

Caso de éxito



DISEÑANDO EXPERIENCIAS DE CANDIDATOS 100% DIGITALES

the key talent

DESAFIOS PLANTEADOS

Schneider Electric UK da un paso más allá en la búsqueda de talento STEM transformando sus procesos de atracción y reclutamiento para marcar la diferencia. La compañía incorpora así un formato de recruitment y marketing ágil, criba automática en base a competencias, valores y skills, y una dinámica de grupo 100% digital y personalizada.

Para **Schneider Electric UK** el desafío de transmitir su cultura en el nuevo entorno íntegramente virtual les impulsa a reconectar con su talento clave de una manera diferencial y ágil.

Con una visión estratégica el proyecto se ejecutó en base a las **siguientes preguntas:**

- ■ 1. ¿Cómo cribo las más de 2.000 aplicaciones que me suelen llegar por búsqueda sin dañar mi marca?
- ■ 2. ¿Cómo filtro de una manera objetiva, automática y basada en competencias sin alargar mi proceso?
- ■ 3. ¿Cómo le agilizo el proceso a mis 2x recruiters que trabajan con nuestro ERP?
- ■ 4. Y lo más importante, ¿qué puedo añadir a mi proceso que me sirva para transmitir nuestra marca de una manera diferencial?

En todo momento se plantearon cambios con una visión estratégica y de fácil ejecución, compatibles con las plataformas ya existentes. Se abogó por un trabajo de marca de una manera orgánica para que en un futuro pudiese implementarse a nivel global si fuese necesario.

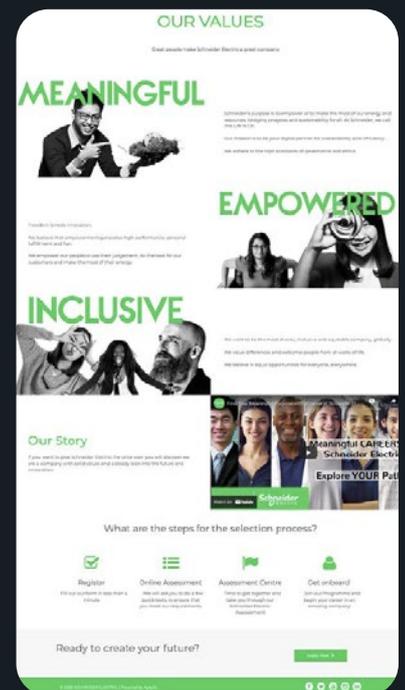
AGILIZANDO PROCESOS DE SELECCIÓN NATURALES

Diseñar una experiencia de candidato digital y digitalizar un proceso de selección es todo un reto. No existen procesos perfectos, pero sí procesos que agilizan y nos ayudan a ir un paso por delante.

Como muchos de nuestros partners, **Schneider Electric UK** ya dispone de un ATS, una plataforma que gestiona el nivel macro de muchos de sus procesos más administrativos. En este caso la clave era **centrar los esfuerzos de las campañas en el talento clave, valiéndonos de la tecnología de The Key Talent:**

En un **primer paso** empezamos por definir una *landing page* con foco sobre los beneficios directos del proyecto. Una *landing page* demasiado aspiracional y sin detalles específicos hubiese dañado la criba.

En un **segundo paso** se publicó la URL de la “job description” en formato *landing page* (siempre de acceso libre) en los canales estratégicos garantizando visibilidad en dichos canales (universidades, RRSS con presencia de ingenieros etc...).

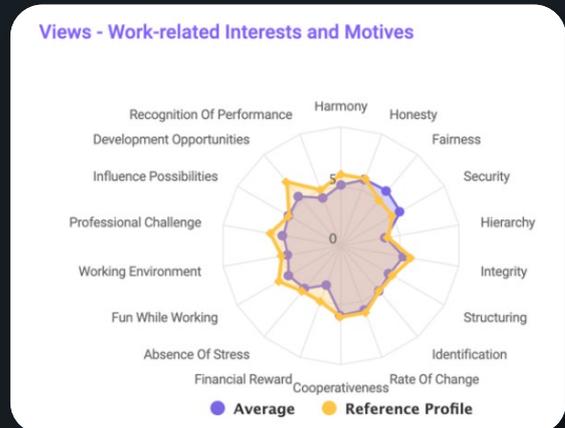
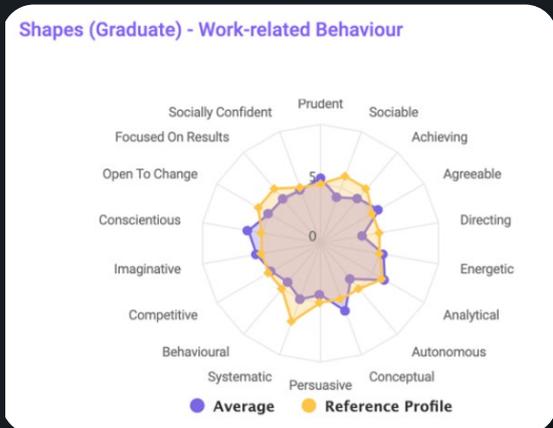


AGILIZANDO PROCESOS DE SELECCIÓN NATURALES

■ ■ En un **tercer paso** se gestionó el proceso de una manera ágil y compatible con el ATS de Schneider. Para ello utilizamos AplyGo como **funnel de reclutamiento** y de manera automática gestionamos la inscripción, criba automática a través de killer questions, invitación a las pruebas y entrevista; **todo el proceso en menos de 1 hora y 45 min.**

■ ■ En un cuarto y último paso para evaluar competencias soft y diferenciar la marca de Schneider se creó una dinámica de grupo en formato escape room totalmente customizable y cruzada con las competencias de Schneider.

Todo el proceso, con entrevista y dinámica de grupo, fue gestionado de manera automática y sin salir de entorno creado para Schneider.



VALOR GENERADO: EXPERIENCIAS VIRTUALES MEJORADAS

Este proyecto destaca principalmente por haber generado una experiencia para el candidato más digital sin perder la esencia característica de procesos presenciales. Para la empresa también conllevó la digitalización y la automatización de cada una de las fases del proyecto, facilitando también así la labor de los RRHH.

¿Cuáles fueron las **mejoras obtenidas** para lograr esta experiencia óptima?

- Schneider consiguió cribar un 27%, con una media de 1.200 visitas y sin campañas de pago.
- El proyecto contó con más de 30 nacionalidades distintas.
- El cribado por valores demostró un interés de los candidatos y candidatas por el desarrollo de oportunidades, challenge profesional, “fun while working” e integridad.
- El análisis en base a competencias expuso un despunte en open to change, conciesntiousness, sociable y achievement.
- Media de NPS (feedback de escape room) de un 9/10 en engagement y experiencia.

