

Buscamos al candidato apropiado, no al mejor

Laura García, FMCG & Retail manager | coach ejecutivo de Wyser Search

Es una realidad que el sector de Gran Consumo está viviendo una transformación debido al impacto de las nuevas tecnologías, las nuevas tendencias del mercado y nuevas formas de consumo. Es por ello que las empresas del sector, dado el dinamismo e innovación en los que están inmersas, están dejando atrás los perfiles comerciales y de marketing tradicionales dando paso a la incorporación de profesionales que destaquen en competencias interpersonales, capacidad colaborativa, comunicación, pensamiento crítico, inteligencia emocional, flexibilidad y adaptabilidad, para lograr la armonía en sus equipos al encontrar la pieza perfecta del rompecabezas. Desde Wyser, nos enfocamos en hacer que sea posible. ¿Cómo lo hacemos?

En primer lugar, conociendo a fondo a nuestros clientes y definiendo bien sus necesidades y el

puesto a cubrir, no solo en aspectos como las funciones, la formación o la experiencia requerida sino también incidiendo en aspectos como, ¿por qué surge la posición? ¿cuál es el objetivo? ¿qué necesidades tiene el equipo del que formará parte?

En lo referente al candidato, nos focalizamos en conocerle más allá del encaje “sobre el papel”, indagando en sus motivaciones, su situación personal, sus expectativas de cara a un cambio y su visión de futuro.

Es necesario abstraerse de lo evidente y tener una visión más amplia de los detalles y de la información que nos va transmitiendo la persona. Es así como el coaching nos ha aportado herramientas idóneas y complementarias a lo que es un proceso de selección al uso, aportando un valor diferencial y añadido, de gran ayuda para llegar a un paso más allá. No nos limitamos



a filtrar candidatos y realizar entrevistas curriculares para encontrar al candidato mejor preparado, sino que nos centramos en analizar las competencias y valores intrínsecos al candidato creando un clima de confianza, escuchando empática y activamente, observando, respetando y dejando fuera juicios. En definitiva, estamos para él.

Y así es como van surgiendo las preguntas más potentes que ha-

cen al candidato concretar, aclarar, explorar e informarnos sobre sus motivaciones, su evolución, sus expectativas y sus emociones.

Introducir este tipo de metodologías en la gestión de nuestros procesos nos garantiza encontrar al candidato apropiado, que no al mejor, y conseguir que tanto cliente como candidato emprendan de la mano el camino hacia el éxito.