



COMUNICACIÓN Y FEEDBACK EN LOS PROCESOS DE SELECCIÓN

DURACIÓN: 25 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

OBJETIVOS

1. Contactar e interactuar con los posibles candidatos con el fin de obtener información válida para el proceso de reclutamiento.
2. Aprender a desarrollar feedback tanto positivo como negativo tras la elección de perfiles que pasan al proceso de selección.
3. Aplicar una estrategia de comunicación alineada con los valores de la organización a la hora de incorporar candidatos tras un proceso de selección.
4. Aplicar el procedimiento de onboarding o acogida establecido por la organización en el momento de la comunicación positiva al candidato.
5. Aplicar el protocolo de no seleccionado aquellos candidatos que finalmente no se incorporan a la organización cuidando siempre el feedback otorgado y recogiendo aquellas apreciaciones que los candidatos nos trasladen acerca del proceso de selección
6. Trabajar canales de comunicación online para convertir el perfil profesional del seleccionador en un elemento de atracción del talento a la organización.

PROGRAMA CONTENIDOS

Unidad 1: El proceso

1. La criba curricular, ¿cómo desarrollarla de manera efectiva?

1.1.Paso a paso de una criba curricular.

2. Comunicación efectiva y asertiva con candidatos.

3. La entrevista telefónica como herramienta clave en el proceso de reclutamiento.

3.1.El contacto telefónico.

3.2.El correo electrónico.

4. Comunicación eficiente y asertiva con los candidatos.

4.1.Elementos clave para que la comunicación sea exitosa.

4.2.El lado emocional de la comunicación con los candidatos.

Unidad 2: Análisis de Candidatos.

1. Herramientas de baremación en el proceso de reclutamiento.

2. Principales criterios a la hora de diferenciar entre candidatos aptos y no aptos.

3. El feedback como herramienta clave en el proceso de reclutamiento

Unidad 3: Comunicación.

1. La comunicación en el proceso de selección.

2. Aspectos clave para una comunicación eficaz.

2.1.Errores en la comunicación con candidatos.

2.2.Candidato seleccionado, y ¿ahora qué?

2.3.Impacto de la comunicación en la imagen de marca de la empresa.

3. El plan Onboarding.

3.1.Elementos clave de un plan Onboarding.

3.2.Beneficios de desarrollar un plan de onboarding.

3.3.Errores más comunes en la implantación y desarrollo de un plan de onboarding.

3.4.Consejos para la implantación exitosa del plan de onboarding.

4. Comunicación con los no seleccionados.

4.1. Claves para dar feedback negativo o de mejora.

5. Acciones de mejora

Unidad 4: El perfil del seleccionador.

1. La figura del seleccionador como actor clave en el proceso de atracción del talento.

1.1.Alineamiento seleccionador-empresa.

1.2. La figura del seleccionador en la experiencia del candidato.

1.3.Falsas creencias en torno a la figura del seleccionador.

2. Habilidades y competencias para convertirse en un seleccionador de referencia.

2.1.Comunicación.

2.2.Capacidad de análisis.

2.3.Habilidades sociales.

2.4.Inteligencia emocional.

3. Evolución del perfil del seleccionador para adaptarse al contexto laboral en el medio plazo (horizonte 2030).

3.1. Redes sociales como herramienta clave para la búsqueda de talento

3.2. La marca personal del seleccionador.

3.3. El seleccionador 2.0.

3.4. Retos futuros del seleccionador.