

Você conhece o inbound recruiting? Saiba como funciona essa estratégia!

Talvez você já tenha ouvido falar no termo inbound marketing, trata-se de uma estratégia utilizada no marketing digital que visa, resumidamente, atrair o público certo para educá-lo, encantá-lo e convertê-lo em clientes. Saiba que quando o assunto é inbound recruiting, as áreas de RH e Marketing estão interligadas, pois os dois processos são muito parecidos. A diferença é que no caso do recruiting o foco é recrutar não só novos colaboradores, mas as pessoas certas.

Inbound recruiting significa "recrutamento de entrada", mas podemos entender como o método que tem por objetivo atrair o potencial candidato, promover o [engajamento](#) nele, proporcionar-lhe a melhor experiência para, então, convertê-lo no profissional ideal para a vaga. Continue a leitura para entender como isso acontece!

Como funciona o inbound recruiting?

Atrair o profissional exato para um cargo tem sido uma tarefa desafiadora para muitas empresas. Por isso, gestores de RH têm apostado nessa estratégia, que é uma adaptação de inbound marketing para a área de recrutamento e seleção. A principal finalidade é educar e direcionar o candidato durante todo o processo seletivo, estreitando o relacionamento entre as partes.

Assim, antes mesmo da entrevista e da contratação, o profissional consegue refletir se aquela vaga é adequada aos seus interesses e se deseja realmente integrar o time. Por isso, a empresa foca em identificar as pessoas que são reais "consumidores" da marca; que têm a [cultura](#) e os valores parecidos com os da companhia; que compartilham da visão sobre carreira e outras afinidades.

Quais as principais etapas do processo?

Assim como no marketing, o processo de inbound recruiting deve obedecer algumas regras e etapas básicas para que tenha o êxito esperado. Confira, a seguir, quais são elas, algumas dicas rápidas de como pode implementá-las e como promover processos seletivos mais eficazes na sua empresa!

Atrair o profissional

Essa é a primeira fase e pode ser feita por meio de uma página de vagas, pelos seguidores dos perfis da empresa nas redes sociais ou qualquer outro método à escolha da companhia. Após atrair os profissionais, é importante oferecer conteúdos atrativos que façam sentido para os futuros concorrentes.

Converter em um possível candidato

Nesta etapa, os recrutadores podem solicitar algum tipo de contato do profissional, como e-mail, telefone ou endereço nas redes sociais. Aqui, é essencial que o candidato receba algo em troca, como no inbound marketing. Essas contrapartidas podem ser conteúdos exclusivos da companhia, acesso a cursos disponibilizados por ela, entre outros.

Educar o profissional

É importante que o candidato conheça mais sobre a instituição nesta fase. Com isso, ele pode receber informativos sobre a história e cultura da empresa, artigos sobre colaboradores ou diretores que estão ou que já passaram por ela, entre outros materiais ricos capazes de despertar o interesse na pessoa em

continuar no processo.

Encantar o candidato

Aqui, é fundamental oferecer a melhor experiência possível do candidato com a empresa e fazer com que ele realmente queira a vaga. Quando estiver nesta etapa, ele já terá entendido quais são os benefícios de trabalhar na companhia e, caso não tenha mais interesse, a experiência terá sido tão enriquecedora que poderá indicar a vaga para outra pessoa contando as boas referências.

Por fim, saiba que os principais benefícios do inbound recruiting são a atração de talentos realmente interessados em integrar a empresa e os processos seletivos mais assertivos, evitando recontrações e gastos no futuro. Afinal, sabemos que o impacto de uma seleção malfeita é muito grande para o colaborador e principalmente em relação aos [custos](#) para a empresa. Por isso, aposte nessa estratégia inteligente!

Já conhecia o inbound recruiting? Ajude outras pessoas a também ficarem por dentro do assunto e compartilhe este conteúdo nas suas redes sociais!