

Rekrutacja jako pierwszy punkt na mapie Employer Brandingu

Zanim przywitamy nowego pracownika w drzwiach firmy, musimy się postarać, by praca z nami była dla niego zapowiedzią wartościowych doświadczeń i stabilności zawodowej. Pierwszym obszarem, w którym pracodawca spotyka się z kandydatami jest proces rekrutacyjny. Od niego tak naprawdę zależy powodzenie naszych działań. Co ma z tym wspólnego Employer Branding?

Na rynku funkcjonują branże, które cierpią na dość wysoki deficyt pracowników. Do jednej z nich zaliczamy branżę IT. W Polsce obecnie brakuje 50 tys. programistów, dlatego też pracodawcy z tego sektora robią wszystko, by zwrócić uwagę kandydatów i zachęcić ich do aplikowania. Decydują się m.in. na nowoczesne metody rekrutacji, które dodatkowo wspierają Employer Branding. Dbłość o wizerunek pracodawcy jest niezwykle ważny, ponieważ to właśnie opinia o firmie najbardziej interesuje kandydatów. Szukają informacji na jej temat w Internecie, wśród przyjaciół, na targach kariery czy stronie internetowej potencjalnego pracodawcy i sprawdzają, jak wygląda proces rekrutacyjny na konkretne stanowisko.

Pomysł na rekrutację

Profesjonalna rekrutacja wykorzystująca takie narzędzia, jak wideorekrutacja, analiza psychometryczna czy też gry symulacyjne zwiększy atrakcyjność całego procesu. Tak naprawdę możemy poinformować kandydatów o kreatywnej rekrutacji i wybranych narzędziach już na etapie przygotowywania ogłoszenia o pracę. Komunikat, który pokaże, że rekrutacja może być naprawdę przyjemna nie tylko będzie świetnym wabikiem, ale także pomoże nam budować wizerunek firmy otwartej na potrzeby kandydatów.

Żeby odpowiedzieć sobie na pytanie, jak znaleźć kandydata i zadbać przy tym o Employer Branding, musimy zacząć od samego początku, czyli od przygotowania ogłoszenia o pracę. Samo zadanie wydaje się banalne, jednak wystarczy włączyć wybraną stronę z ofertami pracy, by przekonać się o tym, że nie wszyscy opanowali najważniejsze zasady. Przede wszystkim pamiętajmy o tym, by nikogo nie dyskryminować, nie szukać "silnych mężczyzn" i "pań o miłej aparycji". To bardzo delikatne kwestie, gdzie popełnienie błędu zrazi kandydata. Pamiętajmy o odpowiednich proporcjach między wymaganiami, a ofertą pracodawcy, a także o interpunkcji. Treść powinna być starannie przemyślana i atrakcyjnie opatrzona - warto pomyśleć o ładnej grafice, którą wykorzystamy w social mediach i na swojej stronie internetowej, w zakładce kariery. Jeśli potrzebujemy wsparcia w tym zakresie, pomyślmy o pomocy firm, dla których content marketing w HR nie ma tajemnic. Pamiętajmy jednak, że nowoczesne metody rekrutacji nie kończą się na przygotowaniu kreatywnego ogłoszenia o pracę. Musimy zrobić kolejny krok.

Wartość narzędzi

Nie potrzeba dużych środków finansowych, by wzbogacić swój proces rekrutacyjny w ciekawe dla kandydatów narzędzia. Blokadą, która wstrzymuje pracodawców przed ich wdrożeniem

mogą być brak wystarczającej wiedzy na ich temat lub mylne przekonanie o wysokich kosztach, jakie będzie trzeba ponieść. Wideorekrutacja czy też gry symulacyjne to coraz częściej wykorzystywane w procesach rekrutacyjnych narzędzia. Ich rosnąca popularność ma swoje silne argumenty. Oszczędność czasu, rekrutacja poprzez zabawę i możliwość wzięcia udziału w procesie rekrutacyjnym z każdego miejsca na świecie to propozycje, które skradają serca kandydatów. Będą mile widziane nie tylko wśród specjalistów IT, ale także przedstawicieli każdego zawodu wymagającego nieszablonowego myślenia oraz kreatywnego podejścia.

Dobrze jest pokazać kandydatom, że zależy nam na ich komforcie i minimalizacji stresu związanego z poszukiwaniem pracy. Nowoczesne metody rekrutacji pomocą nam wykreować przyjazny wizerunek pracodawcy i będą wstępem do owocnej współpracy z zadowolonym pracownikiem.

źródła

<https://www.crn.pl/aktualnosci/poszukiwani-fachowcy-it>