

Aproveite seu anúncio ao máximo:

três orientações para a contratação baseada em objetivo

Políticos fazem campanha para se eleger. Filmes de sucesso usam anúncios multicanal para aumentar a venda de ingressos e os downloads. Campanhas de arrecadação de fundos das comunidades têm como meta arrecadar dinheiro suficiente para reformar parquinhos antigos. Toda campanha bem-sucedida tem um objetivo que quer alcançar. Por que sua contratação seria diferente?

Campanhas de recrutamento bem-sucedidas são criadas em torno de objetivos mensuráveis que vão além de apenas preencher uma vaga aberta. Como recrutador, você quer realizar contratações que agregam valor à empresa.

Com isso em mente, vamos ver como você pode criar campanhas de recrutamento baseadas em objetivo. O desenvolvimento de uma estratégia clara, impactante e mensurável começa ao fazer as perguntas certas, e responder a estas três pode ajudar você a criar objetivos mais claros e alcançáveis.

1. Você conhece os objetivos de sua empresa, e eles estão claramente explicados?

Empresas de todos os tamanhos geralmente definem seus objetivos operacionais e estratégicos e os compartilham com as partes interessadas, incluindo os funcionários. Esses objetivos guiam as intenções, as visões e os valores de uma organização, formando o componente “quem somos nós” da identidade da marca. Embora existam similar-

idades, os objetivos operacionais podem se concentrar mais em como as coisas são feitas no curto prazo, enquanto os objetivos estratégicos podem se referir às metas de longo prazo que geram mudanças organizacionais.

Por exemplo, uma declaração da missão expressa os objetivos estratégicos, como o resumo em uma frase do Indeed “Ajudamos a empregar pessoas”. Isso fornece um modelo para tudo o que o Indeed faz. Enquanto isso, um objetivo operacional pode se referir a metas de receita, produtividade e crescimento para apoiar essa missão. No Indeed, a frase “Ajudamos a empregar pessoas” apresenta o propósito por trás das operações como pesquisa, desenvolvimento de produtos, estruturação organizacional e mensagens na comunicação interna e externa, na publicidade e nas redes sociais.

As empresas que não têm esse tipo de declaração de intenções podem ter benefícios ao criar seus objetivos exclusivos de negócios. Usar o conceito da sigla **SMART** (**e**specífico, **M**ensurável, **A**lcançável, **R**elevante e baseado no **T**empo) fornece uma boa estrutura para a criação de objetivos, sejam eles operacionais ou estratégicos. Tornar os objetivos específicos, alcançáveis, relevantes e baseados no tempo faz com que eles sejam significativos e conectados à realidade, enquanto a mensuração é importante para definir o sucesso, assim como para encontrar as oportunidades de melhoria.