**Idzie nowe, czyli trendy HR na 2016 rok**

**Z Nowym Rokiem idzie „nowe”. Rozpoczyna się snucie nowych postanowień, planów, obieranie nowych i nieznanych dotąd dróg. W branżowe drzwi zaczynają pukać nowe trendy.**

Wszędzie pachnie nowością i zmianami, które czasem same wpraszają się do naszego życia. Jak to jest w branży HR? W których obszarach szykuje się poważna rewolucja, a które z nich ominie przełom? Na co powinni być gotowi HRowcy, chcący sprostać oczekiwaniom rynku? Na te pytania odpowiedzą nam zaproszeni do wypowiedzi specjaliści.

**Rozwój pracowników**

Nie bez powodu mówi się, że ten, kto się nie rozwija, ten się cofa. Pracownicy, którym nie zapewnia się możliwości nabycia nowych kompetencji szybko się nudzą, a dotychczasowe zadania stają się dla nich przykrym obowiązkiem. Motywacja zaczyna spadać. Nie tego oczekuje od pracodawców młode pokolenie, wkraczające właśnie na rynek pracy. Jak zauważa **dr Zuzanna Górska**, młodzi pracownicy chcą, aby firmy inwestowały w ich rozwój i pomagały doskonalić posiadane umiejętności. Jak mogą odpowiedzieć na to wyzwanie pracodawcy?

- *Firmy coraz chętniej będą sięgać po narzędzia diagnostyczne, dzięki którym lepiej będą identyfikować potrzeby i możliwości rozwojowe pracowników. W 2016 roku zaobserwujemy także jeszcze większe otwarcie na nowatorskie rozwiązania w dziedzinie szkoleń i diagnostyki kompetencji miękkich* – podpowiada **dr Zuzanna Górska**, psycholog, coach, autorka GCP Method®.

Rynek HR oferuje szereg rozwiązań, które można dopasować do potrzeb pojawiających się w firmie. Wsparcie w planowaniu ścieżek rozwoju pracowników mogą zaoferować takie narzędzia, jak analiza grafologiczna czy analiza psychometryczna. Dzięki nim pracodawca pozna czynniki warunkujące wzrost motywacji danej osoby. Dodatkowo zyska informację dotyczącą silnych stron pracownika oraz obszarów, nad którymi trzeba jeszcze popracować. Rozwiązania te są innowacyjne, dlatego też z większym prawdopodobieństwem zainteresują pokolenie Y i Z. Mogą one stanowić czynnik uzupełniający oraz pomoc w podjęciu odpowiedniej decyzji.

Pracodawcy będą chcieli wyróżnić swoje firmy i kreować ich przyjazny wizerunek w celu zainteresowania kandydatów ofertami pracy. Chcąc zadbać o employer branding będą sięgać po kreatywne sposoby rekrutacji pracowników lub po metody, które pozwolą wzbogacić te tradycyjne. Niekiedy innowacyjny element jest silnym argumentem „za”, zachęcającym do wysyłania CV na ofertę pracy firmy. Nowoczesne technologie skupiają uwagę głównie ludzi młodych, dlatego jeśli grupą docelową oferty pracy są właśnie młode osoby, warto pomyśleć o dedykowanych im rozwiązaniach.

**Dopasowanie do potrzeb młodego pokolenia**

Każdy pracownik należy do konkretnego pokolenia, które posiada określone cechy charakterystyczne. Przedstawiciele jednych pokoleń cenią sobie stabilność i są lojalni wobec pracodawcy, inni z kolei wyróżniają się pragnieniem ciągłych zmian i ponadprzeciętną umiejętnością poruszania się w świecie online. Oczywiście nie można generalizować i zamykać się w stereotypach. **Piotr Marciniak** nakreśla obraz pokolenia Z, dominującego dzisiaj na rynku pracy.

*- Cechą charakterystyczną pokolenia Z jest nastawienie na szybką karierę oraz permanentne połączenie ze światem w sieci internetowej. Reprezentanci tego pokolenia działają szybko i są przyzwyczajeni do nieustannego korzystania z Internetu. Pracodawcy muszą znajdywać nowe rozwiązania, które skupią ich uwagę i pozwolą działać w sposób efektywny* – radzi **Piotr Marciniak**, Managing Director w firmie Talent Bridge.

Branża HR powinna zatem otworzyć się na nowe metody dopasowane do potrzeb kandydatów starających się o pracę oraz pracowników już zatrudnionych w firmie. Dzięki temu będzie można zaobserwować wzrost zainteresowania narzędziami HR m.in. wykorzystującymi elementy grywalizacji w procesie rekrutacyjnym. Niekiedy bywa tak, że opublikowanie ogłoszenia w social media nie wystarcza. Wówczas rekruterzy decydują się na skorzystanie z dostępnych innowacji i idą o krok dalej. Poprzez to zyskują nie tylko uwagę młodego pokolenia, które chętnie bierze udział w ciekawych projektach, ale także dbają o employer branding. Pracodawcy, którzy nie zamykają się na nowoczesne rozwiązania zaczynają być postrzegani jako interesujący, a firma staje się celem kandydatów poszukujących wartościowego miejsca pracy. Im bardziej proces rekrutacyjny jest atrakcyjny, tym większe prawdopodobieństwo zainteresowania się ofertą pracy. Panującym trendem jest połączenie gier rekrutacyjnych z testami psychometrycznymi.

- *Wyobraźmy sobie, że przedstawiciel handlowy może zagrać w grę, która umożliwia jemu wcielenie się w specjalistę ds. sprzedaży w firmie, do której aplikuje. Główny widok gry przedstawia mapę miasta, na której kandydat ma możliwość dokonywania najróżniejszych czynności, takich jak: planowanie trasy, spotkania z klientami, negocjacje, zarządzanie budżetem czy realizacja celów sprzedażowych. Za pomocą takiej gry można zbadać kompetencje kandydata i równocześnie budować pozytywny wizerunek firmy charakteryzującej się innowacyjnością i niesztampowym podejściem do rekrutacji* – mówi **Piotr Marciniak**.

Narzędzia HR, takie jak psychometria czy grafologia, mogą być wykorzystywane nie tylko podczas procesów rekrutacyjnych. Są one cennym wsparciem także w planowaniu rozwoju pracowników oraz podejmowaniu decyzji o wyborze odpowiedniego systemu motywacyjnego. Wszystko zależy od tego, jakie udoskonalenia chcemy wprowadzić w naszej firmie. Każde narzędzie jest różne i ma przypisane konkretną funkcję, dlatego już dzisiaj warto zapoznać się z ich specyfiką.

**Rewolucja**

Branżę HR czeka wiele zmian i jednocześnie udogodnień. Prym będą wiodły nowe rozwiązania technologiczne oraz automatyzacja procesu rekrutacji. Celem jest skrócenie czasu poświęcanego na wybór odpowiedniego kandydata. HRowcy bardzo często zmagają się z ograniczeniami wynikającymi z bardzo dużej liczby nadesłanych aplikacji. Wówczas zachodzi prawdopodobieństwo, że zabraknie czasu na dokładniejsze zapoznanie się z wszystkimi lub spotkanie się z kandydatami w siedzibie firmy. Receptą może okazać się wideorekrutacja, dzięki której rekruter będzie mógł automatycznie ustawić pytania, jakie chce zadać wszystkim kandydatom. Odpowiedzi będą spływać, a w tym czasie rekturerzy będą mogli zająć się innymi obowiązkami. Co więcej, korzystanie z narzędzi HR pozwoli wyeliminować subiektywność osób przeprowadzających rekrutację.

*- Spotkania online z kandydatami stają się w branży HR coraz częstszą praktyką. Zanim zaprosimy do siedziby firmy, często oddalonej od miejsca zamieszkania, potencjalnego pracownika, wcześniej możemy poprosić go o skorzystanie z wideorekrutacji. Co zyskujemy? Przede wszystkim czas i pieniądze, które należałoby poświęcić na dojazd, ale nie tylko. Rekruterzy już na pierwszym etapie rekrutacji zyskują pewność, że kandydat, który pojawi się na rozmowie w firmie jest właściwą, dopasowaną osobą. Co więcej przesłanym materiałem można dzielić się z osobami decyzyjnymi w firmie i konsultować wypowiedź kandydata z innymi* – radzi **Patryk Mordel**, Prezes Zarządu Firmy Smart MBC i założyciel pierwszego sklepu w Polsce oferującego usługi i narzędzia HR.

Tak, jak w przypadku rozwoju pracowników, o którym mówi **dr Zuzanna Górska**, rekruterzy również powinni zainwestować w nabywanie nowych kompetencji. Jak podkreśla **dr Górska**, ważnymi cechami będą zaangażowanie i przywództwo. Rola lidera będzie kluczowa i stanie się czynnikiem wpływającym na efektywność pracy oraz wyniki firmy. Predyspozycje do kierowania zespołem można określić za pomocą analizy grafologicznej czy psychometrii. Wyniki pokażą, jak radzimy sobie w sytuacjach stresowych, w jaki sposób podejmujemy decyzje oraz angażujemy się w swoje obowiązki. Pomocne okażą się również elektroniczne gry symulacyjne, które pozwolą wcielić się w rolę lidera i sprawdzić się w sytuacjach,

z którymi ma on na co dzień do czynienia.

**Wybór rekrutera**

Trendy trendami, jednakże tak naprawdę wiele zależy od samych rekruterów. To ludzie kreują trendy

i wyznaczają, co będzie numerem jeden w branży. Z pewnością zauważymy przesunięcie się pewnych zjawisk z ubiegłego roku i ich wzrost w bieżącym. Bez wątpienia będzie to czas dominacji nowych technologii oraz rozwoju kompetencji pracowników oraz specjalistów branży HR. Pracodawcy będą musieli zmierzyć się z wymaganiami pracowników będących przedstawicielami pokolenia Y i Z. Wszystkie decyzje związane z obszarami zarządzania kompetencjami czy procesem rekrutacyjnym mogą zostać podjęte przy pomocy dostępnych na rynku narzędzi.