CENTRUM AKTYWIZACJI ZAWODOWEJ

Powiatowy Urząd Pracy w Strzelcach Kraj.

SPOSOBY I METODY REKRUTACJI ORAZ PROWADZENIA ROZMÓW KWALIFIKACYJNYCH

PORADNICTWO ZAWODOWE

REKRUTACJA - kandydatów do pracy to komunikowanie się danej firmy z rynkiem pracy w celu pozyskania odpowiednich osób na konkretne stanowisko pracy.

FUNKCJE REKRUTACJI:

- informacyjna – przedstawienie warunków pracy i potrzeb konkretnego zakładu na konkretnym rynku pracy;
- motywacyjna – wywołanie zainteresowania właściwych grup zawodowych;
- preselekcyjna – dokonanie wstępnej selekcji ofert (dokumentów aplikacyjnych) złożonych przez kandydatów.

SELEKCJA KANDYDATÓW polega na zbieraniu informacji o kandydatach na pracowników i dokonywaniu wyboru najbardziej odpowiedniego kandydata na dane stanowisko. Selekcji dokonuje się wśród kandydatów pozyskanych wskutek przeprowadzonej rekrutacji.

RODZAJE REKRUTACJI:

- ogólna – prowadzona według standardowych i prostych procedur, by przyciągnąć jak największą liczbę kandydatów na stanowisko np. związane z produkcją;

- wyspecjalizowana – opracowana według jednostkowych, indywidualnych i czasami skomplikowanych procedur dla przyciągnięcia kandydatów – specjalistów.

WYRÓŻNIAMY DWIE FORMY REKRUTACJI:

- Rekrutacja wewnętrzna – jest oparta o wewnętrzny rynek pracy, który tworzą osoby zatrudnione w firmie. Wiąże się to z mniejszymi kosztami niż w wypadku innych metod poszukiwania nowych pracowników. Proces wewnętrznej rekrutacji zaczyna się przez poinformowanie personelu (drogą służbową, poprzez np. ogłoszenia) i stosuje się tutaj najczęściej poniższe metody: analizę dokumentów kadrowych, obserwację, wywiad i rekomendację bezpośrednich kierowników, oddelegowanie, ogłoszenia wewnętrzne.

- Rekrutacja zewnętrzna – prowadzona jest na otwartym rynku pracy przy użyciu większego zakresu metod, których zróżnicowanie zależy w znacznym stopniu od tego, czy realizowana jest rekrutacja ogólna (informacje ustne, rekomendacje, ogłoszenia w mediach lokalnych i ogólnokrajowych, współpraca z urzędami pracy, prowadzenie akcji „otwartych drzwi", korzystanie z pomocy agencji doradztwa personalnego, firm konsultingowych czy segmentowa (brany jest pod uwagę wyselekcjonowany rynek i na nim koncentruje się uwaga organizacji; jej słabą stroną są wyższe koszty rekrutacji, większe ryzyko popełnienia błędów przy selekcji, dłuższa adaptacja do nowych warunków pracy).

AUTOPREZENTACJA

Autoprezentacja to świadome kierowanie wrażeniem, jakie wywieramy na innych,

czyli jest to próba pokazywania się takim, jakim chcemy, żeby nas inni widzieli.

Poprawna i pozytywna prezentacja swojej osoby jest kluczem do sukcesu w procesie poszukiwania pracy.

Liczy się pierwsze wrażenie, jakie wywrzemy na potencjalnym pracodawcy, dlatego też należy pamiętać o zasadach skutecznej autoprezentacji. Oto one:

- Efekt pierwszeństwa i świeżości. Na początku i końcu spotkania z pracodawcą prezentuj rzeczy najważniejsze i najlepiej świadczące o Tobie.
- Poznanie oczekiwań pracodawcy. Firmy oczekują od kandydatów umiejętności współpracy, dobrej komunikacji, inicjatywy, motywacji, umiejętności podejmowania decyzji, znajomości języków obcych, kreatywności. Pamiętaj, że pracodawca szuka odpowiedzi na pytania: Czy kandydat spełni stawiane mu oczekiwania i przyczyni się do rozwoju firmy? W związku z tym, napisz w liście motywacyjnym jak pracodawca skorzysta na tym, że Cię zatrudni.
- Nasza atrakcyjność wzrośnie, kiedy damy odczuć, że potrafimy spełnić oczekiwania pracodawcy, rozwiązać problemy. Pamiętaj, że bardziej lubimy to, co znamy. Staraj się, by pracodawca Cię poznał. Możesz zacząć od podjęcia praktyki w firmie, zaangażowania się w wolontariat, podjęcia okresowej współpracy. Postaraj pokazać się jako osoba pożądana w danej firmie.
- Dobrze przygotowane dokumenty aplikacyjne: curriculum vitae i list motywacyjny stanowią zachętę dla pracodawcy i warunkują decyzję o chęci spotkania się z nami podczas kolejnych etapów selekcji.
- Zaprezentuj się wiarygodnie poprzez wykazanie się znajomością zagadnienia, unikaj tendencyjności w przekazywaniu treści.

Składniki pozytywnej autoprezentacji to również: panowanie nad emocjami, wiedza i doświadczenie, umiejętność eksponowania swoich mocnych stron osobowości, atutów i doświadczeń.

W strukturze komunikatu możemy wyróżnić dwie części:

- niewerbalną część – tzw. „autoprezentacja niewerbalna” (wygląd, ubiór, mowa ciała),
- werbalną część – tzw. „autoprezentacja werbalna” (treść naszej wypowiedzi).

AUTOPREZENTACJA NIEWERBALNA

Podstawowe aspekty komunikatu niewerbalnego to nasz wygląd, ubiór i mowa ciała.

Odpowiedni ubiór i wygląd świadczy o szacunku dla rozmówcy oraz wiedzy z zakresu obowiązujących norm i zwyczajów, kulturze osobistej. Strój powinien być dopasowany do stylu ubioru pracowników w firmie, do której aplikujemy. Należy „wyglądać zdrowo" i „pachnieć świeżością".

Kobiety najlepiej prezentują się w kostiumach, a mężczyźni w garniturach.

W pierwszym kontakcie zwraca się uwagę na fryzurę, u pań na makijaż, stan paznokci oraz obuwie.

Dobór stroju zależy od stanowiska, o które ubiegają się kandydaci.

Należy zwrócić uwagę na wyważony dobór ozdób.

Strój musi być wygodny.

Najbardziej na ubiór powinny zwracać uwagę osoby, których praca będzie polegać na reprezentowaniu firmy

Ważne elementy:

- układ ciała, postawę (pozytywnie odbierane jest lekkie pochylenie tułowia w kierunku rozmówcy, otwarta postawa ciał, unikanie krzyżowania rąk i nóg)
- lekki naturalny uśmiech pomaga w pozyskiwaniu sympatii odbiorcy
- odpowiedni uścisk dłoni (nie za słaby i niezbyt mocny); tylko pamiętaj, że gdy wchodzimy do gabinetu potencjalnego pracodawcy to on jest gospodarzem i to on pierwszy wyciąga rękę na powitanie oraz wskazuje miejsce, gdzie możemy usiąść
- unikanie nadmiernej gestykulacji, chyba, że taka ekspresja współgra z tym co mówisz i z Twoją osobowością, nie może to być gestykulacja, która wynika z nerwowości, tremy, bo wtedy wywrzemy złe wrażenie na naszym rozmówcy
- utrzymywanie kontaktu wzrokowego. Jest to oznaką grzeczności i uwagi, pewności siebie, prawdomówności, sympatii, dobrego nastroju i otwarcia na rozmówcę, buduje zaufanie (powinien trwać od 30 do 60 % całej rozmowy). Unikaj natrętnego wpatrywania się. Spoglądaj na rozmówcę w krótkich odcinkach czasu, a jeśli przemawiamy do większej ilości osób, to powinniśmy co najmniej raz spojrzeć na każdego
- potakiwanie ma również istotne znaczenie, co jakiś czas warto też upewniać się czy poprawnie rozumiemy wypowiedź naszego rozmówcy poprzez stosowanie parafrazy, czyli:

  -"Rozumiem, że chodzi o ..."

  -"Miał Pan/Pani chyba na myśli..."

  -"Inaczej mówiąc..."

  -"Do tej pory dowiedziałem się, że..."

AUTOPREZENTACJA WERBALNA

Do rozmowy z pracodawcą należy się odpowiednio przygotować.

Najlepiej napisać sobie na kartce co się chce powiedzieć. Bardzo ważna jest ładna wymowa. Trzeba mówić językiem zrozumiałym, spójnym i poprawnym gramatycznie. Należy unikać wyrażeń żargonowych lub specjalistycznych.

Bardzo istotne jest przekazywanie o sobie treści pozytywnych unikając zarozumiałości i bezkrytycznego samouwielbienia. Pracodawca może poprosić o przedstawienie naszych porażek, błędów, złych decyzji, itp. Warto skupić się wtedy na pozytywnych aspektach zaistniałych sytuacji i powiedz, jakie wnioski z nich wyciągnęliśmy, jakie dobre rzeczy z tego wynikły, czego nauczyliśmy się na tych błędach.

Musimy umieć mówić o swoich sukcesach. Jeśli jakieś osiągnięcie było efektem pracy grupowej, to należy podkreślić swój wkład, własny udział w przedsięwzięciu. Mówiąc o naszych osiągnięciach należy zawsze podawać konkretne przykłady i sytuacje potwierdzające nasze cechy.

Podczas mówienia unikajmy negatywnych odpowiedzi. Na pytanie o plany na przyszłość nie odpowiadajmy *„nie wiem”*, *„jeszcze się zobaczy”*. Pracodawca zadając to pytanie chce wywnioskować czy jesteśmy osobą zmotywowaną do osiągnięć, ambitną, potrafiącą planować, mogą się też pojawić pytania dotyczące naszych zachowań w hipotetycznych sytuacjach. Chodzi o pytania typu: *„jak zachowałby się Pan w sytuacji, gdyby.....*", "*co pomyślałby Pan, gdyby....*", *„jak zareagowałby Pan na zdarzenie.....*", itp. Przewidywanie swoich zachowań świadczy o znajomości siebie, refleksyjności, dobrym wyglądzie i dojrzałości osobowości.

Pracodawca może nas zapytać co sądzisz o firmie, do której aplikujemy, o jej usługach, produktach czy też, co sądzimy o konkurencji i jej produktach, nie bójmy się podejść krytycznie do zagadnienia, ale pamiętajmy, że krytyka ma być konstruktywna a nigdy złośliwa i niesprawiedliwa.

Informacje o potencjalnym pracodawcy można czerpać z następujących źródeł: Internet –strony firm, gazety – archiwa internetowe dzienników, sądy – w sądach można znaleźć formalne informacje o spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością i spółkach akcyjnych, firmowe materiały informacyjne, telefon – żeby rozpoznać firmę, można zadzwonić do firmy i spróbować rozwiązać jakiś problem lub kupić produkt. Po rozmowie wiele można się dowiedzieć o zwyczajach panujących w firmie zwyczajach i zasadach pracy.

Pamiętaj o tym, że pracodawca szuka odpowiedzi na pytania:

Czy kandydat pomoże w rozwoju mojej firmy?

Do czego może przydać się ta osoba?

Czy posiada pożądane cechy, kwalifikacje i czy spełnia moje oczekiwania?

Pracodawca oczekuje od kandydatów do pracy umiejętności nawiązywania współpracy, dobrej komunikacji, inicjatywy, motywacji, zaangażowania, kreatywności, znajomości języków obcych oraz umiejętności podejmowania decyzji.

W całości procesu rekrutacyjnego komisja obserwuje:

- spójność wizerunku w czasie, w rożnych sytuacjach, wobec różnych osób, w różnych formach prezentacji (CV, rozmowa, symulacje) bo to świadczy o:

a) prawdziwości tego wizerunku,

b) konsekwencji czyli dojrzałości kandydata

- motywację do podjęcia tej pracy (wskaźniki motywacji: zaangażowania kandydata w przygotowanie do rozmowy, np. czy posiada wiedzę o firmie, jej produktach)
- wartości jakie kandydat wyznaje - czy są one zgodne z wartościami firmy
- samoorganizację: punktualność, zapamiętywanie informacji , a także chaotyczność i roztrzepanie.

Najważniejsze jest dopasowanie i zbieżność potrzeb pracodawcy z naszymi możliwościami oraz umiejętne wyeksponowanie własnych atutów podczas całego procesu rekrutacyjnego.

ROZMOWA KWALIFIKACYJNA

Rozmowa kwalifikacyjna jest to rozmowa dwóch stron, jedna dąży do pozyskania odpowiedniego pracownika, druga – dobrego pracodawcy. Obie strony chcą przekazać o sobie lub o firmie najważniejsze informacje. Kandydat ma szansę zaprezentowania osobiście swojej osoby, doświadczenia, kwalifikacji, umiejętności oraz uzyskuje informacje od pracodawcy na temat stanowiska i warunków pracy. Im lepiej kandydat będzie przygotowany do rozmowy, tym ma większe szanse na zatrudnienie. Podstawą interview jest życiorys. Dobrze przygotowanie dokumenty aplikacyjne i profesjonalne zaprezentowanie swojej osoby mogą się okazać kluczowymi atutami.

Celem rozmowy kwalifikacyjnej jest:

1. uzyskanie informacji o karierze zawodowej i wyjaśnienia faktów;
2. diagnoza przydatności kandydata do konkretnego zadania;
3. diagnoza wiedzy, umiejętności i psychologicznych predyspozycji zawodowych kandydata;
4. przedstawienie kandydatowi informacji o organizacji, stanowisku pracy i warunkach pracy.

Celem rozmowy kwalifikacyjnej jest też wzbudzenie w przyszłym pracodawcy pragnienia zatrudnienia właśnie nas.

Bardzo często pracodawcy przed zaproszeniem na spotkanie, chcą porozmawiać przez telefon z kandydatem, którego życiorys jest interesujący.

Powinno się:

- Być przygotowanym – to znaczy znać firmę i ogłoszenie, na które odpowiadałeś
- Rozmawiać spokojnie i mieć opanowany głos
- Być grzecznym
- Poprosić o kontakt lub numer telefonu, pod który możesz zadzwonić, gdy nie możesz lub nie chcesz w danej chwili rozmawiać

Pamiętaj, że:

- Pracodawcy lubią dobrze przygotowanych do spotkania kandydatów.
- Rozmowa kwalifikacyjna jest jedyną szansą, aby przekonać do siebie pracodawcę.
- Istotna jest Twoja znajomość firmy, do której aplikujesz, jej produktów, pozycji na rynku i wizerunku jaki posiada.
- Koniecznie trzeba zapoznać się ze swoim CV i listem motywacyjnym, te dokumenty skopiować przed wysłaniem i najlepiej zachować razem z ogłoszeniem, na które odpowiadałeś.
- Należy przyjść w oficjalnym stroju.
- Lepiej pojawić się 15 minut wcześniej i poczekać, niż przyjść nawet 2 minuty po czasie.
- Musisz wiedzieć gdzie, kiedy i z kim się spotykasz.
- Ważne jest, by przygotować sobie pytania – czego chcielibyśmy się dowiedzieć od firmy; dlatego, gdy przedstawiciel firmy da Ci czas na zadawanie pytań, zrób to; pamiętaj o tym, że rekrutacja to dwustronny proces, wykorzystaj więc szansę wydobycia informacji, które najbardziej Cię interesują; nie zadawaj wtedy pytań związanych z wynagrodzeniem, obowiązkami czy odpowiedzialnością; gdy zostaniesz zaproszony na kolejne spotkanie, będziesz mieć szansę na zadanie swoich pytań.
- Warto przynieść ze sobą oryginał CV, zaświadczenia o kursach i inne wartościowe dokumenty.