

Rekruter w skórze kandydata

Rekrutacja to złożony proces, jednak tym, co gwarantuje zakończenie go z sukcesem, są pozytywne relacje z kandydatami. Czy relacje te zostaną właściwie zbudowane, zależy od rekrutera, będącego najczęściej osobą pierwszego kontaktu kandydata z organizacją.

Artur Dzięgielewski, Anna Czurak

W czasie pandemii koronawirusa wiele osób zostało pozbawionych zatrudnienia lub części wynagrodzenia. Duża liczba kandydatów nadal poszukuje zajęć, mimo że przez cały czas trwania pandemii były i są organizacje aktywnie prowadzące procesy rekrutacyjne. Obecna sytuacja na rynku nie wpływa również pozytywnie na czas, który przeznaczyć trzeba na znalezienie nowego miejsca zatrudnienia. Wywołuje to niejednokrotnie u kandydatów stres i frustrację, do tego stopnia, że przestają wierzyć we własne umiejętności. Coraz częściej długotrwały brak pracy kończy się wizytą u psychologa.

Tendencję, o której mowa, potwierdzają także wyniki badania ankietowego przeprowadzonego przez autora artykułu na jego profilu zawodowym na portalu LinkedIn (patrz wykres: „Jak długo obecnie poszukujesz pracy?”). Wyniki ankiety nie napawają optymizmem.

Procesy rekrutacyjne prowadzone są nieustannie, organizacje zatrudniają pracowników na różne stanowiska. Dlaczego zatem tak wiele osób poszukuje zatrudnienia tak długo? Czy osoby rekrutujące mogą kandydatom pomóc? Na co powinny zwrócić uwagę, poszukując pracowników do organizacji?

Na początku jest ogłoszenie

Proces rekrutacyjny najczęściej zaczyna się od zamieszczenia ogłoszenia. Rekruter poszukujący właściwego pracownika na dane stanowisko

w wielu przypadkach na samym początku rekrutacji publikuje anons na portalach z ogłoszeniami o pracę lub w mediach społecznościowych (w ostatnich latach rzadziej natomiast w prasie). Z kolei kandydat szukający pracodawcy w pierwszej kolejności proces poszukiwań zaczyna od przeglądania ogłoszeń o pracę w wyżej wymienionych mediach. Skoro ogłoszenie jest pierwszym, a poniekąd kluczowym etapem rekrutacji, bo dobrze skonstruowane pozwala pracodawcom pozyskać kandydatów, którzy odpowiadają profilowi potrzebnego pracownika, to na co powinien zwrócić uwagę rekruter, aby ogłoszenie przykuło wzrok kandydata i spowodowało, że aplikować będą osoby o właściwym profilu? Przede wszystkim należy zadbać o to, by ogłoszenie było atrakcyjne i wizualnie, i merytorycznie. Ciekawa, spójna z komunikacją wizerunkową oprawa graficzna anonsu o pracę z pewnością zainteresuje więcej osób niż zwykłe czarno-białe ogłoszenie. Sama treść też jest ważna. Niestety, często rekruterzy zamieszczają bardzo długie ogłoszenia zawierające kilkadziesiąt wymagań i zadań na danym stanowisku, oferując w zamian niewiele w sekcji, gdzie publikowane są korzyści dla pracownika. Niejednokrotnie ogłoszenia zamieszczane są w obcym języku, co utrudnia kandydatom ich zrozumienie, i albo na takie anonse nie odpowiadają, albo rekruter otrzymuje aplikacje niedopasowane do stanowiska. Oczywiście jeśli użycie języka obcego jest zasadne (firma zagraniczna), to wtedy nic nie stoi temu na