

COMUNICADO DE PRENSA

Ray Human Capital propone a las organizaciones conectar con el mejor Talento Joven a través del 'branding' de cercanía y las redes sociales

Diseña nuevos programas de Trainees y Graduates que localizan a los jóvenes profesionales con campañas activas en su entorno natural y los evalúan con las herramientas tecnológicas disponibles en la Nube

Madrid, 10 de abril de 2014.- Ray Human Capital, empresa líder de Consultoría y Servicios en Capital Humano especializada en la transformación de las organizaciones a través de las personas, desarrolla actualmente diversos programas para la atracción, selección y evaluación del mejor Talento Joven que dan respuesta a la necesidad de las empresas para conectar con las nuevas generaciones de profesionales. En un momento de transformación estructural de los recursos humanos en las organizaciones, la nueva estrategia busca posicionar a las empresas y organizaciones ante los nuevos profesionales, accediendo a los entornos en los que se desenvuelven de forma natural, e interactuando con ellos a través de las herramientas tecnológicas que les resultan más familiares.

El nuevo enfoque para el refuerzo de las plantillas con el mejor Talento Joven en el escenario post-crisis ha estado en el centro de la sesión informativa y de debate "Go Future: Best Practices en la Atracción del Talento Joven", organizada hoy por Ray Human Capital en su sede de Madrid, y a la que han acudido cuarenta expertos y responsables de RRHH de grandes compañías.

Entre las organizaciones que están haciendo uso de la estrategia y herramientas de Ray Human Capital para la Atracción del mejor Talento Joven están GSK, Burger King, el ICEX, Danone o Banco BPI. La compañía también ha trabajado en selección de Graduates y Trainees con empresas como Coca Cola, Microsoft, Repsol, Arbora & Ausonia, Sanofi o Zurich. Ray Human Capital se convierte así en el mejor partner de las organizaciones, gracias a sus

soluciones online y a su liderazgo en la Identificación y Atracción del Talento Joven.

El despliegue de la nueva estrategia tiene su punto de partida en un 'branding' renovado, con el que se proyecta la imagen de la compañía hacia el público más joven. A través de herramientas como las comunidades verticales, web corporativa o campañas activas en redes sociales, se consigue transmitir la visión, misión y valores de la empresa -la cultura corporativa- al público objetivo, y posicionarla como marca empleadora de jóvenes talentos.

A partir de ahí, en una segunda fase se definen los canales de atracción, en función de los perfiles con los que se persigue conectar. Así, se desarrolla un plan estructurado de envío de comunicaciones para difundir el contenido del programa de Trainees o Graduates a través de redes sociales, y a través de comunidades verticales de perfil juvenil o universitario. También se difunde la puesta en marcha del programa a través de portales de empleo y de los COIES, o centros de orientación profesional para universitarios o estudiantes de escuelas de negocios.

En el custom site personalizado del programa, el aspirante puede ver las características de la oferta, de la empresa y de los perfiles buscados, y solicitar su inclusión en el proceso. Se ponen a disposición del joven aspirante herramientas tecnológicas como cuestionarios online personalizados, que permiten determinar su adecuación al programa y su identificación con los valores de la compañía. También se utiliza CuVitt, la plataforma profesional *online* para la identificación y gestión del talento, con el fin de tener una visión 360º del candidato. Sobre esta información, se realiza el screening o filtrado de las candidaturas.

En función de los requisitos establecidos, se determina quienes deben pasar a la última fase del programa, la de evaluación. La incorporación a esta recta final del proceso se lleva a cabo previa invitación a los candidatos, y se activan herramientas de evaluación (cut-e, entrevista asíncrona, Assessment Presencial) que permiten evaluar el potencial y el talento, así como sus competencias, motivación/intereses y sus aptitudes (razonamiento verbal, numérico, etcétera) a través de un entorno 100% online.

Como firma experta en Talento Digital, Ray Human Capital dispone de la gama completa de Talent Cloud Services, desde la atracción al reclutamiento, evaluación, formación y desarrollo y retención. En cada etapa, se combinan las soluciones tecnológicas más avanzadas con la experiencia en servicios de consultoría de Ray Human Capital.

###

Acerca de Ray Human Capital

Ray Human Capital es una empresa líder de Consultoría y Servicios en Capital Humano, especializada en la atracción, gestión y Desarrollo del Talento. Cuenta con más de 100 consultores de RRHH segmentados por Sector o Industria y por tipo de Servicio, que cubren el ciclo de vida completo de un profesional, desde la adquisición del Talento, su Formación y Desarrollo, a la Retribución y retención del Talento dentro de la Organización. En particular: Selección, Assessment Center, Consultoría, Herramientas propias de Evaluación y Desarrollo, Servicios y Herramientas Online para Selección (e-selection) y Evaluación (e-valuation). El Know-how acumulado desde su llegada al mercado en 1990 y un magnifico equipo humano le ha permitido alcanzar una posición de liderazgo en el mercado Español y Portugués. A través de sus oficinas de Barcelona, Madrid, A Coruña, Lisboa, Lima y Sao Paulo, aporta soluciones integrales a las mayores empresas de cada sector para la implementación de sus proyectos y estrategias empresariales. Entre sus servicios se encuentran las soluciones **Talent Cloud Services** para una gestión interna y externa del Talento. Para más información, visite <http://www.rayhumancapital.com/>

Para más información a los Medios:

Jaime Velasco / Jessica Cañón / Kindelán Consultores 913 197 636 / 665 027 100