

هفت اشتباه مهلك در فرایند استخدام

روزی روزگاری برای استخدام کارمندان موردنیازتان کافی بود یک آگهی با شرح شغل بدهید و منتظر بمانید. اما حالا همه چیز عوض شده است.

- **مشاغل عوض شده اند:** حالا بیش از هر زمان دیگر، تقاضا برای نیروی کار در زمینه‌های چهارگانه‌ی «علم، فناوری، مهندسی و علوم ریاضی» بر بازار کار غلبه یافته است.

- **جویندگان کار عوض شده اند:** پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که نسل جدید متقاضیان کار هر ۳-۴ سال شغلشان را عوض می‌کنند زیرا انتظاری که از کارشان دارند فراتر از حقوق و مزایایی است که دریافت می‌کنند.

- **فناوری عوض شده است:** پیشرفت‌های جدید در زمینه‌ی پلتفرم‌های نرم افزار به عنوان خدمات (اس.ای.ای.اس^۱)، فناوری‌های موبایل، و شبکه‌های اجتماعی مجموعه‌ی جدیدی از ابزارها و شیوه‌های استخدام را برای شرکت‌ها فراهم کرده است.

اما با تغییر در ویژگی‌های متقاضیان کار و نیز تغییر در فضا و فرایند استخدام، کار شما در مقام استخدام کننده‌ی نیروهای جدید نیز تغییر خواهد کرد. یعنی باید بعضی از عادت‌های قدیمی‌تان را عوض کنید.

آیا بعضی از این اشتباهات مهلك برایتان آشنا نیست؟

۱- «من معمولاً نیروهای جدید را پیدا می‌کنم و بعد فراموششان می‌کنم.»

اصلاً فکر خوبی نیست. امروزه نامزدهای بالقوه‌ی استخدام مخصوصاً آن‌هایی که در حوزه‌های چهارگانه «علم، فناوری، مهندسی و علوم ریاضی» مهارت دارند، درست مثل مشتریان بالقوه باید نگهداری و مراقبت شوند. امکان ندارد مشتریان‌تان را یکدفعه فراموش کنید درست است؟ رویکردتان را عوض کنید. باید درباره متقاضیان بالقوه نگاه بازتری داشته باشید. هدف‌تان نباید فقط جذب جویندگان فعال کار باشد بلکه باید به فکر جذب

¹ Software as a Service (SaaS)

نیروهای بالقوه‌ی توانمندی که فعلا منفعل هستند نیز باشید. باید فعالیت‌های استخدامی خود را به گونه‌ای تنظیم کنید که شامل همه‌ی این افراد بشود. یعنی باید ابزارهای جدیدی را به کار بگیرید.

۲- «آیا واقعا باید به فکر ردیابی نیروهای جدید باشم؟»

اگر دائما به فکر ردیابی نیروی انسانی بالقوه و گزارش کردن نتایج نباشید، راهی ندارید که بفهمید چرا در فرایند استخدام کارمندان مناسب موفق یا ناموفق بوده‌اید. و این بدان معنی است که نخواهید توانست سرمایه‌گذاری‌های بعدی برای استخدام نیروی انسانی را توجیه کنید.

۳- «فعلا به حد کافی متقاضی استخدام داریم، چرا باید به فکر ذخیره‌ی نیروهای بالقوه باشم؟»

اولا، این ضرب المثل یادتان هست که می‌گویند جوجه را آخر پاییز می‌شمارند. ثانیا، شما باید فعالانه به فکر جذب نامزدهای مناسب برای استخدام باشید. نسل جدید متقاضیان کار دیگر خودبه‌خود و بدون تلاشی از جانب شما به سراغتان نمی‌آیند. در واقع بسیاری از بهترین نیروهای بالقوه هنوز شروع به جستجوی کار نکرده‌اند. شما باید شرکتتان و مزیت‌های آن را به این نیروهایی که فعلا منفعل هستند معرفی کنید.

۴- «روابط عمومی می‌خواهیم چه کار؟ ما برند معروفی هستیم.»

واقعا؟ مطمئنید؟ نگاهی که متقاضیان بالقوه اشتغال به شرکت شما دارند و اطلاعاتی که در مورد فرصت‌های شغلی شرکتتان به دست می‌آورند در توانایی شما برای جذب بهترین استعدادها نقشی حیاتی دارد. باید از طریق همه‌ی کانال‌های ممکن از جمله شبکه‌های اجتماعی محبوبیت استخدامی برند خود را ارزیابی کنید و از همه‌ی راه‌های ممکن برای تقویت آن اقدام کنید.

۵- «همان روش قدیمی پیدا کردن رزومه‌های خوب از طریق اینترنت روش خوبی برای ماست. تا حالا که جواب داده است.»

فقط چون یک روش قبلا جواب داده به این معنی نیست که باید به آن بسنده کنید و هیچ روش جدیدی را امتحان نکنید. بسیاری از تحقیقات اخیر نشان داده است که استفاده از شبکه اجتماعی نیروهای داخلی شرکت و توجه به توصیه‌های آنها یکی از راه‌هایی است که نه تنها کار شما را آسانتر می‌کند بلکه استخدام‌های ماندگارتری را هم برایتان به ارمغان می‌آورد.

آیا از امتحان کردن راه‌های جدید می‌ترسید یا اینکه ابزارهای مناسب برای این کار را ندارید؟

۶- «اینها مسائل بازاریابی ساده ای است، نیازی نداریم یک تیم مدیریت اجرایی بیرونی به کار بگیریم.»

بله تا حدی حق با شماست. فرایند استخدام بیش از پیش شبیه بازاریابی شده است. اما فنون جدید و پیشرفته‌ی استخدام دیگر همان تکنیک‌هایی نیست که سابقا در بازاریابی سنتی مورد استفاده قرار می‌گرفت. تیم اجرایی شما ممکن است از این فناوری‌ها و ابزارهای جدید خبر نداشته باشد. باید مطمئن شوید از همه‌ی امکانات بالقوه باارزش استفاده می‌کنید. اگر بتوانید بازگشت سرمایه ناشی از استخدام نیرو را به مدیران ثابت کنید، می‌توانید حمایت و منابع لازم را جلب کنید.

۷- «کافیست یک سایت خوب داشته باشیم و نیروهای خوب خودشان سراغمان می‌آیند.»

اینجا سرزمین رویاها نیست. کافی نیست سایت استخدامی‌تان را راه بیندازید و منتظر باشید تا همه با اشتیاق به سراغتان بیایند تا ببینند اینجا چه خبر است. برای اینکه بتوانید متقاضیان کار مستعد و ماندگار را جذب کنید باید وقت و انرژی صرف کنید و مخاطباتان را بشناسید. این روزها جویندگان کار چه کسانی هستند؟ دنبال چه چیزهایی هستند؟ چگونه می‌توانید توجهشان را جلب کنید؟

ما حالا دیگر فهمیده ایم که نسل جدید جویندگان کار تفاوت قابل ملاحظه‌ای با پیشینیانشان دارند. اینها اولویت‌های متفاوتی دارند، همچنین مهارت‌ها و شیوه‌های ارتباطاتی متفاوتی دارند. شما باید این تفاوت‌ها را بشناسید تا بتوانید با این نیروهای بالقوه ارتباط برقرار کنید چه با آنهایی که دنبال کار می‌گردند و چه آن استعدادهایی که منتظرند کشف شوند.

خب ... حالا چه باید کرد؟

از این همه تغییر وحشت نکنید. اگر ابزارهای درست را بیابید و تغییر رفتارهایتان را آغاز کنید پیشرفت‌های فناوری در واقع کار شما را خیلی راحت تر از قبل کرده است.