

CÓMO USAN LOS DEPARTAMENTOS DE RRHH LAS REDES SOCIALES

Investigación 2017

#RRHHRRSS

Mario López Guerrero

ESTA INVESTIGACIÓN

Objetivo: conocer el uso de las redes sociales por parte de los departamentos de RRHH

Ámbito: España

Tipo: encuesta online. Cuestionario estructurado en 10 preguntas.

Muestra: 100 profesionales de departamentos de RRHH de grandes empresas, empresas medianas y pequeñas empresas.

Grupo de control: consultores de RRHH.

USO GENERAL DE LAS REDES SOCIALES

¿Para qué utilizan más las redes sociales los departamentos de RRHH: selección, formación, marketing...?

#RRHHRRSS

Mario López Guerrero



EL USO MÁS FRECUENTE ES PARA MARKETING

El **marketing** y la generación de **marca personal** son los usos más extendidos.

A continuación estarían los procesos de selección, para la publicación de **ofertas** y el **reclutamiento**. Y finalmente, el uso para la **comuniación** y **formación**.



TIPO DE EMPRESA

GRAN EMPRESA

Más de 100
trabajadores/as.

EMPRESA MEDIANA

Entre 30 y 10
trabajadores/as

PEQUEÑAS EMPRESAS

Entre 10 y 30
trabajadores/as

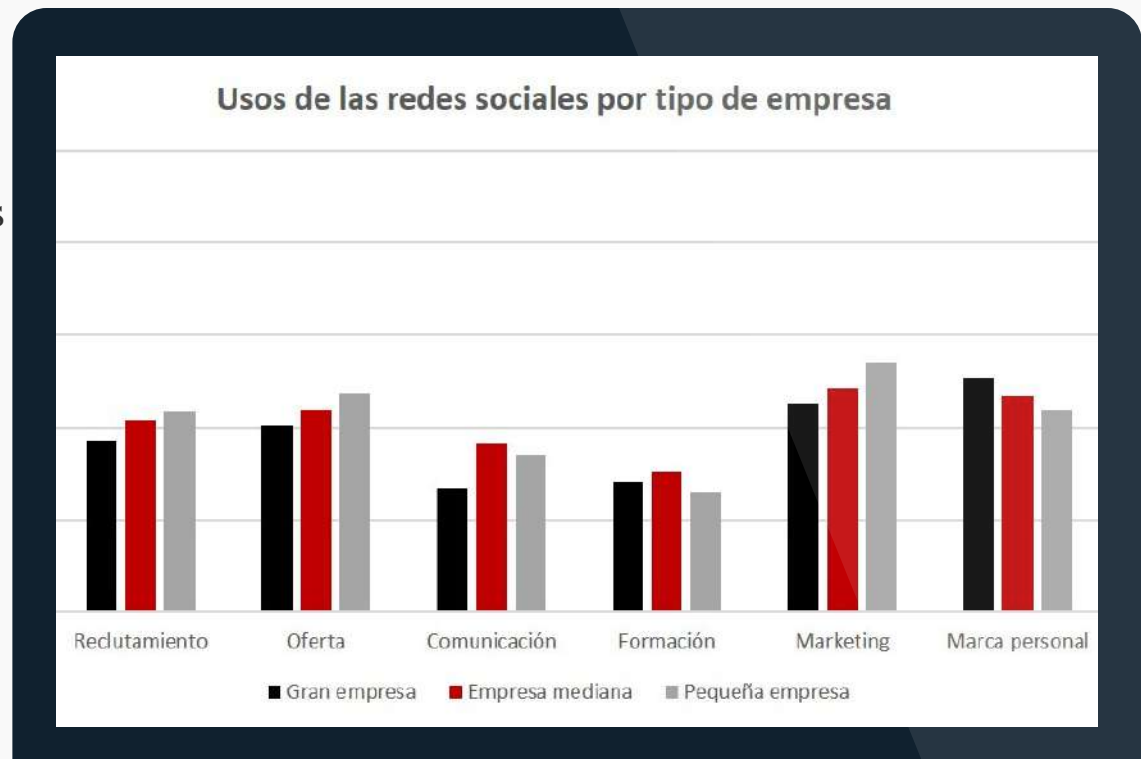
*No se han podido obtener datos representativos de empresas de menos de 10 trabajadores/as, por lo que no aparecerán entre las estadísticas.

DIFERENCIAS SEGÚN EL TIPO DE EMPRESA

Las grandes empresas son las que le dan importancia a la "**marca personal**".

Las medianas empresas son las que más usan las redes para **comunicar y formar**.

Las pequeñas empresas las utilizan para **marketing y selección**.



EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN 3 ÁMBITOS

SELECCIÓN DE
PERSONAL

COMUNICACIÓN Y
FORMACIÓN

MARKETING Y
MARCA PERSONAL



1/ SELECCIÓN DE PERSONAL

-
- Reclutamiento.
 - Publicación de ofertas.
 - Contrastar información
 - RRSS a favor del candidato.
 - RRSS en contra del candidato.

LINKEDIN, EL REY DEL RECLUTAMIENTO

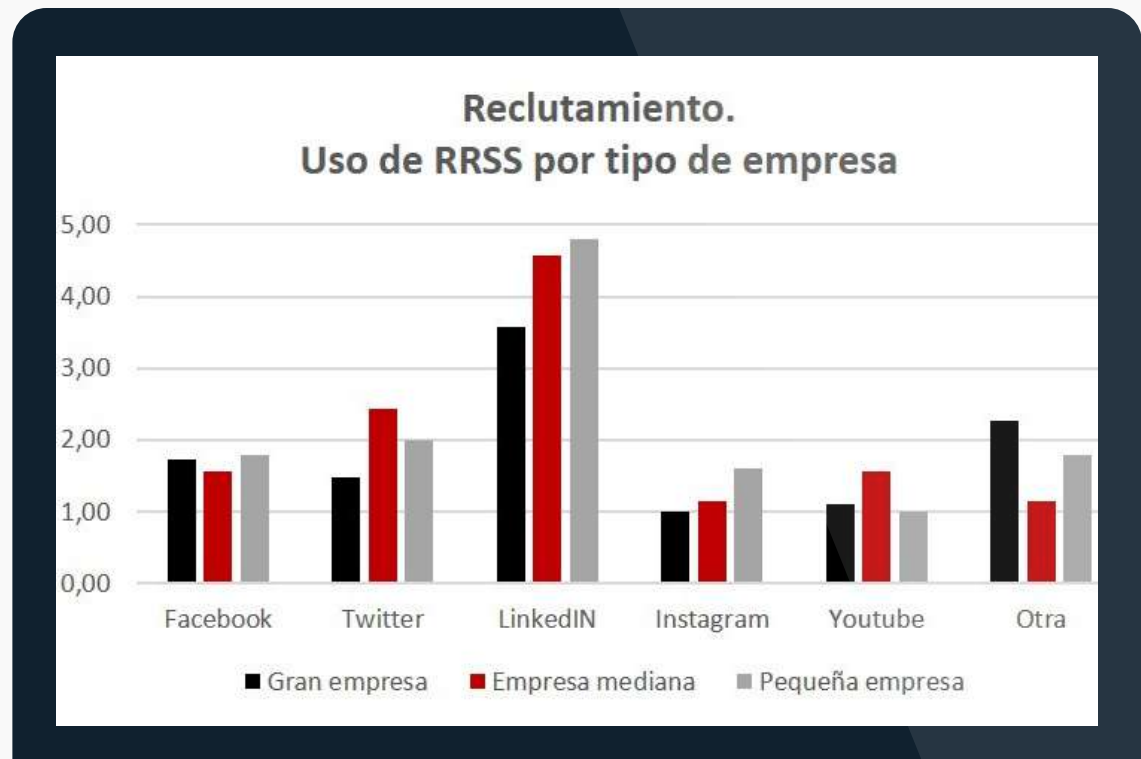
—

¿En qué grado utiliza alguna de estas redes sociales para el reclutamiento de personal previo a un proceso de selección?



LINKEDIN, EL REY DEL RECLUTAMIENTO

LinkedIn es la red más utilizada para el reclutamiento y sobre todo, por parte de las pequeñas empresas. Las medianas también dan importancia a Twitter.



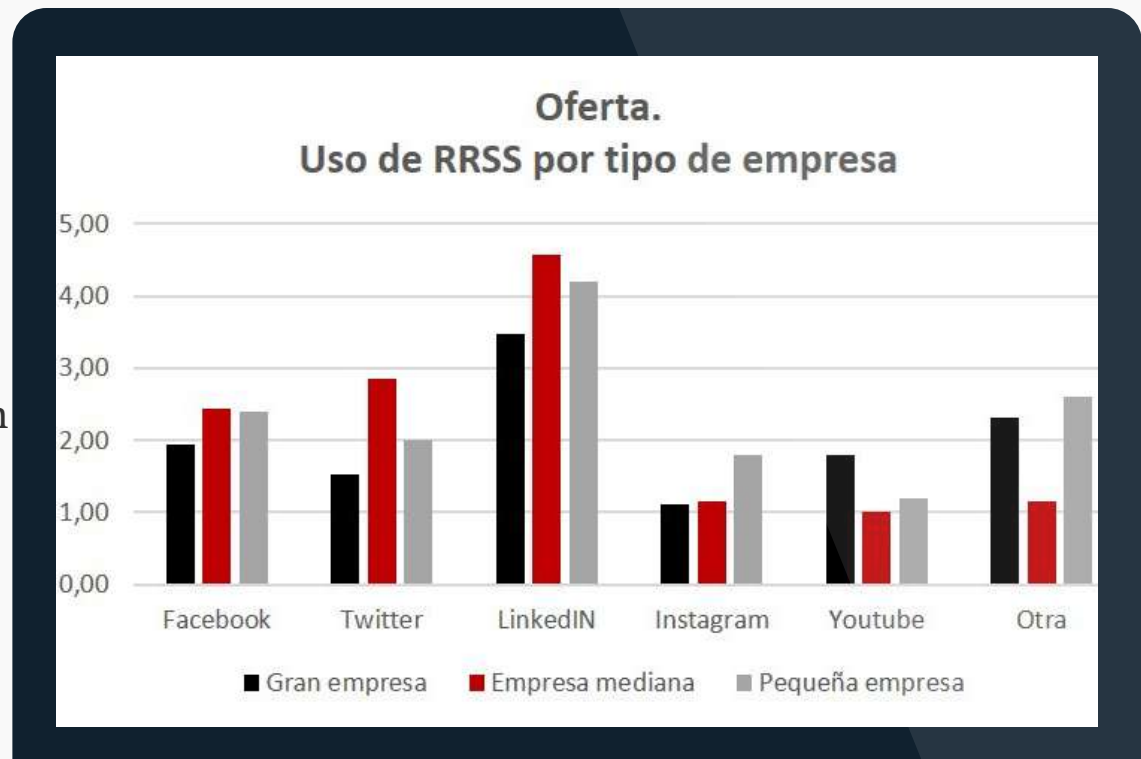
LINKEDIN, EL REY DE LA OFERTA

—
¿En qué grado utiliza alguna de estas redes sociales para ofertar un puesto de trabajo?



LINKEDIN, EL REY DE LA OFERTA

La publicación de ofertas es más utilizada que el reclutamiento previo. Todas las empresas prefieren LinkedIn, pero sobre todo, son las medianas las que utilizan las redes sociales para la publicación de ofertas.



LINKEDIN, EL REY DE LA INFORMACIÓN

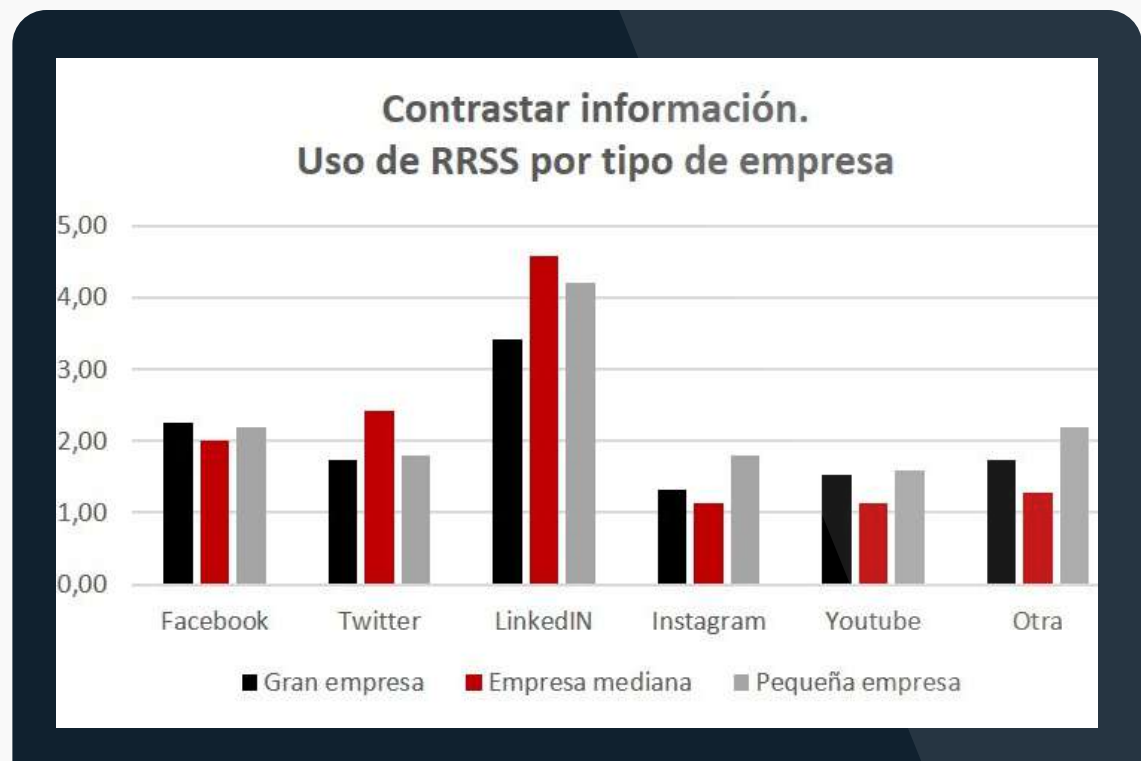
—

¿En qué grado utiliza alguna de estas redes sociales para contrastar la información de los CV o de las entrevistas?



LINKEDIN, EL REY DE LA INFORMACIÓN

LinkedIn también es la red preferida para contrastar la información de los candidatos/as.





LA SELECCIÓN PASA POR LINKEDIN

Tanto el **reclutamiento** como la presentación de **ofertas** y la **validación de la información** se hace a través de **LinkedIn**. Si bien es cierto, que las medianas empresas le dan importancia a **Twitter**.

Otro dato es que las empresas hacen más uso de la ofertas de trabajo que de la investigación previa de candidatos.

EL USO DE LAS REDES SOCIALES

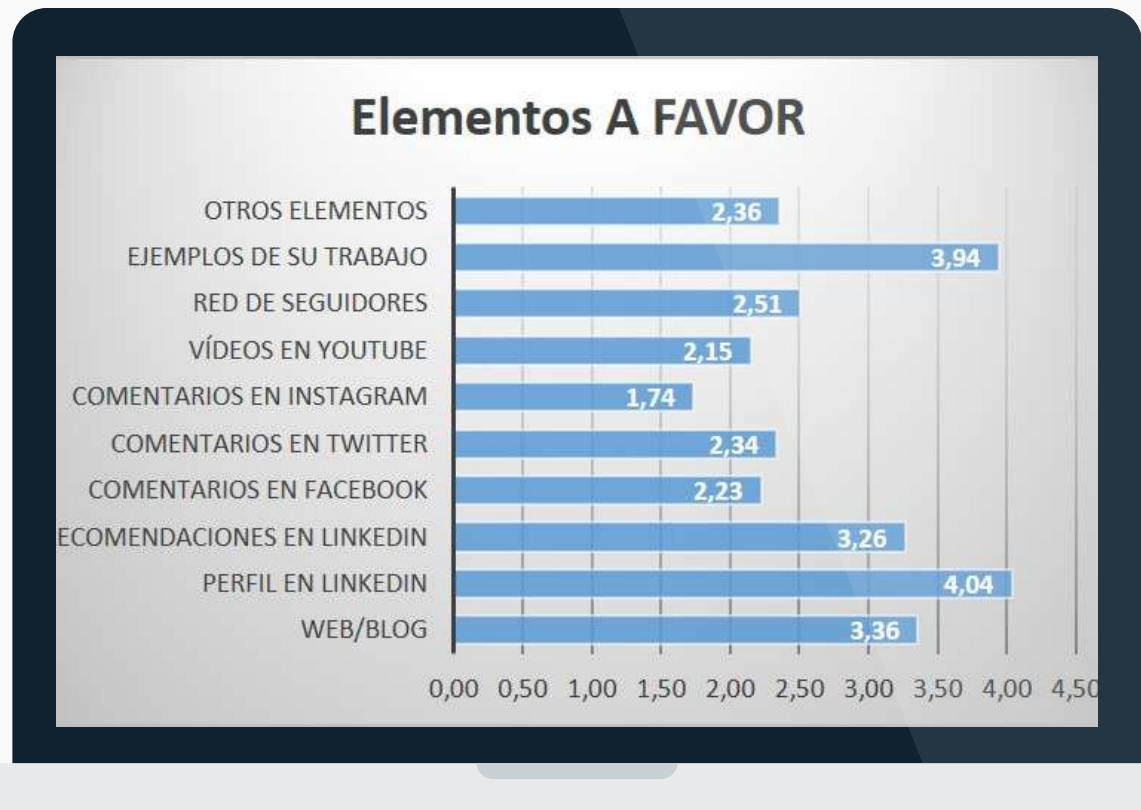
¿Qué favorece la selección y qué genera descartes?



PERFIL ACTUALIZADO EN LINKEDIN

—

¿En qué grado favorecen los siguientes elementos la contratación de una persona por el uso que hace de las redes sociales?





A FAVOR

¿Qué valoran las empresas?

- Perfil actualizado en LinkedIn.
- Ejemplos del trabajo que realiza.
- Web/blog propio.
- Recomendaciones en LinkedIn.

VIOLENCIA, MACHISMO Y DROGAS TE DESCARTAN

—

¿En qué grado perjudican los siguientes elementos la contratación de una persona por el uso que hace de las redes sociales?





EN CONTRA

¿Qué valoran las empresas?

- Comentarios violentos.
- Comentarios machistas.
- Fotos/vídeos con drogas.
- Comentarios negativos sobre otras empresas.



2/ COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN

-
- Comunicación.
 - Formación.

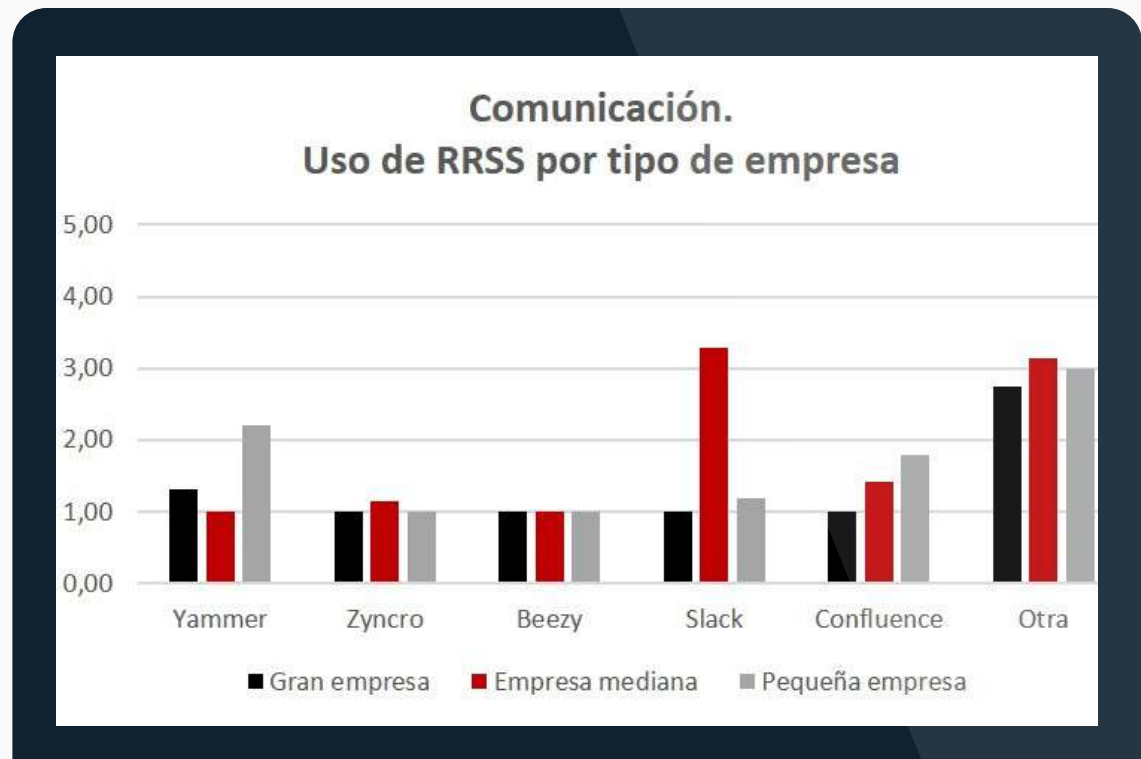
ESCASO USO DE LAS REDES PARA COMUNICARSE

—
¿En qué grado utiliza alguna de estas redes sociales corporativas para comunicación interna?



ESCASO USO DE LAS REDES PARA COMUNICARSE

Es frecuente disponer de una **red corporativa propia**, aunque las medianas empresas destacan en el uso de Slack.



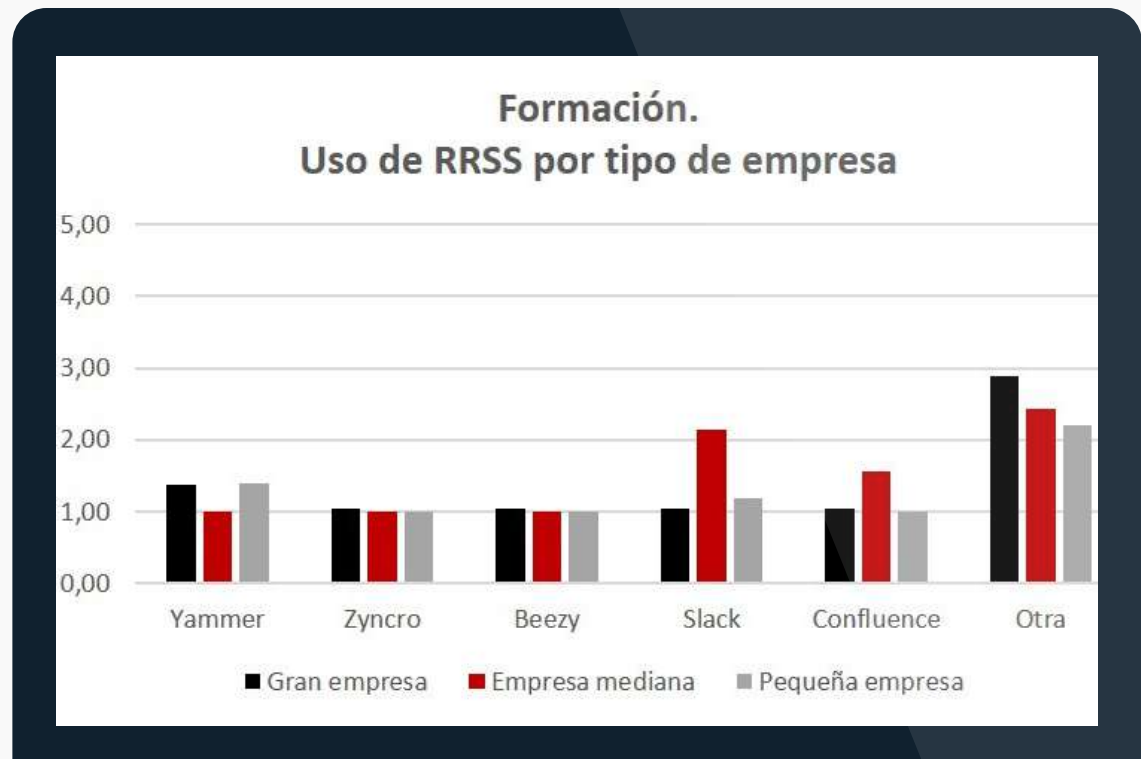
LA FORMACIÓN ESTÁ FUERA DE JUEGO

—
¿En qué grado utiliza alguna de estas redes sociales corporativas para formación interna?



LA FORMACIÓN ESTÁ FUERA DE JUEGO

La formación queda fuera de las redes corporativas.





COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN POR EXPLORAR

Tanto la comunicación como la formación a través de plataformas está a un bajo nivel, por lo que es un espacio que explorar en los próximos años.



3/ MARKETING Y MARCA PERSONAL

-
- Marketing.
 - Marca personal.

PARA DARSE A CONOCER... LINKEDIN

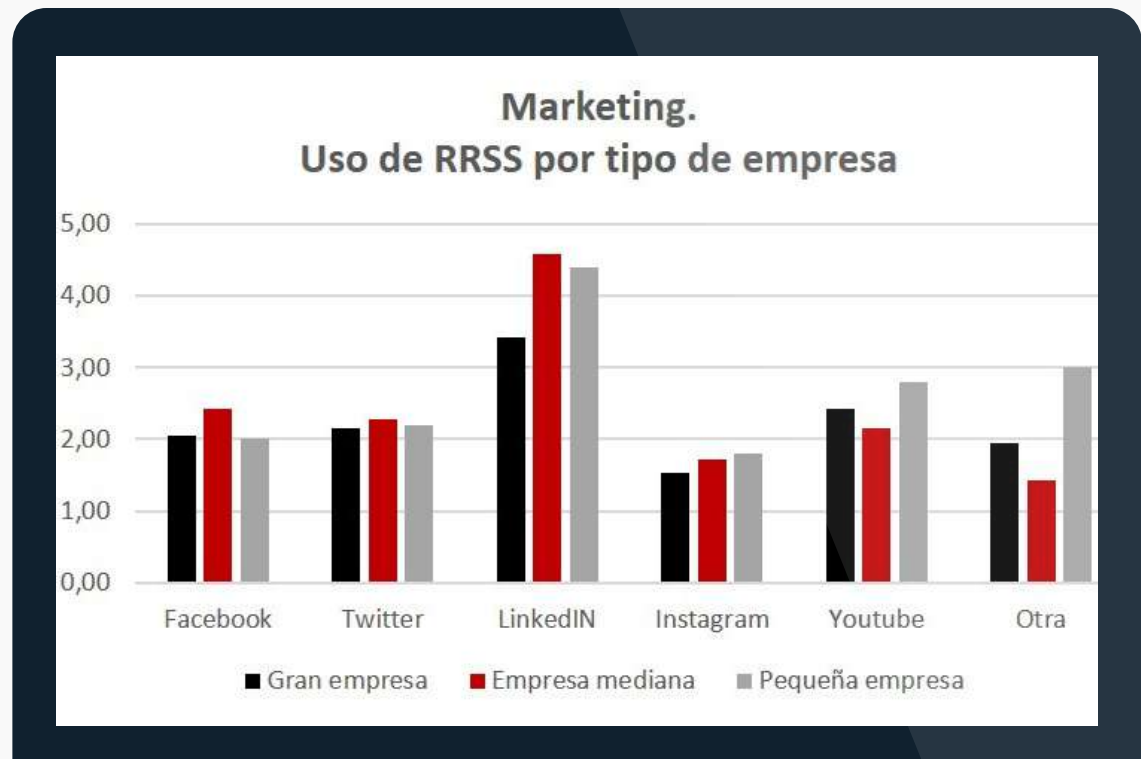
—

¿En qué grado utiliza alguna de estas redes sociales para visualizar lo que la empresa hace en materia de recursos humanos?



PARA DARSE A CONOCER... LINKEDIN

LinkedIn es la red más utilizada para dar a conocer lo que hacen los departamentos de RRHH. Youtube aparece como segunda referencia. Y Facebook y Twitter se utilizan de forma similar.



PARA MARCA PERSONAL... LINKEDIN

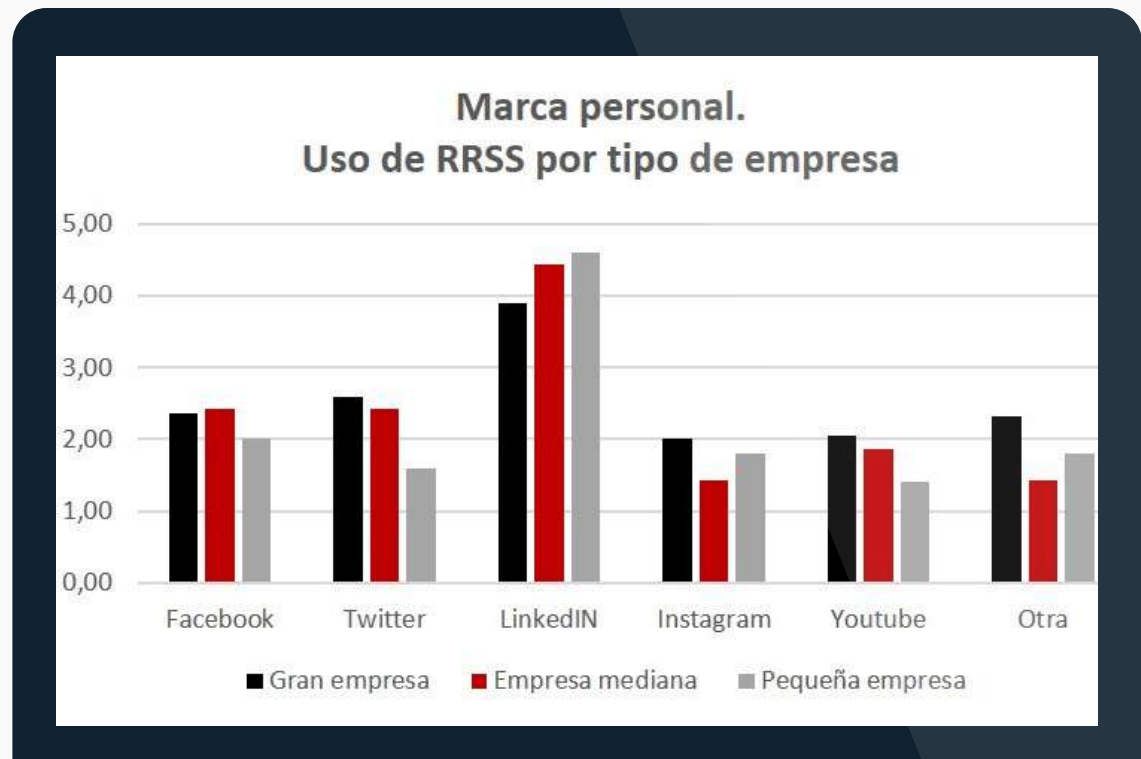
—

¿En qué grado se utiliza alguna de estas redes sociales para generar "marca personal" de los profesionales/directivos de la empresa?



PARA MARCA PERSONAL... LINKEDIN

La Marca Personal tiene una red que es LinkedIn. Las grandes y medianas empresas también le dan uso a Facebook y Twitter.



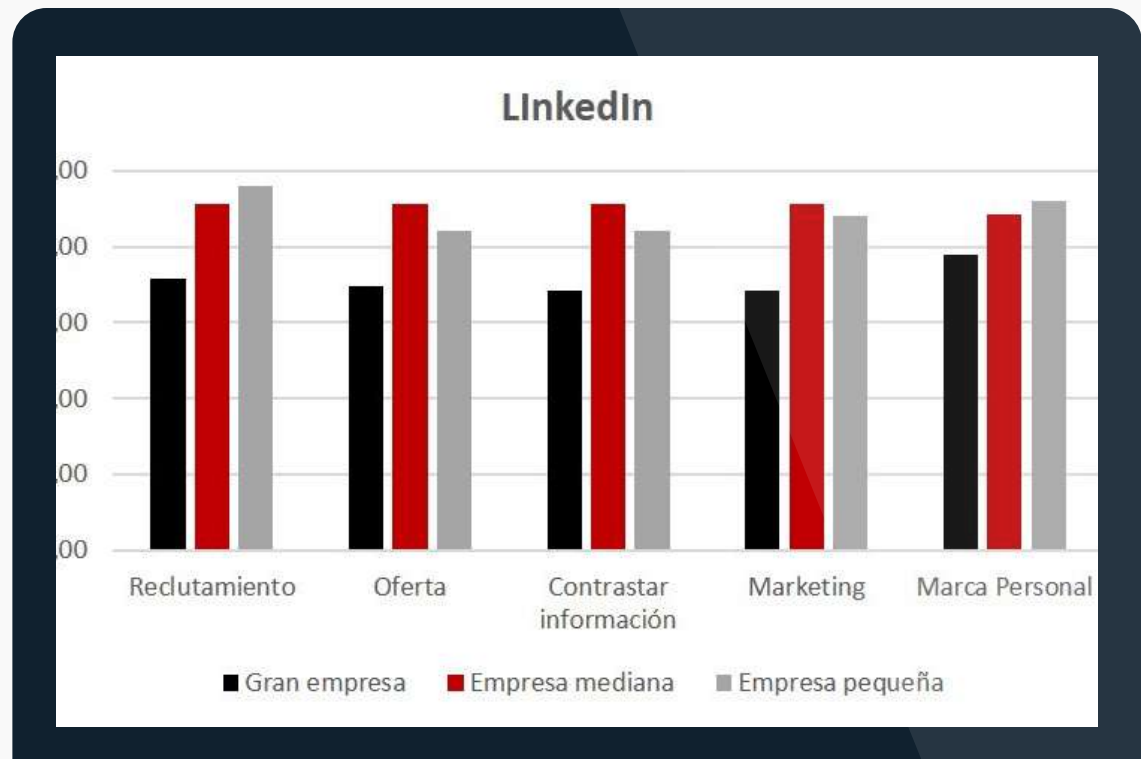
USO DE LAS REDES SOCIALES

La información agrupada por tipo de red social



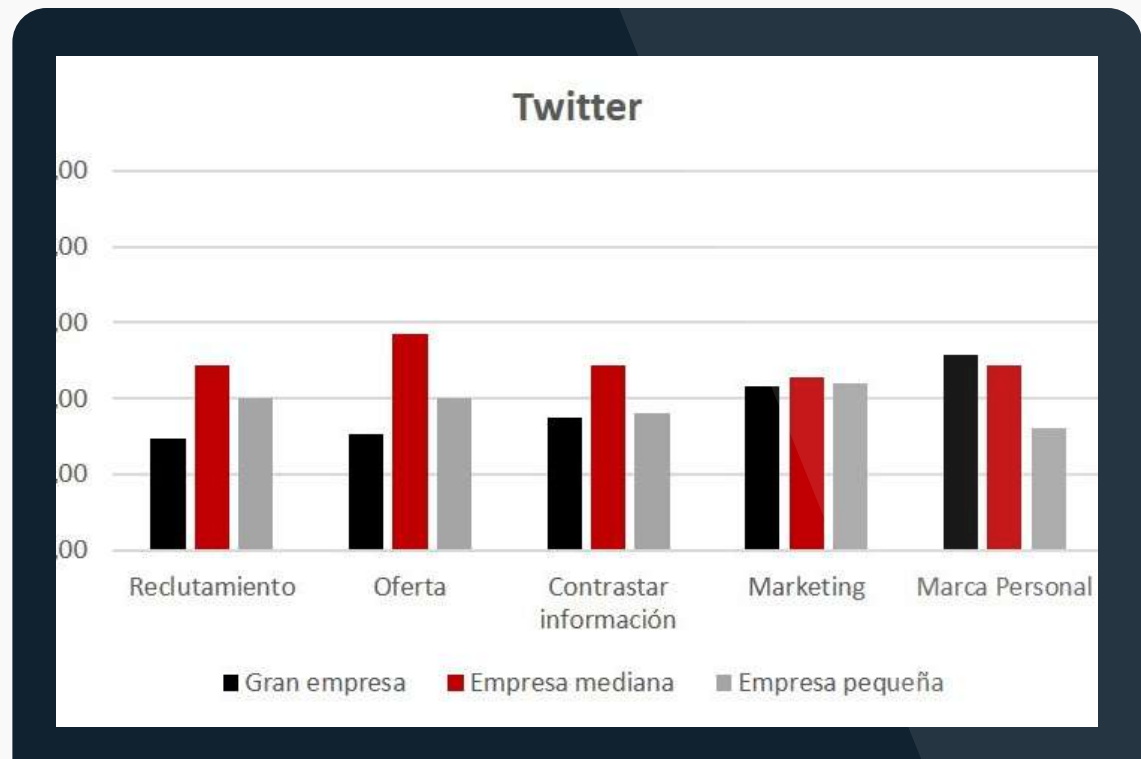
PARA TODO LINKEDIN

Aunque hay un predominio de las pequeñas y medianas empresas, las grandes también utilizan LinkedIn para la selección y el marketing de RRHH.



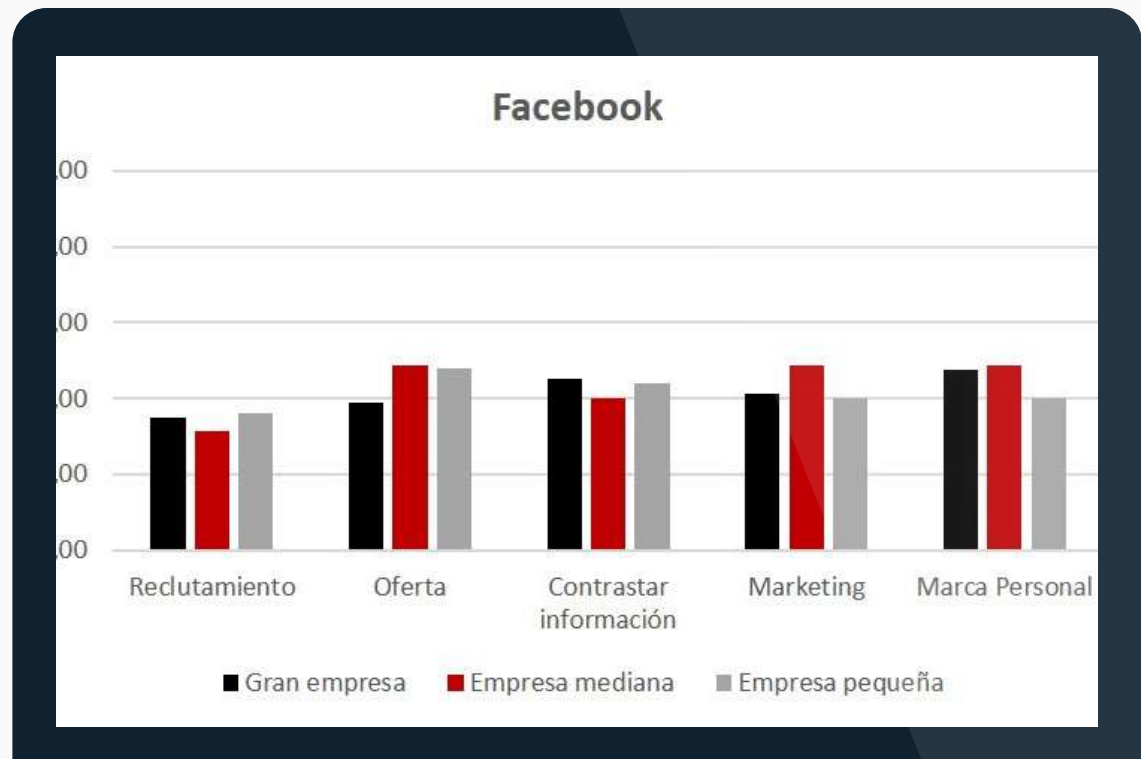
LA MARCA TWITTER

El uso de Twitter es mayoritario en las medianas empresas. Destaca sobre todo para la creación de marca personal en grandes y medianas empresas, mientras que las pequeñas no la usan.



OCASIONALMENTE, FACEBOOK

El uso de Facebook por parte de los departamentos de RRHH es ocasional. Destaca su uso más como marketing de RRHH o para generar marca personal tanto en grandes empresas como en medianas y pequeñas.



El uso de YouTube se relaciona con el marketing de los departamentos de RRHH.



EL USO DE LAS REDES SOCIALES



Marketing de los departamentos de RRHH a través de LinkedIn y Youtube

Creación de **marca personal** a través de LinkedIn y Twitter.

Publicación de **ofertas de trabajo y reclutamiento**.

Poco uso de redes internas para la comunicación interna y la formación.

ASÍ USAN LOS DEPARTAMENTOS DE RRHH LAS REDES SOCIALES

Investigación 2017

Mario López Guerrero

contacto@mariolopezguerrero.com

#RRHHRRSS

Mario López Guerrero