

Wykorzystanie mediów społecznościowych w procesie rekrutacji

Joanna Kozarzewska
Business Unit Manager, HRK S.A.

Trochę twardych informacji..

- Niewiele ponad 50% pracowników wewnętrznych działów HR korzysta z mediów społecznościowych (MS)
 - ok 10% prowadzi aktywnie profil firmy
 - ok 20% systematycznie publikuje informacje rekrutacyjne
- Ponad 90% rekruterów pracujących w firmach zewnętrznych uważa MS za jedno z podstawowych źródeł kandydatów do pracy
 - Z tej grupy ponad 80% deklaruje, że efektywnie zrealizowało przynajmniej jeden proces przy użyciu portali społecznościowych

Zalety wykorzystania MS w procesach HR

1. Skrócenie czasu prowadzenia rekrutacji
 1. Jednoczesny kontakt z wieloma potencjalnymi kandydatami
2. Możliwość kontaktu bezpośredniego z kandydatami:
 1. O właściwym profilu zawodowym
 2. Potencjalnie biernych zawodowo
3. Poszerzenie zasięgu geograficznego / szerokie grono odbiorców
4. Potencjalne zmniejszenie kosztów
5. Możliwość wykorzystania niestandardowych form rekrutacji, np. konkursy / grywalizacja

Zalety wykorzystania MS w procesach HR

6. Zaangażowanie w proces rekrutacji innych pracowników firmy – lajki, udostępnienia, polecenia;
7. Budowanie wizerunku pracodawcy (***Employer Branding***)
 1. Aktualizacja informacji z życia firmy
 2. Skracanie dystansu komunikacyjnego
 3. Możliwość pokazania kultury organizacyjnej

Krótki przegląd popularnych portali społecznościowych

- Portale o charakterze biznesowym:
 - LinkedIn, GoldenLine, Profeo, Xing etc.
- Portale o charakterze pozabiznesowym:
 - Facebook, Twitter, Instagram, Google+

Digitalizacja procesów HR

- Postępująca digitalizacja procesów HR wymusza zmiany w postępowaniu pracowników tych działów:
 - Konieczność poznania popularnych portali społecznościowych oraz wyjścia naprzeciw nowoczesnym trendom rynkowym
 - Aktywne działanie vs pasywne oczekiwanie
 - HR'owiec czy Marketingowiec?

Planowanie aktywności w MS

1. W jakim celu podejmujemy działania w mediach społecznościowych?

1. Zwiększenie świadomości marki wśród potencjalnych pracowników
2. Wzrost aplikujących kandydatów
3. Ułatwienie kontaktu z wyselekcjonowanymi kandydatami /
prowadzenie *direct search*

2. Określenie grupy docelowej

1. Studenci, absolwenci, profesjonaliści?

Planowanie aktywności w MS

3. Wybór określonego medium

4. Decyzja o zaangażowaniu innych pracowników firmy – uwiarygodnienie profilu oraz informacji

5. Decyzja o intensywności działań:

Pasywne: stworzenie profilu informacyjnego firmy, publikacja ofert pracy

Aktywne: aktualizacja informacji z życia firmy, prowadzenie działań *direct search*

6. **EWALUACJA!**

Jeśli zdecydujemy się na MS..

Podstawowe zasady:

1. Kluczowa jest NIE ilość, ale jakość przekazywanych informacji!
2. Dbłość o spójność przekazu!
3. Systematyczność w działaniu: aktualizacja informacji, udzielanie odpowiedzi na otrzymywane wiadomości.

Ryzyka niewłaściwego korzystania z MS

1. Brak systematyczności w aktualizacji informacji – dezinformacja!
2. Brak sprawnego odpisywania na otrzymywane wiadomości!
3. Selektywność informacji na profilach potencjalnych kandydatów.
4. Nieaktualne dane / informacje.