

Caso de éxito



DINÁMICAS Y EXPERIENCIAS EN ENTORNOS 100% VIRTUALES



the key talent

DESAFÍOS PLANTEADOS

Otro año más LG profundiza en la búsqueda de talento a través de la tercera edición de su programa LG Xplorers, el cual integra a dicho talento a través de una experiencia de trabajo real (a través de la metodología de aprendizaje 70:20:10) para jóvenes recién titulados o a punto de terminar sus estudios superiores.

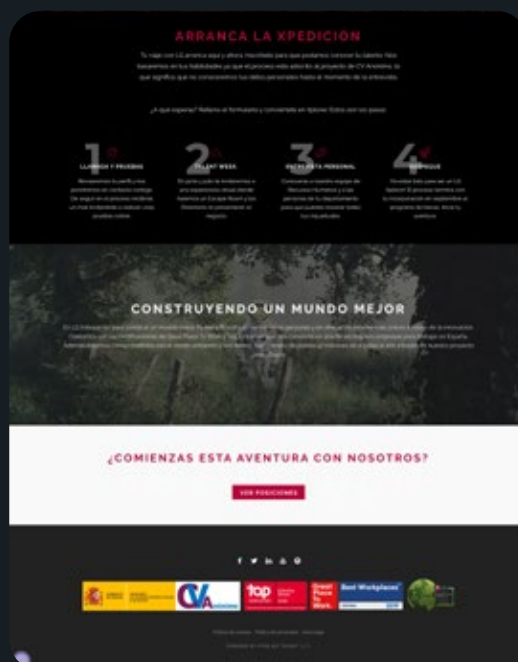
- ■ Para LG el desafío principal era identificar talento joven que encajara con los valores y cultura de compañía a través de un proceso de reclutamiento y selección 100% digital que **garantizase** una experiencia única al candidato. Todo ello con el objetivo de **incorporar 24 perfiles profesionales para las áreas de Marketing, Ventas, Finanzas, Operaciones e Ingeniería.**
- ■ Surge también el reto de cribar todas las inscripciones para los **diferentes perfiles en un plazo de dos meses**, tiempo en el que concurría la campaña de marketing digital y comunicación, el proceso de reclutamiento, la selección de perfiles y la incorporación de los Xplorers. Y lo más importante, hacerlo de **manera objetiva y anónima e identificando competencias y habilidades necesarias de forma remota y ágil.**

AGILIZANDO PROCESOS DE SELECCIÓN TRADICIONALES

Se coloca al candidato en el centro para garantizar un proceso de selección digital y se construyen experiencias de candidatos atractivas en remoto para conseguir una incorporación más atractiva.

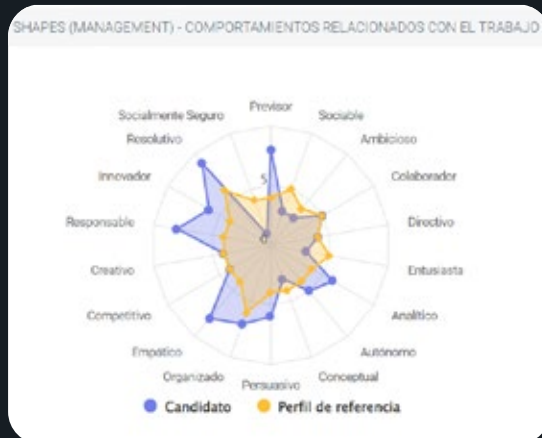
1 Se definió un portal en formato **Landing Page ad-hoc** donde los candidatos podían informarse de los beneficios y proceso del programa al igual que las características de las posiciones en cada área. Todo ello siguiendo el storytelling ya marcado en las ediciones anteriores.

2 El plan de comunicación también comprendió la **campaña digital de captación** en diferentes redes sociales, así como Google Ads y canales estratégicos importantes para la comunicación, como las universidades.



AGILIZANDO PROCESOS DE SELECCIÓN NATURALES

- 3 Para la selección de los candidatos se utilizó un **funnel de reclutamiento** donde todos los candidatos que se interesaron por el programa respondieron a un **cuestionario encargado de calificar a los mismos** para, posteriormente, realizar **pruebas de competencias, pruebas técnicas e inglés**, que permitieron rankear a los candidatos contra el perfil ideal, por posición, definido por LG
- 4 Después de evaluar las competencias de los candidatos, los mejor posicionados son invitados a una **Talent Week Virtual**, soportada por la plataforma de Panorama, donde se crea una **dinámica en grupo customizable en forma de Escape Room** para conocer a managers de LG, futuras responsabilidades y entrevistas con RRHH.



VALOR GENERADO: EXPERIENCIAS VIRTUALES MEJORADAS

A través de este proyecto se ha generado una experiencia de candidato diferenciada y adaptada en todo momento a la casuística de LG en un entorno digital y remoto. Para LG, además, supuso:

- Agilizar sus procesos de selección, reduciendo en más de un 50% el número de entrevistas que en el modelo de selección tradicional, reduciendo a su vez, el coste asociado a las mismas.
- Incrementar la objetividad en sus procesos de reclutamiento, identificando competencias necesarias para los perfiles.
- Migrar haciendo un modelo data-driven.

■ En este proyecto se gestionaron un volumen de **1.232 candidatos a través de un CV anónimo en 16 ofertas** diferentes para las áreas de Marketing, Ventas, Finanzas, Operaciones e Ingeniería. De todas las candidaturas **162 fueron convocadas al Virtual Recruitment Campus traduciéndose en 5 dinámicas de grupo digitales** distintas para cada una de esas áreas

■ Al final, **24 perfiles profesionales disfrutaron de una oportunidad de crecimiento dentro de LG**, todo en un **entorno digital** y habiendo garantizado una **experiencia única** para estos candidatos.

