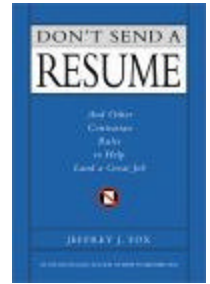




Resumido.com

Libros de Gerencia Resumidos



No envíe un resumé

Y otras reglas contrarias que le ayudarán a conseguir un gran trabajo

por Jeffrey J. Fox

RESUMEN EJECUTIVO

Que el título del libro no lo confunda. Lejos está de la intención del autor. Por el contrario, esclarece cómo planificar mejor su búsqueda de trabajo, cómo efectuar una investigación de las compañías a las que va a aplicar, y cómo se debe mercadear usted mismo como candidato, tal como si fuese un producto y la empresa contratante, su potencial cliente. Pero no envíe un resumé simplemente; eso ya no es suficiente.

Efectivamente, enviar resúmenes en forma indiscriminada a múltiples compañías no aumenta necesariamente la probabilidad de ser contactado para avanzar en el proceso de entrevistas. Es conveniente adaptarlos al perfil y necesidades de cada empresa contratante, e interpretar a quien demanda personal para dar respuestas más efectivas y diferenciadoras de los demás candidatos.

Este libro le ofrece pautas claras y actualizadas que le ayudarán a emprender una búsqueda laboral con mayor probabilidad de éxito, y orientada hacia actividades realmente satisfactorias para usted.

Sepa cómo adoptar un rol más activo en el proceso de búsqueda laboral; porque cada vez se trata menos de sentarse a esperar que alguna compañía lo contacte, y más de ir en busca de lo que usted necesita, y demostrar su valor.

No envíe un resumé simplemente

Es conveniente desmitificar algunos supuestos o errores en la búsqueda laboral. Los más frecuentes son:

- Escribir muchos resúmenes empezando siempre por su objetivo laboral (cuando deberían estar más enfocados a las necesidades de cada empresa);
- Enviarlos a numerosas compañías de diferentes áreas (cuando debería seleccionar mejor aquellas en las que tendrá más posibilidades de éxito);
- Entregarlos como si fuesen correo no deseado (dirigirlas personalizadas es crucial)
- Regresar a su casa a esperar que alguna de esas empresas lo llamen (cuando es usted quien debe preocuparse por hacer un seguimiento del proceso).

Seguramente, algunas personas encuentran un empleo estimu-

lante siguiendo tácticas convencionales, o a pesar de los errores, pero rara vez funcionan.

Si usted desea conseguir un empleo satisfactorio, debe ir más allá de los convencionalismos y utilizar técnicas actuales, más activas, para diferenciarse de otros candidatos.

Si sólo se conforma con enviar su resumé y contactar a algunas pocas personas que lo recomienden, está limitando sus posibilidades.

Fíjese en las grandes empresas, como *Microsoft*, *Budweiser* y *Procter & Gamble*, entre otras. Ellas no obtienen ventas millonarias llamando solamente a sus contactos y enviando sus publicidades a millones de personas. Eso es sólo parte de la estrategia. En cierta forma, usted debería hacer algo similar.

Usted como producto

Sin duda, usted es mucho más que un producto. Sin embargo, debe “venderse” para lograr su objetivo.

La propuesta es que desarrolle el ejercicio de visualizarse como un producto que desea ser comprado por una empresa determinada. ¿Qué hacen las corporaciones cuando quieren vender un producto? Invierten en innovación, crean valor diferencial, ajustan las cualidades de los productos a las necesidades específicas de los clientes, y los empaquetan y promueven claramente. Eso es exactamente lo que usted debe hacer para “venderse” a sí mismo. Debe aplicar los principios de mercadeo corporativo, revisar esas teorías y experiencias, y aplicarlas a su caso.

Tenga en mente que los empleadores (es decir, sus clientes potenciales) leen a diario las mismas frases en todos los resúmenes, todos les resultan igual, y por ende, debe intentar diferenciarse y sobresalir.

Por qué no venden los resúmenes

Conviértase en un “vendedor”

Tal como los vendedores que invaden al abordar a los clientes sin haber confirmado una cita en forma previa, si usted envía un resumé que no ha sido solicitado, será mal visto o ignorado.

Un buen vendedor jamás se presenta directamente o envía nada, antes de conocer al cliente potencial, o al menos, sin que haya tenido una conversación en la cual el cliente lo habilitara para hacerlo.

La pertinencia de situación es la clave en toda relación, en espe-

Resumido.com selecciona, traduce y resume los mejores libros de gerencia, para promocionar la lectura del tema en Ibero América.

En menos de 30 minutos nuestros clientes pueden captar las ideas principales de un libro y decidir si lo leen completo.

Para más información visite: www.resumido.com

cial cuando de conseguir algo se trata. Además, el resumé debe estar alineado con el puesto ofrecido y con la organización contratante, a fin de que usted sea percibido como una persona valiosa para sumarse al equipo de trabajo.

Conviene elaborar “resúmenes a la medida”, es decir, que resalten aquellas cualidades, formación y experiencia útiles para la empresa contratante.

Su resumé no debe ser el primer paso de contacto. Éste tendrá un mayor impacto si es leído luego que el empleador ha sabido o hablado con usted previamente.

Diferénciese

Muchos resúmenes resultan similares, y la mayoría de los empleadores están cansados de percibir descripciones exageradas de la experiencia, habilidades o del potencial real de los candidatos.

Por tal motivo, excluyen de plano aquellos resúmenes que les provocan cierto escepticismo inicial. He ahí un obstáculo importante, a vencer.

Su resumé debe cumplir dos propósitos básicos:

- 1.- Ser lo suficientemente realista y atractivo como para conseguir una entrevista.
- 2.- Demostrarle a la empresa cómo puede resolver sus problemas si se decide a contratarlo.

El proyecto para conseguir empleo

Encontrar un trabajo es un trabajo en sí mismo. Requiere esfuerzo, planificación e inteligencia.

Le sugerimos seguir los siguientes pasos:

- 1.- Enfóquese e investigue las organizaciones que le conviene contactar (fortalezas, necesidades, cultura, mercado, y demás)
- 2.- Escriba cartas de presentación que despierten interés, y solicite entrevistas en cada una de las empresas-objetivo.
- 3.- Escriba resúmenes adaptados a cada organización-objetivo.
- 4.- Contáctese para establecer encuentros personales, y trate cada ocasión como si fueran reuniones de ventas de nivel.
- 5.- Lleve consigo datos útiles para las empresas durante las entrevistas.
- 6.- Tenga presente el análisis que efectuó sobre las necesidades de cada empresa, e intente efectuar una mejor configuración de la situación durante las entrevistas.
- 5.- Ajuste sus expectativas de remuneración en función de su potencial para la organización, pero manténgase abierto a cualquier tipo de propuestas.
- 8.- Envíe notas de agradecimiento para cada entrevistador luego de las entrevistas y efectúe seguimiento del proceso de toma de decisiones.

9.- Confirme con antelación cada entrevista a medida que avance en el proceso, hasta su resolución.

Busque donde no lo hacen los demás

Si conoce alguna compañía en la que le gustaría trabajar, debe dirigirse estratégicamente a ella. Sin embargo, no limite sus opciones y contacte algunas más.

De no conocer ninguna empresa que sea objeto de su atención, investigue el mercado con mayor dedicación hasta que logre identificar algunas de su interés. Recuerde que puede extenderse hacia otras ciudades o países que le resulten atractivos, o en los que las posibilidades de inserción laboral para usted sean mayores.

Haga el siguiente ejercicio: sobre un mapa, utilice un compás con la ciudad que le gustaría como su centro, y marque un círculo con un radio de unas 40 o 50 millas. Toda esa zona es el área donde usted debe realizar su búsqueda de trabajo.

Algunos lugares no comunes para buscar un trabajo, pero que pueden resultar un descubrimiento positivo, incluyen:

1.- Empresas capital de riesgo de o firmas que compren empresas: generalmente necesitan gerentes con experiencia, sobretodo si alguna de las compañías de sus portafolios afrontan dificultades. Si usted llena los requisitos, aunque no exista una demanda clara de personal, tiene igualmente altas probabilidades de ser contratado.

2.- Pequeñas compañías: en ocasiones son mejores para trabajar que las grandes empresas. Generalmente ofrecen muy buena seguridad laboral y sus ejecutivos logran más influencia sobre el negocio total que en una gran corporación.

3.- China ofrece oportunidades: lejano, cierto, pero interesante. China tiene una economía poderosa y son muchas las compañías nacionales, estadounidenses y extranjeras en general, que buscan personas interesadas en hacer carreras en esas tierras. Conseguir un contrato o traslado a China desde su país de origen, le abrirá nuevas oportunidades.

Escriba una atractiva Carta de Presentación

Existen varios tipos de cartas. Identifique la que siga el estilo de la cultura de la empresa a la que se dirige. El empleador se sentirá más identificado y aumentarán sus probabilidades de que lo contacte.

Estilos frecuentes:

1.- Carta impactante: Es impactante siempre que logre transmitir con convicción las posibilidades del candidato de mejorar la economía de la empresa trayendo nuevos clientes, energizando la fuerza de ventas, reestructurando un departamento con bajo desempeño, acelerando los procesos de innovación, resolviendo problemas de entregas u otros similares.

Para obtener la atención del empleador, esas cartas suelen resaltar tres o cuatro experiencias o ideas que pueden tener un

impacto positivo en la compañía.

Si su carta de presentación está escrita con un estilo directo, claro y ameno, y su propuesta es factible, tendrá su entrevista.

2.- Carta “boomerang”: le “devuelven” a la empresa las mismas palabras utilizadas por esta en su solicitud de personal - es prácticamente un espejo de su perfil y filosofía. El empleador se siente identificado con el estilo del mensaje por “efecto eco”, más allá de que los datos presentados sean, lógicamente, los del candidato.

3.- Carta CV: es como un currículum estándar. Bien creada, la redacción resalta aquellas cualidades del candidato que son más relevantes para el empleador. Este formato presenta la información biográfica en forma cronológica. En general, refleja algunas de las descripciones de cargo deseadas por la empresa.

No juegue a la ruleta del resumé

No es operativo inundar el mercado laboral con decenas de copias del mismo resumé. Ya que no existen dos empresas iguales (cada una tiene su propia cultura, estructura gerencial, productos, perfiles de contratación y necesidades laborales), tampoco deben ser enviados dos resúmenes iguales. Hacerlo es una táctica poco inteligente.

Conviene ajustar su carta de presentación y resumé a las necesidades de cada empresa, en función de la investigación que hace de ellas.

Efectuar ajustes significa que destacará aquellos aspectos más valorados por la compañía a la que se dirige. Si al intentar hacerlo, siente que fuerza los datos, no prosiga: con seguridad, su perfil no coincide con el de la empresa en cuestión, y por ende, conviene que investigue sobre otra empresa más afín a sus antecedentes y expectativas.

Algunas sugerencias:

1.- Escriba un “resumé a la medida”, con una carta de presentación atractiva, que promueva un encuentro personal con el empleador.

2.- Coloque la sección personal al comienzo. Personalizar su resumé también le agrega valor.

3.- No enfatice demasiado en la sección personal, ya que no sabe cómo lo interpretará el potencial empleador. Sea prudente, por ejemplo, al mencionar sus hobbies.

4.- Nunca mienta. Si bien es frecuente que en los resúmenes se exageran algunos aspectos de la trayectoria, puede resultar negativo hacerlo. Mentir, en general resulta lapidario.

5.- Elimine connotaciones subjetivas. Debe basarse en hechos o logros concretos. Por ejemplo, en vez de la frase “pasión por la atención al cliente”, mencione que “aumentó en un 20% la cartera de clientes de la compañía”; en vez de “habilidad para superar nuevos riesgos”, mencione los logros a los que se refiere, con datos específicos.

7.- El lenguaje debe ser sencillo, directo y claro. Evite la jerga profesional, ya que quizás su resumé sea leído por personas ajenas a su medio.

8.- Concéntrese en sus últimas experiencias laborales. En general, los empleadores se interesan en los últimos 5 u 8 años de trabajo, y en las actividades afines o aplicables a la empresa contratante.

9.- Mencione afiliaciones y membresías prestigiosas en su campo profesional. Descarte las menores, que no le agregarán valor o que, incluso, pueden resultar contraproducentes.

11.- En todo momento, recuerde el verdadero objetivo de toda empresa: la rentabilidad. Su resumé debe transmitir sus condiciones para, directa o indirectamente, mantener y obtener clientes. Es lo que en definitiva importa.

12.- Evite escribir en primera persona, sobretodo en el resumé. En las cartas de presentación, es más admisible, aunque es conveniente hacerlo también en tercera persona.

13.- “¿Por qué la empresa debería contratarme?” La respuesta debe desprenderse de su resumé. De lo contrario, no fue adecuadamente elaborado. Debe preparar su respuesta con convicción antes de la entrevista. Esa respuesta es lo que empleador busca: fundamentación de sus decisiones de contratación.

14.- Su resumé no debe exceder una o dos páginas. Mayor extensión es interpretada como escasa capacidad de síntesis y priorización. Los resúmenes largos ni siquiera son leídos.

Este Resumido ha sido parcialmente patrocinado por:



Directorio y Buscador de Negocios



SeguRed.com – El portal de la seguridad



Estadísticas e Investigación de Mercado Digital en Latinoamérica

¿Le gustó el Resumido? Compre el libro en: <http://www.resumido.com/es/libro.php?cod=217>

El contenido de este Resumido es Copyright 2002 por Resumido.com, todos los derechos reservados
Los derechos intelectuales del libro y su contenido son propiedad del autor y las empresas que lo registraron originalmente.
<http://www.resumido.com>