**Nowoczesna rekrutacja – jak skutecznie pozyskać pracownika?**

**Obecnie, kiedy mamy do czynienia z rynkiem pracownika, firmy rekrutacyjne i działy HR muszą włożyć mnóstwo wysiłku, aby przyciągnąć właściwych kandydatów. Na szczęście pewnym ułatwieniem mogą być nowoczesne narzędzia, w tym także media społecznościowe.**

Gdzie i w jaki sposób najszybciej, najskuteczniej i najtaniej można znaleźć właściwego pracownika? Odpowiedzi najbardziej oczywiste nie zawsze będą najwłaściwsze.

- Najpierw musimy wziąć pod uwagę, kto stanowi naszą grupę docelową, a więc jakich kandydatów szukamy – podpowiada Adrianna Filiks, ekspertka ds. rekrutacji, trenerka w firmie szkoleniowej Effect Group. – W zależności od tego, jakie to będą osoby, gdzie indziej będziemy ich szukać. Dopiero wtedy, gdy na proces rekrutacji spojrzymy okiem kandydatów, będziemy w stanie określić właściwe kanały komunikacji – dodaje.

**Bądź tam, gdzie Twoi kandydaci**

Gdy potrzebny jest nowy pracownik, rekruterzy bardzo często kierują się w stronę popularnego portalu z ofertami pracy. Nie zawsze jednak będzie to najlepsze rozwiązanie. Istnieje spore ryzyko, że takie ogłoszenie spowoduje napływ zgłoszeń od osób, które desperacko poszukują pracy, chociaż żadna nie posiada kwalifikacji odpowiednich na danym stanowisku.

Czasem bardziej właściwe będą np. grupy dyskusyjne na portalach społecznościowych, eventy branżowe lub portale o niedużym, ale ściśle ukierunkowanym zasięgu, związanym z określoną branżą. Wybór miejsca, w którym umieszczona zostanie informacja o naborze kandydatów może przyczynić się do sukcesu lub porażki procesu rekrutacji.

- Rekrutując młode osoby wyjdźmy im naprzeciw. Publikujmy ogłoszenia na portalach społecznościowych, spotykajmy się z nimi w miejscach, w których lubią przebywać, współpracujmy z uczelniami i pojawiajmy się na targach pracy – mówi Adrianna Andryanczyk, specjalistka ds. rekrutacji pokolenia Y i Z.

- Osoby, które kończą teraz studia lub są w ich trakcie, zupełnie inaczej podchodzą do rozmów rekrutacyjnych niż ich starsi o kilka lat koledzy. To, że biorą udział w rozmowach, nie zawsze oznacza poszukiwanie pracy. Równie często ich uczestnictwo w rekrutacji wynika z ciekawości, czy też z chęci porównania warunków w obecnej firmie, z ofertami innych pracodawców – dodaje Adrianna Filiks.

Obecnie liczą się już nie tylko zarobki i podstawowe benefity (prywatna opieka zdrowotna, karty sportowe i owoce raz w tygodniu). Nie mniej ważna jest również atmosfera, rozwój osobisty, ciekawe zadania. Pracownicy chcą, by ich starania i pomysły były doceniane – pragną mieć realny wpływ na rozwój firmy. Zależy im także na tym, by praca dawała im przyjemność, a więc by stanowiła rodzaj pasji.

Jeśli natomiast szukamy osób starszych, wówczas zwróćmy uwagę na inne aspekty oferty pracy (np. atrakcyjne wynagrodzenie, opiekę zdrowotną, stabilne warunki), a ogłoszenie opublikujmy w gazecie lokalnej, w radiu lub zostawmy ulotki w sklepach.

**Ogłoszenie – obietnica, którą trzeba spełnić**

Ogłoszenie o pracę może wydawać się prostym komunikatem, jednak często pojawiają się w nim błędy, a później wynikają z nich nieporozumienia. Na co więc powinniśmy zwrócić szczególną uwagę podczas przygotowywania ogłoszeń?

- Tu znowu najistotniejsza jest grupa docelowa i tak zwana persona, czyli wyobrażenie osoby reprezentującej naszą grupę docelową. Zbiera ona i opisuje wszystkie najważniejsze cechy i zachowania odbiorcy, definiując jego nastawienie i źródła motywacji – mówi Adrianna Andryanczyk.

Wiedząc do kogo kierujemy ogłoszenie, powinniśmy stosownie dobrać grafikę, za pomocą której zechcemy przyciągnąć uwagę kandydatów. Zwróćmy jednak uwagę także na to, aby wymienione w ofercie pracy oczekiwania były konkretne oraz by wskazane benefity pokrywały się z tym, co pracodawca faktycznie jest w stanie zaoferować. Pamiętajmy, że w ciągu pierwszego roku od momentu zatrudnienia większość pracowników odchodzi z firmy z powodu niespełnionych obietnic pracodawcy.

**Kandydaci z LinkedIn**

Dziś nikogo nie powinno już zaskakiwać, że w podstawowych narzędziach rekrutacyjnych znajduje się również „direct search”. Na rynku pracy wielu jest kandydatów pasywnych – z jednej strony gotowych na podjęcie nowego wyzwania, ale z drugiej, nie wykazujących inicjatywy w kierunku zmiany pracodawcy. Niektórzy wręcz czekają na to, aż rekruterzy sami zgłoszą się do nich z propozycjami.

- Wysyłanie spersonalizowanych wiadomości do potencjalnych kandydatów to już standard na polskim rynku pracy. Firmy prześcigają się w wymyślaniu nowych form zachęcających do aplikowania do ich firm, a uzupełnione profile na LinkedIn często wystarczą do zaproszenia na rozmowę rekrutacyjną – mówi Adrianna Filiks.

Coraz częściej można się spotkać również z systemem poleceń pracowniczych. Osoba, która przyprowadzi kandydata (a ten „przetrwa” w firmie okres próbny) otrzymuje za to wynagrodzenie. Gdy potrzebujemy wykwalifikowanych pracowników, ta metoda może się doskonale sprawdzić.

**Oprogramowanie pomoże, ale nikogo nie zastąpi**

- Era skrzynek e-mailowych oraz arkuszy kalkulacyjnych, które jeszcze niedawno powszechnie wspierały proces rekrutacji, dobiega końca. Obecnie rekrutacja może przebiegać znacznie szybciej dzięki specjalistycznemu oprogramowaniu – zauważa Adrianna Andryanczyk.

Takim ułatwieniem dla specjalistów HR są m.in. aplikacje umożliwiające planowanie rekrutacji. Pozwalają one dokumentować i usprawniać całe procesy, począwszy od wpływu CV, do podjęcia decyzji o zatrudnieniu konkretnego kandydata. Warto zainwestować w tego typu rozwiązanie zarówno po to, aby ułatwić pracę rekruterom, jak i w celu przeprowadzenia rekrutacji zgodnie z RODO.

Zdarza się, że kandydaci wracają do tej samej firmy, aplikując na różne stanowiska. Odpowiednie oprogramowanie pomoże w zweryfikowaniu ostatniego procesu i w podjęciu decyzji, czy dany kandydat ma szanse spełnić oczekiwania w ramach nowej rekrutacji.

- Pamiętajmy jednak, że choć nowoczesne narzędzia mogą usprawnić proces rekrutacji, to jednak samego wyboru kandydatów dokonują ludzie. Dlatego to od ich wiedzy, kompetencji i doświadczenia zależy najwięcej – podkreśla Adrianna Filiks.

Profesjonalnie i efektywnie przeprowadzony proces selekcji kandydatów przekłada się na konkretne efekty. Dobrzy, kompetentni i zmotywowani pracownicy w firmie pozwalają skuteczniej realizować cele strategiczne, osiągać lepsze wyniki finansowe, i nie do przecenienia: budować dobry wizerunek pracodawcy na rynku.

Źródło: [Effect Group](https://effectgroup.pl/)