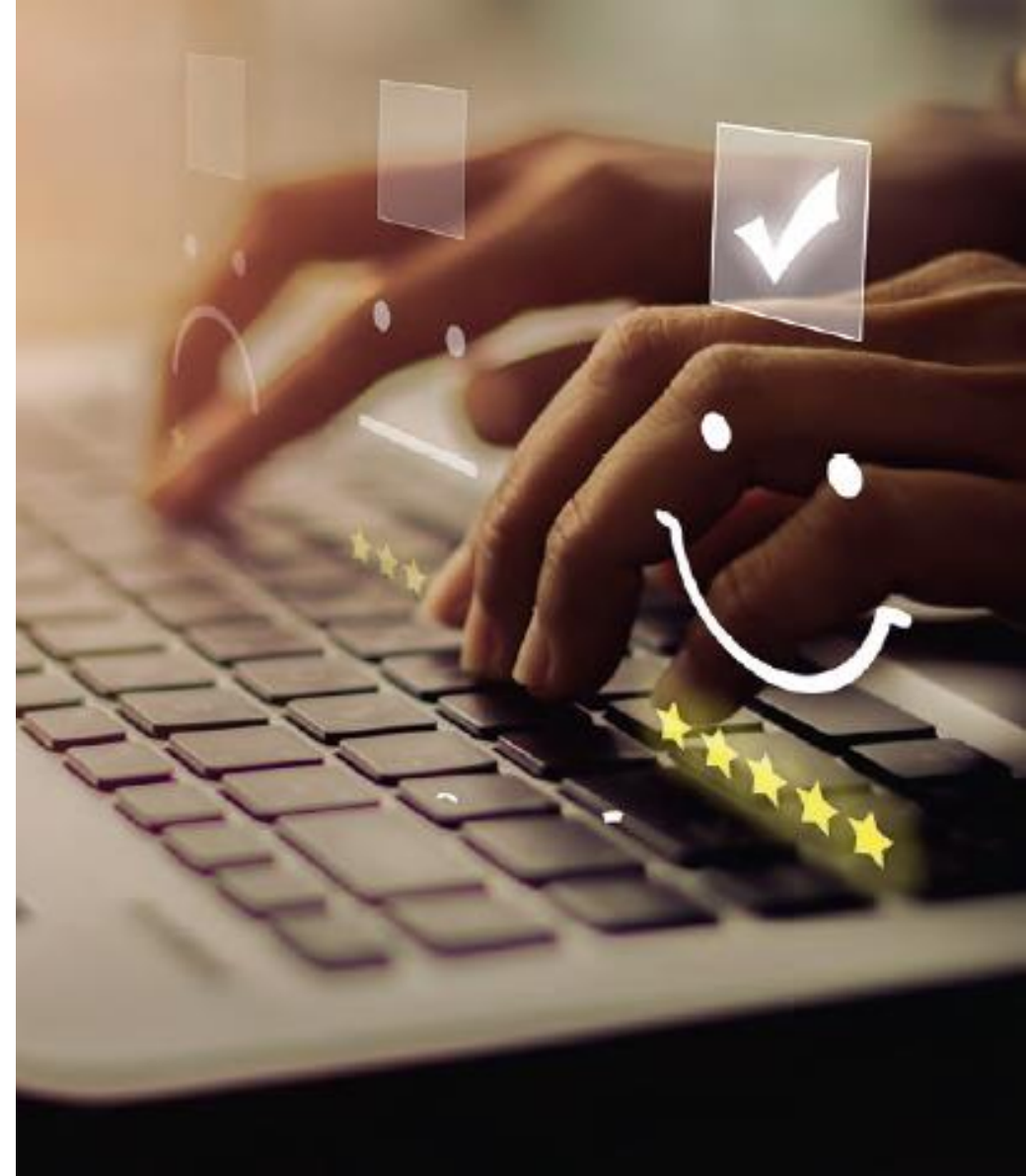
- ¿A qué información de la empresa puedo acceder como candidato?
- ¿Cómo me llega la oportunidad de una vacante?
- ¿Dispongo de la información necesaria y adecuada para saber si es el desafío profesional que estoy buscando?

Caso: Spotify



Atraer: Caracterización de los perfiles y los públicos objetivos a donde se quiere llegar

- Creación u optimización de página
- Identificar el perfil de los candidatos
- Analizar cada red social
- Generar contenido en la red social
- Seguimiento de perfiles y seguidores
- Animar a los seguidores a compartir las publicaciones



2. Convertir: el candidato llega a la oferta y encuentra cómo será el puesto de trabajo

- ¿Cuáles son los requerimientos para encajar en la posición?
- ¿Qué funciones deberá realizar?
- ¿Cuáles son los beneficios de tu compañía?

(Técnicamente: formularios de fácil llenado, y ofertas en sistemas responsive que se adapten a navegadores y dispositivos)

Caso: bp/Presentación de proceso de selección

We want you to perform
at your very best



3. Desarrollar y Fidelizar: Oferta de Valor al Colaborador

Caso: Leroy Merlin, España

- Compensación y beneficios
- Cultura
- Diversidad
- Políticas de flexibilidad
- Aprendizaje
- Crecimiento profesional



Desarrollar y Fidelizar:

- Si bien las estrategias de Inbound Talent se nutren de una serie de procesos no relacionados al 100% con la compensación, las organizaciones deben entender que una política salarial eficiente es uno de los primeros caminos para la atracción y fidelización de talento.



4. Enamorar: Los colaboradores sean reales embajadores de la marca

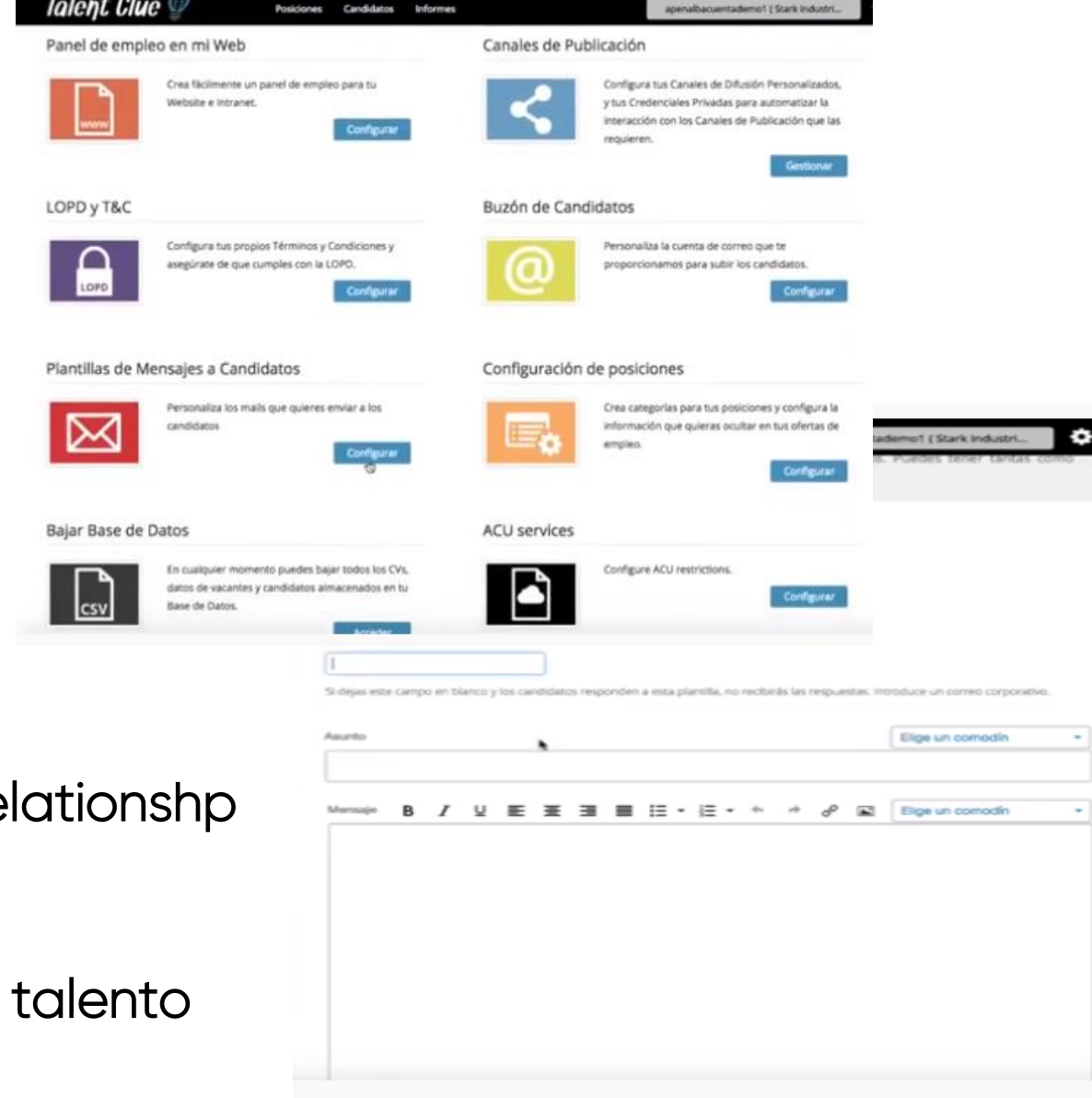
- Rol corporativo y sentido de pertenencia
- Conexión emocional con la cultura y valores empresariales
- Modelo de liderazgo empresarial
- Cierre de brechas y crecimiento
- Proyecto de vida

Caso: IKEA



Aspectos a tener en cuenta:

- Creación de página y de ofertas (contenidos-video)
- Redes sociales (compartir contenidos)
- Postulación (cómo tratamos al candidato y lo conectamos)
- Identificar el canal y gestionar TRM (Talent Relationship Management - creación de base de datos)
- El empleado contratado es promotor y atrae talento





Gracias

legis