

Tire o maior partido da sua publicação:

três aspetos-chave para a contratação baseada em objetivos

Os políticos organizam campanhas para serem eleitos. Os filmes de grande sucesso utilizam anúncios multicanal para aumentar as vendas de bilhetes e as transferências. As angariações de fundos de comunidade visam juntar dinheiro suficiente para melhorar parques infantis antigos. Todas as campanhas de sucesso têm um objetivo que pretendem alcançar. Porque é que as suas contratações haviam de ser diferentes?

As campanhas de recrutamento bem-sucedidas são construídas em torno de objetivos mensuráveis que vão além do mero preenchimento de uma vaga. Como recrutador, o seu objetivo é alcançar resultados de contratação significativos que adicionem valor ao negócio.

Tendo isto em consideração, vamos ver como pode construir campanhas de recrutamento baseadas em objetivos. Começamos a desenvolver uma estratégia clara, impactante e mensurável ao colocar as perguntas certas; a resposta às três que se seguem pode ajudá-lo a criar objetivos mais focados e com resultados.

N.º 1

Sabe quais são os objetivos da sua empresa e explicou-os de forma clara?

Normalmente, várias empresas de todos os tamanhos definem os seus objetivos operacionais e estratégicos e partilham-nos com as partes interessadas, incluindo os funcionários. Estes objetivos guiam as intenções, as visões e os valores de uma

organização, formando o componente “quem somos” da identidade de marca. Embora existam semelhanças, os objetivos operacionais podem focar-se mais em como as coisas são feitas a curto prazo, enquanto os objetivos estratégicos referem-se a objetivos a longo prazo que motivam as mudanças organizacionais.

Por exemplo, uma declaração de missão expressa objetivos estratégicos, como o resumo numa só frase da Indeed, “Ajudamos a empregar pessoas”. Isto proporciona uma estrutura para tudo o que a Indeed faz. Enquanto isso, um objetivo operacional pode referir-se a objetivos de receita, produtividade e crescimento para sustentar essa missão. Na Indeed, a frase “Ajudamos a empregar pessoas” demonstra a finalidade por detrás de operações como a pesquisa, o desenvolvimento de produtos, a estruturação organizacional e as mensagens nas comunicações internas e externas, a publicidade e as redes sociais.

As empresas que não têm esta declaração intencional podem beneficiar da criação dos seus objetivos de negócio únicos. A utilização do acrónimo **SMART** — **S**pecific, **M**easurable, **A**ttainable, **R**elevant e **T**ime-Based (Específico, Mensurável, Atingível, Relevante, Com prazo definido) — proporciona uma boa estrutura guia para criar objetivos, quer sejam operacionais ou estratégicos. Fazer com que os objetivos sejam específicos, mensuráveis, atingíveis, relevantes e que tenham prazo definido torna-os significativos e baseados na realidade, ao passo que as medições são importantes para definir o sucesso assim como oportunidades para melhoria