

InfoJobs Academy

¿Qué es la
reputación online?



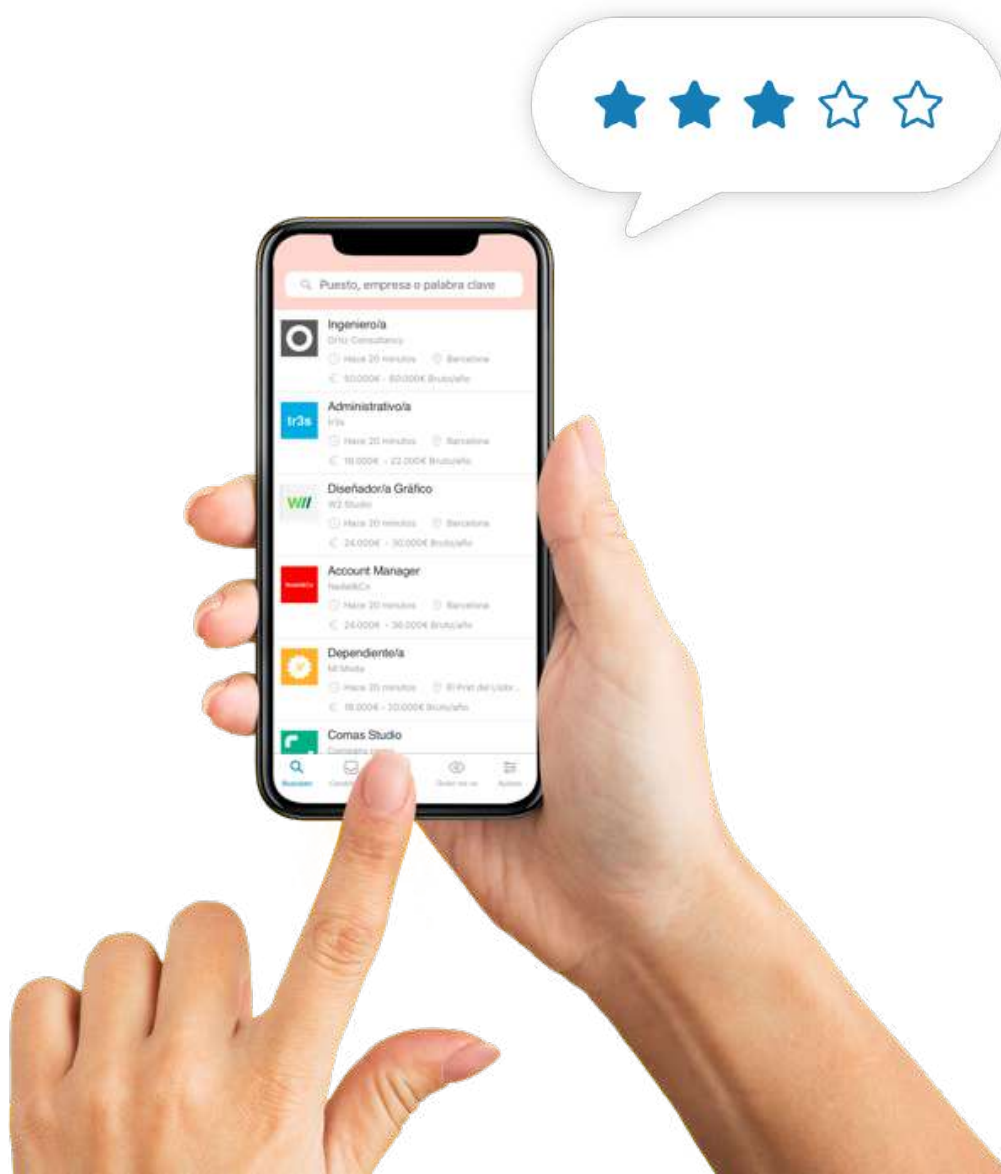
Contenidos

¿Qué es la reputación online?	3
¿Cómo pueden ayudar las opiniones a atraer talento?	4
¿Cómo ver las valoraciones y opiniones sobre las empresas en InfoJobs?	7
¿Cómo valorar y escribir una opinión sobre una empresa en InfoJobs?	8
10 consejos para conseguir que tus empleados opinen de tu empresa en InfoJobs	11
¿Qué hacer en caso de tener una crisis de reputación?	13
Cómo crear embajadores de marca	14
Beneficios de tener una estrategia de Employer Branding Digital	15

¿Qué es la reputación online?

La reputación online se refiere a la imagen de una empresa en Internet. Está compuesta por un conjunto de elementos que determinan su prestigio en la red, por ejemplo: noticias, comentarios y opiniones, expresadas por usuarios/consumidores en redes sociales, foros, blogs y medios online.

Pero la reputación online no es simplemente la cantidad de opiniones sobre tu empresa en los foros, también se refiere a la capacidad de la organización de satisfacer expectativas reales. Es decir, puede funcionar como un importante factor de atracción: a través de ella, puedes demostrar y comunicar a potenciales candidato/as que eres una empresa socialmente responsable y que ofreces a tus trabajadores todo un conjunto de beneficios únicos.



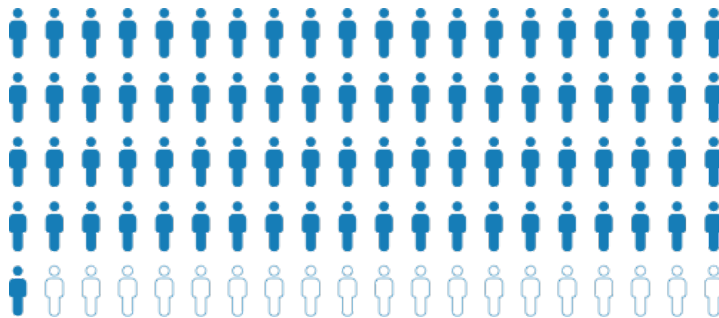


¿Cómo pueden ayudar las opiniones a atraer talento?

Actualmente, con la multiplicidad de ofertas en el mercado laboral y los cambios en los procesos de selección, **los profesionales de Recursos Humanos deben diseñar nuevas formas de atraer al mejor talento**. Esto implica crear una propuesta de valor competitiva que tenga en cuenta las expectativas, necesidades y deseos de los candidatos y los empleados.

Cada vez más, el talento se comporta como un consumidor, pues ha adquirido mayor protagonismo y poder de decisión. Una persona puede decidir cuál será su próximo paso profesional, según sus necesidades y expectativas.

Contar con una estrategia de reputación de empresa es determinante para influir en la toma de decisiones de empleabilidad.

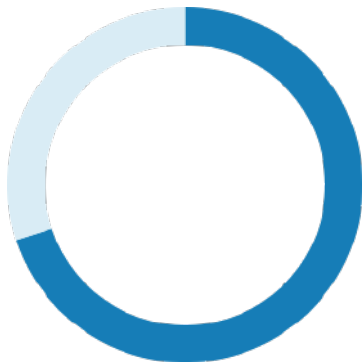


Según la encuesta elaborada por InfoJobs, el 81% de los españoles afirma informarse de la reputación de la empresa antes de apuntarse a una oferta de empleo o de asistir a una entrevista de trabajo.

Como sabes, en InfoJobs ya puedes ver qué opinan las personas que están trabajando en tu empresa actualmente o extrabajadores. Para saber qué dicen de ti, ve a tu perfil de empresa en InfoJobs para ver la valoración y conocer qué dicen de ti.

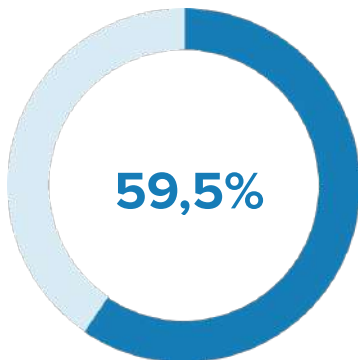


¿Cómo pueden ayudar las opiniones a atraer talento?

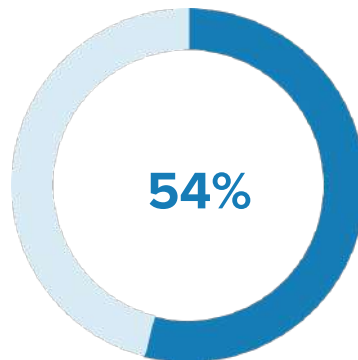


¿Sabías que un 70% asegura haber descartado apuntarse a una oferta o aceptar un empleo debido a su mala reputación?

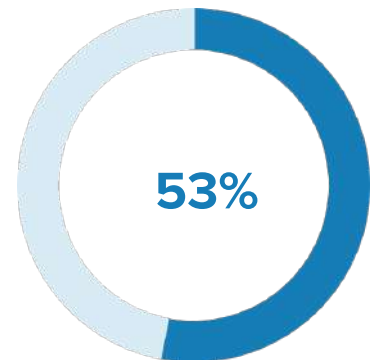
Además, la encuesta asegura que quienes se informan sobre la reputación de una empresa, utilizan tres principales fuentes de información:



Recurre a la web de la empresa



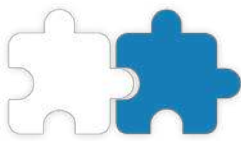
Pregunta a trabajadores o extrabajadores conocidos



Suele buscar valoraciones o comentarios por Internet

¿Cómo pueden ayudar las opiniones a atraer talento?

En este sentido, las opiniones sobre tu empresa constituyen un factor clave para la atracción de talento, ya que actúan en diferentes direcciones:



Crean coherencia entre el contenido de tu perfil de empresa en InfoJobs (información corporativa, fotografías) y la experiencia de los trabajadores. Las opiniones pueden dar mayor visibilidad a tus acciones de Employer Branding digital.



Aumentan el número de candidatos potenciales para participar en procesos de selección, ya que se ven influidos por las opiniones positivas sobre tu empresa.



La reputación online es favorecida por la transparencia, la disponibilidad de información, la participación de los usuarios y la interacción con diferentes públicos.



El análisis de cada opinión sobre la empresa te permite identificar expectativas realistas de los trabajadores y en qué medida han sido satisfechas por la organización.



Una organización que aprende es aquella capaz de superar los errores y diseñar nuevas soluciones creativas; por eso, las opiniones negativas pueden convertirse en una excelente oportunidad para superar los obstáculos y apostar por el aprendizaje organizacional.

¿Cómo ver las valoraciones y opiniones sobre las empresas en InfoJobs?

Tanto en la oferta como en el perfil de tu empresa, podrás ver la valoración que le dan a tu compañía. La nota máxima de estrellas es cinco. Para consultar las opiniones sobre tu empresa en InfoJobs es muy fácil. Sigue estos pasos tanto desde tu ordenador como desde la aplicación de InfoJobs:

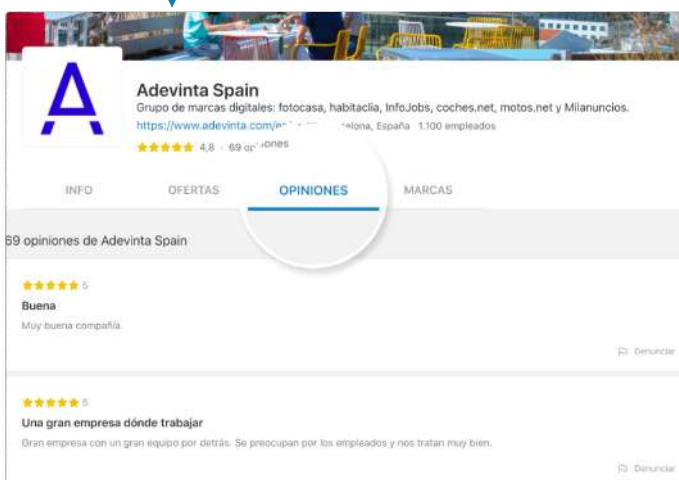
1

Entra en InfoJobs, escribe en el buscador el nombre de tu empresa o accede a una de tus ofertas de empleo y haz clic sobre el nombre o logo de tu empresa.



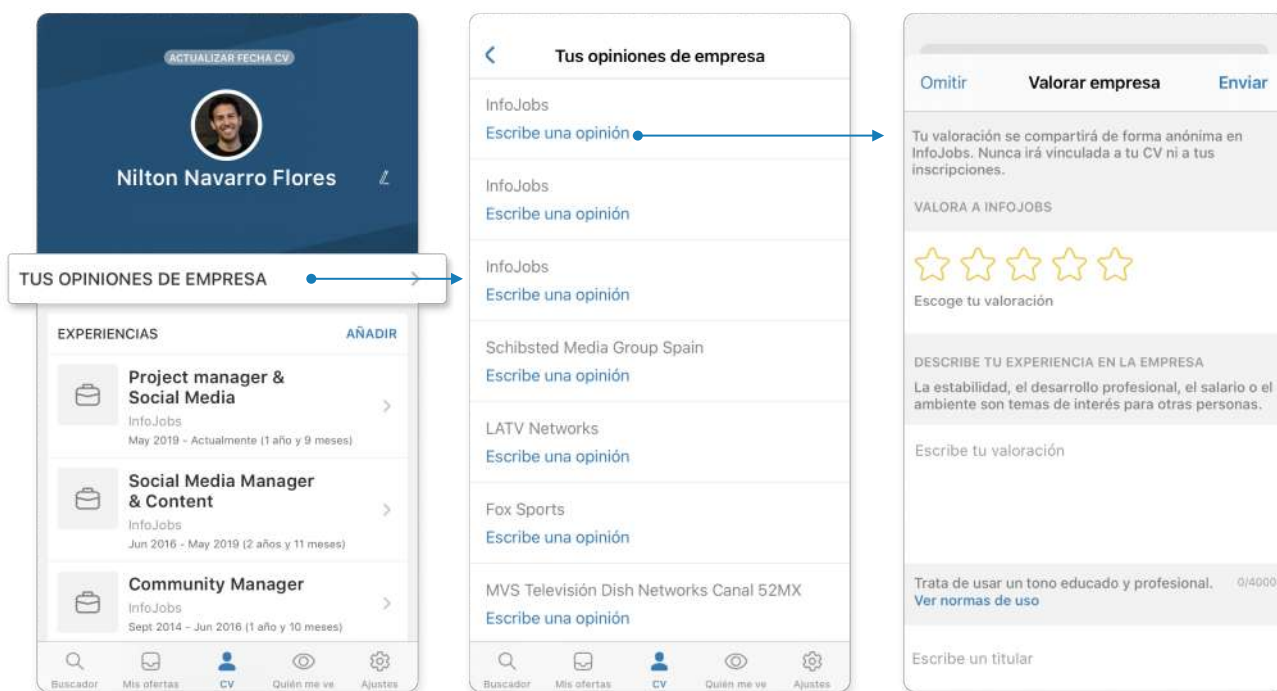
2

Para ver las opiniones haz clic en la pestaña "Opiniones". Aquí podrás leer todas las opiniones de trabajadores y ex trabajadores sobre tu empresa



¿Cómo valorar y escribir una opinión sobre una empresa en InfoJobs?

Te enseñaremos en tres sencillos pasos **cómo escribir una opinión sobre una empresa en InfoJobs**, ya sea para que escribas tu opinión o les expliques a tus compañero/as de trabajo cómo hacerlo. Ten en cuenta que sólo podrás valorar las empresas que has puesto en tu currículum en InfoJobs.



Accede a tu cuenta de InfoJobs y ve al apartado de tu CV. Una vez dentro, haz clic en «Tus opiniones de empresa».

Te aparecerá un apartado para seleccionar la empresa que quieras valorar y escribir tu opinión sobre ella. Las opiniones pueden incluir:

Valoración de 1 a 5 estrellas

Un titular. Resume tu valoración en 3 o 5 palabras, hasta un máximo de 150 caracteres.

Descripción de tu experiencia en la empresa. La estabilidad, el salario, el desarrollo profesional o el ambiente, son los temas que más pueden interesar a otras personas. Tienes un máximo de 4.000 caracteres.

Si estás en tu ordenador, también vas a poder añadir tu opinión sobre la empresa que estás trabajando o que has trabajado.

Para ello deberás entrar en tu menú privado de InfoJobs y desde allí podrás valorar a las empresas de 2 maneras:

1

Cada vez que añadas una experiencia nueva a tu CV, el sistema te va a solicitar que valores la empresa en la que estás trabajando o has trabajado.

Añadir experiencia

Datos de tu experiencia

Empresa
Adevinta Spain

Sector de la empresa (opcional)
Internet

Puesto
Training & Consulting

Trabajo aquí actualmente

Fecha de inicio Fecha de fin
01 | 2020 MM | AAAA

No quiero que las empresas vean esta experiencia
(podrás hacerla visible en cualquier momento)

GUARDAR **CANCELAR**

Valorar empresa

Tus valoraciones se compartirán de forma anónima en InfoJobs y nunca irán vinculadas a tu CV o a tus inscripciones.

Valora a Adevinta Spain

★★★★★

Escribe tu valoración

Comparte aspectos positivos o negativos de la empresa, el día a día, etc.

0/4000

Resume tu valoración

Destaca lo más importante

ENVIAR **OMITIR**

2

Si editas tu experiencia y no has valorado previamente la empresa, también vas a poder valorarla.

Editar experiencia

Datos de tu experiencia

Empresa
Adevinta Spain

Sector de la empresa (opcional)
Internet

Puesto
Training & Consulting

Trabajo aquí actualmente

Fecha de inicio Fecha de fin
01 | 2020 MM | AAAA

No quiero que las empresas vean esta experiencia
(podrás hacerla visible en cualquier momento)

GUARDAR **CANCELAR**

Valorar empresa

Tus valoraciones se compartirán de forma anónima en InfoJobs y nunca irán vinculadas a tu CV o a tus inscripciones.

Valora a Adevinta Spain

★★★★★

Escribe tu valoración

Comparte aspectos positivos o negativos de la empresa, el día a día, etc.

0/4000

Resume tu valoración

Destaca lo más importante

ENVIAR **OMITIR**

Al igual que en la versión móvil, las opiniones pueden incluir:

Valoración de 1 a 5 estrellas

Un titular. Resume tu valoración en 3 o 5 palabras, hasta un máximo de 150 caracteres.

Descripción de tu experiencia en la empresa. La estabilidad, el salario, el desarrollo profesional o el ambiente, son los temas que más pueden interesar a otras personas. Tienes un máximo de 4.000 caracteres.



10 consejos para conseguir que tus empleados opinen de tu empresa en InfoJobs

En la actualidad, gestionar la reputación online es un factor fundamental para optimizar la imagen corporativa. Los comentarios de los trabajadores te proporcionan información valiosa para monitorizar la calidad de los servicios y las relaciones con los empleados.

Por esto, en InfoJobs hemos incluido una nueva función, permitiendo a tus trabajadores y extrabajadores realizar una valoración en tu perfil de empresa. Estas valoraciones permiten a tu organización exponer y potenciar sus atractivos y captar a un mayor número de candidato/as. Para conseguir más valoraciones de tus empleados, te recomendamos:

1

Informar a tus empleados sobre esta nueva sección de valoraciones, destacando la importancia de las valoraciones como una parte esencial de tu estrategia corporativa de Employer Branding digital.

2

Sistematizar el procedimiento de solicitud de opiniones de tus empleados de la manera más fácil posible, ofreciendo instrucciones adecuadas y ejemplos de valoraciones que otros empleados han dejado anteriormente.

3

Aprovechar algunos comunicados generales de tu organización, añadiendo un mensaje de recordatorio que anime a los empleados a dar una valoración de tu empresa.

4

Agradecer a tus empleados que han realizado una valoración; puedes tomarte unos minutos para hacerlo de manera personal o contactarlos por teléfono. Las valoraciones de tus empleados son un elemento clave para conseguir más valoraciones.

10 consejos para conseguir que tus empleados opinen de tu empresa en InfoJobs

5

Escuchar a tus empleados no sólo significa oírlos cuando hablan, en muchas ocasiones también es necesario lanzar las preguntas que sirvan de guía para recibir información específica y que les ayude a redactar su valoración.

6

Si eres una Pyme puedes elaborar cuestionarios individualizados y solicitar una valoración a tus empleados enviándoles una nota personalizada, teniendo en cuenta su historial en la empresa y demostrando que realmente los conoces.

7

Evaluar los motivos detrás de las valoraciones negativas, tomar conciencia del problema y responder de forma personalizada y constructiva. De esta forma, demostrarás cuán importantes son para ti las opiniones y peticiones de tus empleados.

8

La gestión del sistema de recolección de valoraciones debe ser un complemento de las reuniones con tu equipo de trabajo; la implementación de ambas herramientas puede potenciar la posibilidad de mejorar los aspectos que tus empleados necesitan.

9

Asegurar a todos tus empleados la posibilidad de expresarse y realizar una valoración. Debes atender todas las fases de tu relación laboral con ellos, esto permitirá construir una relación basada en la confianza y transparencia.

10

La imagen de la marca empleadora no debe centrarse solo en apariencias, debe sostenerse en los valores auténticos de tu empresa. Ten en cuenta las necesidades de tus trabajadores en los planos profesional, personal y remunerativo; y reconoce su participación en cada proyecto que realices.

¿Qué hacer en caso de tener una crisis de reputación?

El comportamiento de los usuarios y las opiniones generadas en el ámbito digital sobre una empresa supone que las organizaciones y profesionales tengan que hacer frente a todo tipo de comentarios. **Una crisis de reputación se genera con la suma de comentarios negativos, que dañan y afectan la imagen de la empresa.**

Cualquier empresa que utilice medios digitales para posicionarse está expuesta a las crisis de reputación online. Por ello, debes tener en cuenta la conversación que se genera en las redes sociales, blogs, foros... y comprobar si la percepción en los demás coincide con lo que realmente quiere comunicar.

Para poder hacer frente a una crisis de reputación, te recomendamos seguir los siguientes pasos:

1

Disponer de un manual de crisis o actuación que te permita planificar y gestionar las diferentes situaciones de la mejor manera posible.

2

Recurrir a especialistas en comunicación y marketing online. Su experiencia en la gestión de comentarios, quejas y valoraciones que se publican en la web, puede ayudarte a elaborar modelos de respuesta para cada canal y perfil online.

3

Actuar con rapidez, demostrando que tienes la intención de resolver el problema de forma inmediata. Esto quiere decir que debes responder con transparencia y cordialidad a los comentarios, ofrecer soluciones o dar explicaciones sin entrar en debate ni discusiones.

4

Definir un medio a través del cual se expresará tu empresa y comunicará las medidas que ha implantado a partir de la crisis. Recuerda emitir comunicados claros y transparentes, que eviten futuros malentendidos.

5

Escuchar activamente lo que se dice de tu empresa y analizar tanto las opiniones favorables, como las negativas (críticas, acusaciones) y neutras. Debes monitorizar cómo evoluciona la situación para comprobar que todo vuelve a la normalidad.

6

Analizar los errores e implementar los cambios necesarios para que la situación no vuelva a suceder. El aprendizaje debe servirte para entender tus puntos débiles y mejorar tus procesos.

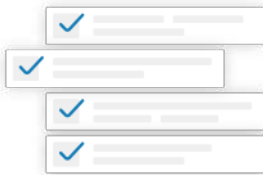


Cómo crear embajadores de marca

Tanto las grandes empresas como las Pymes, invierten amplios recursos en marketing y publicidad para conseguir mejorar su reputación y lograr una presencia activa en medios sociales. Sin embargo, olvidan que los propios empleados son los mejores embajadores de los valores corporativos. Para conseguir que tus empleados sean embajadores de marca puedes seguir estos pasos:



Tener en cuenta que cualquier acción o iniciativa que ejecutes debe estar orientada a los objetivos y estrategia definidos en el plan de comunicación corporativo.



Diseñar un plan de comunicación interna que informe a los empleados para qué y cómo dar un uso más profesional a sus redes sociales y generar contenidos relacionados con la cultura y valores de la empresa.



Iniciar estas acciones de manera gradual; en este sentido, los niveles directivos o mandos intermedios de la empresa pueden ser los primeros en dar el ejemplo compartiendo contenidos corporativos y del área en sus redes sociales.



Aceptar que no todos los empleados tendrán el mismo nivel de involucramiento ni las mismas habilidades en el uso de las diferentes redes sociales; por eso, puedes ofrecer formación específica a los trabajadores que has identificado como potenciales embajadores de marca.



Trabajar hacia el cliente interno y fortalecer el vínculo con tus trabajadores, a través de la escucha de sus necesidades y el reconocimiento por su compromiso y participación en los proyectos de la empresa.

Beneficios de tener una estrategia de Employer Branding Digital

El Employer Branding es la imagen que tiene una empresa entre sus empleados y entre sus posibles candidatos. La reputación de una empresa como marca empleadora es el resultado de las acciones y herramientas orientadas a atraer y fidelizar el mejor talento.

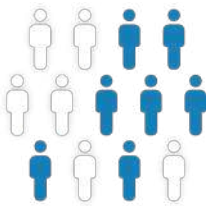
La estrategia de Employer Branding incluye una serie de acciones desarrolladas específicamente en el ámbito digital. Este conjunto de acciones se denomina Employer Branding Digital y permite complementar la imagen de marca empleadora con la reputación online.





Beneficios de tener una estrategia de Employer Branding Digital

Contar con una estrategia de Employer Branding Digital te permite obtener los siguientes beneficios:



Ayuda a establecer contacto con un público específico y difundir tu marca empleadora a través de publicaciones con información sobre tu empresa, cultura de trabajo y actividades corporativas.



Permite que tus empleados participen activamente en la construcción de tu marca empleadora, promocionando los



valores de empresa y generando mayor credibilidad en los potenciales candidatos.



Agiliza los procesos de selección, ya que puedes actuar directamente sobre el grupo de talentos que tu empresa necesita atraer.

Favorece la transformación hacia una cultura digital y la imagen de empresa innovadora al promover la comunicación



y el uso de las redes sociales. Además, puede generar sinergia entre los equipos de marketing y recursos humanos y el resto de la plantilla.

Contribuye a humanizar la marca a través de las redes

Si quieres saber más sobre
Employer Branding Digital o quieres mejorar la
reputación de tu empresa, escríbenos a

academy@infojobs.net