

Jak zatrudniać najlepszych?

Co warto wiedzieć
o nowoczesnej rekrutacji?



startup.pfr.pl

Zatrudniaj najlepszych pracowników!

Dzięki temu e-bookowi zbudujesz efektywny zespół, z którym osiągniesz biznesowy sukces. Poznasz najważniejsze elementy nowoczesnej, wspartej zaawansowanymi technologiami, skutecznej rekrutacji w małych przedsiębiorstwach.

Spis treści

Wstęp: jak zatrudniać najlepszych?

1. Krok po kroku – etapy procesu rekrutacji
2. Skuteczne ogłoszenie rekrutacyjne – jak je napisać?
3. Zawartość ogłoszenia: elementy, o których należy pamiętać
4. Miejsce publikacji, czyli poinformuj świat, że szukasz pracownika
5. Video ogłoszenie – nowość w rekrutacji
6. Assessment Center, czyli symulacja nowych obowiązków
7. Sesja Assessment Center – przykłady zadań
8. ATS (Applicant Tracking System) – zarządzaj procesem rekrutacji
9. Candidate experience – zadbaj o pozytywne doświadczenia
10. 5 błędów w rekrutacji
11. Co czeka rekrutację w najbliższych 10 latach?
12. Dwadzieścia polskich start-up'ów dla skutecznej rekrutacji



Wstęp

Zbudowanie efektywnego zespołu, składającego się z kompetentnych i zaangażowanych pracowników, to jedno z najważniejszych wyzwań, przed którym stoi niemal każdy pracodawca. Prawdziwy lider wie, że to właśnie członkowie jego zespołu mają ogromny wpływ zarówno na sukces, jak i niepowodzenia prowadzonej firmy. Dlatego też staranny wybór pracowników na etapie rekrutacji, a potem umiejętne zarządzanie zasobami ludzkimi, może być kluczowe dla istnienia przedsiębiorstwa.

Gwarancją sukcesu jest wiedza i rzetelność w przygotowaniu się do procesu rekrutacyjnego, który dzięki innowacyjnym narzędziom może być także bardzo różnorodny i niekonwencjonalny. Pamiętajmy, że rekrutacja ma także duży wpływ na reputację firmy – tzw. „employer branding” to nic innego, jak budowanie wizerunku pracodawcy. Znajomość trendów, nowoczesnych technologii i odwaga w kreowaniu nowych rozwiązań, które powinny dotrzeć do pokolenia młodych specjalistów. Tak, jak do tej pory reklamowane były produkty, w podobny sposób do właściwych odbiorców powinien być kierowany komunikat „jesteśmy firmą dla ciebie”, a do tego potrzebny jest plan działania. Bez znajomości profili psychologicznych generacji X, Y, Z, przedsiębiorcy nie będą w stanie zrozumieć, co kieruje działaniami osób, będących przedstawicielami różnych pokoleń.

Należy też pamiętać, że obecnie przedsiębiorca ma do dyspozycji wiele innowacyjnych narzędzi, które ułatwiają rekrutację i pozwalają na skuteczne jej przeprowadzenie. Co więcej, liczba tych „pomocy” będzie wzrastać wraz z procesem transformacji cyfrowej i coraz powszechniejszym zastosowaniem sztucznej inteligencji.

Oddajemy w Wasze ręce e-book : „Jak zatrudniać najlepszych” mając nadzieję, że to kompendium pomoże każdemu przedsiębiorcy w zatrudnieniu najlepszych pracowników i stworzeniu wyjątkowo efektywnego, wyróżniającego się zespołu.

Pamiętając o promocji polskich innowacyjnych rozwiązań, rozszerzyliśmy go o zagadnienia dotyczące innowacji w branży HR oraz narzędzi, które oferują polskie start-upy. Posiadając te informacje, rekrutacja będzie prostsza niż zakładasz.

Życzymy powodzenia i owocnych efektów pracy – zarówno tych związanych z rozwojem firmy, jak i pozyskaniem najlepszych pracowników!



Eliza Kruckowska,

Dyrektor Departamentu Rozwoju Innowacji



Kamila Czaja,

Koordynator publikacji

1

Krok po kroku – etapy procesu rekrutacji

Rozpoczynając proces rekrutacji, warto dokładnie wiedzieć, dlaczego poszukujemy pracowników, jacy mają być i jakie zadania wypełniać. Choć wydaje się to zbyt oczywiste, to jasno skonstruowany cel rekrutacji będzie bardzo pomocny w uzyskaniu efektu, którego oczekuje pracodawca.

○ **Zdefiniowanie stanowiska**

Określ cel, zakres obowiązków oraz kluczowe zadania, które powinna wykonywać zrekrutowana osoba.

○ **Profil idealnego kandydata**

Podaj specyfikację, która określi niezbędne wykształcenie oraz doświadczenie i umiejętności wymagane na danym stanowisku.

Edukacja – wykształcenie i posiadane kwalifikacje formalne, np. zdobyte podczas szkoleń, kursów.

Osiągnięcia – sukcesy osobiste i zawodowe.

Zdolności – umiejętności ogólne i zawodowe.

Uzdolnienia – umiejętności miękkie, np. komunikowania się, interpersonalne, umiejętność rozwiązywania problemów, inicjatywę i samodzielność w pracy, preferencje do pracy indywidualnej i/lub zespołowej.

○ **Określenie kryteriów selekcji**

Wskaż priorytetowe wymagania wobec kandydatów, takie jak: wykształcenie, doświadczenie, znajomość języków obcych, posiadane certyfikaty czy znajomość obsługi konkretnych programów.

○ **Selekcja**

Najczęściej rekrutujący korzystają z:

- sposobów tradycyjnych: analizy życiorysu i ankiet biograficznych, rozmów kwalifikacyjnych, testów psychologicznych, testów wiedzy, sprawdzania referencji;
- sposobów nietradycyjnych, np.: pomocy assessment centre i ośrodków oceny, technik symulacyjnych: zadań rekrutacyjnych – próbek pracy, metody „in-basket”, metody „carta vita”, symulacji o niskiej wierności, dyskusji grupowych, prezentacji i case study, gier.

○ **Podjęcie decyzji i udzielenie informacji zwrotnej**

Znając wyniki selekcji, można podjąć decyzję o złożeniu oferty zatrudnienia wybranej osobie lub, o ile to konieczne, dalszym prowadzeniu selekcji. Warto pamiętać, że dobrze jest poinformować o podjętej decyzji kandydatów, którzy zostali odrzuceni. Zdarza się, że osoby, które przechodzą wieloetapowy proces rekrutacji, są pozbawione informacji zwrotnej. Dział to niekorzystnie na wizerunek firmy i może osłabiać skuteczność dalszych rekrutacji.

○ **Przygotowanie umowy**

Formalnie proces rekrutacji kończy się z chwilą podpisania umowy przez pracownika, choć jego wydźwięk jest także obecny w działaniach onboardingowych.

 **Opinia**



Paweł Czepan

HR Director Zortrax S.A.

„Kluczową kwestią jest określenie, czego oczekujemy w głównych obszarach funkcjonowania firmy, które na co dzień pokrywa dział HR. Dotyczy to zarówno kwestii miękkiego HR, jak i stricte kadrowego zakresu jego działalności. Pomocne w tym przypadku jest określenie kluczowych wskaźników wzrostu (KPI), które są istotne z perspektywy Przedsiębiorcy we wskazanych wyżej obszarach. Najbardziej podstawowymi jest fluktuacja pracowników, czas potrzebny na zrekrutowanie pracowników, poziom wiedzy specjalistycznej pracowników lub wskaźnik satysfakcji z pracy. Określenie poszczególnych wartości, które byłyby satysfakcjonujące dla pracodawcy oraz skonfrontowanie ich ze stanem faktycznym, pozwoli na odpowiedzenie sobie na pytanie, czy zasadne jest wprowadzenie do swojej organizacji osób odpowiedzialnych za poszczególne procesy HR, które będą w stanie realnie wpływać na poprawę sytuacji we wskazanych obszarach”.

2

Skuteczne ogłoszenie rekrutacyjne – jak je napisać?

Ogłoszenie, w którym pracodawca prezentuje chęć zrekrutowania pracownika, wyznacza oficjalny początek procesu rekrutacyjnego. Zanim powstanie, powinno być staranie przygotowane zarówno pod kątem zawartości merytorycznej, jak i konstrukcji zdań. Ważne jest, aby treść ogłoszenia była dobrze zaprezentowana – najlepiej w atrakcyjnej dla grupy docelowej, warstwie wizualnej.

Ogłoszenie z ofertą pracy, które skutecznie przyciągnie uwagę kandydatów, powinno uwzględniać preferencje grupy docelowej, do której jest skierowane. Specjaliści HR skłaniają się ku przekonaniu, że twórca ogłoszenia przy jego konstrukcji, powinien wziąć pod uwagę charakterystykę psychologiczną pokoleń: X, Y, Z.



Pokolenie Z

– osoby urodzone po 1997 r.



Pokolenie Y

– osoby urodzone pomiędzy 1984 a 1996 r.



Pokolenie X

– osoby urodzone przed 1980 r.

Jak pracuje pokolenie X?

To ludzie, którzy są bezkonfliktowi i lojalni wobec pracodawcy, łatwo przywiązują się do miejsca pracy, zwłaszcza, jeśli panuje w nim miła atmosfera. Stabilizacja pracy jest dla nich bardzo ważna. Potrafią ciężko pracować (pracholicy), nawet kosztem własnego czasu wolnego, aby zdobyć pełne zaufanie pracodawcy. Są zorientowani na sukces, dlatego motywatorem dla nich będzie rozwój kariery. Mają duże wymagania w stosunku do samych siebie.

Jak pracuje pokolenie Y?

Te osoby miały łatwiejszy dostęp do edukacji niż przedstawiciele pokolenia X, co jest widoczne m.in. w lepszej znajomości języków obcych. Technologia jest obecna w ich życiu niemal od dzieciństwa, co sprawia, że bardzo swobodnie się nią posługują. „Y” cenią sobie czas wolny, w którym oddają się hobby i rozwojowi osobistemu. Łatwo zmieniają pracę, szukając w niej pasji, ambitnych zadań i wrażeń. Często mieszkają z rodzicami. Mogą być pewni siebie i niecierpliwi. Myślą o emeryturze. Wolą doświadczać niż posiadać dobra materialne. Mogą wyróżniać się nierealistycznymi oczekiwaniami względem pracodawców.

Jak pracuje pokolenie Z?

Millenialsi są pokoleniem, dla których nowoczesne technologie są bardzo naturalne. Ta generacja nazywana jest często pokoleniem „C”, (connected, communicating, content-centric, computerized, community-oriented, always clicking). Są bardzo otwarci w nawiązywaniu kontaktów, także tych międzynarodowych. Mają podzielną uwagę, potrafią być wielozadaniowi, samodzielni, kreatywni i pracować zdalnie. „Z” mają wysokie wymagania, często zmieniają pracę, są przedsiębiorczy. Nie lubią ręcznego pisania i mają trudność z kontaktem bezpośrednim.

Na czym zależy generacji Z?

„Generacja Z to grupa mająca silną potrzebę przebywania w grupie, otaczania się przyjaciółmi. Często mówi się o nich, że budują wyłącznie cyfrowe relacje i znajomości, jednak to powierzchowne wnioski zbudowane na podstawie ich intensywnej aktywności w sieci. Jak wynika z badania CAWI przeprowadzonego na potrzeby tego raportu (przyp. red. Raport „Gen Z”. Autor: infuture hatalska foresight institute. Gdańsk, Warszawa, maj 2019), 54% badanych ma dużą lub bardzo dużą potrzebę nawiązywania bezpośrednich kontaktów ze swoimi rówieśnikami w realnym życiu. **W wolnym czasie np.: słuchają muzyki 18%, spotykają się ze znajomymi 16%, uprawiają sport, oglądają seriale 13%, przeglądają, komunikują się przez media społecznościowe 13%, grają w planszówki 8%.**

18%



16%



13%



13%



13%



8%



Pytani o to, bez czego (lub kogo) nie wyobrażają sobie dnia, często wskazują na ludzi (znajomych i rodzinę), zwierzęta lub aktywności w świecie realnym (np.: rysowanie, ćwiczenia, spacer, czytanie książki, jedzenie). Jak sami mówią, nie mają czasu wolnego – pracują, chcą się realizować. Uczą się języków obcych, uprawiają sporty, rozwijają swoje pasje artystyczne.

Technologiczna bańka, w którą wkłada się Generację Z, prowokuje wiele mitów na ich temat. O jej przedstawicielach mówi się na przykład, że są uzależnieni od sieci i ekranów czy mają problemy w odnalezieniu się w życiu innym niż cyfrowe. Marion Underwood, psycholog dziecięca, twierdzi natomiast, że w kontekście ludzi młodych mamy do czynienia z uzależnieniem od relacji i powiązań, jakie budujemy w internecie, a nie od samej możliwości bycia online.

O ile Millenialsi to pokolenie, o którym mówi się jako green-oriented, o tyle Generacja Z jest socialoriented. Angażują się w akcje społeczno-polityczne w social mediach (np. #metoo czy #blacklivesmatter), wspierają słabszych, wykluczonych i walczą o swoje prawo do głosu.

W kontekście autorytetów na pierwszym miejscu dla wielu z nich znajdują się ich rodzice – z rodzicami też mają zupełnie inną relację niż poprzednie pokolenia (chodzą wspólnie na koncerty, grają w gry etc.); z publicznych osób jako autorytety wskazali kolejno Jana Pawła II, Elona Muska i Maffashion.

Średnio w wieku 27 lat przedstawiciele Generacji Z planują mieć pracę, w której będą się spełniać (w tym samym czasie planują założyć własną firmę). Zetki to pierwsze pokolenie, które prawdopodobnie będzie zarabiać mniej od swoich rodziców”.

Raport „Gen Z”, Autor: infuture hatalska foresight institute; Gdańsk, Warszawa, maj 2019

Ważne

Istotną cechą wyróżniającego się ogłoszenia będzie użycie odpowiedniego języka. Jego wybór jest uzależniony od branży, do której przynależy rekrutująca firma. Zwróć uwagę na charakter stanowiska, które powinien objąć idealny kandydat.

Język użyty w ogłoszeniu o pracę dla branży kreatywnej powinien być bliższy językowi potocznemu i sugerować posługiwanie się kreatywnością także w warstwie słownej. Może nawet zawierać słowa, które są stosowane przez grupę docelową. Jeżeli ogłoszenie miałooby dotyczyć rekrutacji na stanowisko w branży finansowej, użyty w ogłoszeniu język musi być oficjalny i pozbawiony porównań lub ozdobników. Jeśli nie wiesz, jak napisać ogłoszenie, najlepiej użyj języka uniwersalnego i zadbaj, aby treść była zwięzła i zrozumiała dla wszystkich.

Ogłoszenie, dzięki któremu znajdziesz idealnego kandydata na miejsce pracy, to nie tylko treść. Ważne jest, aby było także starannie przygotowane pod względem wizualnym i spójne z identyfikacją firmy. Kolorystyka, użycie odpowiednich fontów (krój pisma), układ i łamanie tekstu – to bardzo istotne elementy, o których należy pamiętać przy projektowaniu ogłoszenia. W tym zakresie dobrze jest współpracować z doświadczonym grafikiem.

Dołóż starań, aby kolejne ogłoszenia o pracę były konstruowane w podobny sposób. Tego rodzaju schemat jest bardzo przydatny w kontekście kolejnych kampanii rekrutacyjnych.

Uwzględnij kontekst, w jakim pojawi się wiadomość: odbiorca ogłoszenia najprawdopodobniej przegląda kilka lub kilkadziesiąt ogłoszeń, które są skierowane właśnie do niego. Warto, aby Twoje ogłoszenie wyróżniało się na tle konkurencji i spełniało zakładane cele.

Pamiętaj, że pozytywny odbiór ogłoszenia, na który składa się treść i forma wizualna, są pierwszym etapem procesu rekrutacyjnego.

Zastosuj

- Wypisz zakres obowiązków nowego pracownika, wymagania oraz wszystko to, co może być „mile widziane”. Zyskasz jasne i konkretne treści, które pomogą także i Tobie w uświadomieniu oczekiwań, a potem w egzekwowaniu obowiązków od nowej osoby.
- Stwórz pakiet korzyści i używaj języka korzyści. Działaj na wyobraźnię – spraw, aby kandydaci dostrzegali atrakcyjność złożonej obietnicy. Jeśli możesz, podaj wynagrodzenie, wskaż narzędzia do pracy, wypunktuj benefity.
- „Ładnie opakuj” – zaprojektuj graficznie ogłoszenie, aby przekazać informację o przyjaznej atmosferze, prestiżu, wizerunku firmy. Użyj kolorów właściwych dla firmy, zdjęć lub zastosuj minimalizm – pamiętaj o tym, aby się wyróżnić.
- Unikaj pustych sloganów, takich jak „młody, dynamiczny zespół”, „atrakcyjne wynagrodzenie”, „możliwości rozwoju”. Zamiast nich opisz rzeczywistość w Twojej firmie.

Opinia



Jarosław Sobolewski
CEO, Digital Talents

„Szybkie i trafne zatrudnianie jest podstawą sukcesu każdej firmy. Praca dla start-up'u przez doświadczonych pracowników jest postrzegana jako ryzykowna. Poziomem wynagrodzeń trudno rywalizować z dojrzałą konkurencją. Warto więc już na samym początku przemyśleć strategię rekrutacyjną na równi z produktową czy sprzedażową. Zastanów się, kogo i na jakim etapie będziesz potrzebował? Kogo złowisz ze swojej siatki relacji, a po kogo będzie musiał wyjść na rynek? Jakie kompetencje, wiedza i doświadczenie z rynku będą niezbędne do dalszego rozwoju Twojej organizacji? Jakich cech osobowości będziesz poszukiwał u swoich przyszłych współpracowników? Dobrze przemyślany profil pozwoli znacząco zwiększyć szanse na znalezienie Wystarczająco Dobrego Kandydata. Jak? Definiując stanowisko, określ zakres zadań i odpowiedzialności oraz miejsce w strukturze. Nie zapomnij o kompetencjach miękkich i twardych oraz cechach, jakie według Ciebie są niezbędne, aby osiągnąć sukces. Przygotuj perspektywę rozwoju czy awansu, którą później będziesz mógł przedstawiać kandydatom. W spotkaniu rekrutacyjne powinien być zaangażowany CEO, a włączenie dodatkowych osób z wewnątrz firmy, zwiększy szansę na podjęcie właściwej decyzji.”



Inspiracja

Fragment artykułu Julii Kołodko „Jak pisać lepsze ogłoszenia rekrutacyjne”. Julia Kołodko zajmuje się ekonomią behawioralną. Jest także doradcą i trenerem w obszarach nauk behawioralnych.

„Jednym z najważniejszych meta–wniosków płynących z badań behawioralnych jest to, że kontekst ma znaczenie. Badania nad pułapką myślenia, jaką jest podstawowy błąd atrybucji, pokazują, że nasze zachowanie jest częściej efektem sytuacji, w jakiej podejmujemy decyzję niż naszej osobowości.

Tak samo jak podczas rozmów, tak i w przypadku ogłoszeń rekrutacyjnych, nawet najmniejsze i pozornie nieistotne detale, mogą mieć znaczący wpływ na to, ile aplikacji dostaniesz w odpowiedzi na ogłoszenie oraz jacy kandydaci aplikacje te nadeślą.

Człowiek to istota społeczna. Mamy tendencję do podążania za tłumem. Jak pokazują badania behawioralne, więcej osób wysyła aplikacje w odpowiedzi na ogłoszenia internetowe, gdy pokazane jest na nich, ile osób już zaaplikowało lub kliknęło na daną ofertę.

Ułatw kandydatom aplikowanie do Twojej firmy poprzez zminimalizowanie liczby kroków i kliknięć, jakie trzeba wykonać, aby przesłać aplikację. Nie zakładaj, że jeśli ludziom zależy na pracy, to na pewno wyślą do Ciebie swoje CV i list motywacyjny.

W ogłoszeniach rekrutacyjnych podkreślaj, co może stracić osoba, jeśli nie zaaplikuje na dane stanowisko.

Aby zwiększyć percepcję atrakcyjności swojej oferty, podkreśl jej ograniczenie w czasie, na przykład poprzez pokazanie, jak mało dni zostało do końca okresu aplikacji”.



Źródło: juliakolodko.com

3

Zawartość ogłoszenia: elementy, o których należy pamiętać

Ogłoszenia, które są ofertami pracy, nie muszą być tworzone według jednego standardowego schematu, niemniej jednak powinny zachowywać czytelny układ.

Tytuł: zwięzły i precyzyjny.

Unikaj bardzo oryginalnego nazewnictwa, aby ogłoszenie było dostrzeżone przez wyszukiwarki internetowe.

Podaj **nazwę firmy** i opis, która prowadzi proces rekrutacyjny. Możesz dodać uzasadnienie rekrutacji np. rozwój firmy, ekspansja międzynarodowa, uruchomienie nowego działu itp.

Krótki **opis stanowiska:** przedstaw je i zaprezentuj zadania, które będzie realizować nowy pracownik.

Określ **listę wymagań** i kompetencji, które są konieczne, aby pracować w Twojej firmie. Pamiętaj, że nie może być zbyt długa, aby nie zniechęcała do aplikowania.

Podaj informacje o tym, **co możesz zagwarantować pracownikowi**, np. wysokość wynagrodzenia, rodzaj benefitów, formę umowy.

Poproś o **dokumenty**, które są niezbędne do rozpoczęcia rekrutacji, np.: **CV**, list motywacyjny (opcjonalnie).

Wskaż sposób złożenia aplikacji i termin, w którym oferta pracy jest aktualna.

Możesz zaznaczyć, że skontaktujesz się tylko z wybranymi kandydatami.

Przypomnij o umieszczeniu w CV danych kontaktowych i **klauzuli dotyczącej przetwarzania danych osobowych**.

„Wyrażam zgodę na przetworzenie moich danych osobowych dla potrzeb procesu rekrutacji zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tekst jednolity: Dz. U. z 2002 r. Nr. 101., poz. 926. ze zmianami)”.

Zastosuj

- Uważaj na bardzo dokładny opis cech kandydata na stanowisko – może zniechęcać osoby, które zainteresowały się ogłoszeniem. Jeśli chcesz wskazać konkretne walory, które są ważne, użyj sformułowania np. „mile widziane”.
- Jeśli musisz zaakcentować wyjątkowe umiejętności kandydata, dodaj w nawiasie określenie: „konieczne” lub „wymagane”.
- Przedstaw firmę tak, aby opis był inspirujący i zachęcał do szybkiego dołączenia do Twojego zespołu.



4

Miejsce publikacji, czyli poinformuj świat, że szukasz pracownika

Przygotowane ogłoszenie rekrutacyjne wymaga promocji i publikacji wszędzie tam, gdzie mogą je odczytać potencjalni kandydaci na przygotowane stanowisko. Liczy się nie tylko szerokie dotarcie z informacją, ale jakość, popularność czy prestiż miejsc, w których jest udostępniana.

Ważne są także osoby, które pomagają i decydują się wesprzeć promocję poprzez publikację ogłoszenia w swoich mediach społecznościowych. Będąc pracodawcą liczysz na szybkie pozyskanie kandydata do pracy, aby rozwijać firmę. Pamiętaj też, że Twoja firma z pewnością ma konkurencję, która jest najprawdopodobniej aktywna w tym samym obszarze – prowadzi rekrutację i poszukuje najlepszych pracowników do pracy. Chcąc ich odnaleźć jako pierwszy, bądź aktywny i nie wahaj się działać w trosce o szeroki zasięg Twojego ogłoszenia.

Pierwszym krokiem, który należy wykonać jest umieszczenie ogłoszenia we własnych kanałach komunikacji, takich jak strona internetowa (np. zakładka „kariera” lub „dołącz do nas”).

Podejmij podobne działania w serwisach społecznościowych. Może się okazać, że będzie potrzebne wsparcie ogłoszenia zakupem reklam.





Facebook:

- Stwórz zakładkę „Kariera” na firmowym fanpage’u;
- Opublikuj ogłoszenie w branżowych grupach (grupy zainteresowań zawodowych lub grupy z ogłoszeniami o pracę), które są skoncentrowane na dotarciu do osób poszukujących pracy;
- Opłać post reklamowy, który precyzyjnie dotrze do interesującej Cię grupy docelowej.
- Post z ofertą pracy może być widoczny w zakładce Praca (www.facebook.com/jobs). Po zamieszczeniu oferty pracy możesz monitorować i przeglądać wysłane za pośrednictwem portalu Facebook podania, a także kontaktować się z kandydatami i planować rozmowy kwalifikacyjne za pośrednictwem Messengera.



LinkedIn i GoldenLine:

- Zastosuj płatne publikacje oferty pracy w formie postów sponsorowanych;
- Docieraj bezpośrednio do kandydatów w wiadomościach prywatnych;
- Publikuj reklamę sponsorowaną.

- Publikacja ogłoszenia rekrutacyjnego na portalu LinkedIn może być powiązana z Twoim kontem osobistym, na którym widnieją prawdziwe dane bądź z kontem firmy (jeżeli firma go nie ma, to należy stworzyć konto). LinkedIn oferuje pomoc analityczną oraz narzędzia zarządzania kandydatami, które pomagają kontaktować się za pomocą portalu, filtrować informacje czy udostępniać osobom zaangażowanym w rekrutację. Oferta pozostanie otwarta do czasu zamknięcia lub będzie widoczna przez 6 miesięcy. Publikacja oferty jest płatna (do konta należy podpiąć kartę kredytową). Kwota opłaty zależy od dziennego budżetu ustawionego dla ogłoszeń o pracę oraz liczby wyświetleń posta.

„W ciągu jednego dnia LinkedIn może pobrać opłatę w wysokości do 1,3-krotnego średniego budżetu dziennego. Na przykład, jeśli średni budżet dzienny wynosi 10 USD, a oferta pracy otrzymuje dodatkowe wyświetlenia, nie pobierzemy opłaty wyższej niż 13 USD za dzień. Maksymalna kwota, jaką pobierzemy w ciągu 30 dni, to $10 \text{ USD} \times \text{maksymalnie } 1,3 \times 30 \text{ dni} = 390 \text{ USD}$ ”.

Źródło: LinkedIn

- Publikacja ogłoszeń rekrutacyjnych na portalu GoldenLine jest płatna. Można wybierać spośród dwóch opcji:
 - ogłoszenie standardowe kosztuje 290 zł netto (14 dni) lub 520 zł netto (35 dni). Nie wymaga rejestracji i publikowane jest natychmiastowo.
 - transparentna oferta pracy kosztuje 490 zł netto (35 dni) i wymaga założenia konta oraz podania m.in. warunków wynagrodzenia.

Portale pracy

Najbardziej popularną formą szukania pracowników jest publikacja ogłoszenia na stronach wyspecjalizowanych portalu pracy. Każdy z nich ma w swojej bazie tysiące danych osób, które poszukują nowego miejsca do rozwijania kariery zawodowej. Często sprawdzanie ofert na takich portalach jest pierwszym krokiem, które decyduje się podjąć osoba poszukująca zatrudnienia.

Agencje rekrutacyjne /headhunterskie

Firmy bardzo często współpracują z wyspecjalizowanymi agencjami doradztwa personalnego, które korzystają z obszernych baz kandydatów i przy pomocy headhunterów są w stanie bardzo precyzyjnie odnaleźć i zrekrutować kompetentnego pracownika. Headhunterzy zajmują się pozyskiwaniem osób utalentowanych lub wyspecjalizowanych, najczęściej przez bezpośrednie kontakty. Płatność za odnalezienie kandydata jest ustalana najczęściej w oparciu o zarobki, które firma planuje przeznaczyć dla pracownika i mogą to być wynagrodzenia, które stanowią jedną pensję lub 10, 20 lub 30% rocznego wynagrodzenia brutto.

Programy poleceń

Płatne programy poleceń pracowniczych to rozwiązanie wewnętrzne, które uaktywnia pracowników firmy. Ich rekomendacje mogą być bardzo skuteczne i przekonujące dla osób, które są zainteresowane pracą w Twojej firmie. Za każde polecenie kandydata do pracy, które zakończy się rekrutacją, firma wypłaca pracownikowi pieniężną nagrodę. W ten sposób sami pracownicy angażują swoją sieć kontaktów i mają wpływ na tworzenie zespołu, w którym pracują. Płatne programy poleceń sprawdzają się bardzo dobrze w firmach, w których jest dużo osób o podobnym profilu zawodowym.

Biura karier

Działające przy uczelniach wyższych biura karier są przeznaczone zarówno dla studentów, jak i absolwentów uczelni oraz pracodawców. Dysponują także bardzo szerokimi bazami danych i potrafią pomóc wyselekcjonować kandydatów na pracowników, którzy posiadają umiejętności najbardziej odpowiadające Twojej firmie.



Wideo ogłoszenie – nowość w rekrutacji

Wizualna forma ogłoszenia ujęta w ramy wideo jest jednym z najnowocześniejszych przykładów ogłoszeń o pracę. Z pewnością sprzyja jej bardzo duża popularność tego formatu w internecie, a szczególnie w social mediach. Jeśli dodamy, że większość potencjalnych kandydatów na stanowisko pracy ma większą szansę obejrzeć wideo ogłoszenie niż przeczytać jego odpowiednik w formie tekstowej, to szanse na dotarcie do interesujących pracodawcę osób znacznie się zwiększają.

Warto też pomyśleć o promocji, gdyż wideo ogłoszenie, które jest wsparte przez działania SEO, może zwiększyć liczbę aplikacji nawet o kilkaset procent.

Skuteczności wideo ogłoszenia sprzyja m.in. niska konkurencja – niewiele firm jeszcze decyduje się na wykorzystanie takiego narzędzia w rekrutacji oraz jego forma – przekaz wizualny odbieramy intensywniej i szybciej niż treść słowną. Ponadto dzięki wideo możesz przedstawić firmę, pokazać rzeczywistych pracowników, wnętrza, atmosferę i kulturę pracy. To mechanizm, który znacznie zwiększa wiarygodność i wpływa na pozytywny odbiór marki Twojej firmy.



Warto pamiętać

- Zainwestuj w jakość: wyprodukuj wideo w oparciu o usługi profesjonalistów.
- Przygotuj scenariusz filmu.
- Zadbaj o dynamikę – wideo nie może być nudne.
- Zwróć uwagę na czas trwania: wideo do 3 minut jest najbardziej angażujące i efektywne.
- Pamiętaj, że kluczowe są pierwsze sekundy.
- Wykorzystaj storytelling.
- Zadbaj o wrażenie bardzo spersonalizowanego przekazu.
- Jeśli to możliwe, wprowadź elementy humoru.

Wg raportu Cisco z 2022 roku ponad 82% ruchu konsumenckiego w internecie będzie generowana przez treści wideo. Dlatego wideo ogłoszenie, których jest stosunkowo mniej niż tradycyjnych ogłoszeń, ma szansę dotrzeć szybciej i skuteczniej do najlepszych kandydatów na Twoich pracowników.

Źródło: 2020 Global Networking Trends Report

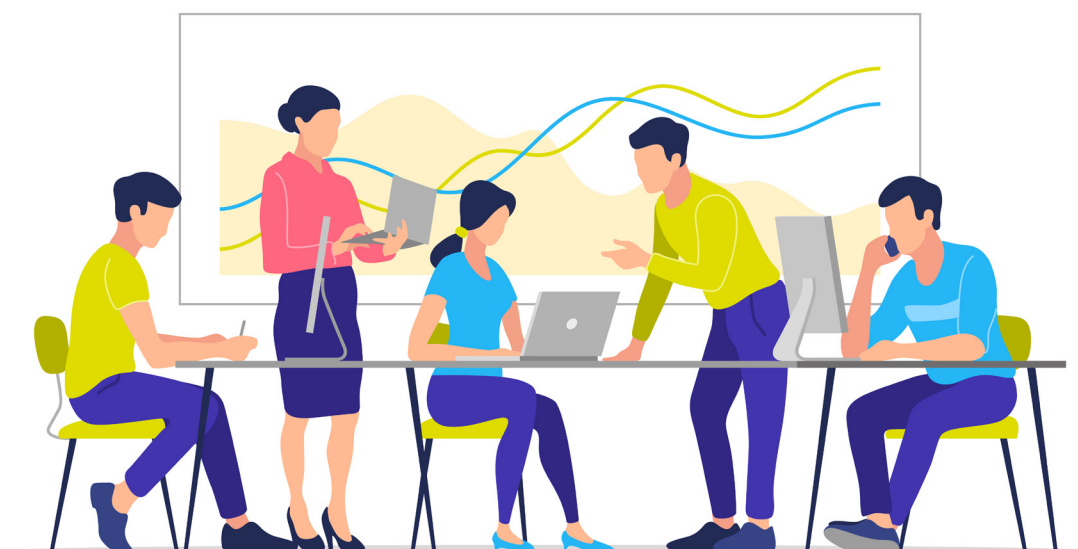
Symulacja nowych obowiązków

– Assessment center

Assessment center to określenie, które występuje także pod nazwą ośrodek oceny lub centrum oceny. Metoda polega na uruchomieniu wieloetapowego procesu różnych ćwiczeń (testy, gry, symulacje), który przeprowadzany jest w celu prawdziwej weryfikacji przedstawionych umiejętności przez kandydata.

Osoba, która jest rekrutowana, w trakcie sesji assessment center podejmuje się rozwiązywania konkretnych zadań. Najczęściej jest to symulacja obowiązków, które czekają ją w przyszłej pracy.

Pracodawcy stosują tę metodę, aby jeszcze przed zatrudnieniem dowiedzieć się, jak osoba, która ma być zatrudniona, poradzi sobie z obowiązkami w pracy, odnajdzie się w zespole lub czy jego osobowość jest bliska zbiorowej osobowości firmy.



Assessment center doskonale sprawdza poziom kompetencji miękkich (np. komunikatywność, kreatywność, asertywność, samodzielność, umiejętność pracy w grupie, zarządzanie czasem), a jeżeli ćwiczenie przeprowadzane jest w grupie, w której znajdują się pozostali kandydaci, to naturalnie wyłania najbardziej kompetentne osoby.

Wśród wad Assessment center warto wymienić czasochłonność, która jest wynikiem długiego procesu przygotowań. Problemem związanym z wiarygodnością może być także fakt, że osoby, które wielokrotnie uczestniczyły w sesjach AC wiedzą, jak się zaprezentować i wypadają lepiej niż pozostali kandydaci – co nie musi potwierdzać ich autentycznych predyspozycji do pracy.

Opinia



Agnieszka Dobosz

Koordynator ds. Komunikacji
z Użytkownikami w Grupie
Pracuj

„Assesment Center to jedna z metod rekrutacji dostarczających pracodawcom wielu istotnych informacji o kandydatach. Jednocześnie należy ono jednak także do form kontaktu z rekrutowanymi, które wymagają największego nakładu pracy od rekrutera i bardzo przemyślanego doboru narzędzi. Do największych atutów Assesment Center z punktu widzenia firmy należy możliwość praktycznej weryfikacji umiejętności kandydata, jego sposobu zachowania przy realizacji zadań. Za wadę tej formy rekrutacji może natomiast uchodzić jej ... zaawansowanie. Przygotowanie obiektywnych i mierzalnych zadań, dopasowanych do potrzeb firmy i dających trafne odpowiedzi dotyczące kandydatów, nie jest zadaniem łatwym. Co więcej, nieodpowiedni dobór narzędzi może skutkować wyborem osób, które pasują do przygotowanego scenariusza, a nie realnych wyzwań firmy. Dlatego decydując się na Assesment Center należy sobie odpowiedzieć na pytanie, czego dokładnie oczekujemy od kandydatów oraz czy mamy zasoby w zespole, by je zorganizować.”

Sesja Assessment Center – przykłady zadań

1. Koszyk zadań (inne nazwy: in-basket, in-tray). Kandydat zajmuje stanowisko kierownicze i na podstawie przedstawionych mu dokumentów rozwiązuje wskazane problemy dotyczące firmy i prezentuje plan ich realizacji. Ćwiczenie sprawdza ustalanie priorytetów, podejmowanie decyzji pod presją czasu (np. w ciągu godziny), samodzielność i organizację czasu.

2. Studium przypadku (case study). Kandydat proszony jest nie tylko o zaproponowanie sposobów na rozwiązanie konkretnych problemów, ale także przedstawienie ich w formie prezentacji. Case study sprawdza m.in. poziom umiejętności twardych w tym umiejętność analizy oraz kreatywność.

3. Prezentacja. Zadanie polega na przygotowaniu prezentacji na wskazany temat w określonym czasie. Kandydat musi się wykazać umiejętnościami, które pozwolą mu na wyselekcjonowanie odpowiednich materiałów i zaprezentowanie, w oparciu o ich analizę, tezy. Aby sprostać temu zadaniu, trzeba nie tylko posiadać wiedzę fachową, ale przedstawić się jako osoba komunikatywna i dysponująca siłą przekonywania.

4. Dyskusja grupowa. Kandydaci, którzy uczestniczą we wspólnej dyskusji, muszą rozwiązać problem, który np. już pojawił się w firmie. Wspólnie też muszą ustalić strategię działań. To zadanie sprawdza umiejętności przywódcze oraz zdolność pracy w grupie, a także inicjatywę, zaangażowanie czy umiejętność wywierania wpływu na innych.

5. Spotkanie „jeden na jeden”. To symulacja, której zadaniem jest wcielenie się kandydata w rolę i obowiązki pracownika, aby odbyć rozmowę biznesową z rekruterem. Zadanie zbada nie tylko poziom kompetencji miękkich, ale i ugodowość czy odporność na stresowe sytuacje.

6. Testy psychologiczne i kompetencyjne. Zaproponowane testy mogą badać kandydata pod różnym kątem np. zdolności – testy inteligencji czy kreatywności, ale i mogą to być materiały, które dostarczą firmie wiedzy na temat osobowości. Zadaniem niektórych z nich może być także weryfikacja zadeklarowanej wiedzy czy kompetencji.

ATS

– zarządzaj procesem rekrutacji

Nowoczesnym i bardzo często stosowanym narzędziem przy procesie rekrutacji jest system ATS (Applicant Tracking System). Jest to narzędzie elektronicznego wspomagania rekrutacji, które kompleksowo usprawnia prowadzenie procesu rekrutacji. Jego zadanie to m.in. zbieranie aplikacji, ich selekcja przez prowadzenie rejestru kandydatów, aż po wsparcie komunikacji z nimi. Na rynku funkcjonuje wielu dostawców oferujących tej klasy rozwiązania (przybliżamy je w rozdziale pt. „Dwadzieścia polskich start-upów dla skutecznej rekrutacji”) – różnią się od siebie zarówno ceną oraz sposobem wdrożenia, jak i oferowanymi funkcjonalnościami. Funkcjonalność systemu ATS jest doceniana przez duże firmy, które często prowadzą równocześnie wiele procesów rekrutacyjnych. ATS pomaga m.in.: śledzić źródła aplikacji, gromadzić dane lub zarządzać aplikacjami kandydatów.



Candidate experience

– zadbaj o pozytywne doświadczenia

Firmy, które przykładają wagę do traktowania kandydatów jak klientów, mogą zyskać przewagę konkurencyjną. Warto zdawać sobie sprawę, że kandydaci mogą stać ambasadormi marki firmy lub powrócić za jakiś czas do procesu rekrutacyjnego, a przede wszystkim zachęcić innych do podjęcia takich starań.

Według raportu eRecruiter „Candidate experience w Polsce” wynika, że tylko 43 proc. firm informuje kandydatów o powodach niezakwalifikowania się, co trzeci powiadamia o zakończeniu rekrutacji, a tylko 13 proc. podaje w ogłoszeniu informacje o zarobkach.

Kandydaci oczekują, że otrzymają informacje o wysokości wynagrodzenia i powodach niezakwalifikowania się do dalszego etapu. Dlatego warto jasno komunikować zakres zarobków, uwzględniając premię, warunki awansu oraz nagrody. Należy także skontaktować się po zakończonej rekrutacji z osobami, którym nie udało się przejść do dalszych jej etapów i podać powód odrzucenia ich kandydatury.

Na koniec procesu rekrutacyjnego warto zapytać kandydata o doświadczenia oraz o to, czy sam zarekomendowałby znajomym podjęcie starań o pracę w naszej firmie. Takie informacje zwrotne mogą także wpłynąć na udoskonalenie rekrutacji i sprawić, że w przyszłości stanie się skuteczniejsza.



5 błędów w rekrutacji

1. Nieprzygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej. Brak podstawowych informacji o kandydacie, spóźnienia, nieprzyjazna atmosfera, wybór dekoncentrującego miejsca (np. stołówki) – to częste błędy, które pojawiają się na rekrutacji. Mają negatywny wpływ na podjęcie decyzji przez kandydata lub uniemożliwiają nawiązanie pozytywnych relacji.

2. Niejasne lub sztamkowe ogłoszenia. Ogłoszenie jest formą wizytówki firmy i powinno być starannie przygotowane pod kątem grupy docelowej. W wielu ogłoszeniach znajdują się błędy, takie jak: nieprecyzyjna nazwa stanowiska, brak informacji o obowiązkach lub określenia takie jak: „młody, dynamiczny zespół” czy „możliwości rozwoju” lub „atrakcyjne wynagrodzenie”.

3. Zła komunikacja z kandydatem. Jest to zarazem niechęć do jakiegokolwiek komunikacji, w tym m.in.: brak potwierdzenia otrzymania aplikacji, dokładne dane na temat dnia, godziny, miejsca oraz czasu przeprowadzania rekrutacji, przypomnienie o spotkaniu.

4. Brak informacji zwrotnej. To częsty błąd, który popełniany jest przez rekrutujących. Trudnością może być niechęć do przekazywania informacji odmownej. Niestety, brak kontaktu z osobami, które uczestniczyły w rekrutacji, ale jej nie wygrały, skutkuje ugruntowaniem negatywnego wizerunku firmy w oczach kandydatów.

5. Przedłużający się proces rekrutacji. Rekrutacja, która jest opieszala i trwa zbyt długo, staje się problematyczna dla kandydatów. Większość przywiązuje dużą wagę do skuteczności i sprawnej szybkości działania.





Inspiracja

Fragment artykułu Julii Kołodko pt. „[Jak rekrutować, aby zatrudniać najlepszych](#)”.
Julia Kołodko zajmuje się ekonomią behawioralną. Jest także doradcą i trenerem w obszarach nauk behawioralnych.

Badania Janine Willis oraz Alexandra Todorova z uniwersytetu Princeton pokazały, że kształtujemy opinię na temat obcej osoby w ciągu 1/10 sekundy i że dłuższe przebywanie z nią nie ma znaczącego wpływu na tę opinię.

Te same badania udowodniły, że mamy tendencję do zatrudniania osób podobnych do nas — takich, które mają podobne hobby czy styl ubierania się. Jeszcze inna metaanaliza pokazała, że managerowie obu płci faworyzują mężczyzn nad równie dobrze wykwalifikowanymi kobietami.

Powierz rekrutację kilku różnorodnym osobom. Niech inna osoba dokona wstępnej selekcji CV, inne przeprowadzi rozmowy rekrutacyjne, a jeszcze inna niech wybierze najlepszego kandydata na dane stanowisko na podstawie zebranych podczas całej rekrutacji danych.

Nie czytaj każdego CV w całości i oddzielnie. Zamiast tego, porównuj CV w grupach, kładąc je obok siebie i porównując po kolei poszczególne ich elementy.

Oceniaj anonimowe CV – usuń z CV imiona, nazwiska oraz zdjęcia kandydatów, zanim zaczniesz je oglądać.

Zapewnij identyczne warunki wszystkim osobom, które zapraszasz na rozmowy.



Źródło: juliakolodko.com

Co czeka rekrutację i HR w najbliższych 10 latach?

Automatyzacja procesu decyzyjnego pozwoli na znaczne zminimalizowanie roli czynnika ludzkiego. Rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji będą mogły, odnosząc się do algorytmu idealnego wzorca, wybrać najlepszego kandydata lub zanalizować profile w mediach społecznościowych. Pozyskiwanie pracowników bez udziału ludzi nie jest tak bardzo odległe, jak możemy sądzić. Rynek za kilka lat będzie oferował firmom coraz więcej narzędzi do automatyzacji rekrutacji, co wpłynie nie tylko na precyzyjny wybór odpowiednich kandydatów, ale i skróci czas pozyskania pracowników.

Sztuczna inteligencja pomoże także skutecznie porównywać kompetencje poszczególnych kandydatów. Rekrutujący będą korzystali z korzyści płynących z Augmented Reality (AR) oraz z Virtual Reality (VR). To dlatego rekrutacja przyszłości może odbywać się głównie w przestrzeni online, co z pewnością znacznie skróci jej czas trwania.

Zaawansowane technologicznie narzędzia, które służą rekrutacji, mogą także analizować zachowanie kandydatów lub weryfikować umiejętności, które zostały podane w CV. Przykładowo – **Precire** to technologia oparta na sztucznej inteligencji, która analizuje głos kandydatów, określając stopień ich zaangażowania czy autentyczności.

RefLynk umożliwia natomiast automatyczną weryfikację umiejętności wpisanych w CV dzięki serii zadań i testów.

Popularne staną się **chatboty rekrutacyjne** czyli wirtualni asystenci, którzy będą mogli nie tylko przeprowadzić rekrutację, ale i udzielić kandydatom wszystkich informacji na temat firmy lub pomogą wypełnić formularze. Co więcej, zachowają standardy komunikacji i znów wpłyną na przyspieszenie procesu rekrutacyjnego.

**Przemysław Berendt**

założyciel i CEO Talent Alpha

„Świat HR-u i rekrutacji przechodzi gwałtowne zmiany. Rewolucja jest napędzana przez technologie, globalny brak specjalistów, ale także przez zmianę preferencji pracowników np. w kierunku gig economy. Potrzebne są więc nowe rozwiązania, w których szczególne miejsce zajmują:

1. Technologie wspierające proces rekrutacji (np. automatyczne systemy śledzenia zgłoszeń) i onboardingu oraz budujące candidate i employee experience, np. systemy CRM, aplikacje zarządzające komunikacją wewnętrzną i nastrojami (np. Pes) czy mierzące i wspierające zaangażowanie pracowników (np. Peakon)
2. Platformy Human Cloud pozwalające na łączenie freelancerów (np. Upwork czy Toptal) i całych zespołów (Talent Alpha) z firmami szukającymi specjalistów.
3. Systemy wykorzystujące Talent Science i/lub AI/Machine Learning (np. Talent Alpha, HireVue, Arena, Arya) w procesie pozyskania i analizy informacji o kandydacie i pracowniku.



12

Dwadzieścia polskich start-up'ów dla skutecznej rekrutacji



Platforma technologiczna, która odnajduje wysoko wykwalifikowanych specjalistów IT i dopasowuje ich do realizacji projektów. Narzędzie wykorzystuje samouczące się algorytmy i jest w stanie wyłonić informacje o umiejętnościach danej osoby, aby dopasować ją do projektu, który powinna wykonać. Dzięki Talent Alpha możesz zlecić wykonanie zadania osobie najlepiej predysponowanej do zakończenia go z sukcesem. Choć jest to narzędzie outsourcingowe, to potrafi łączyć małe i średnie firmy z globalnymi graczami w świecie biznesu.

Ten polski start-up wygrał główny konkurs UNLEASH World 2019 – jednej z największych konferencji dla branży HR.

Talent Alpha w codziennej pracy:

- Oszczędzasz czas – kompletujesz zespół specjalistów w ciągu 24 godzin.
- Zwiększasz produktywność specjalisty poprzez lepsze dopasowanie jego umiejętności do projektu i skrócenie czasu pracy, w której koncentruje się tylko na Twoim projekcie.
- Narzędzie jest zarazem jednym punktem kontaktu dla wielu specjalistów, których zatrudniasz do swoich, różnych projektów.

Dzięki Talent Alpha:

- Możesz zbudować zespół doświadczonych specjalistów o umiejętnościach, które są idealnie dopasowane do Twoich projektów.
- Zwiększasz szanse powodzenia sukcesu Twojego projektu poprzez pracę z ludźmi o bardzo wysokich kwalifikacjach.
- Realizujesz szybciej projekty: „zatrudniasz” do wykonania pracy w czasie rzeczywistym.

Więcej na: talent-alpha.com

Narzędzie do przeprowadzania rekrutacji online. Dzięki niemu możesz zarządzać prowadzonymi rekrutacjami, oceniać kandydatów i wybierać tych, których planujesz zatrudnić.

AppManager umożliwia łatwe zbieranie wszystkich aplikacji kandydatów do jednego systemu oraz szybką ich analizę. Mogą być dodani ręcznie lub zgłoszeni przez agencję rekrutacyjną albo innych pracowników. Narzędzie umożliwia łatwą publikację ogłoszeń na Twojej stronie www oraz w serwisach rekrutacyjnych, z którymi współpracujesz. Możesz korzystać z dużej liczby raportów, które umożliwią analizę prowadzonych projektów rekrutacyjnych pod kątem np. czasu trwania czy skuteczności źródeł.

AppManager w codziennej pracy:

- Ułatwia Twoją pracę – masz jedno narzędzie, dzięki któremu zarządzasz rekrutacją online i analizujesz jej wyniki i zatrudniasz najlepsze osoby.
- Dbasz o bezpieczeństwo – narzędzie jest dostosowane do wymogów RODO.
- Pozwala skoordynować pracę nad rekrutacją, w którą zaangażowani są pracownicy firmy i agencja rekrutacyjna.

Dzięki AppManager:

- Twoja rekrutacja trwa znacznie krócej i jest bardziej skuteczna.
- Masz wszystkie dokumenty w jednym miejscu.
- Prowadzisz analizy, raportujesz i udostępniasz informacje innym pracownikom, zaangażowanym w rekrutację.

Więcej na: appmanager.pl

Platforma, która umożliwia weryfikowanie deklarowanych umiejętności pisania kodów przez kandydatów z branży IT. Bazuje na przygotowanych zadaniach, a ich rozwiązanie jest sprawdzane pod kątem zarówno poprawności algorytmu, jak i efektywności jego pracy. Jeśli poszukujesz do pracy programistów, których zadaniem będzie tworzenie np. własnych algorytmów, to Codility pomoże zweryfikować ich umiejętności na początku rekrutacji. Korzystając z platformy, tworzysz na podstawie zbioru zadań własny test o dowolnym stopniu trudności. Następnie zbiór ten wysyłasz za pomocą linku do kandydatów. Weryfikując wyniki testu, możesz umawiać się za pomocą tej samej platformy z najlepszymi kandydatami.

Codility w codziennej pracy:

- Ułatwia rekrutację i wybór najlepszych kandydatów.
- Oszczędza Twój czas – masz narzędzie z dużym zbiorem zadań.
- Komunikujesz się z kandydatami online, otrzymujesz tą samą drogą wyniki i umawiasz się na dalsze spotkania.

Dzięki Codility:

- Weryfikujesz zadeklarowane przez kandydatów umiejętności programistyczne.
- Wyłaniasz najlepszych kandydatów.
- Sprawdzasz praktyczne zastosowanie wiedzy kandydatów.

Więcej na: codility.com



DEVSKILLER

Narzędzie, które ułatwia rekrutację informatyków. Jego zadaniem jest sprawdzenie umiejętności i doświadczenia, które pomagają rozwiązywanie praktycznych problemów informatycznych w firmie. Zadania, które mają pomóc w zrekrutowaniu potrzebnych Ci osób nazwano „Doświadczeniem pierwszego dnia w pracy”, lecz ta symulacja nie trwa osiem godzin, a około dwóch. Ważne, że narzędzie pozwala dostosowywać zadania do środowiska charakterystycznego dla firmy np. poprzez rozwiązanie problemu dotyczącego platformy informatycznej, którą posiadasz.

Devskiller w codziennej pracy

- Możesz korzystać z pakietu czasowego i wybrać np. miesiąc, jeśli tyle ma potrwać rekrutacja.
- Narzędzie skróci czas wyłonienia pracowników, których potrzebujesz.
- Nie musisz angażować działu IT – narzędzie jest łatwe do obsługi przez jedną osobę.

Dzięki Devskiller

- Zaoszczędzisz pieniądze i zmniejszysz ryzyko zatrudnienia niewłaściwych osób.
- Wyłonisz kandydatów, którzy będą najbardziej produktywni w pracy.
- Skrócisz czas rekrutacji.

Więcej na: devskiller.com

Platforma porządkuje procesy i pomaga zarządzać rekrutacją. Dysponuje wieloma modułami np. rekrutacyjnym, szkoleniowym lub oceny pracowników, dlatego kompleksowo pomaga HR-owcom. Umożliwia szybkie i sprawne redagowanie oraz umieszczanie ofert na różnych portalach rekrutacyjnych i na portalach social media. Ułatwia kontakt z osobami, które nadzorują rekrutację. Narzędzie skupia i umożliwia zarządzanie wszystkimi aplikacjami kandydatów w jednej wspólnej bazie. Jest także bardzo intuicyjne i dostosowane do polityki RODO.

Elevato w codziennej pracy:

- Usprawnia rekrutację i skraca czas jej trwania.
- Pomaga nadzorować publikację ofert z jednego miejsca.
- Ułatwia komunikację z kandydatem.
- Dbą o bezpieczeństwo – jest zgodne z RODO.

Dzięki Elevato:

- Zyskujesz więcej czasu na wybór najlepszych kandydatów.
- Łatwo i sprawnie nadzorujesz rekrutację.
- Dbasz o efektywność rekrutacji: monitorujesz, analizujesz, tworzysz raporty.

Więcej na: elevatosoftware.com

Pierwszy w Polsce chatbot, wspierający rekrutację, oparty o AI i Messengera.

Emplotbot pełni rolę osobistego doradcy zawodowego, a dla osoby rekrutującej jest narzędziem pozyskiwania pracowników przez Messengera. Komunikuje się z kandydatami, którzy pojawiają się na Twojej stronie niezależnie od pory dnia. Równocześnie zbiera informacje na temat ich doświadczenia i wymagań, pytając m.in. o umiejętności, znajomość języków obcych lub oczekiwania finansowe. Ponadto zarządza ogłoszeniami i dokonuje analizy danych kandydatów. Start-up zajął II miejsce w tzw. "Lightning Competition" odbywającym się w Las Vegas, w ramach największej konferencji HR Tech – Unleash 2018.

Emplocity w codziennej pracy:

- Użycie Messengera – najpowszechniejszego komunikatora na świecie jest proste dla obu stron.
- Jego wdrożenie jest bardzo łatwe, a baza kandydatów buduje się automatycznie.
- Oszczędzasz czas – narzędzie porządkuje informacje o kandydatach na podstawie rozmów i np. jednym kliknięciem zapraszasz kandydatów na spotkanie.

Dzięki Emplocity:

- Zwiększasz skuteczność pozyskiwania aplikacji z Twojej strony internetowej nawet do 78%.
- Szybko wybierasz najlepszych kandydatów – narzędzie tworzy profile i dokonuje analizy.
- Upraszcza rekrutację, która staje się bardziej efektywna, także pod względem wizerunkowym.

Więcej na: emplocity.com

Najczęściej wykorzystywany w Polsce system do zarządzania rekrutacjami, wspierający w zbieraniu aplikacji, komunikacji z kandydatami i współpracy z innymi pracownikami lub agencjami. System pozwala z jednego miejsca zarządzać i podejmować działania, np.: wysyłać wiadomości SMS ze wszystkimi niezbędnymi informacjami o spotkaniu bezpośrednio z platformy. Umożliwia także prowadzenie spersonalizowanej korespondencji zbiorowej z kandydatami oraz ułatwia raportowanie i analizy dzięki jasnym wykresom i przejrzystym zestawieniom.

eRecruiter w codziennej pracy:

- Porządkuje i ułatwia rekrutację.
- Ułatwia prowadzenie komunikacji z kandydatami.
- Oszczędza czas i synchronizuje pracę rekrutującą w firmie z podmiotami zewnętrznymi np. agencjami.

Dzięki eRecruiter:

- Przeprowadzisz szybszą i skuteczniejszą rekrutację.
- Zadbasz o candidate experience.
- Podejmiesz lepsze decyzje i wyłonisz najlepszych kandydatów.

Więcej na: erecruiter.pl

Głównym narzędziem jest aplikacja, która umożliwia kandydatom otrzymywanie na smartfona dopasowanych propozycji pracy. Poprzez dopasowanie oczekiwań firm wobec aplikujących oraz kandydatów wobec miejsc zatrudnienia, Filtr pozwala dotrzeć do tych osób, które mają dużą szansę podjąć pracę w krótkim czasie. Możesz mieć także wsparcie w aktywnych rekruterach, którzy dodatkowo poszukują najlepszych pracowników na opisane przez Ciebie miejsce pracy. Narzędzie adresowane jest do specjalistów IT.

Filtr w codziennej pracy:

- Gwarantuje szybką rekrutację i zatrudnienie nawet w dwa tygodnie od uruchomienia naboru.
- Zyskujesz czas – większość pracy rekrutacyjnej wykonuje narzędzie i firma.
- Rozmawiasz tylko z tymi kandydatami, którzy spełniają Twoje oczekiwania.

Dzięki Filtr:

- Wyłonisz najbardziej kompetentnych specjalistów w szybkim czasie.
- Rekrutujesz osoby, które nie będą podlegać rotacji – są dopasowani do Twoich oczekiwań i zainteresowani pracą dla Twojej firmy.

Więcej na: filttr.pl

Nowoczesna aplikacja do prowadzenia sprawnej i zautomatyzowanej rekrutacji, w tym m.in.: multipostingu ogłoszeń rekrutacyjnych oraz łatwego zarządzania bazą kandydatów i komunikacją. Zaletą narzędzia jest wielofunkcyjność oraz intuicyjność – możesz korzystać z jego zalet za pomocą kilku kliknięć. HRLink umożliwia pozyskiwanie kandydatów z wielu źródeł dzięki ułatwionej integracji z dowolnymi portalami. Narzędzie porządkuje proces rekrutacyjny – m.in. wizualnie oraz pozwala na włączenie do projektu rekrutacyjnego także innych osób. Dzięki aplikacji możesz także zautomatyzować komunikację z kandydatami, wykorzystując szablony SMS oraz email oraz raportować i gromadzić dane z gwarancją ich pełnego bezpieczeństwa.

HRLink w codziennej pracy:

- Zwiększasz zasięg – pozyskujesz oferty z wielu źródeł.
- Dzięki automatyzacji komunikacji oszczędzasz czas.
- Dbasz o bezpieczeństwo zgromadzonych danych i korzystasz z szerokiej bazy raportów.

Dzięki HRLink:

- Rekrutujesz skuteczniej i szybciej.
- Dbasz o wizerunek i candidate experience.
- Personalizujesz narzędzie i dostosowujesz je do swoich potrzeb.

Więcej na: hrlink.pl

Narzędzie umożliwia tworzenie krótkich, spersonalizowanych filmów wideo, które możesz wysyłać kandydatom w trakcie rekrutacji. Osoba otrzymuje wiadomość na telefon za pośrednictwem SMS-a, która zawiera wideo powitalne oraz inne materiały budujące wyjątkowy candidate experience. Wiadomość może być dowolnie konfigurowana – można ją wzbogacić np. o mapy z lokalizacją siedziby firmy, linki, dodatkowe filmy, zdjęcia, grafiki czy przyciski do interakcji. Narzędzie nie tylko służy candidate experience, ale też buduje zaangażowanie aplikujących poprzez więź emocjonalną. Można je wykorzystać do preonboardingu, aby kandydaci lepiej zrozumieli Twoją firmę. Hypercare może być używany także do komunikacji wewnętrznej lub microlearningu.

Hypercare w codziennej pracy:

- Urozmaica proces rekrutacji i wpływa na jego skuteczność.
- Komunikujesz się niestandardowo i ograniczasz stres kandydatów.
- Prowadzisz efektywne spotkania rekrutacyjne z kandydatami, którzy są lepiej przygotowani.

Dzięki Hypercare:

- Kandydaci lepiej rozumieją kulturę organizacyjną i specyfikę firmy, do której aplikują.
- Wyróżniasz się wśród pracodawców.
- Zatrudniasz kandydatów, z którymi została zbudowana więź emocjonalna.
- Obniżasz koszty zatrudnienia.

Więcej na: hypercare.io

Narzędzie, które jest określane jako „największy Marketplace dla branży IT”. Odwraca tradycyjne role i pozwala na zgłaszanie się firmom do kandydatów, którzy prezentują swój profil i oczekiwania finansowe. Zalety narzędzia to m.in: pełna automatyzacja selekcji kandydatów, bezpośredni kontakt oraz z góry znane oczekiwania finansowe. Możesz szukać specjalistów z bardzo dużej bazy (10 tys. specjalistów), która codziennie się powiększa. Otrzymując dostęp do bazy, możesz wysłać zaproszenie do kilkudziesięciu kandydatów oraz przeglądać CV tych, którzy sami się zgłoszą. Narzędzie posiada wewnętrzny komunikator, dzięki któremu możesz prowadzić negocjacje bezpośrednio z wybraną osobą. W razie potrzeby, otrzymasz także wsparcie opiekuna rekrutacji.

ITLeaders w codziennej pracy:

- Masz dostęp do bardzo dużej bazy specjalistów IT.
- Oszczędzasz czas – rozmawiasz tylko z tymi kandydatami, którzy spełniają Twoje oczekiwania.
- Zarządzasz rekrutacją z jednego miejsca.
- Otrzymujesz w krótkim czasie odpowiedzi od kandydatów, którzy szybko reagują na bezpośrednią komunikację.

Dzięki ITLeaders:

- Szybko (nawet w ciągu dwóch dni) i łatwo rekrutujesz osoby, które odpowiadają Twoim oczekiwaniom.
- Prowadzisz bezpośrednie negocjacje.
- Zyskujesz wsparcie swojej oferty w social mediach.

Więcej na: it-leaders.pl

Narzędzie, które jest dostępne w obszarze usług GoldenLine opiera się na direct search wśród wszystkich użytkowników serwisu. Doświadczeni HR Reasercherzy na podstawie podanych danych tworzą profil stanowiska i wybierają dla Ciebie najlepiej dopasowanych kandydatów spośród 2,5 mln. profili zawodowych na GoldenLine. Następnie zapraszają ich do procesu rekrutacji. Wszystkie aplikacje są weryfikowane, a Ty otrzymujesz tylko te, które odpowiadają podanym przez Ciebie specyfikacjom. Pierwsze oferty otrzymujesz już po 24 godzinach. W ofercie Jobile jest także raport, który zawiera statystyki i informacje zwrotne od kandydatów na temat Twojej oferty.

Jobile w codziennej pracy:

- Wyręcza Cię w odnalezieniu najlepszych kandydatów.
- Skraca czas pozyskania pracowników.
- Poszukiwania prowadzone są przez doświadczonych HR Reasercherów.

Dzięki Jobile:

- Odnajdziesz szybko idealnych pracowników.
- Przeprowadzisz rekrutację z pomocą dużego zespołu wykwalifikowanych specjalistów, którzy zweryfikują wszystkie pozyskane za pomocą GoldenLine oferty.

Więcej na: jobile.pl

Narzędzie jest giełdą zleceń dla headhunterów. Możesz z niej skorzystać, jeśli poszukujesz wykwalifikowanych pracowników i niekoniecznie chcesz używać tradycyjnych metod. Umożliwia Ci odnalezienie pracownika spośród osób, które nie poszukują aktywnie pracy (ok. 70%), ale są w stanie rozważyć Twoją propozycję. Publikację oferty rozpoczynasz od ustaleniu stawki dla headhuntera, czyli kwoty, którą zapłacisz osobie rekomendującej najlepszego kandydata. Następnie możesz przeglądać oferty zgłaszających się headhunterów, a po zatrudnieniu nowej osoby, płacisz zadeklarowane wynagrodzenie. Masz także dostęp do platformy, która porządkuje nadesłane CV, informuje o statystykach wyświetlenia Twojej oferty oraz uzupełnia kalendarz.

Lepszapraca w codziennej pracy:

- Masz dostęp do wielu headhunterów na raz, którzy poszukują dla Ciebie idealnego pracownika.
- Prowadzisz formalności tylko z biurem platformy zamiast z wieloma agencjami lub headhunterami.
- Płacisz tylko za satysfakcjonujące Cię efekty.

Dzięki Lepszapraca:

- Szybko znajdujesz najlepszych kandydatów – także spośród tych, którzy oficjalnie nie deklarują chęci zmiany pracy.
- Headhunterzy weryfikują ogłoszenia kandydatów za Ciebie.
- Zyskujesz duży zasięg wśród profesjonalistów, którzy dowiedzą się o Twojej firmie i mogą za jakiś czas powrócić w ramach kolejnej rekrutacji.

Więcej na: lepszapraca.pl/pracodawca

Platforma prezentująca oferty pracy dla programistów, która dociera do najlepszych kandydatów. Jej zaletą jest transparentność, dzięki której każda oferta pracy powinna dobrze opisywać warunki zatrudnienia, prezentować firmę oraz określać wynagrodzenie. Narzędzie umożliwia stworzenie atrakcyjnego ogłoszenia z wyróżnionymi frazami oraz szczegółowymi informacjami na temat firmy, podanymi w atrakcyjny sposób. Intuicyjny i przejrzysty panel pozwala na zarządzanie aplikacjami, a promocja ogłoszenia w social mediach, na forach i grupach zwiększa jego widoczność. Otrzymujesz także wsparcie konsultanta, który pomaga w optymalizacji Twojej oferty.

NoFluffJobs w codziennej pracy:

- Twoje ogłoszenie trafia do precyzyjnej grupy docelowej.
- Skracasz standardowy czas rekrutacji – szybko otrzymujesz aplikacje od kandydatów.
- Nadzorujesz rekrutację z jednego miejsca.

Dzięki NoFluffJobs:

- Wzmacniasz zasięg Twojego ogłoszenia.
- Prezentujesz firmę na forum grupy docelowej, złożonej z wykwalifikowanych specjalistów.
- Otrzymujesz wsparcie konsultanta, który z Tobą współpracuje, podpowiadając Ci zastosowanie najlepszych działań.

Więcej na: nofluffjobs.com

Platforma outsourcingowa oparta na poleceniach rekrutacyjnych, w której zarejestrowanych jest 150 tys. pracowników. Umożliwia także rekrutację za pomocą telefonu. Narzędzie korzysta z mediów społecznościowych, w których udostępniane jest Twoje ogłoszenie przez samych użytkowników – headhunterów. Ważną częścią jest jego treść, która powinna zawierać rzetelne informacje na temat m.in. umowy o pracę, stawki wynagrodzenia oraz precyzyjnie określonych oczekiwań pracodawcy, a także dane osoby, która prowadzi rekrutację. Platforma stawia na jakość ofert oraz wspiera wizerunek pracodawców.

ShareHire w codziennej pracy:

- Prowadzi ważną część rekrutacji za Ciebie.
- Powiększa zasięg Twojej rekrutacji.
- Prezentuje dobry wizerunek Twojej firmy, która jest polecana na szeroką skalę w mediach społecznościowych.

Dzięki ShareHire:

- Zatrudniasz szybciej, skuteczniej i taniej.
- Docierasz z informacją do tej grupy użytkowników, którzy nie zareagują na tradycyjne metody.
- Ograniczasz ryzyko – płacisz tylko za zatrudnienie.

Więcej na: sharehire.pl

Oferuje narzędzie, którym są testy psychometryczne dostosowane do profilu Twojej firmy lub spójne z modelem kompetencyjnym. Przygotowanie testów rozpoczyna zbadanie, jakie predyspozycje potrzebne są na stanowisku, dla którego prowadzisz rekrutację. Następnie przygotowywane są testy lub powstają nowe, dostosowane wyłącznie do Twojej firmy. Kandydaci, po rozwiązaniu testów, otrzymują wynik i raport, co jest ważne ze względu na pozytywne wrażenia z rekrutacji. Po rozpoczęciu współpracy z Talent Bridge następuje etap wdrożenia testów oraz ich sprawdzanie. Otrzymujesz także wsparcie szkoleniowe w obsłudze samych testów.

Talent Bridge w codziennej pracy:

- Dbasz o Candidate Experience.
- Oszczędzasz czas – wyniki testów dają Ci spectrum informacji o kompetencjach kandydatów.
- Zmniejszasz ryzyko zatrudnienia niedopasowanej osoby do profilu Twojej firmy.

Dzięki Talent Bridge:

- Zatrudniasz najlepszych – wiesz, który kandydat osiągnie sukces.
- Rekrutujesz osoby, które są dopasowane do Twoich oczekiwań i mają szansę stworzyć bardzo efektywny zespół.

Więcej na: talentbridge.pl

Narzędzie jest wszechstronnym systemem ATS, który uruchamia stronę karier, publikuje oferty, prowadzi spersonalizowaną komunikację z kandydatami oraz pozwala na umieszczanie linków na portalach ofert pracy lub grupach dyskusyjnych. Możesz zaprezentować firmę dzięki stronie karier (bez wsparcia IT), którą dostosujesz do swoich wymagań np. dodasz własne pytania w formularzu rekrutacyjnym lub informacje, także te w formie graficznej. Strona będzie zoptymalizowana pod urządzenia mobilne. Narzędzie ułatwia Ci publikację linków z ogłoszeniem na zewnętrznych portalach lub w mediach społecznościowych.

Tomhrm w codziennej pracy:

- Zarządzasz rekrutacją i śledzisz ścieżkę przechodzenia kandydatów.
- Masz jedno narzędzie: intuicyjne i proste w obsłudze.
- Dbasz o Candidate Experience – prowadzisz komunikację z kandydatami.

Dzięki Tomhrm:

- Optymalizujesz czas trwania rekrutacji.
- Prościej docierasz z informacją do kandydatów.
- Zatrudniasz szybciej.

Więcej na: tomhrm.com

Internetowe narzędzie, które pomaga zarządzać rekrutacją poprzez jej automatyzację. Zapewnia i ułatwia komunikację z kandydatami, także przez SMS-y lub powiadomienia o zmianach w rekrutacji. Umożliwia budowę własnej i bezpiecznej bazy talentów, integrację z mediami społecznościowymi (np. z LinkedInem) i ze skrzynką mailową. Pomaga prowadzić analizę rekrutacji i np. zarządzać budżetem na rekrutację oraz raportować wyniki dzięki przejrzystym szablonom.

Traffit w codziennej pracy:

- Zarządzasz rekrutacją z jednego miejsca.
- Prowadzisz własne bazy talentów.
- Oszczędzasz budżet, wiesz, w które media inwestować, aby zwiększać liczbę aplikacji.

Dzięki Traffit:

- Dbasz o Candidate Experience i wizerunek własnej firmy.
- Zarządzasz pracą zespołu rekruterów.
- Optymalizujesz proces rekrutacji: analizujesz i ulepszasz.
- Zatrudniasz szybciej i skuteczniej.

Więcej na: traffit.com



Dowiedz się więcej na: www.startup.pfr.pl

