

10 הרעיונות הטובים ביותר לגיוס עובדים מוצלחים

השתמשו בטיפים הללו כדי לפתח את מאגר המועמדים שלכם!



מעוניינים לגייס טאלנטים? המעסיקים החכמים ביותר, אלה ששוכרים את העובדים הטובים ביותר, מגייסים מאגר מועמדים של עובדים פוטנציאליים כשירים עוד בטרם הם נזקקים לאיש משרה. כפי שהארווי מקיי, מרצה וסופר ידוע, אומר על נטוורקינג: "חפרו את הבאר שלכם לפני שאתם צמאים".

אתם יכולים לפתח מערכות יחסים עם מועמדים פוטנציאליים הרבה לפני שתזדקקו להם בפועל. וככל שתמהרו לאמץ את הרעיונות להלן, כך הארגון שלכם יצליח יותר בקרב על הטאלנטים.

גייסו את המועמד האידיאלי עבורכם

תיאור משרה שמסביר לעובדים הפוטנציאליים מהן הדרישות המדויקות הוא דבר שימושי. עוד יותר שימושי, עם זאת, הוא תהליך שבו אתם מפתחים את תיאור המשרה והתכונות הנדרשות בתוך הארגון. אספו צוות של אנשים המייצגים את התכונות הטובות ביותר של העובדים המחזיקים כיום במשרות דומות, צוות שיכלול גם את אחראי הגיוס. פתחו תיאור משרה שמפרט את תחומי האחריות והתפוקות העיקריות של המשרה ואז הגדירו את תכונות האדם שבעיניכם הוא מועמד אידיאלי. לסיום, רשמו חמישה עד עשרה תחומי אחריות ותכונות שבהם תשתמשו כדי לסנן קורות חיים, לבצע סינון נים בשיחות טלפון, ולקבוע את השאלות לריאיון. נשמע כמו הרבה עבודה? נכון. אבל יהיה לכם מושג טוב הרבה יותר על תכונות המועמד האידיאלי אותו אתם רוצים להביא לחברה.

היעזרו ברשת העובדים הקיימים שלכם

הפיצו מפה לאוזן את המידע על המשרה הזמינה, או העתידה להתפנות, כך שכל עובד יוכל תמיד לחשוב על מועמדים מתאימים מקרב חברים וקולגות קודמים שלו. בעולם של נטוורקינג מקצועי ומדיה חברתית רוב הסיכויים שאתם והעובדים שלכם קשורים בן רגע למאות אם לא אלפי מועמדים פוטנציאליים. בדקו את המועמדים הפוטנציאליים בלינקדאין, פייסבוק וטוויטר. השתמשו בפגישות בביתנים בתערוכות כדי לפגוש ולהכיר מועמדים פוטנציאליים ולא רק לקוחות. עודו את העובדים לקחת כרטיסי ביקור ממועמדים פוטנציאליים שהם פוגשים. ונצלו גם את הרשתות שלכם – מהאקדמיה, מהדירקטוריון, מהמשקיעים, וכן הלאה.

היעזרו באנשי הקשר שלכם בתעשייה

ממנו את השתתפות העובדים שלכם בקבוצות של התעשייה, בכנסים ובתערוכות. מידי פעם, צרו רשימות של מנהיגים בתעשייה ושל עובדים פוטנציאליים לפי פידבק מלקוחות, קולגות, וחברים. פתחו תכנית ליצירת הדקשר עם אנשים אלה באופן קבוע. היו מוכנים לחלוק את תיאור המשרה שלכם

במייל, פקס, וכדומה, ועשו פולו-אפ על כל ליד טוב. השתמשו בנטוורקינג טלפוני. הזמינו אנשים לראיונות עוד לפני שיש לכם משרה פנויה. אולי אפילו תרצו להפיץ ניוזלטר של החברה כדי לעדכן את הלקוחות, עובדים פוטנציאליים וגורמים רלוונטיים אחרים על התקדמות החברה ומה קורה בה.

השתמשו באתר שלכם כדי לגייס מועמדים

האם החלק 'הצטרפו אלינו' באתר שלכם אכן מוכר היטב את החזון, הערכים והתרבות של החברה? האם אתם מבטאים את המחויבות שלכם לאיכות וללקוחות שלכם? אם לא, אתם מחמיצים את אחד מכלי הגיוס החשובים ביותר שיש לכם כדי למשוך עובדים בעלי פוטנציאל גבוה. במקום מודעות יבשות וטיפוסיות על המשרות הפנויות, כתבו אותן באופן שיביע אישיות ויאותרת למועמדים פוטנציאליים – החברה הזו היא המקום עבורי! ואחרי שמשכתם את תשומת ליבם, דאגו שגם תהיה להם דרך קלה לשלוח את קורות החיים שלהם.

שמרו על קשר עם מועמדים מעוניינים

אל תאפשרו למועמדים הפוטנציאליים הללו לשלוח את קורות החיים שלהם ולא לקבל שום תגובה. אתם תאבדו את כל המומנטום שצברתם. שמרו על מערכת היחסים. אפשרו להם לקבל את הניוזלטר של החברה. שלחו מייל תודה על קורות החיים. שלחו עדכונים מידי פעם על משרות פתוחות. הזמינו אותם לבקר בארגון כשהם בסביבה.

הפכו למעסיק מועדף עבור מועמדים

חשבו על מה מועמדים פוטנציאליים שוקלים לפני שהם מסכימים להצטרף לחברה או לעסק. האם אתם חברה יציבה, רווחית וצומחת? האם אתם ידידותיים לעובדים? האם החזון שלכם מדבר לאנשים שאתם רוצים במיוחד לגייס? אם אתם עונים על התשובות הללו בחיוב, נתחו כל רכיב של תהליך הגיוס שלכם כדי לוודא שאתם שולחים את המסרים הנכונים. אנשים בודקים את הדברים הקטנים: האם אתם חוזרים בטלפון במהירות? האם אישרתם שקיבלתם את קורות החיים שלהם? האם כל המראיינים מדגישים אותן שאלות? האם אתם מוכנים לתקשר עם המועמדים במייל? אם בניתם לכם מוניטין של מעסיק מועדף, זהו כלי עוצמתי במשיכת כשרונות מובילים.

גייסו בעזרת האינטרנט

האינטרנט, בנוסף לאתר הארגון שלכם, התפתח ככלי עיקרי בגיוס. למדו איך להשתמש בו כדי למשוך מועמדים מוצלחים. למשל, וודאו שהמשרות שלכם מופיעות באתרים של ארגונים מקצועיים רלוונטיים לתחום שלכם. זכרו שמודעות אפקטיביות מצוירות את החברה שלכם כמקום מתגמל שכדאי לעבוד בו.

היעזרו במגייסים והד האנטרים

לפעמים כדאי להשתמש במגייסים מקצועיים או חברות השמה מקצועיות. אמנם תשלמו על השירותים הללו, אבל בתעשיות מסוימות ועבור משרות מסוימות, הזמן שתשקיעו בחיפוש כושל יהיה יקר יותר. בנוסף, למגייסים יש מאגר מפותח כבר של מועמדים, והם מספקים זוג נוסף של עיניים מנוסות שיעזרו לכם בחיפוש. אם אתם מקבלים שיחות טלפון ממגייסים שרוצים לעבוד עבורכם – בקשו המלצות ובדקו אותם. תוכלו גם לערוך עליהם תחקיר באינטרנט.

מצאו את המועמדים האידיאליים שלכם במקומות שהם נמצאים

זהו היכן נמצאים המועמדים האידיאליים שלכם – אילו אתרים הם מבקרים? אילו עיתוני וכתבי עת של התעשייה הם קוראים? באילו קבוצות ופורומים הם משתתפים? השתמשו במידע הזה כדי לפתח אסטרטגיות גיוס יצירתיות. דוגמאות לכך כוללות מודעה משעשעת מאד בעיתון שמרני – שבלטה לקהל היעד שהיא מועמדים למשרת קריאייטיב. אנשים גויסו כחברי צוות בזמן שעלעלו בחנויות ספרים בגלל הספרים שהם בדקו. ויש חברות שמגייסות בתערוכות מבין האנשים המבקרים בביתנים.

גיוס על בסיס דאטה ו-HR אנליטיקס

שימוש במדדים מבוססי דאטה הוא טרנד שיכול לתת לכם תובנות מצוינות לגבי חלקים באסטרטגיית הגיוס שלכם שעובדים היטב וחלקים הזקוקים לשיפור. הענקת תשומת לב לאנליטיקס שלכם ושימוש בגיוס מבוסס דאטה הוכיחו את עצמם כמשפרים כמה מהמדדים החשובים ביותר בתהליך הגיוס: כמו אורך התהליך, עלותו, ואיכות העובדים.

המלצות מעובדים

תכניות שמעודדות המלצות של עובדים על מועמדים הן בהחלט אחד הדרכים היעילות ביותר לשכור טאלנטים ולאייש משרות פתוחות. מחקרים הוכיחו שעובדים שהומלצו על ידי עובדים קיימים נשכרו ונקלטו בחברה מהר יותר והתהליך עלה פחות כסף.

חיפוש טאלנטים

חיפוש אקטיבי אחר טאלנטים הפך להיות אסטרטגיית גיוס שהיא בבחינת מאסט. מחקר בלינקדאין מצא שרק 36 אחוזים מקרב מועמדים פוטנציאליים מחפשים עבודה בפועל. עם זאת, 90 אחוזים מהם מעוניינים לשמוע על הזדמנויות חדשות.

גיוס משותף

גיוס משותף הוא שיטה שבה הן צוותי משאבי אנוש והן צוותים ממחלקות אחרות עובדים יחד כדי לאתר טאלנטים ולגייס אותם. באופן זה איכות העובדים החדשים עולה ושיעורי התחלופה יורדים.

ועוד מחשבה אחרונה על גיוס: פרסום

הנה נקודה אחרונה על גיוס עובדים מצוינים: הפרסום שהארגון שלכם מקבל בחדשות, בעיתון, בטלוויזיה, ברדיו ובאינטרנט חשוב מאד לגיוס שלכם. כמה מילים טובות, מאמר מעניין או כתבה על החזון שלכם שמציגה את הארגון באור חיובי – כל אלה יגרמו לעובדים פוטנציאליים להגיע לכם, וזו הדרך הטובה ביותר למצוא עובדים פוטנציאליים למאגר המועמדים שלכם.