

image not found or type unknown



На сегодняшний день рекомендательный рекрутинг становится популярным средством по привлечению персонала в компанию. Большие компании хоть раз, но задействовали своих сотрудников для привлечения кандидатов для заполнения открытой вакансии.

Что же такое рекомендательный рекрутинг? Под референтным рекрутингом имеется в виду дополнительный источник привлечения кандидатов, в котором подразумевается обращение своим сотрудником к поиску персонала среди друзей и знакомых, решая, таким образом, проблему поиска и найма квалифицированных специалистов. Данный метод эффективен на узкоспециализированных рынках труда, где специалисты знают друг друга.

Если персонал компании лояльно относится к своей работе, у них выработалось положительное отношение, их полностью устраивает место их работы, как организована их работа и множество других факторов, то данные сотрудники могут сработать как дополнительная реклама к рекламированию открытой вакансии. Ведь положительный отзыв того, кто сам работает в данном офисе, может сработать в хорошую сторону для соискателя, который послушает отзывы своего знакомого. А взамен, если знакомый придёт на собеседование, наш сотрудник будет ощущать за собой моральную ответственность. Рекомендатель не подойдёт на «авось» к тому, кому советует, следовательно, он также тщательно и осмысленно продумывает, кому следует предложить попробовать себя в собеседовании, а кому не стоит. Ещё одним положительным пунктом является то, что рекомендатели будут основываться на своих ценностях и ценностях компании, подсознательно искать тех, кто подойдёт на психологическом уровне к психологическому климату компании.

Если компания не против такого источника привлечения кандидатов на открытую вакансию, то целесообразно будет работодателю продумать поощрение для своих работников за тех, кто влился в коллектив и прошёл испытательных срок. Данный метод очень сильно отразится на лояльности сотрудников, а компания сохранит значимую сумму, поскольку сможет сэкономить на рекрутинговом агентстве.

Чтобы референтный рекрутинг сработал правильно и эффективно, а наши сотрудники не старались привлечь абы кого, следует чётко и грамотно донести на

персонала информацию о вакансии с помощью внутреннего СМИ, электронной почты или на информационных стендах. Также не лишним будет вывесить данную вакансию на сайте компании. Важно объяснить работникам тот факт, что компании интересны специалисты, которые не занимаются активным поиском, которых трудно найти обычными способами.

Рекомендуемый специалист должен знать лично того, кто его порекомендовал. А лучше, если рекомендатель сам предоставит резюме рекомендуемого, тогда HR-специалист будет знать, кто заинтересован в помощи, что в дальнейшем рекомендателю принесёт только положительный эффект. Для сотрудников на сайте компании можно создать вкладку, где они смогут заполнить специальную форму с данными того, кого рекомендуют, свои данные и комментарии.

Следует напоминать персоналу о том, какие вакансии у нас не закрыты. Но также объявлять всем, что какую-то из них мы закрыли.

Если в организации предусмотрена премия за привлечения своих знакомых для закрытия вакансии, стоит чётко донести до всех, за что именно мы её выплатим: выплата только за людей, зачисленных в штат и после прохождения испытательного срока. Также сумму премии следует менять в зависимости от актуальности вакансии и для подогревания интереса. А для собственной подстраховки, компания может определить срок выплаты и изменять его. Чем выше премия, тем больше может быть срок.

Дабы персонал понимал, что данная программа работает, стоит организовать вручение премии публичным. Мне кажется, что данный пункт будет работать только в том случае, если в компании устоялись хорошие и дружеские отношения, где каждый друг с другом не стараются соперничать, а работать в команде.

Компания может организовать день открытых дверей или мероприятие, в котором сотрудники смогут привести своих знакомых. Что в итоге просветит всех сотрудников на предмет того, что в компании действует такая программа.

Очень важно HR-персоналу уделять особое внимание рекомендованным кандидатам: рассматривать в первую очередь, чтобы рекомендатель и его знакомый чувствовал особое отношение к себе. Важно быстро давать обратную связь (желательно в течение суток после подачи заявки и затем после прохождения каждого этапа подбора).

Если в организацию недавно пришли новые люди, то на них тоже нужно обратить особое внимание. Поскольку их переход состоялся относительно недавно, старые связи были не до конца утеряны. Если работа в компании им понравилась, то именно новые специалисты попробуют привести новых работников из той компании, в которой они работали.

Очень часто в данном источнике по привлечению персонала возникает некоторая группа рекомендателей, которые вместо того, чтобы упростить поиск, наоборот усложняют работу.

Первый вид рекомендателей – спамер. Данные люди стараются прислать как можно больше резюме, и большая масса которых не будет подходить под требования вакансии. Для решения сложившейся ситуации стоит поговорить с ним лично. Сказать, что его интерес и помощь очень ценится, но постараться как можно мягче объяснить, почему предложенные им люди не подходят, что стоит более тщательно подходить к отбору кандидатов.

Второй вид рекомендателей – милый друг. В основном в данную группу входят руководители среднего звена, у которого есть много друзей, который поддерживает связи с людьми из института. Цель данных людей – собрать всех своих друзей в компании. Данная группа может оказать как положительный эффект для компании, так и отрицательный. Ведь чем выше должность «милото друга», тем обширнее его связи и более ценными могут оказать его друзья. Если кандидаты не будут подходить, то можно постараться использовать их как рекомендателей, создав тем самым цепочку.

Третий вид – эксперт. В данную категорию входят люди высокой или узкой квалификации, знающие многих людей на своём рынке. Для компании он будет очень ценным, поскольку является профи, у него большая репутация. Данные люди обычно не учувствуют в рекомендательном рекрутинге. Для HR-специалиста важно уделить ему особое внимание, объяснить выгоды для него, его друзей и компании в целом.

Делая вывод, можно сказать о том, что реферетный рекрутинг очень полезный вид привлечения кандидатов в компанию. Он не только мотивирует персонал, но и позволяет поднять их внутренние отношения к своей работе, так как дополнительно почувствуют свою значимость для компании. Но чтобы данный способ проходит эффективно, стоит проработать методы работы с данной программой в компании, продумав возможные риски и затруднения.