1. **Rozmowa rekrutacyjna jak randka**
2. **Rozmowa rekrutacyjna jak randka, czyli zasady obchodzenia się z kandydatem**
3. **Rozmowa rekrutacyjna, czyli randka programisty z rekrut erem**
4. **Rozmowa rekrutacyjna jak randka: porady dla rekruterów**

**Odpowiedni ubiór, stres, wcześniejsze przygotowania – to elementy, które kojarzą się z pierwszą randką, ale i z… rozmową rekrutacyjną! Przecież w obu przypadkach ważne jest dobre pierwsze wrażenie i to, żeby rozmówca chciał się ponownie spotkać. W branży IT na pozytywnej ocenie zależy oczywiście kandydatom, ale w jednakowym stopniu powinno zależeć również rekruterom. Powód jest oczywisty – w tym sektorze panuje rynek kandydata i HR-owiec musi się mocno postarać, żeby przyciągnąć wymarzonego specjalistę. Jak rekruter powinien podejść do procesu kwalifikacyjnego, żeby uznać „randkę” za udaną?**

**Kandydaci mówią o swoich oczekiwaniach. Czego chcieć więcej?**

Na spotkaniu z rodzaju tych towarzyskich nie mamy możliwości wypytania drugiej osoby już na samym początku o to, czego od nas oczekuje. Kwestia ułożenia właściwych relacji jest więc utrudniona. W przypadku rekrutacji w branży IT na szczęście wygląda to nieco inaczej. A to dlatego, że sami kandydaci określili jasno i precyzyjnie swoje oczekiwania! W badaniu Candidate Experience 2017[[1]](#footnote-1) zadano kandydatom bardzo ważne pytanie, a odpowiedzi rekruterzy powinni wziąć sobie głęboko do serca. Otóż poproszono, aby respondenci wskazali jedną rzecz, którą należy poprawić w rekrutacjach. 39% ankietowanych wskazało na przesłanie wiadomości z przyczynami niezatrudnienia, 15% na informowanie o zakończeniu rekrutacji, a dla 14% niezwykle ważny jest ciągły kontakt z rekruterem. Głównym grzechem rekruterów byłoby nieskorzystanie z tych cennych informacji!

**Zapoznanie z grupą docelową**

Każdy szanuje swój czas, więc odpowiadanie na pytania, które nie mają nic wspólnego ze stanowiskiem i kompetencjami mogą naprawdę zdenerwować. Żeby rozmowa była konstruktywna, rekruter powinien odpowiednio się do niej przygotować – mamy tu na myśli głównie zapoznanie ze specyfiką branży i konkretnego stanowiska. Na pewno dużo łatwiej jest osobom, które pracują w środowisku programistów na co dzień i nie raz miały okazję „zajrzeć do wnętrza kodu” z bliska i uczestniczyć w branżowych wydarzeniach. Jeśli rekruter jest osobą z zewnątrz, dobrze, jeśli wybierze się na podstawowy kurs programowania, zajrzy na fora branżowe oraz do polecanych książek. Wartością dodaną w rekrutacji będzie także udział osób technicznych. Pomogą one w szybkiej weryfikacji umiejętności kandydata i będą w stanie odpowiedzieć na najbardziej dociekliwe pytania.

**Precyzyjne ogłoszenie rekrutacyjne**

Może być kluczem do sukcesu. Jak wynika z badania przeprowadzonego przez firmę IT-Leaders, najważniejszą kwestią, przez którą kandydaci rezygnują z dalszego czytania ogłoszenia jest brak podania widełek płacowych. Umieszczenie takiej informacji ma znaczenie dla ponad 80% ankietowanych! 69% chce jak najwięcej dowiedzieć się o firmie, ale często ma do czynienia z rekrutacjami ukrytymi. Niemalże 59% osób za duży problem uznało podanie zbyt małej ilości szczegółów odnośnie przyszłej pracy oraz to, że oferty są po prostu zbyt ogólne. Także treść ofert składanych za pomocą mediów społecznościowych pozostawia wiele do życzenia – większość z nich jest nieatrakcyjna dla kandydatów. Respondenci wymieniają trzy główne powody: brak podanych widełek (prawie 59%), brak nazwy pracodawcy (49%), niedopasowanie oferty do profilu oraz doświadczenia zawodowego kandydata (37%).

Co powinno zawierać idealne ogłoszenie rekrutacyjne?

* Widełki płacowe. Można dodać również informację o wynagrodzeniu w zależności od doświadczenia.
* Opis działalności firmy. Jeśli „związek” ma mieć przyszłość, obie strony powinny wiedzieć o sobie jak najwięcej.
* Nazwę stanowiska adekwatną do wykonywanych obowiązków. Odpowiednia nazwa stanowiska może być pewnego rodzaju awansem zawodowym.
* Precyzyjny opis wykonywanych obowiązków. Kandydaci od początku chcą wiedzieć, za co będą odpowiedzialni, czy posiadają odpowiednie kompetencje i czy faktycznie praca przy danym projekcie będzie dla nich satysfakcjonująca.
* Zadbany wygląd. No cóż… Tak jak na randce nie da się uniknąć oceny wyglądu potencjalnego partnera, tak też odpowiednio dobrana grafika, czcionka czy rozmieszczenie liter może czynić cuda. Dobrym pomysłem jest również podzielenie ogłoszenia na poszczególne sekcje – wtedy będzie ono bardziej przejrzyste.
* Informacje na temat benefitów oferowanych przez firmę. Warto podać te podstawowe oraz wspomnieć o dodatkowych możliwościach
* Lista oczekiwań wobec kandydata. Mogą one dotyczyć np. znajomości języków obcych, doświadczenia w podobnych projektach, wyjazdów służbowych.
* Dane kontaktowe.

Oferta powinna być tak skonstruowana, żeby pracodawca i kandydat spotkali się w połowie drogi pod względem swoich oczekiwań. Dostępne na rynku portale zawodowe często nie pozwalają na porównywanie kompetencji kandydatów według tych samych kryteriów. Dlatego warto korzystać z narzędzi, które ułatwiają precyzyjne dopasowanie obu stron. *Stworzyliśmy rozwiązanie, pozwalające w czasie rzeczywistym wyłaniać właściwych kandydatów. Tworzą oni swój profil, określają preferencje dotyczące pracy. Uzupełniają techniczne dane i konkretne oczekiwania finansowe. Oferta pracodawcy również jest jasno i precyzyjnie określona. Dzięki takiemu rozwiązaniu obie strony trafiają tylko na propozycje, które wpisują się w ich oczekiwania ­*– mówi Barbara Kowalewska, CEO IT-Leaders.pl.

**Zakładka „Kariera” na stronie firmowej**

To także jedna z firmowych wizytówek, na którą często zaglądają kandydaci. Powinna zawierać najbardziej aktualne informacje o bieżących rekrutacjach. Dobrze jest również, jeśli z tej zakładki można bezpośrednio aplikować na dane stanowisko. Warto zwrócić uwagę, jak bardzo skomplikowany jest formularz aplikacyjny i czy oferta została precyzyjnie opisana.

**Kontakt, komunikacja i jeszcze raz kontakt!**

I to na każdym etapie rekrutacji. Warto pamiętać, że kandydat to równorzędny partner w dialogu. A partnerów należy traktować z szacunkiem. W pierwszej wiadomości powinniśmy głównie poinformować o terminie rozmowy i danych osoby, która będzie ją przeprowadzała. Dobrze jest również wspomnieć o tych informacjach z aplikacji, które najbardziej zainteresowały rekrutera – np. projekt dla firmy X. To będzie sygnał dla kandydata, na czym warto się skupić (np. zadania z konkretnego języka programowania) i czego najprawdopodobniej będzie dotyczyła rozmowa. Wiadomość do kandydata należy wysłać również niezwłocznie po spotkaniu – podziękujmy za rozmowę i przekażmy informację o terminie zakończenia rekrutacji. Jeśli miałby on się przesunąć – także należy o tym poinformować. I naprawdę standardem powinno być przekazanie feedbacku na temat przyczyny niezatrudnienia.

Dla specjalistów w branży IT znaczenie ma również to, z kim prowadzą rozmowy podczas całego procesu rekrutacji. 68% ekspertów chce rozmawiać bezpośrednio z pracodawcą lub pracownikiem danej firmy. Dla 29% osoba przeprowadzająca rekrutację nie ma większego znaczenia, a tylko 3% chce rozmawiać z rekruterem[[2]](#footnote-2).

**Wydłużanie procesu rekrutacyjnego**

Dobry specjalista nie będzie długo szukał pracy. Jeśli proces rekrutacyjny znacznie się przedłuża, to jesteśmy na straconej pozycji. Rekruter musi przypilnować kierowników, którzy mają decydować o zatrudnieniu kandydata, aby wszystko przebiegało zgodnie z wcześniej ustalonym harmonogramem. Odwlekanie decyzji odnośnie specjalisty bądź przeciąganie procesu rekrutacji, to drugi w kolejności wskazywany przez kandydatów powód negatywnych wrażeń z procesu rekrutacji (istotny dla 73% badanych)[[3]](#footnote-3).

**Informowanie o przyczynach niezatrudnienia**

Według badania IT-Leaders ponad połowa kandydatów (57%) uznała, że do potencjalnego pracodawcy zniechęca ich również brak informacji zwrotnej odnośnie procesu rekrutacyjnego. I nic w tym dziwnego. Przekazanie informacji zwrotnej w subtelny i kulturalny sposób to także metoda na pozyskanie sympatii kandydata. Myśli on wtedy: „OK, nie wyszło, ale przynajmniej wiem, dlaczego. Nie zaangażowałem się i nie poświęciłem swojego czasu na marne, otrzymałem konstruktywną odpowiedź i wiem, co jeszcze powinienem poprawić”. To zdecydowanie lepsza droga niż udawanie, że nic się nie stało. Aby nie uzyskać efektu odwrotnego do zamierzonego, należy pamiętać o kilku ważnych kwestiach. Przede wszystkim odpowiedź odmowna powinna dotyczyć kompetencji zawodowych kandydata i jego doświadczenia, a nie naszych odczuć i emocji. Najlepiej odwołać się do wyników testów i zadań programistycznych – to będzie zdecydowanie bardziej wiarygodne niż stwierdzenie, że:

* kandydat „okazał się za mało kreatywny”. To tak naprawdę nieco puste pojęcie, za którym nie przemawiają konkrety,
* kandydat ma zbyt wysokie kwalifikacje. To trochę tak jakbyśmy powiedzieli: „Zostańmy przyjaciółmi”. Przecież firmie powinno zależeć na świetnie wykształconych pracownikach, a jednak nie chce kogoś takiego zatrudnić. W przypadku takiej rozbieżności może pojawić się złość i niezadowolenie, a przecież nie o to chodzi.

Niemile widziane jest także ocenianie wyglądu zewnętrznego, ubioru oraz gestykulacji. Oczywiście kandydat pozostawi po sobie wrażenie ogólne, ale informacje zawarte w wiadomości odmownej powinny opierać się wyłącznie na kompetencjach, które miałyby znaczenie w przyszłej pracy.

**Elastyczność pracodawcy**

Jeśli głównym powodem niezatrudnienia wymarzonego specjalisty jest np. to, że potrzebuje on dużo więcej elastycznych godzin pracy niż zazwyczaj jest przyjęte w firmie – warto porozmawiać z kadrą zarządzającą i przekonać ich, że zmiana zasad może się opłacać. Ludzie są różni i to, że podobna współpraca nie sprawdziła się w przeszłości, nie oznacza, że tak będzie i tym razem. Elastycznym warto być również pod względem benefitów, formy zatrudnienia (kontrakt, umowa o pracę), oferowanych szkoleń.

**Candidate Experience – pytanie o opinię**

Zebranie informacji zwrotnej na temat procesu rekrutacji od kandydata to niezwykle istotne działanie. Warto pamiętać, żeby nie skupiać się wyłącznie na samej rozmowie kwalifikacyjnej, ale zadać pytania dotyczące również formy komunikowania się przed spotkaniem. Jeśli mamy mało czasu, w badaniu można wykorzystać prostą koncepcję NPS i zadać pytania np. „W jakim stopniu w skali od 1 do 10 poleciłbyś swoim znajomym aplikowanie do naszej firmy?” i „Dlaczego?”. Proste, a jak wiele informacji można uzyskać. Z kandydatem dobrze jest również skontaktować się po całym procesie rekrutacji. Zapytać, co wzbudziło zainteresowanie w ofercie, jak oceniają ogół działań. Można także poprosić o możliwość pozostawienia CV kandydata w bazie firmowej – być może jego umiejętności przydadzą się w najbliższym czasie.

Czy macie jeszcze jakieś rady dla rekruterów, o których warto pamiętać? Zachęcamy do podzielenia się opinią w komentarzu!

Propozycje zajawek do sm:

1. Jak sprawić, żeby rozmowa kwalifikacyjna okazała się udaną „randką”? Więcej na ten temat w naszym artykule.
2. Rozmowa kwalifikacyjna jak randka. Tym razem porady dla rekruterów, czyli jak sprawić, żeby „związek” programisty z firmą miał szansę.
3. Rozmowę kwalifikacyjną i cały proces rekrutacji można porównać do randki. Przedstawiamy porady dla rekruterów, czyli jak zbudować „trwały związek” z kandydatem.

1. Raport eRecruiter i Great Digital „Candidate Experience 2017”. Badanie „Candidate Experience” zostało przeprowadzone z inicjatywy eRecruiter oraz Koalicji na rzecz Przyjaznej Rekrutacji. Partnerem badania jest Great Digital. [↑](#footnote-ref-1)
2. Badanie IT-Leaders na temat Candidate Experience. [↑](#footnote-ref-2)
3. Raport eRecruiter i Great Digital „Candidate Experience 2017”. Badanie „Candidate Experience” zostało przeprowadzone z inicjatywy eRecruiter oraz Koalicji na rzecz Przyjaznej Rekrutacji. Partnerem badania jest Great Digital. [↑](#footnote-ref-3)