

REKRUTACJA W 5 KROKACH

JAK SKUTECZNIE ZNALEŹĆ PRACOWNIKA?

Prowadząca:

JUSTYNA CHMIELEWSKA

Business Manager w Hays Poland

Webinarium, 16.10.2018r.

ACCOUNTANCY &
MA/CONSTRUCTI
CONTACT CENTR
ATIONS/EDUCATI
HNOLOGY/LEGAL
SAFETY/POLICY&
OURCES & MINING
NGINEERING/HU
LOGISTICS/FACILITIES MANAGEMENT/FINANCIAL
CIAL SERVICES/SOCIAL CARE/SALES & MARKETI
ING/ENERGY/OFFICE SUPPORT/RESPONSE MANA
HEALTHCARE/OIL & GAS/ARCHITECTURE/ASSESS
& DEVELOPMENT/PUBLIC SERVICES/ACCOUNTAN
NCY & FINANCE/EDUCATION/PHARMA/CONSTRU
NSTRUCTION & PROPERTY/RESOURCE MANAGEM
MENT/MANUFACTURING & OPERATIONS/RETAIL/I
INFORMATION TECHNOLOGY/SALES & MARKETING
RATEGY/BANKIN
MARKETING/ENE
INING/TELECOMS
HUMAN RESOURC
TRES/FINANCIAL
PHARMA/MANUF
HEALTHCARE/AR
PROCUREMENT/H
UCATION/PHARM
TY/CONTACT CEN
URING & OPERATI
ON TECHNOLOGY
NT/HEALTH & SAF
NKG/RESOURC
INSURANCE/ENG
RESOURCES/LOG
PUBLIC SERVICES
RESOURCES & MIN
ENGINEERING/H
CONTACT CENTRI
ES/SOCIAL CARE
NG/ENERGY/HEA
OFFICE SUPPORT
LEGAL/OIL & GAS

DYLEMATY POLSKIEGO RYNKU PRACY



**SPADA LICZBA LUDNOŚCI W POLSCE,
A SPOŁECZEŃSTWO STARZEJE SIĘ.**



**BRAK LUDZI DO PRACY – TRUDNOŚCI
Z OBSADZENIEM STANOWISK ORAZ ZWIĘKSZANIE ZAKRESU
OBOWIĄZKÓW PRACOWNIKÓW.**



POLSKIE UCZELNIE OPUSZCZA CORAZ MNIEJ ABSOLWENTÓW.

**W CIĄGU NAJBLIŻSZYCH
PIĘCIU LAT LICZBA OSÓB
W WIEKU PRODUKCYJNYM
SPADNIE W POLSCE
O NIEMAL 1,4 MLN.**

**W ROKU 2050 BĘDZIE TO
RÓŻNICA PONAD 8 MLN.**



NAJWIĘKSZE WYZWANIA PRACODAWCÓW



**WYGÓROWANE
OCZEKIWANIA
FINANSOWE
KANDYDATÓW**

**NIEDOPASOWANIE
KANDYDATÓW
(ZA MAŁE LUB
ZA DUŻE
DOŚWIADCZENIE)**

**SPECYFIKA
STANOWISKA**

**RÓŻNICE
POKOLENIOWE**

**BRAK KOMPETENCJI
MENEDŻERSKICH U
KANDYDATÓW**



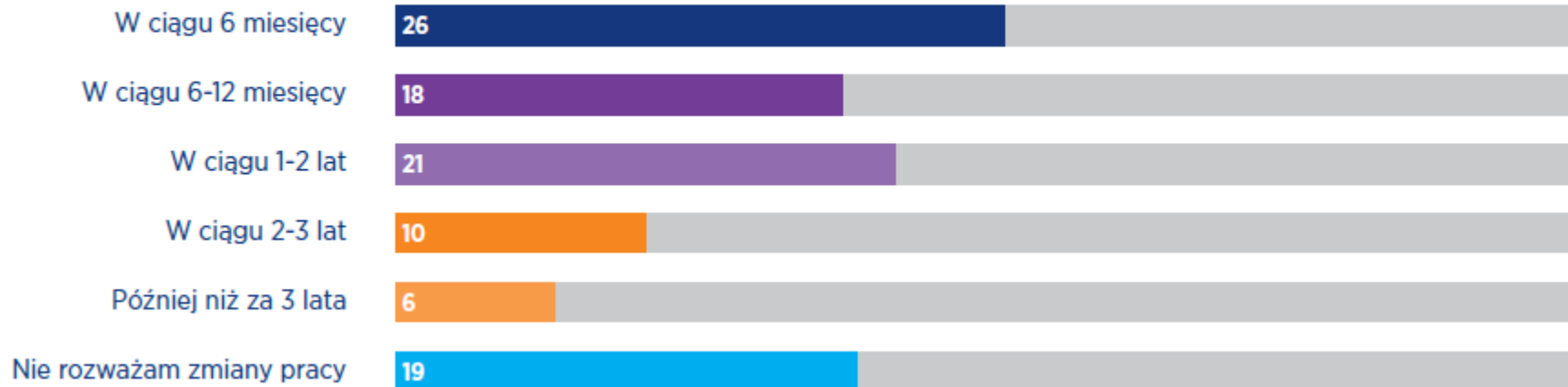
**WYMÓG ZNAJOMOŚCI
DODATKOWYCH
JĘZYKÓW OBCYCH**



OPTYMIZM PRACOWNIKÓW

W jakiej perspektywie rozważa Pan/ Pani zmianę pracy?

Perspektywa pracowników



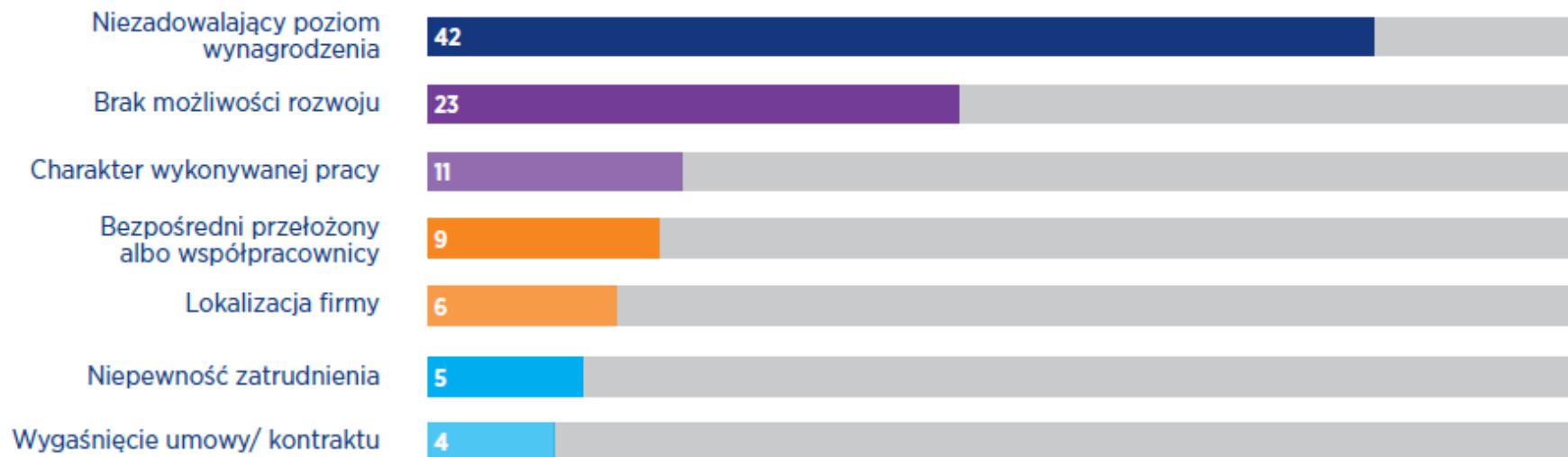
STANDARDOWA REKRUTACJA **RÓWNIEŻ WEWNĘTRZNA**



DLACZEGO SZUKAMY PRACY?

Najważniejsze powody rozważania zmiany pracy (jeden najważniejszy powód)

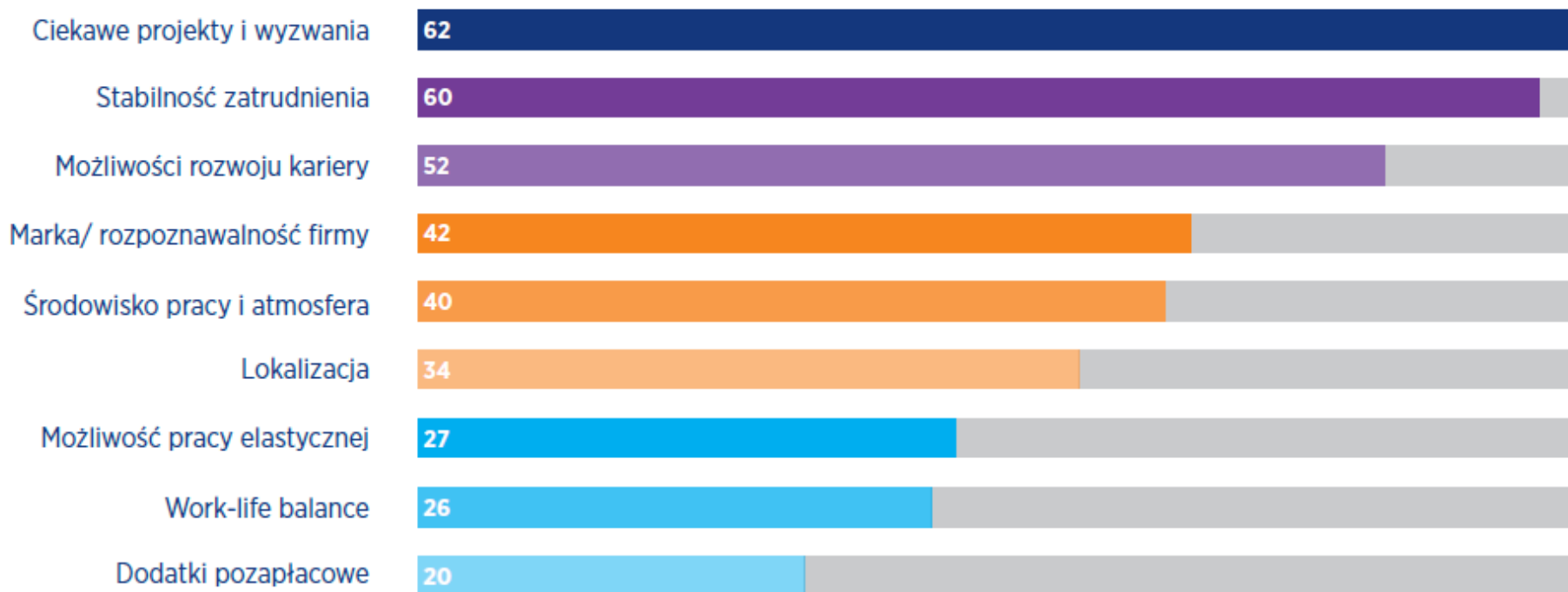
Perspektywa pracowników



CO ZACHĘCA KANDYDATÓW?

Poza warunkami finansowymi, które czynniki najbardziej pomagają firmie pozyskać pracowników?*

Perspektywa firm



* Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ możliwe było zaznaczenie więcej niż jednej odpowiedzi.

SKUTECZNE METODY REKRUTACJI

OGŁOSZENIA NA
PORTALACH PRACY

PROGRAM
REFERENCYJNY W
FIRMIE



PROGRAMY
STAŻOWE,
WSPÓŁPRACA
Z UCZELNIAMI



AGENCJE
REKRUTACYJNE



AKTYWNE
POSZUKIWANIE
KANDYDATÓW



REKRUTACJA ZEWNĘTRZNA

BEZCENNA EKSPERTYZA

DLACZEGO WARTO?



**Szybkość
działania**



**Najlepsi
kandydaci**



**Pełen zakres
usług HR**



Bez ryzyka

ŹRÓDŁA POSZUKIWAŃ

ŹRÓDŁA POSZUKIWANIA PRACY

40% kontakty osobiste (polecenia,
rekomendacje)

21% social media

20% internetowe portale pracy

20% head-hunter

7% targi pracy

ŹRÓDŁA POSZUKIWANIA KANDYDATÓW

- ogłoszenia na portalach pracy
- social media
- rekomendacje, polecenia
- direct search
- executive search
- headhunting

SPRAWNY PROCES REKRUTACYJNY

SKUTECZNY PROCES

Krok1: Analiza CV



Krok 2: Pierwsza rozmowa telefoniczna

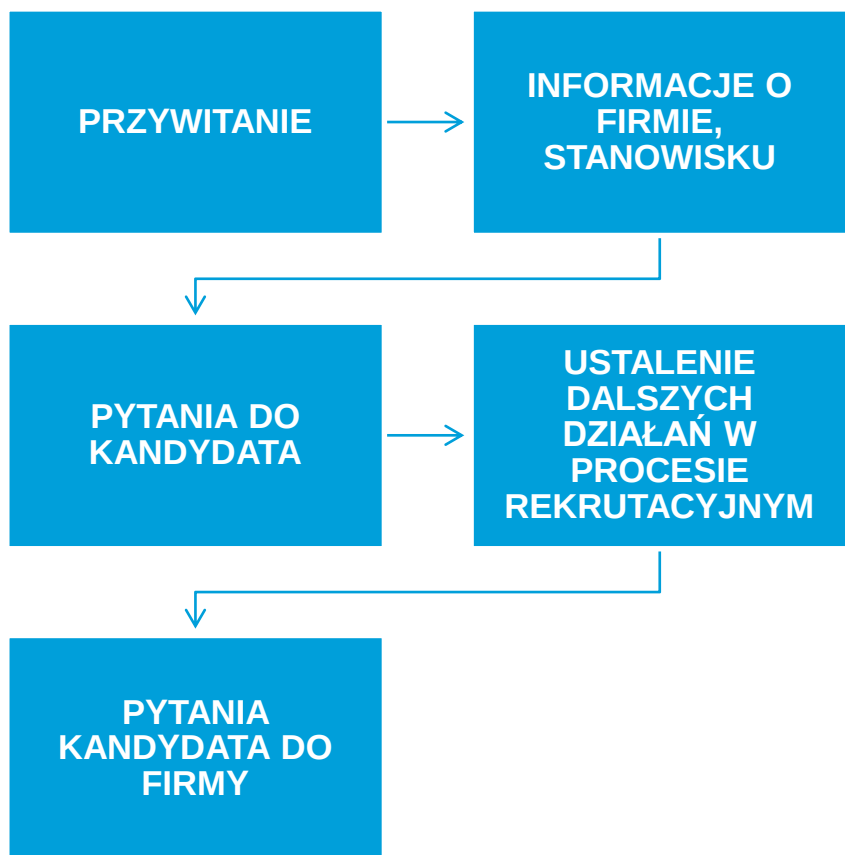
Krok 3: Rozmowa kwalifikacyjna

- Pozytywne nastawienie
- Chęć ciągłego rozwoju
- Własna motywacja
- Współpraca w zespole
- Umiejętności komunikacyjne
- Entuzjazm
- Otwartość na zmianę

Krok 4: Sprawdzenie referencji,

Krok 5: Sprawdzenie umiejętności praktycznych

PRZEBIEG ROZMOWY KWALIFIKACYJNEJ



NIE ZAPOMINAJ O:

- PIERWSZE WRAŻENIE
MOŻNA ZROBIĆ TYLKO RAZ
- FEEDBACK
- SPÓJNOŚĆ
- UNIQUE SELLING POINTS

KANDYDACI PASYWNI
– NIEOCENIONE ŹRÓDŁO
KOMPETENCJI

TYPY KANDYDATÓW



BEZROBOTNI



AKTYWNI – szukają pracy, odpowiadają na ogłoszenia



SEMI-AKTYWNI – pracują, ale myślą o zmianie i jeśli pojawi się ciekawa oferta, nie odmówią udziału w procesie rekrutacyjnym (15%)



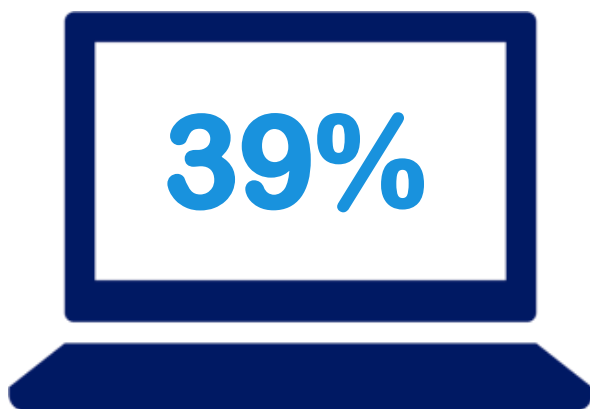
PASYWNI (ODKRYWCY) – pracują i są zadowoleni, ale nie zamykają się na nowe możliwości zawodowe (40%)



SUPER PASYWNI – nie rozważają zmiany pracy

JAK SKUTECZNIE TRAFIĆ DO KANDYDATA – ZWŁASZCZA PASYWNEGO?

- Dbaj o **PERSONAL BRANDING** – pokaż się jako ekspert ds. rekrutacji w danej branży (artykuły, wystąpienia, grupy dyskusyjne) oraz **EMPLOYER BRANDING**
- Stale buduj sieć kontaktów
- Utrzymuj stałe relacje z pozyskanymi kandydatami
- Dokładnie słuchaj kandydatów i odpowiadaj na ich potrzeby – znajdź prawdziwe motywatory zmiany
- Zapraszaj kandydatów pasywnych na spotkania branżowe
- Traktuj kandydata jak klienta, a ofertę jak produkt, który chcesz, by kupił
- Korzystaj ze wszystkich możliwych źródeł pozyskania najlepszych talentów- **SOCIAL MEDIA**

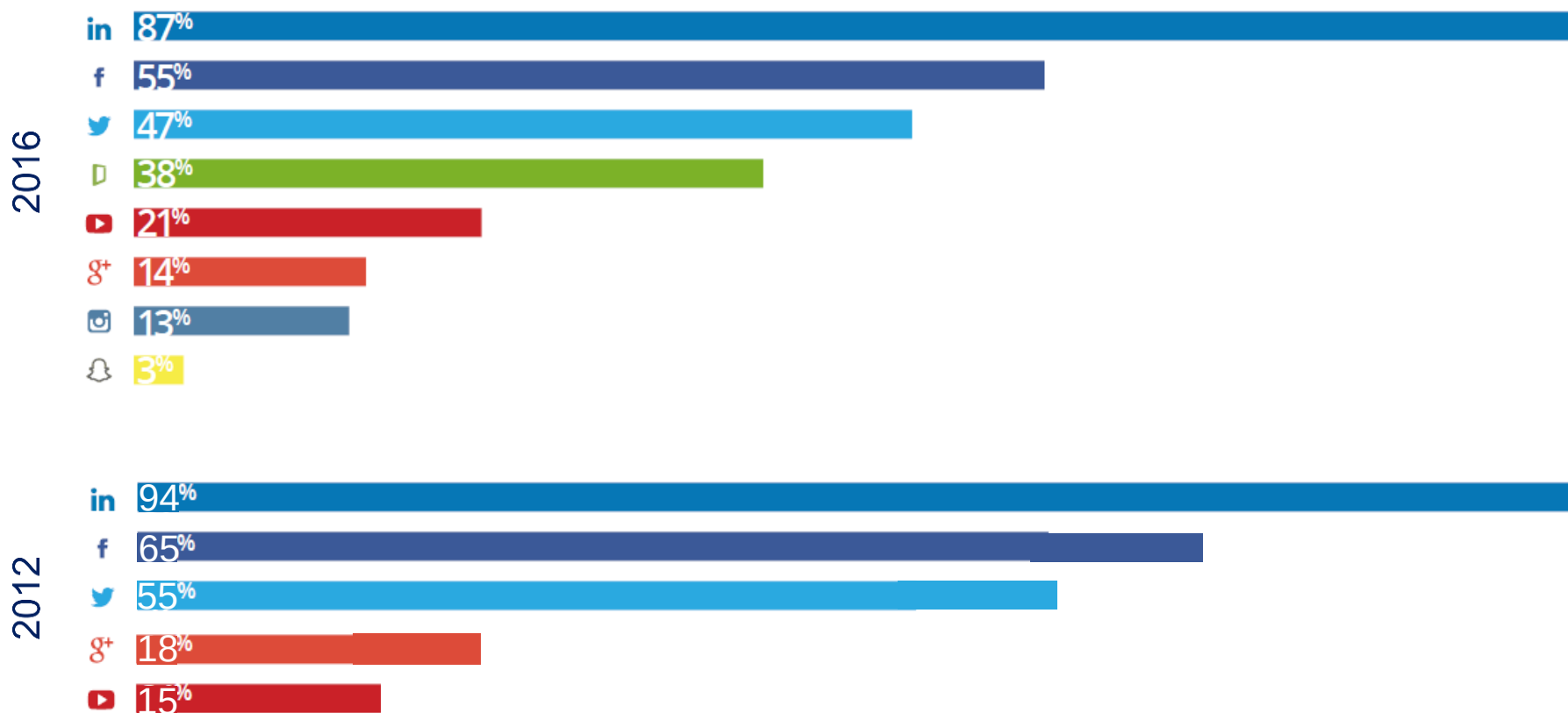


**39% Polaków aktywnie
korzysta z mediów
społecznościowych
(średnia dla świata to
37%)**



92% rekruterów
wykorzystuje media
społecznościowe do
szukania informacji
o Kandydatach

SOCIAL MEDIA W REKRUTACJI JAK DAĆ SIĘ ZNALEŹĆ I GDZIE NAJLEPEJ SZUKAĆ?



ELASTYCZNOŚĆ

– NIE TYLKO ETAT

ELASTYCZNE FORMY ZATRUDNIENIA

**Leasing
pracowniczy**

**Praca
tymczasowa**

**Niepełny
wymiar etatu**

**Kontrakt
menedżerski**

PODSUMOWANIE

REAGUJ NA
ZMIANY RYNKOWE
– ZE ZROZUMIENIEM
OCENIAJ TRENDY
I REALNIE OKREŚLAJ
ZARÓWNO SVOJE, JAK I
ORGANIZACJI, MOCNE
ORAZ SŁABE STRONY,
PROAKTYWNIE
DOPASOWUJ SIĘ DO
RYNKU



PRZYSZŁOŚĆ JEST INNA

DŁUGOŚĆ PROCESU REKRUTACYJNEGO

- Rynek kandydata= wiele ofert
- Sprawne podejmowanie decyzji przybliża do sukcesu
- Elastyczność w zakresie procesu
- Elastyczność w zakresie oczekiwań – dobre przygotowanie do rekrutacji

INFORMACJA ZWROTNA

- Kluczowy element w komunikacji z kandydatami
- Utrzymanie dobrego wizerunku pracodawcy
- Budowanie partnerskich relacji, również na przyszłość

KOMUNIKACJA WYNAGRODZENIA

- Nowość na polskim rynku
- Skrócenie procesu rekrutacji
- Trafniejsze aplikacje na ogłoszenie
- Przejrzystość procesu rekrutacyjnego