

W dzisiejszych czasach, mimo postępującej automatyzacji procesów, żadna firma nie może sprawnie funkcjonować bez odpowiednich pracowników. Dlatego tak istotne jest zbudowanie przemyślanej strategii rekrutacyjnej, która jako kluczowy element Human Resources pozwoli firmom skupić się na najbardziej wartościowych kandydatach. Ten e-book pomoże Ci zrozumieć istotę optymalnego procesu rekrutacji, również w zależności od rodzaju prowadzonej firmy. Przedstawione strategie rekrutacyjne stanowią świetne wskazówki nie tylko dla dużych przedsiębiorstw, ale również dla mniejszych firm. Jednocześnie wieloaspektowe ujęcie tematu dostarczy Ci cennych informacji na temat samych metod poznawania pracowników, poszczególnych etapów procesu rekrutacji czy głównych prognoz na rynku pracy, abyś mógł jeszcze lepiej dostosować się do najnowszych trendów.

Rola działu zarządzania zasobami ludzkimi

Zarządzanie zasobami ludzkimi

Ludzie stanowią jeden z najważniejszych czynników decydujących o sukcesie przedsiębiorstwa.

To oni wpływają na kształt firmy i sprawiają, że prowadzenie jakiegokolwiek działania staje się w ogóle możliwe. Dlatego też współcześnie zarządzanie zasobami ludzkimi stało się pewnego rodzaju sztuką, która odpowiednio wykorzystywana, potrafi zapewnić korzyści zarówno pracownikom, jak i przełożonym.

Współczesny rynek wyróżnia coraz większa różnorodność przejawiająca się również mocniejszą dynamiką zachodzących zmian. Nie zważając na profil prowadzonego biznesu, dla firm istotne staje się jak najbardziej elastyczne działanie, które umożliwi stawienie czoła obecnym wyzwaniom rynkowym. Szybkie reagowanie na nowe potrzeby świata biznesu wymaga sprawnie funkcjonujących pracowników. Koniecznością jest więc odpowiednie zarządzanie kadrami, które wpływa na efektywność całego przedsiębiorstwa.



Pojęcie „zasoby ludzkie” odnosi się nie tylko do samych osób wykonujących poszczególne zadania w firmie, ale również do ich wiedzy teoretycznej, umiejętności, doświadczenia czy przyjmowanych postaw.

Obecnie nie wystarczy tylko dysponować personelem. Każdy dążący do sukcesu biznes powinien zrozumieć moc zarządzania zasobami ludzkimi. Proces ten zaczyna się już od zapewnienia odpowiedniej liczby osób z potrzebnymi kwalifikacjami. Jednak zaraz po pozyskiwaniu pracowników równie ważnym elementem jest wspieranie ich rozwoju czy utrzymywanie w firmie.

Należy też zwrócić uwagę na aspekt motywowania podwładnych. **Zmotywowani pracownicy zwiększają wydajność swojej pracy, co prowadzi do lepszych wyników.** Poprawia się również sama atmosfera pracy i relacje pomiędzy współpracownikami. Doceniony personel chętniej wykonuje powierzone mu zadania i jest gotowy na nowe wyzwania. Ponadto zapewnienie satysfakcji z pracy, uatrakcyjnienie obowiązków czy włączenie do procesu podejmowania decyzji także pracowników z niższych szczebli, wzmacnia pozytywne nastawienie do pracy, dając zatrudnionym poczucie samospelnienia.

Odpowiednie zarządzanie zasobami ludzkimi oraz optymalne ich wykorzystywanie przynosi obustronne korzyści i pozwala zrealizować zarówno ekonomiczne, jak i społeczne cele. Pracownicy czują się docenieni i zmotywowani do pracy, a przełożeni mogą zaobserwować ich satysfakcję odzwierciedlającą się w coraz lepszych wynikach firmy.

Główne elementy zarządzania zasobami ludzkimi

Do najważniejszych elementów zarządzania zasobami ludzkimi można zaliczyć: planowanie, rekrutację i selekcję, wdrażanie nowych pracowników, systematyczną ocenę pracy czy motywowanie pracowników.

Planowanie zasobów ludzkich opiera się na starannym opracowaniu najbliższych podejmowanych kroków. Rozsądne przemyślenie zatrudnień czy zwolnień daje szansę na zwiększenie możliwości rozwoju zawodowego oraz kreowanie ścieżek awansów.

Niezwykle istotny aspekt zarządzania zasobami ludzkimi stanowi proces rekrutacji, dzięki któremu pozyskuje się grupy kandydatów potencjalnie nadających się na określone stanowisko. Następnie, poprzez selekcję i analizę zebranych informacji, z kandydatów tych ostatecznie są wybierani tylko ci najbardziej odpowiedni. Nowo zatrudnionych pracowników należy wdrożyć do pracy, zapoznając ich z działalnością firmy, obowiązkami czy współpracownikami, co zwiększy ich wydajność już od samego początku. Jednocześnie prowadzenie systematycznej oceny pracy umożliwia zaobserwowanie zalet oraz wad poszczególnych pracowników. W ten sposób przełożony ma szansę zidentyfikować obszary wymagające udoskonalenia oraz lepiej dopasować realne predyspozycje personelu do zlecanych zadań.

Rola kierownika działu kadr

Współcześnie w dużych organizacjach trudno wyobrazić sobie strukturę organizacyjną bez działu kadr i kierownika nim zarządzającego. W dobie ewolucji rynku pracy i zmiany podejścia do kierowania personelem istotną rolę odgrywa dobrze zorganizowany sektor kadrowy i kompetentny menedżer. Kierowanie ludźmi stanowi integralną część zarządzania zasobami ludzkimi i jest ukierunkowane na maksymalizację efektywności pracy, poprzez indywidualne kształtowanie zachowań pracowniczych.

Kierowanie personelem polega na świadomym oddziaływaniu przez kierownika na zachowania innych uczestników organizacji (podwładnych) w taki sposób, aby osiągnąć cele przedsiębiorstwa. Praca kierownika działu kadr obejmuje specyficzne funkcje i role, określone w opisie stanowiska pracy. Najważniejsze z nich to planowanie, organizowanie, kierowanie i kontrola. Zasadniczą rolą kierownika w zarządzaniu zasobami ludzkimi jest osiągnięcie celów organizacji przez pracę innych i z innymi. Zakres ich odpowiedzialności dotyczy przebiegu i efektu procesów pracy. Kierownicy personalni pełnią rolę realizatora, inspiratora i mentora.

Zarządzanie zasobami ludzkimi a proces rekrutacji

Chociaż zarządzanie zasobami ludzkimi to niezwykle szeroki temat, w tym e-booku szczególną uwagę poświęcono samemu procesowi rekrutacji. Aby odpowiednio kierować ludźmi, najpierw trzeba przyciągnąć do organizacji właściwych kandydatów.

Poszukiwanie nowych pracowników powinno być istotne dla wszystkich firm, bez względu na specyfikę ich działalności. Przyjmowanie jak najbardziej odpowiednich kandydatów potrafi w krótkim czasie wznieść przedsiębiorstwo na wyżyny, jednak wymaga też realizacji przemyślanych kroków. Proces rekrutacji opiera się na przekazywaniu informacji o wolnych miejscach na rynku pracy i jednoczesnym zachęcaniu kandydatów do aplikowania.

Job ads

Firmbee • Job ads

+ New job ad

Name of job ad

Position

Reference number

Client

Job ads

Job ads templates

NAME OF JOB AD (INTERNAL)	POSITION	HR PROJECT	CLIENT	EXPIRES	STATUS
Charity Shop Volunteer				25.07.2022 — 01.08.2022	Active
Game QA Tester	Tester	Game QA Tester	Beautylish LTD	01.12.2021 — 04.03.2022	Active
Junior IT recruiter	Junior IT recruiter	Junior IT recruiter		11.10.2022 — 11.11.2022	Inactive
Ninja Marketing Specialist	Marketing Specialist	Firmbee	Firmbee LTD	13.10.2022 — 30.11.2022	Inactive
Project	Developer	Game QA Tester	HireVue	01.12.2021 — 29.10.2022	Active
Senior Java Developer	Developer	Game QA tester	Bitpay	07.10.2020 — 14.10.2020	Inactive
Senior Java DeveloperJEE	Developer	QA Engineer		02.02.2021 — 13.03.2021	Inactive

Screen: System Firmbee - Ogłoszenia o pracę

Oprócz pełnienia funkcji informacyjnej oraz motywacyjnej, rekrutacja wiąże się również ze wstępną selekcją oraz weryfikacją dokumentów potencjalnych pracowników. Analizując proces rekrutacji, można wyróżnić kilka etapów, które w zależności od charakteru poszczególnych stanowisk przybierają odmienne formy.

Przemysłana rekrutacja pracowników, odpowiadających realnym potrzebom danej firmy, pozwala zwiększyć jej elastyczność, umożliwiając spełnienie wymagań kreowanych przez współczesny rynek. Jednak tak dynamiczny obszar wymaga elastyczności również od samego procesu rekrutacji. Obecnie nie istnieje tylko jeden uniwersalny schemat zatrudniania, a firmy coraz chętniej korzystają z nowoczesnych technologii zapewniających innowacyjne rozwiązania. W tym e-booku przedstawiamy najważniejsze aspekty procesu rekrutacji, pokazując również rozmaite metody usprawniające cały ten proces.

Cykl życia pracownika

Punktem wyjścia w cyklu życia osób zatrudnionych jest pracownik, czyli osoba świadcząca pracę na rzecz pracodawcy na podstawie umowy. Realizuje on umówione zadania, za które otrzymuje wynagrodzenie.

Cykl życia pracownika to określony model składający się z kolejnych etapów zatrudnienia i jego funkcjonowania w firmie.

Z punktu widzenia strategii zarządzania kadrami analiza cyklu życia pracownika od chwili zainteresowania go ofertą pracy, po decyzję o rozstaniu nabiera strategicznego znaczenia. Znajomość poszczególnych etapów umożliwia szybką reakcję menedżera na sytuacje kryzysowe. Ponadto pomagają w analizie poziomu efektywności i wydajności pracowników oraz ich zaangażowania.

Etap życia pracownika determinuje również działania motywacyjne. W praktyce biznesu etapy omawianego cyklu są różnie definiowane. Jednak najczęściej spotyka się podział na pięć etapów obejmujących: rekrutację, zatrudnienie i adaptację, rozwój zawodowy, utrzymanie i odejście.

Rekrutacja

W celu przyciągnięcia cennych pracowników organizacje powinny wyrobić sobie markę dobrego pracodawcy.

Kluczowe w tym zakresie są aspekty związane z kulturą organizacyjną, rozwojem zawodowym oraz z systemem motywacyjnym. Z punktu widzenia pracownika etap ten obejmuje gromadzenie informacji o dostępnych miejscach pracy i aplikowanie na interesujące stanowiska.

Najważniejsze źródła informacji o firmie to własna strona internetowa, ogłoszenia o pracę publikowane online, polecenia od znajomych oraz opinie zamieszczane na portalach społecznościowych. Na tym etapie pracownik decyduje czy chce podjąć pracę w danej firmie, natomiast pracodawca za pomocą narzędzi służących do selekcji wybiera kandydatów do dalszego etapu rekrutacji. W momencie kiedy kandydat przyjmie ofertę zatrudnienia możemy stwierdzić, że proces rekrutacji zakończył się pomyślnie. I tym samym następuje przejście do kolejnego etapu, jakim jest zatrudnienie.

Zatrudnienie i adaptacja

Na tym etapie następuje podpisanie umowy oraz zapoznanie pracownika z jego obowiązkami i stanowiskiem pracy. Osoby nowo zatrudnione mają najwięcej zapału i zaangażowania w realizację zadań. Chętnie się uczą i podejmują nowe wyzwania. Jednocześnie weryfikują swoje oczekiwania ze stanem rzeczywistym. Wtedy też podejmują decyzję, czy zwiążą się z firmą na dłużej.

Na tym etapie szczególną rolę odgrywa proces adaptacji nowego pracownika. Jeżeli zostanie przeprowadzony skutecznie i prawidłowo, to zwiększy się szansa na zatrzymanie go w organizacji. **Adaptacja powinna być realizowana w wymiarze nie tylko zawodowym, ale również społecznym.** Nie należy zapominać, że relacje interpersonalne oraz kultura organizacyjna mają duże znaczenie i często są czynnikami determinującymi decyzję o kontynuacji zatrudnienia. Pracownik ponadto powinien poznać się z celami, misją, wizją i wartościami organizacji po to, aby mógł się z nią utożsamiać.

Rozwój zawodowy

Proces adaptacji nowo zatrudnionej osoby trwa zazwyczaj od trzech do sześciu miesięcy. Po tym okresie pracownik zazwyczaj już wie na czym polega jego praca, rozumie istotę realizowanych zadań oraz poznał strukturę i kulturę organizacji. Po kolejnych kilku miesiącach następuje czas rozwoju zawodowego. Jest to zderzenie oczekiwań pracodawcy z faktycznymi umiejętnościami i predyspozycjami pracownika. Warto wtedy na podstawie analizy zdecydować o wdrożeniu adekwatnego systemu szkoleń i wytyczeniu ścieżki kariery.

Podstawową funkcją rozwoju zawodowego jest zdobycie nowej wiedzy. Biorąc pod uwagę, że rozwój zawodowy rozpatrywany jest jako jedno z narzędzi motywujących, to warto o niego zadbać i ująć w strategii personalnej.

Inwestycja w pracowników ma zazwyczaj przełożenie na rozwój firmy i wzrost jej znaczenia na rynku pracy. Ponadto pracownik zaopiekowany i zadbany na tej płaszczyźnie nie będzie myślał o zmianie pracy i odejściu do konkurencji.

Utrzymanie

Utrzymanie jest jednym z najdłużej trwających i jednocześnie najtrudniejszym z etapów. **Po kilku latach pracy często spada efektywność i zaangażowanie pracownika na rzecz monotonii i rutyny. Pracownik wie, że ma już ugruntowaną pozycję w firmie i jest specjalistą w swojej dziedzinie.** Dlatego na tym etapie tak ważne jest umiejętne motywowanie i zachęta do podejmowania nowych wyzwań.

Aby pracownik bardziej zaangażował się w pracę i życie organizacji, warto zapewnić mu adekwatne bodźce finansowe i pozapłatowe, odpowiednie warunki pracy, swobodę w podejmowaniu decyzji oraz możliwość uczenia się na błędach i samodzielnie wyciąganych wnioskach. Jedną z istotniejszych kwestii wpływających na decyzję o utrzymaniu zatrudnienia jest poczucie bezpieczeństwa, które pracodawca może zapewnić poprzez kształtowanie kultury organizacyjnej opartej na wzajemnym szacunku, relacjach partnerskich i współpracy.

Odejście

Ostatnim etapem cyklu życia pracownika jest jego odejście z organizacji. Należy pamiętać, że offboarding jest tak samo ważny jak zatrudnienie. **Rozstanie z pracownikiem jest zawsze krytycznym momentem dla każdej ze stron i wiąże się z wieloma zagrożeniami, m.in. takimi jak powstanie luki kompetencyjnej, z chaosem organizacyjnym, czy ze spadkiem efektywności.** Dla pracownika natomiast jest to stresująca sytuacja związana z utratą stabilności i potencjalnym pogorszeniem sytuacji życiowej. Dlatego proces offboardingu odgrywa tak kluczową rolę. Im bardziej jest on uporządkowany i umożliwia sprawne przekazanie obowiązków i rozliczenie się ze sprzętu, tym zmniejsza się ryzyko wystąpienia sytuacji kryzysowych.

W skrajnych przypadkach konieczne może stać się uporządkowanie prac i udrożnienie procesów, w celu zapobiegnięcia paraliżowi organizacyjnemu. Jeżeli z firmy odchodzi cenny pracownik, to warto zadbać o to, aby miał możliwość powrotu na swoje stanowisko.

Zaangażowanie pracownika



Rola rekrutera w procesie zatrudniania

Rekruter odgrywa szczególnie istotną rolę w życiu i rozwoju firmy, stając się jej wizytówką na rynku. To on decyduje z kim warto rozpocząć współpracę i kto najlepiej wpasuje się w profil prowadzonej działalności. Stanowisko rekrutera wiąże się więc z wielką odpowiedzialnością i wymaga wyróżniania się konkretnymi cechami. Na wstępie warto zaznaczyć, że nie jest to praca dla każdego. Niestety, wiele osób wybiera dla siebie zawód rekrutera „z przypadku” myśląc, że jest łatwy i niewymagający. Nic bardziej mylnego – zawód ten łączy marketing, PR i analitykę i wymaga wielu umiejętności, lat nauki i ciągłego rozwoju.

Rekruter jest osobą odpowiedzialną za kompletowanie zespołów pracowników, zatrudnianie kierowników i menadżerów – co może przekładać się bezpośrednio na wynik finansowy firmy i jej pozycję na rynku. Przed rekruterami stają też liczne wyzwania – wszechobecna automatyzacja wielu procesów, cyfryzacja, rekrutacja przeprowadzana w formie zdalnej spowodowana pandemią oraz wciąż rosnące wymagania kandydatów – zarówno finansowe jak i rozwojowe.

Cechy dobrego rekrutera

Wykształcenie

Nie istnieją konkretne wymogi dotyczące wykształcenia, natomiast pewnym ułatwieniem na starcie kariery zawodowej może być dyplom ukończenia studiów psychologicznych, socjologicznych, z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, zarządzania czy administracji. Na pewno przyda się także podstawowa znajomość prawa pracy.

Znajomość branży

Rekruter powinien posiadać wiedzę techniczną i być obeznanym w branży, w której rekrutuje. Nie musi być specjalistą w danej dziedzinie, jednak powinien wiedzieć, jak wygląda praca i codzienne obowiązki na danym stanowisku. Powinien być też zaznajomiony z branżową terminologią (zwłaszcza jeśli rekrutuje np. w IT).

Chęć rozwoju i poszerzenia horyzontów

Kolejną cechą dobrego rekrutera jest ciekawość, a także chęć rozwoju i poszerzania horyzontów. HR to branża, która nieustannie się rozwija, często wprowadzane są nowe technologie i narzędzia. Dobry rekruter powinien edukować się nie tylko w zakresie rekrutacji, ale też w obrębie branży, w której rekrutuje. Zalecane jest czytanie publikacji z danej dziedziny, uczęszczanie na branżowe eventy, uczestniczenie w rozmaitych warsztatach i szkoleniach, a przede wszystkim rozmawianie z pracownikami różnych stanowisk w firmie.

Zdolności interpersonalne

Dobrego rekrutera cechują mocno rozwinięte zdolności interpersonalne: komunikatywność, otwartość, empatia i zdolność budowania relacji. Praca rekrutera to ciągłe rozmowy, dlatego kontakt i rozmowa z ludźmi powinny sprawiać mu przyjemność. Ważne, aby to on prowadził rozmowę podczas rekrutacji, poprawnie formułował pytania do kandydata, a w niektórych sytuacjach potrafił „przełamać barierę” i zachęcić nieśmiałego rozmówcę do aktywniejszej rozmowy. Powinien być także dobrym słuchaczem – znać i stosować techniki aktywnego słuchania, które pozwalają uniknąć błędów komunikacyjnych.

Ciekawość

Przydatną cechą w pracy rekrutera jest ciekawość skierowana w stronę kandydatów, która pozwoli dowiedzieć się o nich jak najwięcej. Podczas całego procesu specjalista powinien być dostępny i otwarty na ewentualne pytania oraz w razie wątpliwości służyć pomocą. Z tego względu dobry rekruter odbiera telefony, odpowiada szybko na maile oraz ustawia automatyczne wysyłanie wiadomości podczas przebywania na urlopie lub zwolnieniu lekarskim. Dzięki temu kandydaci wiedzą, z czego wynika chwilowy brak komunikacji.

Odporność na stres

W zawodzie rekrutera dużo się dzieje. Często prowadzonych jest kilka procesów rekrutacyjnych naraz, dlatego ważna jest umiejętność działania pod presją czasu oraz odporność na stres. Równie ważna jest cierpliwość, ponieważ zrekrutowanie odpowiedniej osoby to często długi i skomplikowany proces.

Umiejętności analityczne

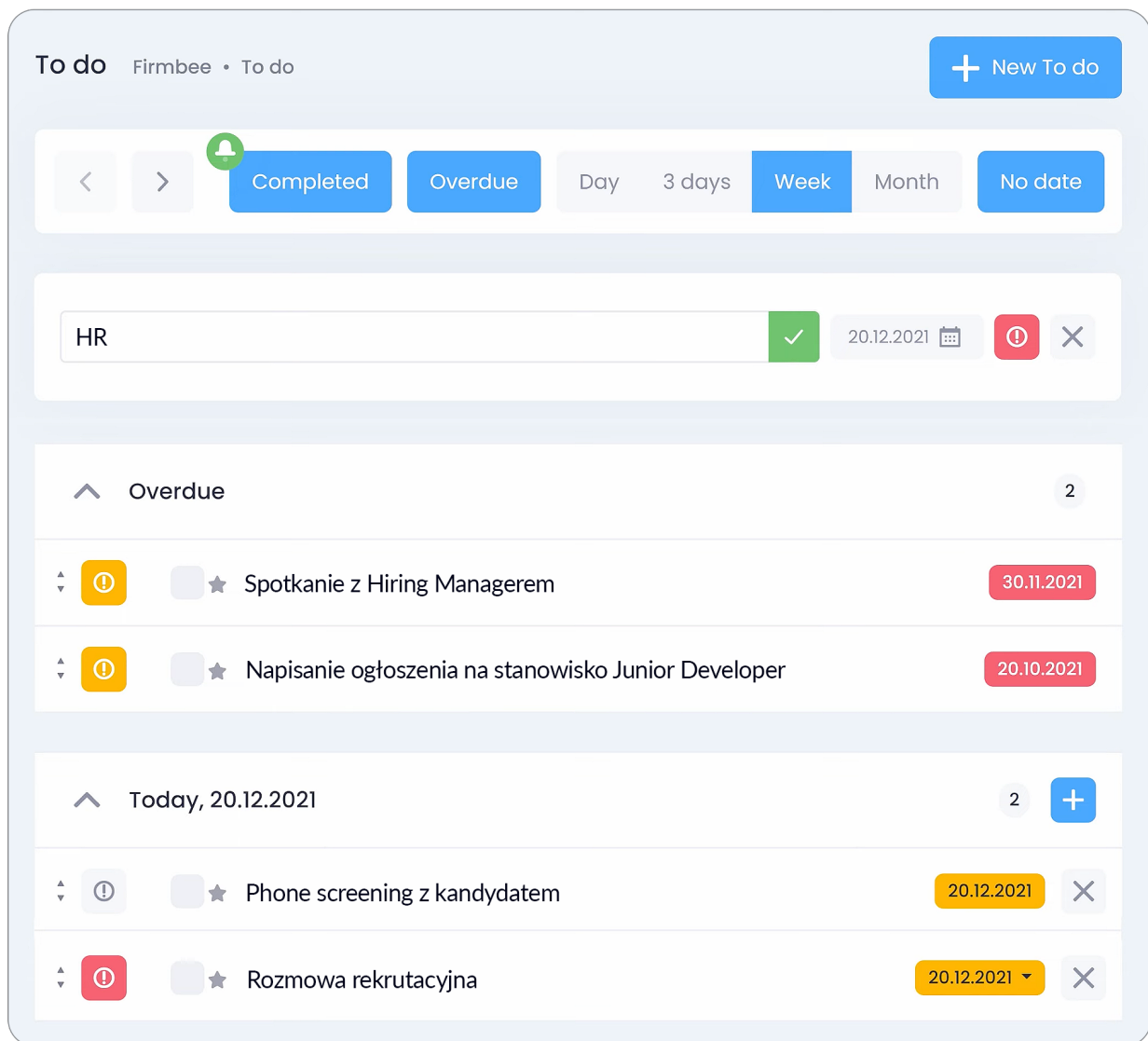
Dobrzy rekruterzy odznaczają się wysokimi umiejętnościami analitycznymi, ponieważ ich codzienna praca wiąże się z operowaniem na ogromnej ilości danych. Dzięki analitycznemu umysłowi, możliwa jest sprawna selekcja kandydatów i wybór najlepszego talentu na dane stanowisko. Obecnie powstaje wiele narzędzi, które mają na celu wspomóc rekruterów w procesie zbierania i analizowania danych.

Umiejętności negocjacyjne

Znalezienie odpowiedniego kandydata to tylko połowa sukcesu. W kolejnym kroku należy uzgodnić z nim odpowiadające obu stronom warunki zatrudnienia. W tym zadaniu przydadzą się umiejętności negocjacyjne. Rekruter musi znaleźć złoty środek między tym, czego oczekuje kandydat, a tym, co jest w stanie zaoferować firma.

Dobra organizacja

Ważna w zawodzie rekrutera jest także dokładność, staranność i skrupulatność, ponieważ oprócz rozmów, jest dużo pracy papierkowej i wypełniania dokumentacji. Przyda się też zdolność planowania, wyznaczania celów i zarządzania czasem – dobra organizacja własnej pracy i skupienie na celu może okazać się kluczowe w natłoku zadań i codziennych obowiązków. Na rynku dostępne są narzędzia pozwalające zarządzać nie tylko projektami i zespołami, ale także swoją pracą, m.in. przy użyciu list zadań (to-do list). Taki spis obowiązków sprawia, że nie tylko rekruter o niczym nie zapomni, ale również będzie miał motywację, aby odznaczać zadania jako już wykonane.



Screen: System Firmbee - Lista to-do

Największe wyzwania w pracy rekrutera

Praca rekrutera potrafi dostarczyć wielu emocji. Z jednej strony tak intensywne kontakty z ludźmi umożliwiają samorozwój, a z drugiej nieobliczalność innych osób niesie za sobą wieczne ryzyko. Z jakimi problemami spotykają się rekruterzy w swojej codziennej pracy?

Mała ilość lub brak zgłoszeń

Jednym z głównych problemów rekruterów jest mała ilość aplikacji lub nawet ich brak. Powodem może być nieatrakcyjna oferta, na którą wpływ mają: niskie widełki finansowe, niekorzystna lokalizacja firmy, brak szczegółowych informacji w ofercie lub nieodpowiedni dobór kanałów dotarcia do potencjalnych kandydatów. Przyczyna może tkwić także w braku fachowców spełniających wymogi, co jest spowodowane rosnącą emigracją i zamykaniem szkół zawodowych. **O ile na widełki finansowe czy lokalizację firmy rekruter nie ma wpływu, to jednak może zadbać o stworzenie atrakcyjnego ogłoszenia.**

Podczas pisania oferty, warto podkreślić jej mocne strony, umieścić w ogłoszeniu informację np. o możliwości pracy zdalnej, proponowanych benefitach pracowniczych czy udogodnieniach znajdujących się w biurze. Długość ogłoszenia powinna być optymalna – tak, aby zawierała wszystkie informacje istotne z punktu widzenia kandydata, a przy tym była napisana zwięźle, w sposób zachęcający do przeczytania i zaaplikowania. Przy dłuższych akapitach można zastosować wypunktowania, co korzystnie wpłynie na czytelność tekstu. Warto również regularnie przeglądać oferty konkurencji – aby wiedzieć, czego mogą oczekiwać kandydaci na obecnym rynku pracy. Dobrym zabezpieczeniem przed problemem braku zgłoszeń na przyszłość może być tworzenie własnej bazy kandydatów, zachowując ich CV na poczet kolejnych rekrutacji.



Rekruter powinien również bardzo dobrze znać portale z ofertami pracy, aby wiedzieć gdzie zamieszczać ogłoszenia skierowane np. do programistów czy marketingowców. Z innych kanałów skorzysta poszukując wykwalifikowanych specjalistów, z innych rekrutując pracowników fizycznych.

Spóźnianie się kandydatów lub niepojawienie się na spotkaniu

Istotnym problemem są spóźnienia kandydatów i niepojawianie się na umówionych rozmowach rekrutacyjnych. O ile spóźnienie można zazwyczaj usprawiedliwić zwyczajnymi utrudnieniami w odnalezieniu siedziby firmy czy korkami na drodze, tak niepojawienie się na rozmowie może być spowodowane strachem przed rozmową, sytuacją losową, otrzymaniem innej, korzystniejszej oferty pracy czy po prostu brakiem kultury osobistej. Może być to też sytuacja niezależna od kandydata – być może otrzymał zły adres czy pomylił dni lub godziny umówionego spotkania, a brak danych kontaktowych do rekrutera uniemożliwił mu poinformowanie go o swojej nieobecności czy spóźnieniu.

Aby zapobiec błędom komunikacyjnym, po kontakcie telefonicznym i ustaleniu spotkania rekruter powi pamiętać o kilku istotnych kwestiach, m.in.:

- o wysłaniu kandydatowi wiadomości z informacją o ustalonym miejscu i terminie spotkania,
- o przesłaniu wskazówek dotyczących sposobu dotarcia pod wskazany adres - wskazaniu nazwy najbliższego przystanku, charakterystycznego miejsca w pobliżu, czy też numeru piętra,
- o udostępnieniu linku do spotkania, jeśli odbędzie się ono online,
- o swoich danych kontaktowych - imieniu, nazwisku oraz numerze telefonu (w razie gdyby kandydat chciał odwołać spotkanie, uprzedzić o spóźnieniu, miał problem ze znalezieniem biura lub miał ważne pytanie).

Dzień przed umówioną rozmową (lub już w jej dniu) warto wysłać SMS z przypomnieniem o godzinie i miejscu spotkania oraz z prośbą o potwierdzenie obecności ze strony kandydata. Jeśli jednak mimo wszystko zdarzy się, że obiecujący kandydat nie przyjdzie na rozmowę rekrutacyjną, warto dać mu drugą szansę. Wystarczy napisać wiadomość z przypomnieniem, że danego dnia miała odbyć się rozmowa rekrutacyjna oraz zapytaniem, czy wszystko w porządku.

Zdarzają się sytuacje losowe, takie jak zwykłe pomylenie terminu spotkania czy wypadek lub choroba. Jeśli pracownik pokaże, że mu zależy i będzie miał wytłumaczenie swojej nieobecności można umówić się na spotkanie w innym terminie. Taka postawa buduje pozytywny wizerunek firmy i dobre relacje z kandydatami.

Rezygnacja kandydata w trakcie rekrutacji

Kolejny problem rekruterów to rezygnacja kandydata w trakcie procesu rekrutacji – po odbytej rozmowie, czy zadaniu rekrutacyjnym. Dlaczego tak się dzieje? Powodem mogą być oczekiwania finansowe, czy też inne

wyobrażenie o stanowisku i zakresie obowiązków. Warto więc umieszczać szczegółowe informacje w ogłoszeniu o pracę, dzięki czemu kandydat wie, czego oczekiwać i jest mniejsza szansa, że zrezygnuje.

Innym powodem może być także otrzymanie innej, bardziej atrakcyjnej oferty pracy czy sytuacja osobista kandydata. Jak temu zapobiec? W takim przypadku jedyne co można zrobić, to skontaktować się z kandydatem, zapytać wprost o powód rezygnacji oraz poprosić o feedback dotyczący procesu rekrutacyjnego. Dzięki temu dowiesz się, czy w przyszłych działaniach możesz coś poprawić oraz jak budować atrakcyjne miejsce pracy.

Nieporozumienie na linii rekruter - manager

Ostatni problem dotyczy relacji i komunikacji w firmie, a konkretnie nieporozumień na linii rekruter – manager, odnośnie wymagań dotyczących przyszłego pracownika. Niedopowiedzenia mogą doprowadzić do niepoprawnej informacji udzielonej kandydatowi o wynagrodzeniu, zakresie obowiązków, wymaganych umiejętnościach czy językach.

Skutkiem różnic w ofercie a faktyczną pracą może być szybka rezygnacja nowego pracownika i przeprowadzenie całego procesu rekrutacji na nowo. Aby uniknąć takich sytuacji, należy utrzymywać dobre relacje z managerami. Warto ustalić z nimi wspólne oczekiwania i sporządzić szczegółowy opis stanowiska jeszcze przed opublikowaniem oferty. Rzetelność na tym etapie pozwoli uniknąć późniejszych rozczarowań.

Jak zbudować silną markę rekrutera?

O budowaniu marki osobistej mówi się najczęściej (zwłaszcza w kontekście LinkedIna i jego możliwości) w odniesieniu do marketerów, sprzedawców, grafików czy innych osób wykonujących na co dzień zawody wymagające przede wszystkim umiejętności miękkich. Do tego grona na pewno należy dorzucić HR, chociaż cel działania osoby działającej w tym obszarze jest odrębny – podczas gdy większości specjalistów budujących markę zależy na pozyskaniu klienta, rekruter stawia na zdobycie pracownika (co wymaga odmiennego podejścia). W jaki więc sposób budować markę osobistą rekrutera? Oto kilka najważniejszych wskazówek.

Działaj aktywnie w social mediach

Jeśli na co dzień aktywnie zajmujesz się pozyskiwaniem kandydatów do pracy, to doskonale zdajesz sobie sprawę z tego, że w dzisiejszych czasach najlepszym kanałem do prowadzenia działań rekrutacyjnych (sourcingu) jest LinkedIn. Na portalu można szukać kandydatów (zgodnie z różnymi kryteriami, np. lokalizacją czy stanowiskiem), przeglądać ich profile czy sprawdzać aktywności, co pozwala choć trochę poznać osobę po drugiej stronie ekranu, aby następnie podjąć decyzję o ewentualnym kontakcie i wzbudzeniu zainteresowania ofertą.

Prawdopodobieństwo, że otrzymasz odpowiedź wzrośnie, gdy kandydat zapozna się z Twoim profilem i zobaczy, w jaki sposób prowadzisz swoją komunikację. Im więcej potencjalny kandydat dowie się na Twój temat z profilu na LinkedIn czy z innych kont w mediach społecznościowych, tym chętniej odpowie na Twoją wiadomość, co pozwoli Ci podjąć kolejne kroki w celu odpowiedniego zaprezentowania oferty i przekonania go do wzięcia udziału w procesie rekrutacyjnym.

Co więcej, regularne tworzenie wartościowych treści (w ramach np. przekazywania wiedzy, dzielenia się doświadczeniem, opisywania najlepszych praktyk) – zarówno dla potencjalnych pracodawców, jak i pracowników – stanowi sposób na to, by przyciągnąć uwagę odbiorców i zapewnić, że potencjalny kandydat sam trafi na Twoją ofertę i postanowi odpowiedzieć, zanim Ty zdążysz postawić pierwszy krok.

Zadbaj o odpowiednią prezencję

„Jak Cię widzą, tak Cię piszą” – te słowa doskonale opisują najczęściej spotykane podejście do drugiego człowieka, zwłaszcza w dobie Internetu, gdy obserwujemy osoby, z którymi nigdy na żywo nie mieliśmy styczności. Wywołanie odpowiedniego wrażenia wymaga zadbania o profesjonalizm nie tylko w ramach swoich treści (np. unikania rażących błędów czy literówek), ale także umieszczanych zdjęć czy grafik (profilowych oraz w feedzie). Publikuj więcej, wykonuj estetyczne, przemyślane, ciekawe fotografie, które będą odpowiednio pokazywały to, jaką jesteś osobą i co chcesz powiedzieć swoim odbiorcom.

Przemyśl to, co chcesz pokazać

„Content is king” to wciąż aktualne powiedzenie, które można odnieść zarówno do firm, jak i do marek osobistych. Kreując content rekrutacyjny na swoje kanały, musisz najpierw zadać sobie kilka ważnych pytań, by na ich podstawie ustalić, jaką strategię komunikacji przyjmiesz. Zapytaj więc siebie m.in. o to:

- 🟡 *Jakie tematy są dla Ciebie istotne?*
- 🟡 *Czy są praktyki w miejscach pracy, z jakimi się zgadzasz i uważasz, że powinny być promowane?*
- 🟡 *Jakie są bolączki procesów HR-owych?*
- 🟡 *Jakie zachowania widzisz wśród kandydatów w różnym wieku?*
- 🟡 *Co powinno się zmienić na rynku pracy?*

Twoje obserwacje na pewno spotkają się z zainteresowaniem – pod warunkiem, że będą szczere i stworzone w sposób świadczący o tym, że znasz się na swojej branży. Co więcej, odbiorcy chętnie obserwują osoby, które w Internecie pokazują siebie – swoją rutynę, zwyczaje, codzienność, cechy charakteru czy nawet przemyślenia niezwiązane z ich dziedziną, ale dotyczące w jakimś stopniu każdego (np. decyzje polityczne czy kwestie gospodarcze). Decydując się na zróżnicowane publikacje, zbudujesz autentyczny i godny zaufania wizerunek dla swoich odbiorców, co ułatwi Ci prowadzenie działań rekrutacyjnych w ramach każdego podejmowanego kontaktu.

Buduj wiarygodność

W tym niewątpliwie trudnym procesie pomogą Ci recenzje oraz opinie, które możesz pozyskać zarówno od firm, którym pomogłeś pozyskać cennego pracownika, jak i kandydatów, którzy dzięki Tobie znaleźli wymarzone miejsce pracy. W dzisiejszych czasach, gdy każdą firmę i osobę można sprawdzić w Internecie, większość ludzi ufa recenzjom produktów oraz usług – nie inaczej jest w przypadku osób zajmujących się rekrutacją. Gdy przestaniesz być jedyną osobą mówiącą o wartości marki, jej waga bez wątpienia wzrośnie.

Pamiętaj o networkingu

Sama obecność na różnych kanałach w mediach społecznościowych i regularne tworzenie publikacji to jednak nie wszystko – musisz zadbać również o to, by wchodzić w interakcje z innymi osobami: zarówno na swoim profilu, jak i w ramach komentowania postów innych osób (działających w tym samym obszarze lub analizujących tematy rekrutacyjne). Jest to najprostszy sposób, by zwiększać swoją rozpoznawalność i poszerzać grupę odbiorców.

Warto w tym zakresie wyjść niekiedy poza świat online – uczestnictwo w różnego rodzaju szkoleniach, konferencjach branżowych, targach pracy czy innych wydarzeniach dla specjalistów z zakresu HR pozwala docierać do nowych osób, wzmacniając pozycję marki. Systemy do zarządzania projektami pozwalają tworzyć własne bazy kontaktów i przechowywać dane poznanych osób, klientów czy pracowników.

Contacts

Firmbee • Contacts

+ New company

+ New contact person

Name

X

City

X

X

Source

^ X

Company

X

Companies

Contact persons

Show favorites

	NAME		COMPANY	POSITION	CITY	PHONE NUMBER	
▼	★  Alexander Robinson (External c...		Bitpay	Account Manager		 (676)3258720	...
▼	★  Audrey Hansen		CapRally	Office Assistant	Portland	 (805)5846061	...
▼	★  Audrey Hansen		Bitpay				...
▼	★  Beverley Gonzalez		CapRally	Office Assistant	Dallas	 (414)3952571	...
▼	★  Chloe Sutton		Beautylish LTD	Office Assistant	Dallas	 (862)3787636	...

Screen: System Firmbee - Baza kontaktów (osoby kontaktowe)

Rola hiring managera w procesie rekrutacji

W większości przypadków w prowadzonych przez firmę procesach rekrutacyjnych bierze udział szereg osób – przede wszystkim kandydat oraz rekruter odpowiadający za kontakt i przeprowadzenie rozmowy (niekiedy reprezentant zewnętrznej agencji rekrutującej), ale także hiring manager, do którego należy ostateczna decyzja o zaproponowaniu kandydatowi pracy. Jaką rolę w procesie rekrutacyjnym odgrywa ostatnia z wymienionych osób?

Głównym zadaniem hiring managera jest pozyskanie najlepszego możliwego kandydata na otwarte stanowisko. Nie oznacza to jednak, że zajmuje się sourcingiem na LinkedIn, wstępną selekcją otrzymanych CV, przeprowadzaniem phone screeningu czy umawianiem terminu rozmowy rekrutacyjnej – takie obowiązki zwykle należą do pracownika działu HR.

Hiring manager jest jednak obecny na rozmowie rekrutacyjnej, starając się poznać kandydata i przekazać mu jak najwięcej informacji na temat pracy w dziale, do którego miałby dołączyć. Co więcej, to właśnie **hiring manager sprawdza referencje kandydata, ocenia ewentualne zadanie rekrutacyjne oraz podejmuje ostateczną decyzję dotyczącą przyszłości kandydata, którą rekruter przekazuje w ramach feedbacku po rozmowie.**

Wszystkie wymienione powyżej czynności są niezbędne, by być w stanie ocenić, czy kompetencje oraz doświadczenie, a także osobowość kandydata pozwolą mu sprawdzić się zarówno na stanowisku, jak i w zespole oraz całej firmie. Kto w takim razie może pełnić rolę hiring managera? Najczęściej tę rolę pełni osoba będąca szefem działu, do którego prowadzona jest rekrutacja (potencjalnie przyszły przełożony).

Obowiązki hiring managera nie zamykają się jednak na braniu udziału w procesie rekrutacyjnym i podejmowaniu decyzji o przyjęciu lub odrzuceniu kandydata. Wśród jego zadań wymienimy również rozsądne planowanie zasobów w dziale i zgłaszanie potrzeb dotyczących pozyskania pracownika (z uwagi na wakat po zwolnieniu, konieczność stworzenia nowego stanowiska czy nadmiernego obciążenia pracą wśród osób zajmujących się określonym obszarem). To jednak nie wszystko – dodatkowo hiring manager:

- 🟡 **konsultuje** potrzebę rekrutacyjną ze swoimi przełożonymi (prezesem, właścicielem, dyrektorem operacyjnym firmy) – niekiedy musi również przekonać drugą osobę, że nowy lub uzupełniający pracownik w dziale jest niezbędny,
- 🟡 **przygotowuje brief rekrutacyjny** (w tym opis stanowiska pracy) – niezbędny, by dział HR mógł stworzyć i umieścić na stronie czy zewnętrznych portalach ogłoszenie o pracę,
- 🟡 **rozesłała informacje na temat otwartej rekrutacji** na zewnątrz lub wewnątrz firmy (licząc np. na polecenia),
- 🟡 **uzgadnia warunki zatrudnienia** w trakcie negocjacji z wybranym kandydatem (tryb pracy, wynagrodzenie, formę umowy itd.).



Istotne jest to, że rola hiring managera nie kończy się po podjęciu wspólnej decyzji o zatrudnieniu. Konieczne jest również utrzymywanie kontaktu z daną osobą przed rozpoczęciem pracy, np. w ramach załatwienia kwestii formalnych, wysyłki sprzętu w przypadku pracy zdalnej itd. Hiring manager ramach procesów onboardingu prowadzonych wspólnie z reprezentacją działu HR).

Z powyższego opisu zadań hiring managera możesz wywnioskować, że taka osoba odgrywa istotną rolę w procesie rekrutacji, chociaż jego obowiązki są odmienne od tych, które realizuje rekruter (zwykle specjalista ds. HR). Istotne jest to, by każda z osób biorących udział w procesie zdawała sobie sprawę z tego, jakie są jej kompetencje oraz że wykonywane zadania mają się ze sobą uzupełniać – w końcu obie strony, chociaż pochodzą z różnych działów, grają do tej samej bramki (podobnie jak kandydat, który stawia na znalezienie najbardziej odpowiadającego mu miejsca). **Wyszukanie największego talentu wśród wszystkich przesłanych CV oraz odbytych rozmów będzie możliwe jedynie w przypadku odpowiedniej współpracy hiring managera oraz rekrutera.**

Brief rekrutacyjny i jak go przygotować?

Czy job brief to to samo co opis zadań, za które poszukiwana osoba będzie odpowiedzialna? Odpowiedź brzmi nie.

Zadania na stanowisku to jedynie niewielki część briefu rekrutacyjnego (choć bez wątpienia bardzo istotny).

Celem breifu rekrutacyjnego nie jest jednak jedynie poinformowanie o tym, jakie umiejętności są poszukiwane (niezbędne do realizacji zleconych zadań), ale kompleksowe wsparcie w pozyskaniu jak najlepszego kandydata na dane stanowisko (nie tylko pod kątem wiedzy, ale również innych elementów, takich jak np. cechy osobowości).

Osiągnięcie takiego efektu wymaga z kolei świetnej orientacji m.in. w poniżej wymienionych kwestiach:

- 🟡 *Dlaczego dane stanowisko pojawiło się w firmie,*
- 🟡 *Jaką rolę zatrudniona osoba będzie odgrywać w swoim zespole,*
- 🟡 *Jakich efektów pracy oczekuje się od pracownika (np. po 6-12 miesiącach),*
- 🟡 *Czy stanowisko już wcześniej istniało w firmie (a jeśli tak, to kto na nim wcześniej pracował i jakie były powody zwolnienia), czy ma zostać stworzone z uwagi na pojawienie się określonej potrzeby,*
- 🟡 *Jaki jest zakres odpowiedzialności (wyznaczenie uprawnień),*
- 🟡 *Jak można się rozwijać na tym stanowisku (ścieżki i możliwości awansu pionowych lub poziomych).*

Tym samym wśród niezbędnych elementów briefu wymienimy: **rolę stanowiska** (jaki jest cel istnienia oraz powody, dla których pojawił się wakat), **codzienne zadania, wymagane doświadczenie i umiejętności, dodatkowe kwalifikacje oraz kluczowe cechy osobowości oraz zachowania** (niezbędne zarówno na danym stanowisku, jak i w zespole). Odpowiednio skonstruowany brief obejmuje również informacje na temat zespołu i jego trybu pracy – dopasowanie firmy oraz potencjalnego pracownika pod kątem kultury organizacyjnej jest niezbędne, by cel został osiągnięty.

Wymieniliśmy szereg elementów, które odpowiednio skonstruowany brief rekrutacyjny powinien zawierać, które są istotne dla firmy poszukującej prawdziwego talentu. Musisz jednak pamiętać o tym, że procesy rekrutacyjne działają w dwie strony – tak jak firma szuka pracownika, który odpowie na jej potrzeby, tak kandydat poszukuje miejsca pracy, który odpowie na jego (pod względem nie tylko warunków pracy, ale również m.in. możliwości rozwoju). Bez wiedzy na temat tego, co kandydat zyska, gdy zgłosi się na dane stanowisko i zacznie pracę w konkretnym zespole, nie będziesz w stanie zapewnić dopasowania zadowalającego obie strony.

Zadbaj więc o to, by hiring manager przekazał Ci również informacje na temat tzw. mocnych stron oferty

– czyli m.in. stabilności firmy, jej pozycji na rynku, oferowanych form wsparcia, możliwości rozwoju kariery, osób w zespole, menadżera i innych elementów, które mogą mieć znaczenie z punktu widzenia kandydata. Odpowiednie przygotowanie do rozmowy pod tym kątem na pewno wzbudzi większe zaufanie u rozmówcy.

Dlaczego warto przygotować brief rekrutacyjny? Doskonała orientacja nie tylko w zadaniach na danym stanowisku i wymaganiach stawianych kandydatom, ale przede wszystkim roli, jaką zatrudniona osoba miałaby odegrać w firmie, pozwoli szybko odfiltrować kandydatów, którzy nie spełniają specyficznych kryteriów (zarówno merytorycznych, jak i osobowych).

To jednak nie wszystko - na pewno doskonale zdajesz sobie sprawę z tego, że każda rekrutacja stanowi koszt, który firma musi ponieść. Każda pojedyncza decyzja o zatrudnieniu niesie za sobą z kolei ryzyko, że dana osoba się nie sprawdzi i konieczne będzie powtórzenie procesu rekrutacyjnego i poniesienie kolejnych kosztów. Ryzyka zatrudnienia niewłaściwej osoby nie da się całkowicie zlikwidować, ale można je minimalizować, np. dzięki zadaniu w trakcie rozmowy odpowiednich pytań sformułowanych na podstawie briefu rekrutacyjnego.

Znalezienie najlepszego kandydata

Znalezienie odpowiedniego kandydata do pracy nie jest łatwym zadaniem. Podczas rozmowy rekrutacyjnej rekruter nie jest w stanie jednoznacznie określić, czy wizerunek i prezentowane przez kandydata kwalifikacje są zgodne z rzeczywistością. Aby zminimalizować ryzyko pomyłki warto, trzymać się sześciu poniższych punktów.

Sprecyzowane oczekiwania

Ustal profil kandydata, wymagane cechy, umiejętności i doświadczenie. Najlepiej omówić to z menadżerem/klientem, dla którego zatrudniamy. Będzie on przyszłym pracodawcą naszego kandydata, musimy pozwolić mu więc brać aktywny udział w procesie rekrutacji – szczególnie na tym początkowym etapie ustalenia wymogów, które kandydat powinien spełnić. Wszystkie informacje ustalone z menadżerem/klientem należy następnie przenieść na ogłoszenie z ofertą pracy.

Szukanie kandydatów

Mając sprecyzowane oczekiwania i napisaną szczegółową ofertę, w zależności od stanowiska, branży i wielkości firmy, kolejnym etapem jest publikacja ogłoszenia. Inną możliwością, którą warto rozważyć, to skorzystanie z bazy kontaktów z poprzednich rekrutacji – być może mamy już w niej dopasowanego kandydata, który nadal poszukuje pracy i sprawdziłby się w naszej organizacji. Warto skontaktować się z taką osobą jeszcze przed oficjalną publikacją ogłoszenia w sieci – może to znacznie skrócić proces rekrutacji i zaoszczędzić budżet.

Rekrutacja wewnętrzna

Dowiedz się, czy ktoś z obecnych pracowników chciałby się w najbliższym czasie przebranżowić lub zmienić zespół. Największą zaletą takiej praktyki (poza oszczędnością czasu i pieniędzy) jest to, że znamy już kandydata, rekruter może poznać szczerą opinię jego przełożonego i współpracowników. Dodatkowo taki pracownik jest już w pewien sposób związany z firmą, co zmniejsza ryzyko, że zrezygnuje niedługo po objęciu stanowiska. Rekrutacja wewnętrzna wiąże się jednak także z zagrożeniami – zaburzeniem struktury w zespole, z którego rekrutujemy pracownika na nowe stanowisko oraz brakiem rozwoju, ponieważ nowy pracownik pochodzący z zewnątrz często wnosi świeże spojrzenie i pomysły.

Angażowanie zespołu

Pracownicy poza możliwością polecenia kandydatów na dane stanowisko powinni być też zaangażowani w proces rekrutacji. To oni wiedzą najlepiej jakich kompetencji brakuje im w zespole. Przyszły pracownik powinien też wyznawać te same wartości co zespół, aby ich praca przebiegała efektywnie.

Sprawdzanie kandydatów

Przed ostateczną decyzją sprawdź kandydata: przejrzyj jego profil na LinkedIn, poproś o rekomendacje od poprzedniego pracodawcy, spróbuj dotrzeć do byłych współpracowników. Podczas rekrutacji sprawdź deklarowane umiejętności i wypytaj o doświadczenie i szczegóły związane z poprzednimi stanowiskami. Dzięki temu dowiesz się, czy realne umiejętności i kwalifikacje kandydata pokrywają się z tymi deklarowanymi w CV.

Korzystanie z ATS

Aby przyspieszyć i usprawnić cały proces rekrutacyjny skorzystaj z ATS (Applicant Tracking System). Narzędzie pozwoli Ci zautomatyzować wiele powtarzalnych czynności, dzięki czemu zamiast na dopełnianiu formalności będziesz mógł skupić się na realnym poznaniu kandydata i z sukcesem zatrudnić osobę dopasowaną do danego zespołu i organizacji, dla której rekrutujesz. Dzięki systemowi ATS można także tworzyć projekty HR, które pozwalają całemu zespołowi być na bieżąco z procesem rekrutacji.

HR projects

Firmbee • HR projects • HR project details Game QA tester

Edit

Archive

Share

Delete

HR Projects (HR-HRproj) (1238647)

New High priority

Start and end date

24.03.2023 – 07.07.2023

Applicants

6

HR project budget amount (USD)

7000,00 \$

Amount spent

-113,26 \$

Left

6886,74 \$

Revenues

+114,76 \$

Kanban

Agenda

Details

Candidates

Notes

Files

Job ads

Revenues

Expenses

Timesheet

Check-ins

Activities

New task

New section

Show cancelled

Show archived

TO DO

Team meeting

ID: HR-HRproj-15 (Old: 56AE92E5)

No date

New

Check recruitment tasks

ID: HR-HRproj-11 (Old: 5A74E325)

17.05.2022

New

IN PROGRESS

Post job offers on LinkedIn

ID: HR-HRproj-12 (Old: 56AE9825)

No date

In progress

Follow up with Kate Sparks

ID: HR-HRproj-13 (Old: 5BD3A4D5)

17.05.2022

In progress

DONE

Interview Dennis May

ID: HR-HRproj-6 (Old: 75ED2245)

09.10.2020 15:00 – 16:40

New

CV analysis

ID: HR-HRproj-1 (Old: 45D4D985)

12.10.2020

Done

[Screen: System Firmbee - Ogłoszenia o pracę](#)

4 typy pracowników, których potrzebuje każda firma

Rekrutując pracowników, firmy bardzo często ostateczne decyzje podejmowane są w oparciu o doświadczenie zarówno uwzględnione w CV, jak i liście motywacyjnym. Osoba, która deklaruje się posiadać ponadprzeciętną wiedzę dotyczącą danego stanowiska, wydaje się być idealnym kandydatem do pracy.

Duże doświadczenie pracowników wpływa pozytywnie na funkcjonowanie firmy, jednak liczy się coś jeszcze, bez czego wiedza nie zaprocentuje z korzyścią dla pracodawcy. Mowa o typie człowieka. Zaczniemy od tego, że nie każda osoba potrafi wykorzystać lub sprzedać swoje umiejętności. Bardzo często zdarza się, że w obliczu „momentu do wykazania się” pracownik traci pewność siebie, a możliwości wynikające z jego doświadczenia – przepadają.

Nieśmiałość i problemy z komunikacją nie gwarantują osiągania pozytywnych wyników pracy. Co ważne, z niektórymi ludźmi bardzo trudno się pracuje. Wyróżnia ich przesadnie wysokie mniemanie o swojej wiedzy, ale także cechy wynikające z osobowości: agresywność, ignorancja, zaczepność, skłonność do kłamstw, egoizm, czy też bezwzględność w dążeniu do celu. To osoby, z którymi ciężko realizować zadania – pozostali po prostu ich nie lubią. Wpływają negatywnie na atmosferę w pracy, co przekłada się na mniejszą wydajność innych osób.



Mądry, ale również pozytywnie nastawiony do wyzwań i życia pracownik – to gwarancja sukcesu. Uśmiechnięty, chętny do pomocy i rozwiązywania, a nie uwypuklenia problemów, dążący do nieustającego poszerzania wiedzy, takiej osoby potrzebuje każda firma. Zatem zatrudniony może mieć zarówno pozytywny, jak i negatywny wpływ na wizerunek i rozwój brandu. Zarówno w pracy, jak i w życiu, nie każdy z każdym musi utrzymywać dobry kontakt. Ważne, aby szanować innych i działać dla wspólnego dobra.

Typy pracowników

Nie ma jednego podziału pracowników. Wszystko zależy od celu i wartości firmy. Niektóre biznesy są nastawione na poszukiwanie silnych, asertywnych i przekonujących charakterów, a dla innych pracodawców ważniejsze okażą się całkiem inne cechy, np. nastawienie do klienta czy nienaganna prezentacja. Pracowników można podzielić ze względu na:

- 🟡 **Nastawienie** - preferujący bliskość, preferujący dystans, preferujący wytrwałość, preferujący zmiany (model Riemanna Thomanna),
- 🟡 **Cechy charakteru** - np. optymista i pesymista, maruda, kreatywny, ugodowy, zaangażowany, rzetelny, plotkarz, kłamca, leń i egoista,
- 🟡 **Rolę** - np. inicjator, lider, kreator, ewaluator, specjalista, dusza zespołu, realizator, finalizator, czy animator.

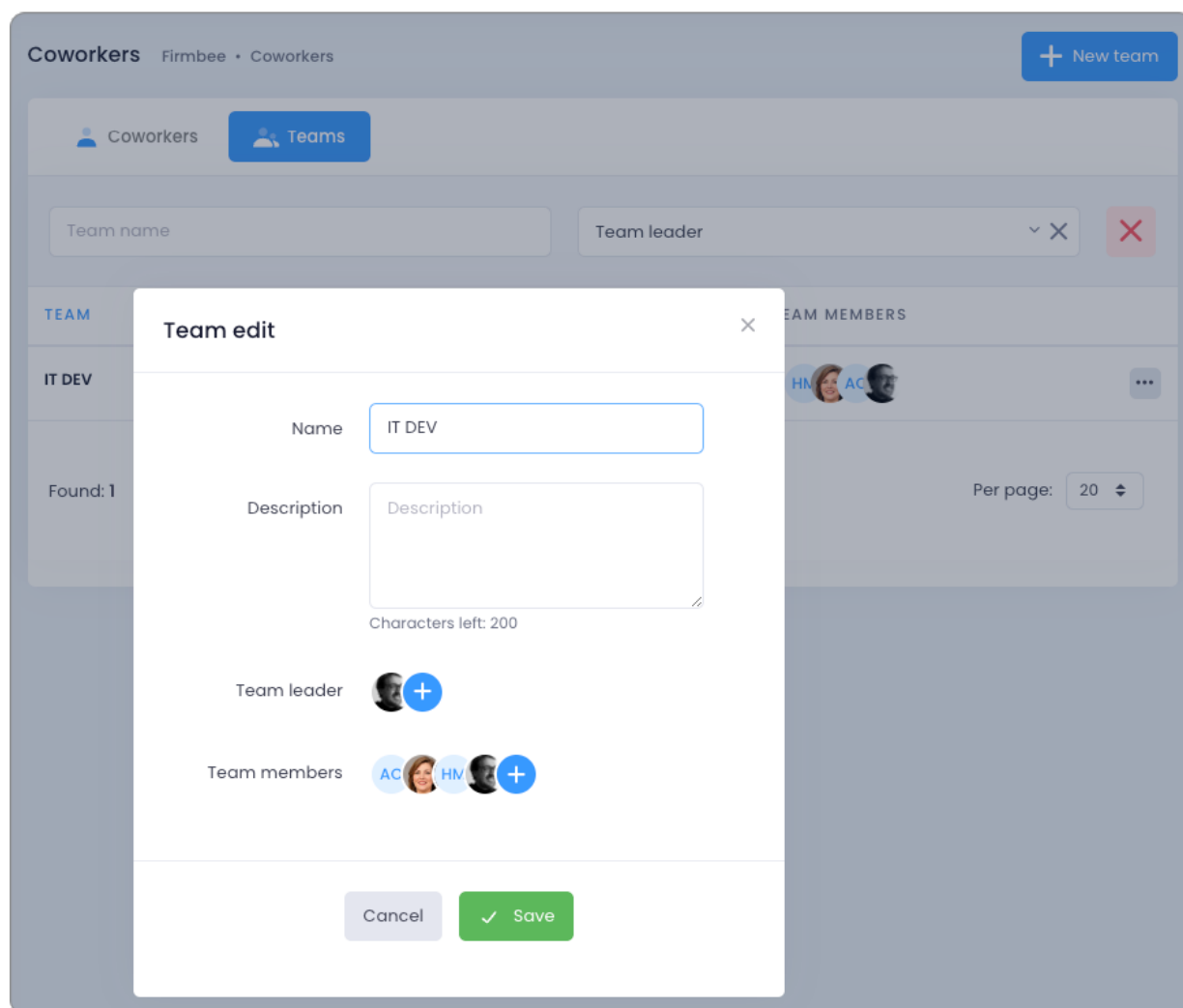
Każdy przedsiębiorca potrzebuje innych osób do rozpędzenia maszyny sukcesu. Jedno jest pewne: ogromne znaczenie ma zbudowanie dopasowanego i zaangażowanego zespołu. Tylko miejsce, do którego ludzie chętnie powracają, może zaprocentować produktywnymi etatami. Jakiego pracownika potrzebuje każda firma?

Inicjator

To człowiek z głową pełną pomysłów. Codziennie proponuje coś nowego i bierze czynny udział w realizacji projektów. **Zazwyczaj robi więcej niż inni, ale odczuwa z tego powodu zadowolenie.** Taki pracownik bardzo często nazywany jest „*duszą towarzystwa*”. Inicjator doskonale czuje się wśród innych ludzi i cechuje się pozytywnym nastawieniem do życia. To niekoniecznie najbardziej doświadczony pracownik, ale za to pewny siebie - nie boi się wyzwań, proponuje nowe rozwiązania i często podejmuje ryzyko, osiągając zamierzone cele.

Lider

To „*przewodnik stada*”. Lider sprawuje pieczę nad działaniem firmy. Oznacza osobę o ogromnej wiedzy w danej branży, ale również umiejętnościach sprawnego zarządzania grupą. Taki pracownik to prawdziwy skarb w firmie. **Jest nie tylko zaangażowany w rozwój marki, ale również odpowiedzialny i charyzmatyczny.** Posiada charakter dominujący oraz potrafi sprawiedliwie rozdzielać zadania między grupą, aby zrealizować konkretny plan. Lider często zajmuje pozycję kierownika w większych firmach.



[Screen: System Firmbee - Ustawienie lidera grupy](#)

Pasjonat

W każdej firmie niezwykle ważna jest osoba pełna zaangażowania i radości do tego, czym się zajmuje. „Moja praca to również pasja”. To pracownik cenniejszy niż złoto. **Często przychodzi do firmy z radością na ustach zadowoleniem z możliwości jednoczesnego zarabiania i rozwoju.** Osoba z pasją rzadko narzeka, uwielbia nowe wyzwania, a przy okazji czuje się spełniona. W wielu kryzysowych chwilach, to człowiek z pozytywnym podejściem do życia, ratuje całą sytuację. Taki pracownik działa motywująco na pracę innych.

Realizator

Często w miejscu pracy nie brakuje osób dowodzących, a pracowników, którzy sprawnie i rzetelnie zrealizują dane zadanie. Realizator to osoba znająca się na rzeczy! **Jest odpowiedzialny, dokładny i zorientowany na cele.** Zawsze robi wszystko na 100% - najlepiej jak tylko potrafi. Chętnie bierze udział w projektach i współpracuje z innymi osobami. Wyróżnia się szybkością działania, ambicją, dobrą organizacją pracy i zdolnością efektywnego zarządzania czasem. To pracownik niezwykle istotny w stałym rozwoju firmy.