

Ejemplo planificación de entrevista

Imaginemos que estamos en una empresa cuya misión y visión son los siguientes:

- Misión: Proporcionar las tecnologías más innovadoras pensadas para responder las necesidades de nuestras empresas clientes, con el objetivo de incrementar su competitividad y productividad. Para esto, implementamos soluciones prácticas y desarrollamos nuevas herramientas creativas. Nuestro trabajo se ve apalancado en el aprovechamiento de las nuevas redes.
- Visión: Buscamos estar comprometidos con los problemas de nuestros clientes de forma transparente y eficaz, y así convertirnos en su socio de confianza. Queremos ser una empresa de referencia en el cambio de la tecnología y la sociedad, dando a conocer las posibilidades de los estándares y tecnologías libres. En teoría, y en pocas palabras, la misión de una organización es la razón de ser de la misma, y la visión es que es lo quiere lograr en un determinado tiempo.

Acá vemos destacadas las palabras claves para la atracción de nuestros candidatos IT.

Por otro lado, tenemos información de la matriz FODA de la organización, que nos permite conocer nuestras Fortalezas y Debilidades, así como las Oportunidades y Amenazas que presenta nuestro mercado.

En este caso nos encontramos con estas siete Fortalezas:

- La empresa cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo los objetivos planteados.
- El departamento cuenta con las herramientas tanto de hardware como software para implementar los sistemas deseados.
- Somos un equipo joven con ideas innovadoras para el desarrollo de actividades y proyectos.
- En base a los contactos podemos obtener clientes muy fuertes e interesados en nuestro servicio.
- Totalmente actualizados con las últimas tecnologías.

- Nuestro grupo de trabajo está capacitado para afrontar nuevos retos.
- Dispuestos a ofrecer soluciones tecnológicas de calidad

Y con estas seis Debilidades:

- Miedo o ansiedad del personal por el desarrollo del nuevo negocio.
- No se cuenta con la experiencia como las demás empresas ya insertadas en el mercado laboral.
- Como nuevo negocio no contamos con los suficientes clientes.
- Por ser un nuevo negocio las demás empresas sienten un grado de desconfianza al momento de optar por nuestros servicios.
- Poca experiencia del grupo en el área laboral.
- Falta de personal capacitado para el desarrollo de proyectos.

En cuanto a Oportunidades del mercado:

- Existencia de gran variedad de sistemas en el mercado que pueden ser adaptados a las necesidades internas de la empresa.
- La necesidad de la pequeña y mediana empresa de implementar tecnologías para el tratamiento de su información.
- Se cuenta con muchos negocios que aun aplican procesos ordinarios al tratamiento de la información.
- Los servicios y productos de la competencia suelen elevarse mucho de precio ya que la competencia es poca.
- tecnologías las cuales se pueden implementar en el negocio.
- Generación de actualizaciones tanto de software como hardware que conllevan a más ventajas.

Por el lado de las Amenazas:

- El surgimiento de nuevas empresas en el ramo.
- La inconformidad de los clientes por servicios o productos que no han llenado sus necesidades.
- La recesión económica lo que afecta a la empresa a la inversión.
- La conformidad de los negocios en seguir utilizando técnicas ordinarias para el tratamiento de la información.
- Estrategias mercadotécnicas de las competencias.

- Hackers.
- Generaciones de virus cada vez más destructivos

Debemos tener en cuenta que este análisis lo vamos a realizar una vez, y luego puede ser revisado si se producen grandes cambios.

Por otro lado, veremos que en las amenazas y debilidades también podemos detectar palabras claves, como la debilidad: Falta de personal capacitado para el desarrollo de proyectos... Entonces, podemos apuntar de este modo nuestra búsqueda a un candidato que sea protagonista de los proyectos. En las amenazas, los hackers o los virus pueden ser un gran desafío, para este tipo de perfiles.

En segundo lugar, voy a armar el *speech* de mis características, y podríamos decir: “Somos una empresa con un equipo de jóvenes profesionales, contamos con todo lo necesario en materia de hardware y software, para afrontar los cambios constantes, trabajando por proyectos, asignados de acuerdo a las capacidades y motivaciones de cada colaborador”.

Y en este último punto, nos podemos apalancar para el diseño del valor diferencial, que puede ser algo así como: “brindamos la posibilidad que cada uno elija participar de un proyecto, por su propia motivación.”

En esta instancia de planificación, voy a trabajar sobre cada candidato en particular. En primer lugar, voy a buscar todo lo que puedo optimizar, antes de recibirlo al candidato. Un buen ejercicio es informarnos sobre las empresas en las que trabajó, los puestos que ocupó y cualquier tecnicismo con el cual debamos familiarizarnos.

En segundo lugar, debemos analizar cómo cuadra el candidato con lo planificado en la instancia previa.

El tercer punto es preparar todas las preguntas que no debemos de ningún modo omitir realizar.

En el momento inmediatamente anterior, previa a recibir al candidato vamos a tener que realizar un repaso del currículum vitae para tenerlo bien presente, y repasar todo lo que pudimos averiguar en la planificación.

Cuando recibimos al candidato, debemos generar el ambiente de comodidad acorde, para dar inicio a nuestro encuentro, y rápidamente pasar al *speech* pensado para la venta de nuestra propuesta.

Con todo nuestro trabajo previo, a la hora de conocer al candidato, nos podemos focalizar sus competencias y conocimientos necesarios y en su motivación.

Por último, cerramos la entrevista, explicando cómo continuamos y dando lugar a que evacúe todas sus dudas.