

COLECCIÓN EMPLOYER BRANDING DE

Talent Clue 



LA GUÍA SUPREMA DEL EMPLOYER BRANDING DIGITAL

Cómo perfeccionar tu estrategia de Employer
Branding para atraer y fidelizar talento digital

ÍNDICE

0. Sobre esta Guía	3
1. Introducción	5
2. El ABC del Employer Branding Digital	7
3. Cómo construir y perfeccionar cada uno de los elementos de tu Employer Branding Digital	10
3.1 Redes Sociales	11
3.2 Página Web	19
3.3 Experiencia de Candidato	29
4. Los beneficios de perfeccionar tu Employer Branding Digital	35
Atraer y convencer al talento	36
Reducir costes y tiempo	36
Fidelizar y motivar a los empleados	37
5. Herramientas de apoyo al Employer Branding Digital y al reclutamiento	38



Sobre esta Guía

¿PARA QUIÉN ES ESTA GUÍA?

Esta Guía es de **Nivel Avanzado**: es para Directores de Recursos Humanos que quieren ver los beneficios que les aportará la técnica en cuestión y para reclutadores que quieren convertirse en expertos en el tema. Te guiaremos por temas concretos y avanzados sobre procesos de selección y te ayudaremos a conseguir tus objetivos con las herramientas adecuadas. Después de leerla, estarás preparado/a para ejecutar las acciones que te proponemos, y para enseñar a tu equipo cómo hacerlo.

¿QUÉ APRENDERÁS?

En esta Guía encontrarás la **explicación avanzada** sobre los elementos que reflejan tu Employer Branding, **cómo crearlos** y perfeccionarlos, qué **beneficios** tiene para tu empresa y qué **herramientas** te ayudarán a poner a punto cada parte de tu estrategia de Employer Branding Digital.

SOBRE TALENT CLUE

Nuestra misión en [Talent.Clue](#) es ayudar a las empresas a **crecer a través de la atracción y gestión de talento de calidad**. Para ello ofrecemos una solución integral que incorpora los servicios necesarios para implementar los elementos de una estrategia de Employer Branding, además de agilizar los procesos de selección y contratar al candidato ideal con el menor coste de tiempo y dinero.

A close-up photograph of a person's hands writing on a document on a wooden table. The person is wearing a dark blue shirt and a black wristband. A purple pen is in their right hand. The table is covered with several sheets of paper, some of which have diagrams or text on them. The background is a light-colored wooden floor.

1.

Introducción

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez más empresas son conscientes de que **cuidar su Employer Branding es tan importante como cuidar de su marca global**. Si te has descargado esta guía, perteneces a ese grupo y sabes que para ganar la batalla del talento, debes trabajar tu marca como empleador y debes empezar a tratar al talento como tratas a tus clientes.

Hoy en día, los candidatos tienen **a su alcance toda la información** que necesitan sobre los empleadores y las empresas, y son especialmente críticos: buscan en Google información de la empresa y consultan opiniones de otros trabajadores, es decir, se forman una opinión previa antes de interesarse por las ofertas de una empresa. Internet y el mundo digital son el lugar donde la información está disponible y pública para todo aquel que quiera consultarla.

Así que las empresas, si quieren **ser competitivas y atraer al mejor talento**, deben cuidar muchísimo su presencia en redes sociales y la información que tanto ellas mismas como sus empleados comparten en Internet. Ha cobrado especial importancia cuidar la percepción que el talento tiene de nuestra empresa, y no sólo la que tienen los posibles clientes. Dominar completamente todas las fases y elementos que inciden en esta percepción marcará la diferencia y te convertirá en un referente para los candidatos.

Enhorabuena, has dado el primer paso para ponerte manos a la obra y empezar a ejecutar tu estrategia de Employer Branding Digital: con esta guía aprenderás **cómo construir tu marca de empleador en el entorno digital para atraer talento** a través de tu página web y tus redes sociales corporativas.

A photograph of a desk with a wooden surface. In the foreground, a large white number '2' is superimposed. In the background, a black letter 'A' stands on the desk. To the right, a wooden block with the letter 'S' is visible. On the left, there is a potted plant in a white decorative pot. The background shows a window with blinds and a dark vertical structure.

2.

**El ABC del Employer
Branding Digital**

Aunque esta es una guía avanzada, creemos que hay unos cuantos conceptos que es importante reforzar, el ABC del Employer Branding:

TIENES QUE SER TRANSPARENTE Y REAL

El Employer Branding nace de la unión de los Recursos Humanos y el Marketing pero no consiste en vender humo a tus empleados potenciales. **Una estrategia de este tipo no puede ser sólo fachada**, debe tener unos cimientos sólidos.

Cuanto más transparente y real seas, mejor percepción tendrán de ti como lugar de trabajo. El Employer Branding se basa en mostrar los verdaderos valores de tu compañía, tu forma de trabajar y cómo tratas al talento.

EL TALENTO, SIEMPRE PRIMERO

Las personas son el recurso más valioso de toda compañía. Para que tu estrategia de Employer Branding funcione debes descubrir qué es lo que busca el talento en un puesto de trabajo para así [crear una propuesta de valor atractiva](#).

Asegúrate de que tu **Employee Value Proposition** cubre las necesidades del tipo de candidato que quieres para tu compañía y de que ofreces toda la información que el profesional pueda necesitar. Habla de tus valores, de los beneficios, de los salarios y de cómo es tu equipo. No dejes ninguna duda por despejar.

“El talento, siempre primero” debe ser el mantra de todo profesional de Recursos Humanos



DA VOZ A TUS EMPLEADOS



Tus empleados actuales son tus mejores prescriptores. Ellos saben de primera mano cómo es trabajar en tu empresa. **Deja que sean ellos los que cuenten los beneficios que les ofreces**, cómo es la cultura de la empresa y el ambiente laboral. Puedes hacerlo a través de vídeos testimoniales o con imágenes desenfadadas en Redes Sociales. [¡Tú eliges!](#)

USA LAS REDES SOCIALES

Son el canal perfecto para ser reales y transparentes comunicando los valores de tu empresa. Puedes usarlas para **mostrar cómo es el día a día de tu compañía**, los eventos en los que participáis e incluso las quedadas de los empleados para jugar al baloncesto o al *Scrabble*.

Recuerda que las Redes Sociales son un lugar de conversación. No las uses como un megáfono; escucha, participa, habla con tus empleados y con todo aquel que se interese. Te ayudará a parecer más cercano y atractivo.



INVOLUCRA A TODA LA COMPAÑÍA

La estrategia de Employer Branding no puede ser sólo responsabilidad del departamento de Recursos Humanos. Para que funcione de verdad tienes que convertirla en **un objetivo de todos los miembros de la empresa**. Cuida tu cultura corporativa, asegúrate de que la conocen todos y de que la comparten. Enamora a tus empleados con políticas de fidelización y ellos te ayudarán a atraer a más profesionales con talento.

3.



**Cómo construir y perfeccionar
cada uno de los elementos de
tu Employer Branding Digital**

Ahora que tienes claros estos 5 conceptos básicos, llegó el momento de profundizar de verdad. Vamos a repasar uno por uno los elementos que influyen en tu Employer Branding y te explicaremos cómo puedes sacarles todo el jugo. Vamos a centrarnos en cómo comunicar el Employer Branding en el entorno digital: hablaremos de todos los **recursos que te ofrece la era digital para construir y difundir tu marca de empleador a través de Internet**. ¿Por qué? Porque estamos en el mundo real, y el mundo real implica que los candidatos pasan gran parte de su tiempo navegando por Internet y en las Redes Sociales, y eso significa que es precisamente allí donde tienes que estar presente.

3.1 REDES SOCIALES

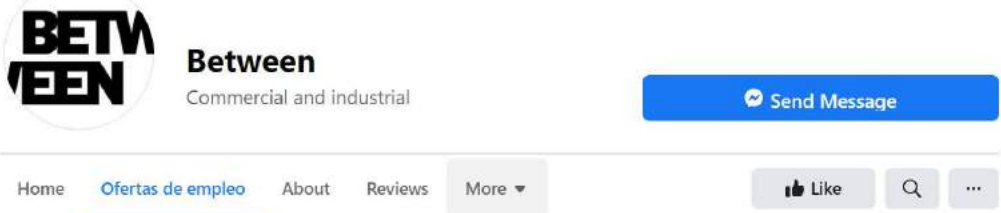
Las redes sociales se han convertido en el principal medio de relación en la red y una gran herramienta para contactar con profesionales especializados y mostrarles lo fantástica que es tu compañía.

Son el escaparate perfecto para **dar a conocer tu Employer Branding al resto del mundo**. Para aprovecharlas al máximo deberías [crear un plan de comunicación](#) y adecuar el mensaje que quieres lanzar en cada una de las redes en las que quieras tener presencia.

FACEBOOK

Facebook es el medio ideal para compartir contenido visual que pueda viralizarse. No te pongas demasiado serio, apuesta por transmitir tu cultura corporativa de forma divertida y acompañada de contenido gráfico: infografías, vídeos, imágenes, GIFs. Sé creativo y piensa en la audiencia. Probablemente el muro de tu página de Facebook no sea el mejor lugar para compartir directamente las ofertas de empleo: es mejor compartir contenido.

Pero también puedes compartir directamente las ofertas de empleo en Facebook, como hace por ejemplo [Between Tech](#): a través de un panel de empleo integrado en una pestaña de Facebook, al que los candidatos se dirigen para ver todas las posiciones abiertas.



The screenshot shows the Facebook profile of 'Between', a company in the 'Commercial and industrial' sector. The page features a navigation menu with 'Ofertas de empleo' selected. Below the menu is a table of job listings with the following data:

Posición	Localidad	Sector	Disciplina	Fecha
Administrador/a Servidores Aplicaciones (Jboss)	Madrid	Internet y tecnología	TIC	04/06/2020
Programador/a PLC's - Maquinaria industrial	Barberà del Vallès	Ingeniería y automoción	Ingeniería	03/06/2020
Técnico/a Soporte IT Helpdesk	Barcelona	Internet y tecnología	TIC	02/06/2020
Diseñador/a Revit Industrial	Barcelona	Industrial y metalurgia	Ingeniería	02/06/2020

CONSEJOS RÁPIDOS PARA FACEBOOK

» **Comparte contenido sobre tus productos**

Comparte contenidos que enseñen a tu base de fans que detrás de los productos que les encantan, hay personas extraordinarias desarrollando sus carreras.

» **Comparte contenido sobre tu forma de trabajar**

Cómo es un día en tu empresa, cómo son los empleados que forman tus equipos, cómo son tus oficinas... Se trata de humanizar tu empresa y que tus fans vean quién hay detrás de ella.

» **Activa una pestaña de Empleo en la página**

Es la estrategia ideal para reconducir el interés de tus fans en ti como empresa y convertirlo en interés en tus ofertas de empleo. Cuando estén visitando tu página por curiosidad, podrán navegar fácilmente hacia tus ofertas y, si quieren, inscribirse.

HAZ QUE TUS CANDIDATOS TE ENCUENTREN EN REDES SOCIALES

Talent Clue te permite aumentar tu presencia en redes sociales para que los candidatos se enamoren de tu marca, interactúen contigo y se inscriban a tus ofertas. Sitúate donde está el talento.

[CONTACTA CON NOSOTROS](#)

TWITTER

En Twitter los links triunfan: esta red te ayudará a difundir el contenido que creas en tu blog o página de empleo. Es un buen lugar para **mostrar qué tipo de asuntos le preocupan a tu compañía** (medio ambiente, educación, calidad de vida...). Puedes compartir todo tipo de noticias que tengan que ver con tu sector, ya sean tuyas o de otros medios, puedes compartir contenido que interese a tu audiencia y a tus candidatos potenciales; y, además, puedes compartir todo el contenido relacionado con tu cultura de empresa.

No puedes olvidarte de que en esta red social priman la inmediatez y las tendencias. Una forma divertida de hacer marca de empresa es sumarse a hashtags interesantes con la ayuda de tus empleados. Súmate a la conversación e interactúa.

También te servirá para difundir eventos que organices o en los que participes. ¡Que vean que tu empresa se mueve y está al día!

CONSEJOS RÁPIDOS PARA TWITTER

» **Actualiza tu Bio y hazla tremendamente atractiva**

Ten en cuenta que la Bio de Twitter te permite explicar quién eres en 160 caracteres. Deben ser más que suficientes para lucirte y comunicar que lo que hace tu empresa es interesante. Puedes agregar hashtags para convertirla en navegable. Además, puedes agregar el enlace donde podrán encontrar tus ofertas de empleo para empezar a generar tráfico. Además debes incluir también una imagen de perfil y de portada de calidad, que demuestre tu Employer Branding.

» **Usa hashtags #**

Un hashtag es la etiqueta que te permitirá agrupar los mensajes bajo un mismo tema o concepto. Si usas #empleobarcelona, #marketing, #prácticas... los candidatos que estén buscando activamente encontrarán tus mensajes junto con otros. Son lo que te ayudará a llegar a los perfiles que buscas.

» **Piensa en qué horarios publicas**

Twitter es como la radio: publicar en horarios diferentes te permitirá llegar a personas diferentes. Infórmate sobre a qué horas usa Twitter cada perfil profesional al que te diriges para adecuar tus publicaciones: no es lo mismo buscar a un millennial para prácticas que a un profesional senior que ya está trabajando.

3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL

» Da facilidades al resto del equipo para twittear

Es importante que Twitter se mantenga vivo, facilita al resto del equipo que twittee sobre la empresa o que retwittee tus contenidos y ofertas. Si un candidato pasivo ve a alguien como él feliz y contento en la oficina y en la empresa, es una forma de atracción muy potente.

Serunion utiliza su Twitter para compartir sus ofertas de empleo así como información sobre hábitos saludables para impulsar su marca empleadora. ¡Buen trabajo!



GESTIONA TUS REDES SOCIALES CON TALENT CLUE

Talent Clue te permite automatizar la publicación de ofertas en Twitter, instalar un panel de empleo en Facebook y ganar presencia en redes sociales. ¡Y centraliza todos los candidatos en una sola base de datos!

¡CONTÁCTANOS!

LINKEDIN

Es una red social profesional y permite compartir contenido complejo, cuenta con 610 millones de usuarios en más de 200 países.

Los usuarios no van a LinkedIn para desconectar, todo lo contrario, lo hacen para conectar a nivel profesional. Por ese motivo te puedes poner un poco más intenso/a **con tu cultura corporativa, valores y beneficios**. Puedes hacer mucho más hincapié en todo aquello que puede interesar y beneficiar a tus candidatos potenciales.

CONSEJOS RÁPIDOS PARA LINKEDIN

» **Actualiza tu Página de empresa y manténla activa**

Debe estar cuidada hasta el mínimo detalle: especifica el claim de tu empresa, la información debe estar al día, debes tener los datos de contacto especificados, debes tener una imagen de portada atractiva, una imagen de perfil de calidad, y tener todos los empleados que tengan LinkedIn, añadidos en la página de empresa, ya que podemos convencer a candidatos, por la calidad de los empleados que tenemos...

» **Publica en grupos de temática relativa a la oferta**

Los Grupos son tus amigos, son el entorno ideal para publicar ofertas, porque es donde se **concentran los profesionales** del sector o de la temática que más les interesa. Por ejemplo, puedes publicar una oferta de Marketing en un Grupo de LinkedIn donde se hable de Marketing para Pymes.

» **Tu perfil personal debe reflejar el de la *company page***

Tu perfil profesional y el del resto de reclutadores que trabajan contigo debe reflejar los valores de tu empresa, debe estar cuidado y actualizado.

3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL

Un ejemplo de empresa que trabaja muy bien su LinkedIn es [Adqualis](#): comparten contenido de valor, tanto escrito como audiovisual, combinado con ofertas de empleo atractivas.



AdQualis Human Results + Seguir ...
28.098 seguidores
1 semana • 

AdQualis Talent Search busca para importante grupo empresarial con presencia internacional, un técnico/a en control de gestión basado en Esplugues de Llobregat, provincia de Barcelona <https://bit.ly/3dsE62x> #empleo #job #finanzas

Finanzas

TÉCNICO/A EN CONTROL DE GESTIÓN

AdQualis HUMAN RESULTS | Talent Search

AUMENTA LA DIFUSIÓN DE TUS OFERTAS Y LLEGA A MÁS CANDIDATOS

Publica automáticamente tus ofertas en Twitter, Facebook y LinkedIn, muestra tu Employer Branding y atrae más talento. Talent Clue centraliza todos los candidatos que recibas en una sola base de datos.

TE CONTAMOS EN UNA SESIÓN DE ASESORÍA

INSTAGRAM

A la hora de utilizar Instagram debes tener en cuenta dos cosas: la calidad de la imagen debe ser excelente y los hashtags son la clave. No tengas miedo de pasarte de rosca, utiliza tantos como creas necesario siempre que aporten valor.

Es una red social estupenda para **compartir fotos de tu equipo en su día a día** y transmitir una imagen de familia unida que anime al talento a unirse a vosotros, ya sea dentro o fuera de la empresa.

Instagram también se puede usar para comunicar la cultura de empresa, cómo son los empleados, qué les hace especiales, cómo ven el mundo y cómo trabajan en equipo para facilitar la vida a los clientes. Es una potente herramienta para atraer talento, así que aprovéchala también para compartir las ofertas de empleo que tienes activas.

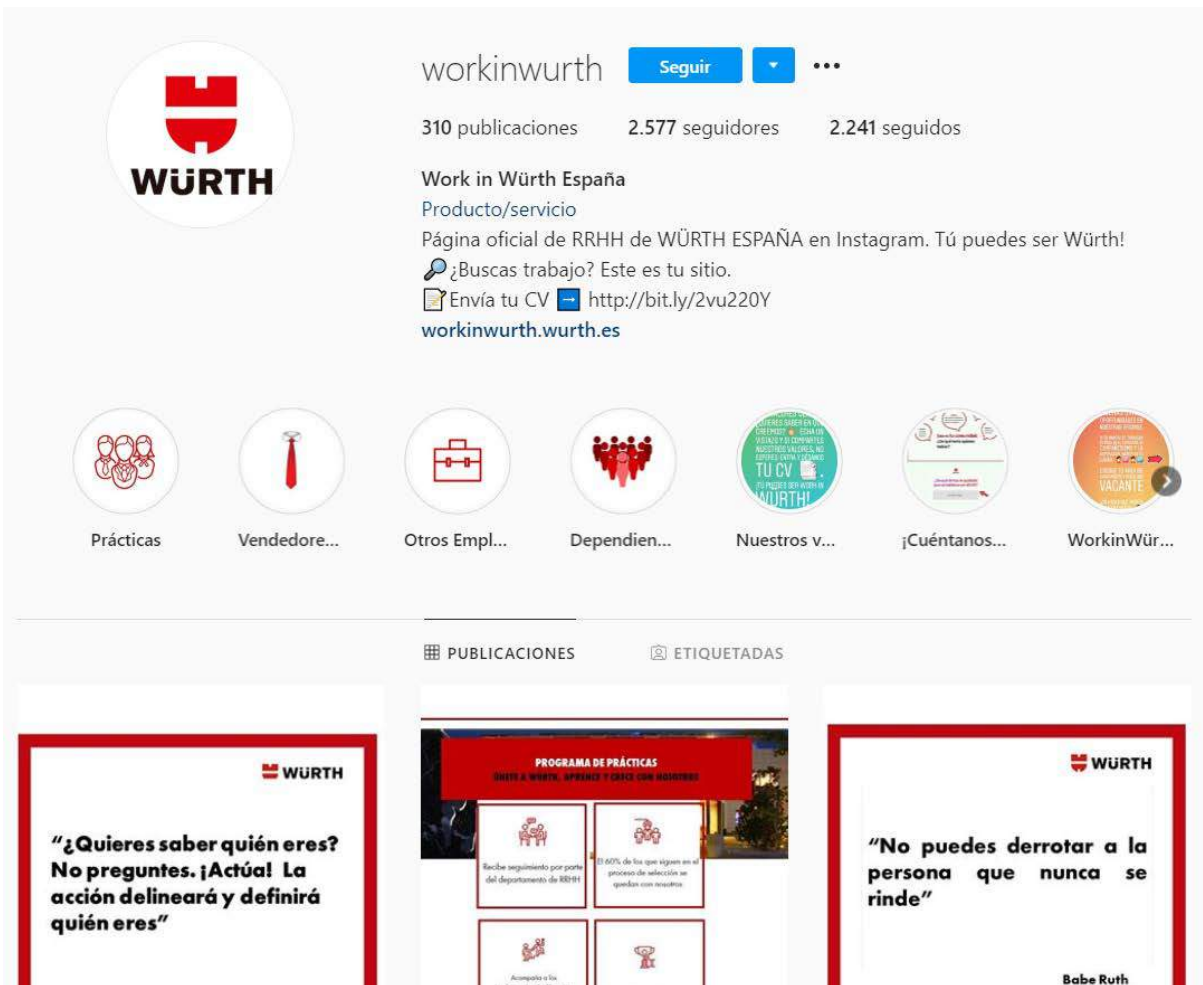
Amplía todas las acciones y consejos para atraer
a los mejores candidatos en el webinar

[Las estrategias infalibles para atraer talento en redes sociales.](#)

¿Lo mejor? Todas las estrategias que te proponemos **son gratuitas.**

3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL

Würth ha creado una cuenta de Instagram para su marca empleadora llamada [“Work in Würth España”](#), donde comparten frases inspiradoras, infografías de sus valores y explican cómo funcionan sus procesos de selección, como en este caso de un programa de prácticas:



3.2 PÁGINA WEB

Si no tienes página web, es como si no existieras. ¿Imaginas hoy en día un negocio sin web? No, y con las marcas empleadoras debería ser lo mismo, porque tu web es lo primero que irá a ver un candidato potencial, haya o no haya encontrado una oferta de empleo de tu empresa. Así que debe **estar preparada para sorprender y atrapar a los profesionales** (en todos los sentidos).

Cuando el usuario llegue a la *home*, esta debe ser coherente con el tono de toda la comunicación que hayas realizado sobre el puesto de trabajo y sobre los valores y cultura de tu empresa. De nada sirve redactar una oferta desenfadada si después el candidato se encuentra con una web gris y apagada que le aburre mortalmente.

Además de una *home* bien cuidada, hay otros 3 elementos fundamentales de tu web que van a influir en la atracción de talento y en tu Employer Branding Digital:

- » Tu página de empleo
- » Tu panel de empleo
- » Tu página de oferta

Te explicamos cómo optimizar cada uno de ellos.

TU PÁGINA DE EMPLEO

Aún con el crecimiento de los canales de comunicación, según [un estudio de Potentialpark](#), **el 80% de candidatos utiliza las páginas de empleo o *career sites* para encontrar información sobre un potencial empleador**, por encima de las Redes Sociales.

Así que piensa en esta página como un **centro de atracción de talento**. Cuando el profesional ha llegado hasta aquí, ya ha mostrado cierto interés en trabajar en tu empresa. ¡No puedes dejar que se escape o el esfuerzo habrá sido en vano!

El contenido de tu página de empleo debe tener como objetivo explicar cómo es trabajar en tu empresa, **transmitir tu cultura corporativa y valores** diferenciales. No te olvides de destacar los beneficios, primas y oportunidades que ofrece tu compañía. Es decir, tu *employee value proposition*.

3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL

Es importante que personalices este mensaje a través de algunos miembros de tu equipo y que utilices el *storytelling* para contar sus historias. Si lo haces mediante un vídeo o elemento interactivo, mejor que mejor. También es interesante que muestres las instalaciones de tu compañía.

Aspectos formales

- » Tu página de empleo debe ser **simple, intuitiva y responsive**. No olvides que cada vez más usuarios buscan empleo desde su móvil y tu misión es ponerles las cosas fáciles. Apuesta por un diseño moderno que se adecúe al *look and feel* de tu página web.
- » No te olvides de optimizarla para SEO, el fin de esta página es atraer a cuantos más profesionales mejor. Si tu SEO es correcto las visitas orgánicas aumentarán: cuando alguien busque “empleo de programador en Barcelona”, tu página podría aparecer la primera. Así, lograrías que se inscribiera a tu oferta antes que a la de otras empresas.

Conecta con el mejor talento a través de tu
Página de Empleo totalmente personalizada

¡CONSIGUE TU PÁGINA!

¿Qué elementos no deben faltar en tu página de empleo/careers site?

» Cabecera

En ella debes colocar una foto de fondo atractiva y un titular que dé la bienvenida a los candidatos. Complementalo con un buen subtítulo y un botón que lleve a tus ofertas.



3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL

» Contexto

Después tiene que haber un apartado con la explicación de tu cultura de empresa, los beneficios que tiene trabajar en tu compañía, una presentación de los miembros del equipo, vuestros valores o metodología de trabajo... todo lo que se te ocurra para situar al candidato un poco mejor en el lugar en el que aspira trabajar.



» Testimoniales

Se trata de pedir a tus empleados que describan lo que les motiva de trabajar en tu proyecto, lo que les gusta de formar parte de tu equipo. ¿Qué mejor que la opinión de un profesional en el que tu candidato pueda verse reflejado?



» Panel de empleo

Un listado con todas tus ofertas de empleo activas en el que el candidato pueda consultar cuál le interesa y pueda inscribirse directamente, sin salir de tu web. Ampliaremos este elemento en el siguiente apartado.

» Oferta de empleo genérica

No deberías poner tu email de contacto para que los candidatos te envíen su currículum si no encuentran ninguna oferta que se adecue a sus necesidades o si no tienes ninguna oferta activa pero les interesa formar parte de tu base de datos. Lo ideal es que tengas una o varias ofertas genéricas siempre activas para dar la opción a los profesionales de formar parte de tu equipo siempre, tengas ofertas publicadas o no. Se trata de un formulario que envía a los candidatos directamente a la base de datos, sin una posición relacionada, pero que a ti te sirve para hacer crecer tu base de talento.

Cómo conseguir testimonios que impacten

Si has llegado hasta aquí es porque tienes una Employee Value Proposition y ganas de contársela al mundo. Sabes que tus empleados pueden ayudarte a conseguirlo pero no tienes claro cómo.

No te preocupes, te proponemos un ejercicio sencillo. Haz un guión y piensa en 3 tipos diferentes de empleados. Estos son los que te proponemos:

- » Junior que ha empezado a desarrollar su carrera en tu empresa
- » Semi-senior que ha ascendido al menos una vez
- » Cargo de responsabilidad

Los dos primeros te servirán para mostrar que tus empleados son felices, que valoras el talento joven y que hay posibilidades de crecer laboralmente en tu compañía. El último tiene como objetivo que el candidato se haga una idea del tipo de liderazgo que se ejerce en tu empresa.

La clave está en **elegir cada testimonio con un fin concreto** y utilizarlo para enviar un mensaje claro.

¿Cómo conseguir imágenes y vídeos de calidad?

Lo ideal es que las imágenes de tu oficina y tus trabajadores destilen **profesionalidad**, pero no significa que necesites contratar a un profesional. Si quieres y tienes el presupuesto, mejor que mejor; si no, siempre puedes contar con tus propios medios y los de tu equipo: siempre hay opciones.

Pregunta en tu oficina, seguro que alguien tiene una cámara decente que puede servirte. Si no es el caso, un Smartphone de calidad puede ser tu último recurso. Asegúrate de que la luz es correcta y, si vas a grabar vídeo, ten cuidado con el audio.

Lo esencial es que **las imágenes comuniquen tu cultura**, no tienen que ser fotos sin más, sin ningún significado. Si necesitas vídeos o fotos de stock porque no tienes tiempo o medios, aquí hay algunas plataformas donde conseguirlos:

- » [Stocksnap.io](https://www.stocksnap.io)
- » [Unsplash.com](https://www.unsplash.com)

3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL

Esto es un ejemplo de lo que puedes hacer con las imágenes de stock.



Ejemplos de Páginas de Empleo ideales

En una buena página de empleo es clave saber comunicar de una manera atractiva los valores y la cultura de la compañía. Para ello, que los mismos trabajadores sean los que dan su opinión puede ser un buen formato para comunicar este tipo de mensajes. Éste sería un buen ejemplo:



Además puedes mostrar tus objetivos como empresa y marca empleadora mediante la explicación de una misión interna y valores. Te mostramos el ejemplo de **Pepe Jeans** que, además de explicar estos puntos, refuerza el mensaje con su historia:

3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL



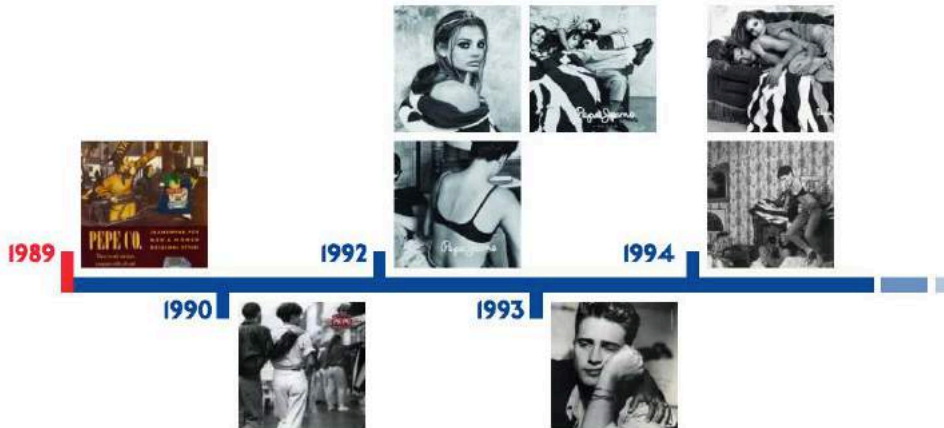
Nacimos en Portobello Market en 1973, cuando Nitin Shah y sus hermanos comenzaron el proyecto de vender pantalones tejanos en las paradas de moda inglesas. **Dream it? do it!** Nuestros *jeans* se hicieron famosos entre la sociedad londinense y, en poco tiempo, ¡nos conocían por toda Europa!

En 1989 en España nació Pepe Jeans. El país se convirtió en el centro de gestión del nuevo grupo. Desde entonces, diseñamos **piezas únicas** que serán testigo de **grandes aventuras**. Somos atrevidos, creativos y creemos en tu potencial y en el poder de tus ideas. Gracias a personas como tú, hemos conseguido que el mundo reconozca nuestra ropa y nuestras campañas.



PEPE JEANS: SUS RAÍCES

¿Quieres ver cómo hemos ido construyendo esta historia? Los tiempos cambian, pero **nuestra esencia siempre es la misma**: fresca, atrevida y cool. Te enseñamos nuestras campañas antiguas para demostrártelo, ¡una imagen vale más que mil palabras!



Si quieres ver la página de empleo completa de Pepe Jeans puedes visitarla en <https://enjoypepe.pepejeans.com/es>

Déjanos lo difícil a nosotros:
disfruta de una **Página de Empleo estelar**

En Talent Clue nos encargamos de todo, creamos tu página y la personalizamos con tu marca.

Contacta con nosotros

TU PANEL DE EMPLEO

El Panel de empleo de Talent Clue te permite tener todas tus ofertas de empleo publicadas en tu web, y se publican a través del software de forma automática. El panel en la web se mantiene actualizado automáticamente siempre, sin tener que escribir ninguna línea de código, sólo copiándolo y pegándolo en tu web: los candidatos interesados nunca abandonan la página web de Between Tech, sino que **se inscriben directamente allí**, a través de un formulario que les lleva como mucho 5 minutos, o bien a través de su perfil de LinkedIn o Indeed.

El Panel de Empleo es *responsive*, es decir, se adapta a cualquier dispositivo que use el candidato para inscribirse. Permite geolocalizar las ofertas, para hacer incluso más cómodo el análisis de ofertas por parte del candidato. Se instala muy fácilmente, sólo una vez, y no requiere ningún tipo de mantenimiento adicional por parte del equipo de IT.

Ofertas Tiendas



Buscar Provincia

12 ofertas encontradas







	Vendedores/as cert. discapacidad Sevilla Sevilla, Sevilla	Inscríbete
	Vendedores/as cert. discapacidad Madrid Madrid, Madrid	Inscríbete
	Vendedores/as cert. discapacidad Barcelona Barcelona, Barcelona	Inscríbete
	Encargado/a Women'secret Ibiza (indefinido) Eivissa, Illes Balears	Inscríbete
	Segundo/a Encargado/a Women'Secret CC La Morea (temporal) Pamplona, Navarra	Inscríbete
	Segundo/a Encargado/a Women'Secret Olot (indefinido) Olot, Girona	Inscríbete
	Encargado/a Women'Secret Vic (interinidad) Vic, Barcelona	Inscríbete
	Segundo/a Encargado/a Women'Secret Vilafranca (temporal) Vilafranca del Penedès, Barcelona	Inscríbete
	Encargado/a Women'secret CC Sant Cugat (indefinido) Sant Cugat del Vallès, Barcelona	Inscríbete
	Segundo/a Encargado/a Women'Secret Tarragona (interinidad) Tarragona, Tarragona	Inscríbete

Tendam, por ejemplo, con el Panel de Empleo de Talent Clue, cuida su branding y ofrece una mejor experiencia de candidato. Además, ha mejorado su productividad y evita perder CVs entre sus bandejas de correo electrónico, gracias a que **Talent Clue unifica las candidaturas de todas las fuentes**, del Panel de Empleo, MyApp y de Redes Sociales en el mismo lugar y base de datos.

Requisitos de tu panel de empleo

- » No cometas el error de crear un listado poco atractivo para los candidatos
- » Ofrece la información indispensable sobre el puesto en un sólo vistazo: cargo, ciudad y experiencia necesaria
- » Debes asegurarte de que es una sección fácil de encontrar para los usuarios, lo ideal sería que tuvieran un acceso directo desde tu página de empleo
- » Si la lista de ofertas es extensa, deberías ofrecer a los profesionales una forma de filtrar o buscar por palabras clave

ENCUENTRA LA POSICIÓN QUE TE INTERESA

Buscar	Q	Provincia	▼	Departamento	▼
64 ofertas encontradas					
	Area Manager China AQTS5986 Barcelona Disciplina: Ventas Sector: Industrial y metalurgia				Inscríbete
	Plant Controller AQTS5983 Barcelona Disciplina: Finanzas Sector: Gran consumo				Inscríbete
	Diretor Comercial - AQES-B10259 Sao Paulo Disciplina: Ventas Sector: Industrial y metalurgia				Inscríbete
	Tècnic de Sistemes (Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya) AQTS5985 Barcelona Disciplina: TIC Sector: Logística, transporte y comercio				Inscríbete
	Sales Analyst AQTS5981 Barcelona Disciplina: Ventas Sector: Gran consumo				Inscríbete
	ECOMMERCE COORDINATOR. AQTS5982 Disciplina: Operaciones				Inscríbete

TU PÁGINA DE OFERTA

La [página de la oferta](#) es una **landing page** donde tienes que **capturar al candidato potencial y convertirlo en candidato inscrito**. Además, debes tener en cuenta la experiencia de usuario y el SEO a la hora de desarrollarla.

¿Qué es una landing page?

Es una página web de aterrizaje que te permite capturar información de tus visitantes a través de un formulario. Es un concepto de marketing online, que en el caso de reclutamiento equivaldría a una página de oferta de empleo o cualquiera en la que el candidato deje una información.

Lo más importante es que el profesional tenga acceso a **toda la información** que necesita para tomar una decisión respecto al puesto:

- » Descripción detallada de la empresa
- » Responsabilidades y descripción del puesto
- » Requisitos: estudios, habilidades, etc.
- » Horario
- » Tipo de contrato
- » Localización
- » Proyección de futuro

Con estos datos será capaz de decidir si quiere presentarse como candidato. Tu misión aquí es ponerle las cosas fáciles. La llamada a la acción debe ser clara y el [formulario de captura de sus datos](#) debe ser fácil de usar, corto y debe permitirle adjuntar su currículum o incluso inscribirse con un perfil profesional como LinkedIn.

La [forma de redactar la oferta](#) debe **reflejar tu imagen de marca**, debe ser atractiva e incluir imágenes y vídeos para lograr que el candidato se muera de ganas de dejarte sus datos para que le llames. El contenido audiovisual funciona muy bien en las ofertas, ¡así que no olvides incluirlo en tu estrategia!

También puedes añadir botones para compartir la oferta en Redes Sociales o a través de otras herramientas como WhatsApp. Te ayudará a llegar a más talento.

Es un buen lugar en el que seguir mostrando tu cultura de empresa a través de esas imágenes, vídeos y testimoniales que ya te hemos ayudado a recopilar y crear.

3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL

Würth es un ejemplo de empresa que realiza muy buenas ofertas de empleo, donde no solo comparte contenido multimedia sino que también añade un apartado de testimoniales para reforzar su marca empleadora y permite autocompletar el perfil con MyApp para tener una experiencia de candidato excelente.



¿Qué te ha aportado estar con nosotros?

- Me he llevado varias sorpresas muy positivas, como la calidad humana de los integrantes que he conocido de la estructura de la empresa, así como el compañerismo que existe entre los vendedores.
- Se han cumplido con creces mis expectativas, ya que yo lo que buscaba era una empresa seria, donde pudiera desarrollarme como profesional en el mundo de las ventas, con perspectivas de futuro a largo plazo y con progresión remunerativa.
- Es una gran ayuda para desempeñar el trabajo que Würth nos facilite las herramientas necesarias para ello, como un vehículo propio para visitar clientes, un iPad que usamos a diario, las dietas a la hora de comer y formación, las cuales son necesarias para que en un futuro lleguemos a realizar nuestro trabajo correctamente.
- Desde el primer momento que empecé a tener contacto con la empresa en las entrevistas, firma del contrato, primer día de trabajo, he percibido un muy buen ambiente y absolutamente todos los compañeros con los que he tratado o simplemente coincidido me han tratado genial.
- Han sabido transmitirme la tranquilidad necesaria y el apoyo suficiente para que confiemos en el proyecto, sintiéndonos importantes y vernos formando parte de una gran familia.
- El método de trabajo de los Vendedores en esta empresa proporciona la ventaja de no crearte tu propio techo, y ser capaz de ascender profesionalmente, y de establecer tus propios límites y metas según tu propio criterio. De esta forma se plantean nuevos retos constantemente, y ayuda a evitar la monotonía en el puesto.

¿Ya tienes perfil en b4work?

[Autocompletar con b4work](#)

[Inscríbete manualmente](#)

Ubicación: (España)

Contrato: Temporal

Sector: Logística, transporte y comercio

[Mira el resto de nuestras ofertas](#)



DESCUBRE CÓMO MEJORAR TU EMPLOYER BRANDING ONLINE

Talent Clue te ayuda a tener un Career Site preparado para atraer al mejor talento y convertirlo en candidato activo. Un asesor experto en RRHH te lo cuenta en 20 minutos en una Asesoría.

[PIDE TU ASESORÍA GRATUITA](#)

3.3 LA EXPERIENCIA DEL CANDIDATO

Si crees que el Employer Branding acaba con la atracción de talento estás muy equivocado. La puesta en marcha de todo el proceso de selección afectará para bien o para mal a tu marca como empleador.

- » En este webinar te contamos [cómo debe ser una Estrategia de Reclutamiento centrada en el candidato](#).
- » En esta [Guía sobre Experiencia de Candidato](#) te contamos lo mismo, por si prefieres leer.

Puedes realizar todas las campañas de comunicación que quieras, nada cambiará la opinión que un profesional se ha formado de tu empresa después de tener contacto directo con el equipo de Recursos Humanos o incluso con las herramientas que utilizas para gestionar sus inscripciones y datos.

La fidelización consiste en **lograr que el candidato te elija a ti, a tu empresa y a tus ofertas**, y pasa por aumentar el engagement del talento con tus procesos de selección, con la intención de que quiera seguir formando parte de ellos, aplicar a nuevas vacantes y recomendarte a sus conocidos y amigos. ¿Cómo se consigue? Poniendo al **candidato totalmente en el centro** del proceso de selección (desde la inscripción hasta la contratación), es decir convirtiendo la experiencia en algo no sólo agradable sino memorable y recomendable.

LO QUE DEBES EVITAR: ASPECTOS QUE AHUYENTAN AL TALENTO

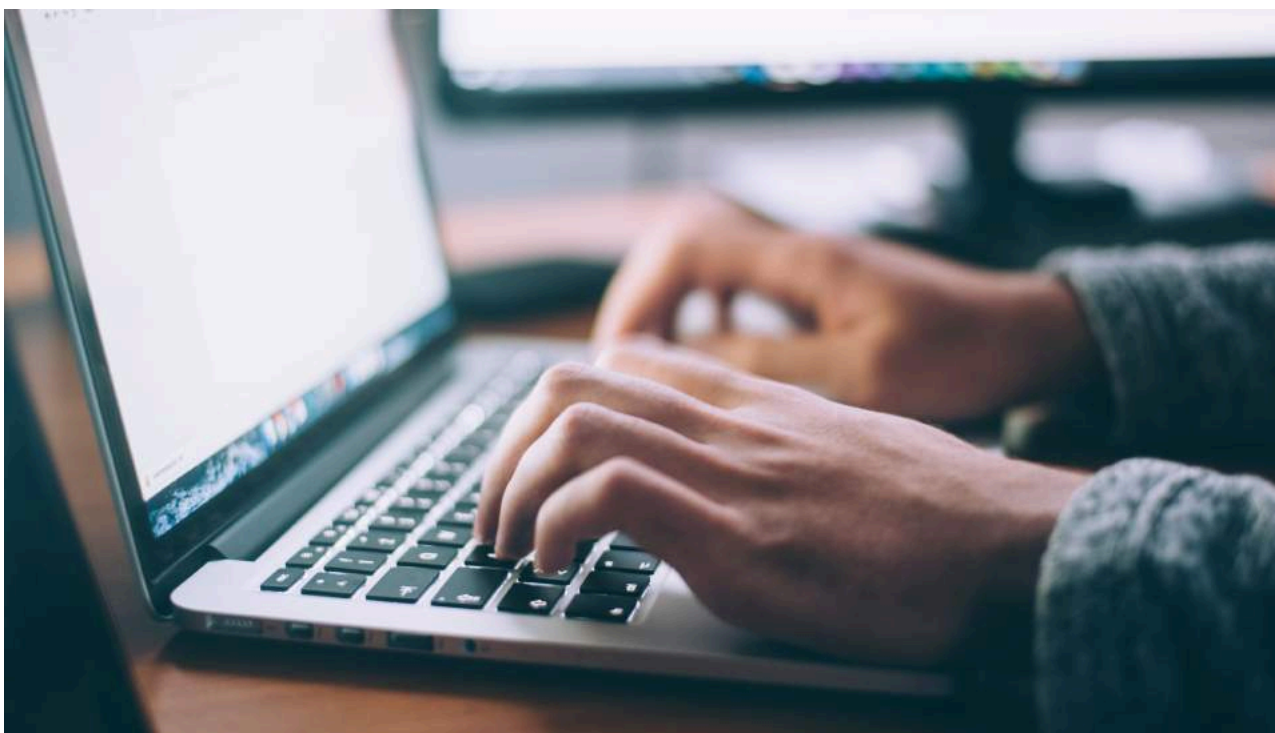
Experiencia de inscripción dispersa y difícil

Muchas empresas suelen cometer errores que afectan a la experiencia del candidato, por ejemplo publicar las ofertas en varios portales sin tener en cuenta que los formatos y las *killer questions* que hay en cada uno de los portales, hacen que las vacantes no sean homogéneas. Muchas veces, quedan ofertas abiertas, porque se quedan publicadas y, aunque en realidad ya están cerradas y cubiertas, el candidato tiene la sensación de que o son empresas fantasmas o se sienten desatendidos, porque los recruiters no les contestan nunca.

Además, los formularios suelen ser difíciles de usar y larguísimos. Por ejemplo, según [Between Tech](#), perdían muchos candidatos por el camino, porque dependían de la ASP de InfoJobs. Los candidatos tenían que inscribirse primero al portal, rellenar el formulario podía tomarles 45 minutos. No era un formulario usable ni agradable, tenía muchos campos y no era adaptable a dispositivos móviles. La mortandad de estos formularios es elevadísima, por su complejidad, así que **los candidatos muchas veces no se inscriben** porque ven ese formulario infinito o lo dejan a medias.

Candidatos a ciegas en todo el proceso

En muchas ocasiones, los reclutadores no tienen la posibilidad de **configurar mensajes automáticos para los candidatos** en los portales de forma que, en el mejor de los casos, si quieren comunicarse con ellos, tienen que hacerlo manualmente. En el peor de los casos, la comunicación es nula. Los candidatos, para resolver sus dudas, terminan llamando a la oficina o enviando correos al RRHH porque no saben en qué estado está su candidatura. La sensación de los profesionales que se inscriben a las ofertas de esta forma es de **disgusto y de estar desatendidos**, con lo cual la probabilidad de volver a inscribirse en un futuro o de recomendar la empresa a sus contactos es bastante baja.

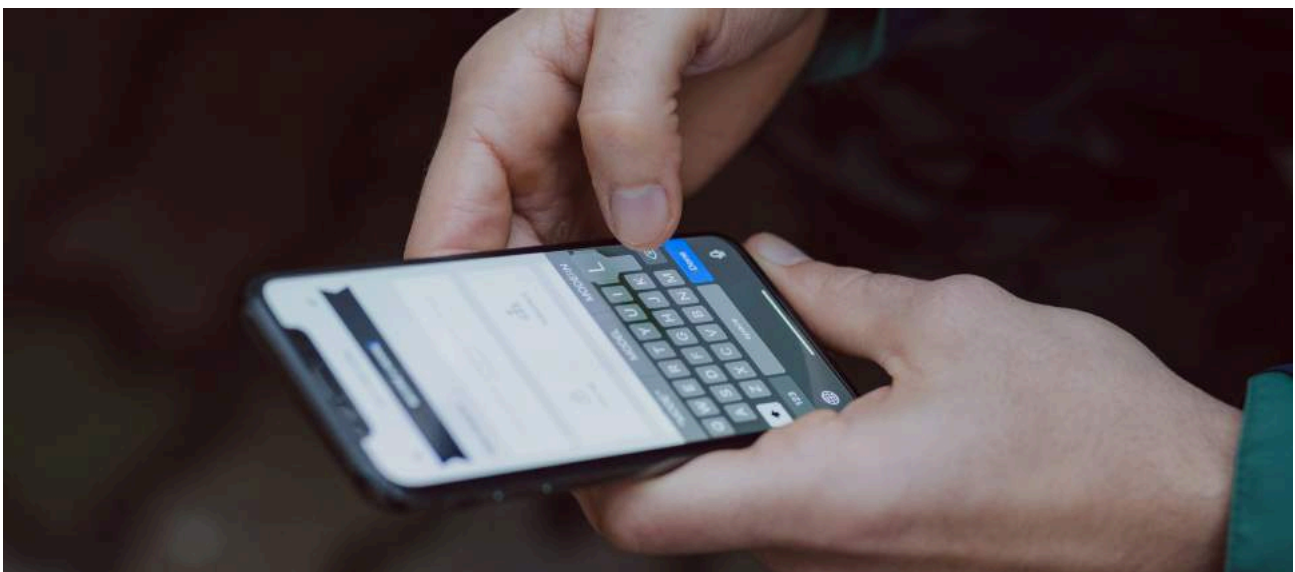


LO QUE TIENES QUE HACER PARA UNA EXPERIENCIA DE CANDIDATO MEMORABLE

La diferencia entre un candidato enamorado de tu marca de empleador y un candidato descontento es que el primero habla bien de ti e incluso puede referirte a otros candidatos; el segundo habla mal de ti y nunca te recomendará. Debes enfocarte en que todos los profesionales sean del primer tipo y en convertir a los de la segunda clase a la primera, pase lo que pase y cueste lo que cueste. La forma de **convertir a un candidato indiferente o descontento en uno encantado es la experiencia** que vivirá durante el proceso de selección con tu empresa.

La mayoría de procesos de selección, desde la perspectiva del talento, son iguales. Marca la diferencia, **desmárcate del resto** y ofrece a tus candidatos una experiencia memorable, aunque al final les descartes. No pienses que hacen falta fuegos de artificio y grandes aspavientos para lograrlo, simplemente con estos trucos y pequeñas mejoras ya tendrás mucho ganado.

Cada día que pasa, **el reclutamiento móvil cobra más importancia** en la estrategia de atracción de talento de las empresas, sean del sector que sean. Inscribirse de forma rápida y sencilla a las ofertas, estar informado del avance en el proceso de selección, conectar con las empresas y reclutadores, ... esta es la experiencia que esperan los candidatos hoy en día en un proceso de selección.



Facilita el proceso de inscripción

Inscribirse en una oferta de empleo puede parecer lo más sencillo del mundo pero lo cierto es que se puede complicar. **El 48% de los profesionales no aplica a una oportunidad laboral por culpa de los largos formularios** y requerimientos.

Si tu proceso de inscripción es demasiado complejo puedes perder hasta la mitad del talento que tanto te ha costado atraer. Eso ya es un drama pero, además, los que se han perdido por el camino se quedarán con un mal sabor de boca porque habrán tenido una mala experiencia relacionada con tu compañía. Y supongo que sabes qué pasaría si ese candidato enfadado explica qué ha pasado, ¿no?

Recuerda que **muchos candidatos buscan empleo desde el móvil**. ¿Por qué no permites que importen sus datos de LinkedIn u otras plataformas? Ponles las cosas fáciles y sentirán que te preocupas por ellos.

Disponer de una App de empleo personalizada

El 45% de los candidatos que buscan empleo usan el móvil al menos una vez al día específicamente para buscar trabajo. Es por ello que disponer de una app personalizada te va a permitir atraer talento directamente a tu marca empleadora, cuidando de la experiencia de tus candidatos. Algunos de sus beneficios son:

1. **Potenciar el impacto** de tu marca empleadora para atraer talento: Hemos comprobado que añadiendo tu canal App a la página de empleo y redes sociales, el volumen de inscritos a las ofertas se multiplica entre 2-4 veces.
Además, permite agregar **contenido multimedia en las ofertas** para darle un fuerte impulso a tu discurso y reforzar las inscripciones.
2. **Mejorar la experiencia** y el contacto con los candidatos, multiplicando por 4 sus actualizaciones del perfil y triplicando también su apertura de las notificaciones.
3. **Aumentar el tráfico a las ofertas** y la media de inscripciones por candidato. ¿Imaginas poder invitar a los candidatos de tu Base de Talento que mejor encajan en tu nueva posición directamente en su móvil? Ya puedes hacerlo. Los candidatos recibirán una notificación push y podrán inscribirse mediante la app móvil.

Formularios *user friendly* como los de Talent Clue



Debes dejar atrás los formularios de InfoJobs y otros portales y recuperar el control sobre la experiencia de inscripción de tus candidatos: facilítala gracias a ofrecer la opción, por un lado, de aplicar a las ofertas a través de Indeed, LinkedIn y MyApp, además de **simplificar los formularios**. Los formularios de Talent Clue son cortos, cómodos de rellenar, tienen los campos justos y necesarios y son responsive. El candidato puede aplicar de la forma que mejor le convenga, desde el ordenador o desde el móvil, porque están totalmente optimizados.

Comunícate con los candidatos en todo momento

¿Cuántas veces te has inscrito a una oferta super interesante y nunca más recibiste noticias? Seguramente muchas. ¿Y cómo te hizo sentir eso? Enfadado/a o frustrado/a, ¿verdad? Eso es justo lo que debes **evitar** en tus procesos de selección. Conocemos casos de candidatos que se inscribieron a una oferta y, años después, no saben nada respecto a si fueron descartados.

Por eso **es importante que informes a todos los candidatos durante todo el proceso**.

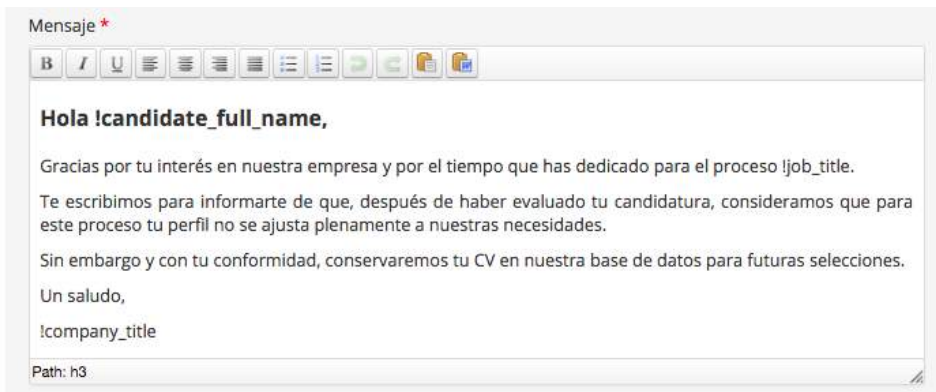
Tienes que darles la bienvenida, explicar cómo será el funcionamiento y comunicar en qué punto del proceso se encuentran. De esta forma, aunque no sean seleccionados, se sentirán valorados por tu empresa; lo que mejorará tu Employer Branding y facilitará tus futuros procesos de selección.

Con todo el esfuerzo que haces para atraer candidatos, una vez consigues tenerlos “en tu poder”, ¿qué haces? Probablemente no tengas tiempo de escribir uno a uno explicándole cómo será el proceso de selección, por lo que es clave que puedas automatizar las comunicaciones con los candidatos. Así, ellos se sentirán cuidados durante el proceso y tu podrás optimizar tu tiempo de trabajo.

» ¿Qué deberías hacer?

Darles respuesta casi instantáneamente, porque necesitan que alguien les diga qué está pasando con su candidatura. Somos conscientes de que no puedes hacerlo manualmente, así que vamos a contarte cómo con Talent Clue podrías diseñar un **proceso de comunicaciones y activarlo de forma automática**: desde dar la bienvenida a los candidatos a cada proceso, explicarle cómo va a ser y agradecerle el interés en su compañía, hasta comunicarle cada cambio de fase y explicarle en qué consiste (En proceso, Finalista, Descartado...).

3. CÓMO CONSTRUIR Y PERFECCIONAR CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL



» ¿Por qué?

Estamos hablando de fidelizar al talento: puede ser que el candidato esté en varios procesos a la vez, y es esencial **mantenerle enganchado** al nuestro, e informarle de todo y aumentar su interés marcará la diferencia entre nosotros y la competencia, y hará que siempre nos tenga antes en mente a nosotros que al resto.

Quizá el punto más delicado es el momento de comunicar el descarte: si lo descartas, tienes que comunicárselo de la mejor forma para **conseguir que en un futuro siga aplicando a tus ofertas**. Porque puede ser que para la actual hayas elegido a otro candidato, pero eso no significa que el que quedó segundo no sea válido, y en un futuro puedes llegar a necesitarle.

En Talent Clue podrías hacerlo sin necesitar otras herramientas de comunicación ni marketing: gestionándolo todo desde Talent Clue, de forma automática y personalizada. Podrás enviar una notificación push al móvil para aquellos usuarios de la App o un mensaje desde la dirección de correo del responsable del proceso, y no desde un email genérico tipo info@ o contacto@.

Esto le dará al candidato una persona real con la que podrá hablar y establecer comunicación: **el proceso no es tan frío, es más humano**. Si antes recibías emails de dudas y preguntas, ahora los recibirás para felicitarte y agradecerte que comuniques los descartes y cierres de los procesos, y seguro que te expresarán su interés de formar parte de tu empresa en un futuro. Esta es la mejor definición de fidelización de candidatos.

HAZ QUE TUS CANDIDATOS VIVAN UNA EXPERIENCIA MEMORABLE

Mejora tu proceso de selección y pon al candidato en el centro con Talent Clue. Usa formularios responsive y comunícate con ellos en tiempo real y de forma personalizada.

¡TE LO CONTAMOS EN UNA ASESORÍA!



**Los Beneficios de perfeccionar
tu Employer Branding Digital**

4. LOS BENEFICIOS DE PERFECCIONAR TU EMPLOYER BRANDING DIGITAL

Las mejores marcas ya llevan un tiempo preparando sus estrategias de Employer Branding y los elementos que las conforman tienen una gran calidad y una enorme potencia para atraer talento. Probablemente si estás leyendo esto es porque estás en proceso de implementar todas estas mejoras: nuestro consejo es que no lo dejes atrás y que, si te hace falta ayuda, te pongas en contacto con uno de nuestros consultores enviando un email a consultant@talentclue.com: analizaremos el estado de tu Employer Branding y te propondremos una solución para mejorar tu estrategia y atraer talento con Talent Clue. Si lo prefieres, puedes [pedir una Asesoría gratuita](#) directamente y te contactaremos para reunirnos online.

Hagamos un repaso por los beneficios de un Employer Branding Digital excelente.

ATRAER Y CONVENCER AL TALENTO

Una buena construcción y alineación de todos los elementos de tu Estrategia de Employer Branding permitirán a tu marca hablar por sí sola, **conectar con el talento** y lograr que los candidatos se interesen por ti como compañía y por tus ofertas de empleo como opción para desarrollar su carrera. Te será mucho más fácil lograr que los candidatos pasivos, que ya están trabajando, quieran escuchar tu oferta e incluso se planteen abandonar su trabajo actual. ¿Por qué? Porque el **puesto que les ofreces les parecerá el ideal** para hacer un cambio como ese.

Muchas veces es difícil lograr que los mejores candidatos te atiendan al teléfono, te acepten en LinkedIn o te contesten a un mail. No es lo mismo recibir una invitación de una empresa sin más, sin posible proyección y poco interesante, que recibir una oferta de una empresa innovadora, que cuida al talento y que le ayuda a desarrollarse profesionalmente en un ambiente de trabajo ideal. Eso es Employer Branding.

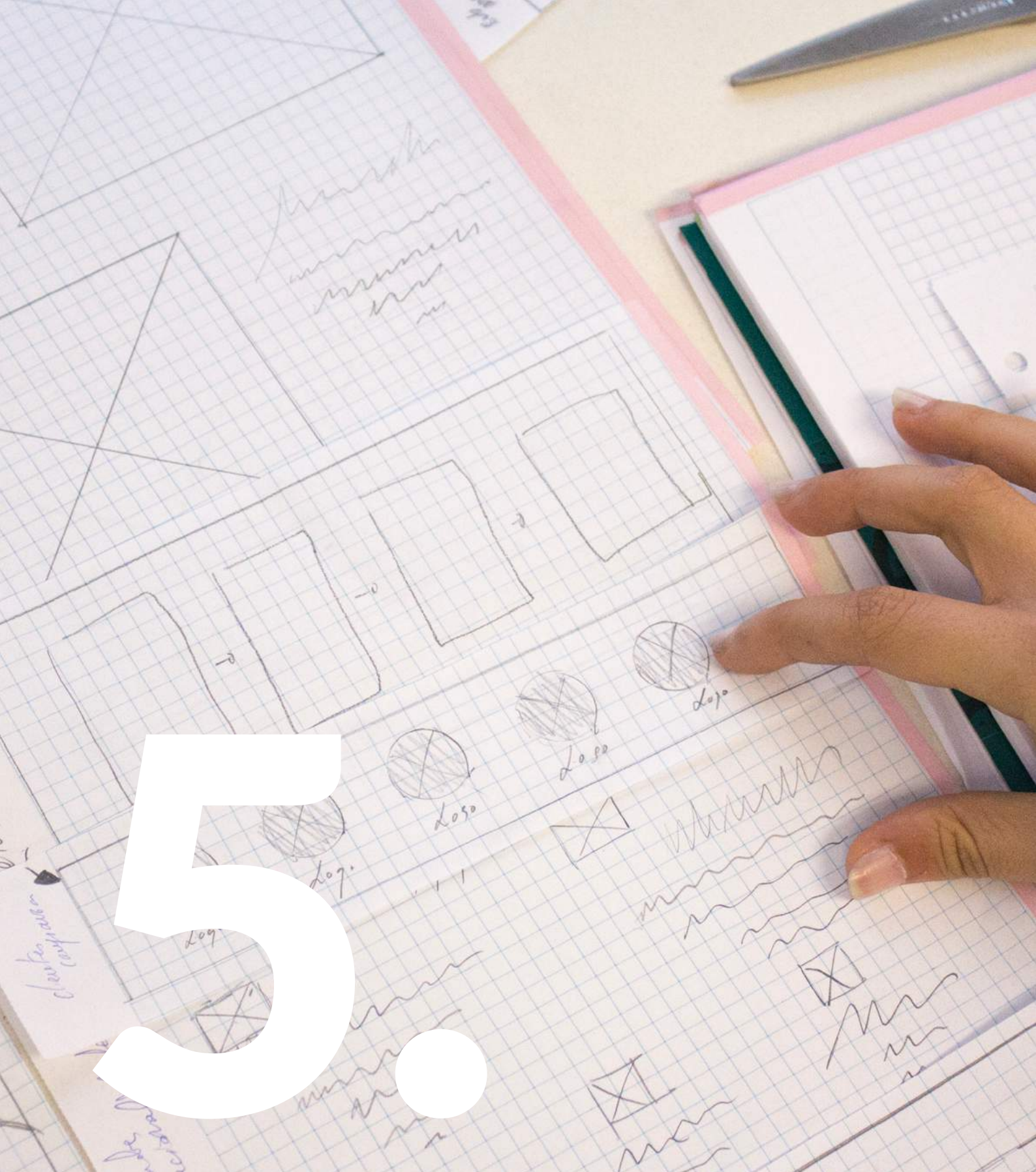
REDUCIR COSTES Y TIEMPO

Si tienes un engranaje que casi funciona solo y que no requiere inyecciones enormes de dinero (más allá del coste de generar todo el material), como es el Employer Branding, irás generando base de datos de forma más o menos continua, de forma que muchos de los candidatos que ahora sólo consigues pagando en portales de empleo o con anuncios en redes sociales **prácticamente vengan de forma orgánica**, atraídos por la imagen de tu marca. Esto implica que podrás dejar de publicar o reducir el gasto en portales, y que necesitarás realizar menor esfuerzo en tiempo para conseguir y atraer candidatos.

FIDELIZAR Y MOTIVAR A LOS CANDIDATOS Y EMPLEADOS

Atraer talento es esencial, pero el esfuerzo no acaba ahí: tienes que lograr que el candidato viva una experiencia excepcional, para mantenerlo enganchado desde el principio y que esté pendiente durante todo el proceso de selección. Y no sólo eso, sino que, pase lo que pase y aunque lo descartes, debes hacerlo de forma que no pierda las ganas de volver a inscribirse a tus ofertas porque, al final, ama tu marca de empleador. Esto te facilitará la creación de una **base de datos de candidatos fieles**, con los que puedas contar para futuras ofertas.

El Employer Branding te ayuda a fidelizar tus candidatos, a mantenerlos motivados y a lograr que el [onboarding o proceso de bienvenida](#) en caso de contratarles sea ideal para mantener su emoción hasta el final. Si están encantados contigo desde que son tus candidatos, **estarán más motivados**, creerán más en el proyecto y trabajarán más a gusto. Por no decir que, probablemente, el cultural fit se á más fácil y duradero, con lo cual reducirás la rotación.



5.

Herramientas de apoyo al
Employer Branding Digital y al
Reclutamiento

Una estrategia de Employer Branding Digital **requiere herramientas que te permitan gestionar todos los elementos** que influyen en él, como tu Página de Empleo con su Panel de Empleo, la publicación de ofertas en Redes Sociales y la experiencia de candidato, con su comunicación automática y personalizada.

Talent Clue es la herramienta que empresas como Pepe Jeans, McDonald's y Würth ya utilizan para mejorar su Employer Branding y para ofrecer a sus candidatos una experiencia excepcional y memorable: es una **solución integral** que incorpora los servicios necesarios para implementar los elementos de una estrategia de Employer Branding, además de agilizar los procesos de selección y contratar al candidato ideal con el menor coste de tiempo y dinero.

TALENT CLUE TE OFRECE ESTAS (ENTRE OTRAS) OPCIONES PARA TENER UN EMPLOYER BRANDING DIGITAL DE 10:

- » Página de Empleo optimizada con un Panel de Empleo estelar
- » MyApp, tu propia app de empleo personalizada
- » Formularios cortos, cómodos y responsive para inscribirse en un minuto
- » Comunicación con todos los candidatos en tiempo real y sin mover un dedo
- » Automatización de la publicación de ofertas en Redes Sociales
- » Mejora y optimización de tu Employer Branding Digital

Si te interesa nuestra solución, ponte en contacto con nuestro equipo de Consultores para [concertar una reunión online](#) donde te contarán exactamente cómo **mejorar tu Employer Branding Digital con Talent Clue**.

CONTACTA CON NOSOTROS

Y TE AYUDAREMOS A MEJORAR TU EMPLOYER BRANDING

CONTACTO

Ignasi Jornet

Employer Branding Specialist y Director Comercial

LinkedIn de Ignasi
ijornet@talentclue.com

Talent Clue 

www.talentclue.com

info@talentclue.com

902 559 712



¡Comparte esta Guía y Síguenos!