

Warszawa, 10 grudnia 2015 r.

Pięć trendów w rekrutacji i budowaniu zaangażowania pracowników z pokolenia Y i Z

Raport Pracuj.pl

Jeszcze nie zakończyła się dyskusja o pokoleniu Y na rynku pracy, a rekruterzy i pracodawcy stają przed kolejnym wyzwaniem. Na scenę zawodową wchodzi następna generacja, dla której świat realny i wirtualny to ta sama rzeczywistość – generacja Z. Czego oczekują od pracodawcy, jak zmienia się sposób rekrutacji takich pracowników, jak budować ich lojalność wobec firmy? Przedstawiamy trendy w rekrutacji i employer branding, które odpowiadają na potrzeby nowych generacji pracowników.

Dla pracowników z pokolenia Y i Z praca jest istotna, ale nie najważniejsza, podchodzą do niej zadaniowo, ważny jest dla nich work-life balance. Znają się na najnowszych technologiach i wykorzystują je w każdej dziedzinie życia. Są elastyczni, znają języki i nie mają kompleksów – mogą pracować w każdym miejscu na Ziemi. Dodatkowo dla osób z generacji Z głównym źródłem wiedzy jest Internet, dlatego też to nie wiedza, ale szybkość wyszukiwania informacji oraz kreatywne podejście do nich jest, w ich ocenie, podstawowym atrybutem pracownika na rynku pracy.

Średnia wieku w naszym centrum to 29 lat, w SBO Kraków pracują głównie przedstawiciele pokolenia Y, coraz więcej rekrutujemy też „zetek”. Do pracy u nas skłania ich możliwość kariery na międzynarodową skalę oraz wykonywanie codziennych obowiązków w multikulturowym środowisku – pracujemy w 17 językach. Dzisiejsi 20- i 30-latkowie chcą się rozwijać, ale nie kosztem życia prywatnego – wyjaśnia Katarzyna Cyran, specjalistka ds. rekrutacji w Shell Business Operations Kraków.

Trend 1. Work-life balance

Przedstawiciele generacji Y i Z poszukują takich rozwiązań na rynku pracy, które zapewnią im zachowanie równowagi, przynosząc jednocześnie satysfakcję z wykonywanych zadań. Nie chcą w pracy spędzać zbyt wielu godzin, a na pewno nie chcą ich tracić na dojazdy do miejsca zatrudnienia. Poszukując pracy, biorą pod uwagę, ile czasu zajmie im dojazd do niej. Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom, powstała strona blisko.pracuj.pl, która pokazuje na mapie miejsca pracy w pobliżu wybranej przez nas lokalizacji. Aby znaleźć się na mapie i tym samym ułatwić potencjalnym pracownikom wyszukanie ich oferty pracy, pracodawcy powinni w ogłoszeniu o pracę podawać dokładny adres miejsca pracy.

Trend 2. Przyjazna rekrutacja

Jak wynika z raportu „Candidate Experience” eRecruiter, pokolenie Y dość surowo ocenia firmy pod względem tego, czy troszczą się o potencjalnego pracownika w procesie rekrutacji - ponad 50% badanych uważa, że firmy nie dbają o relacje z osobami starającymi się o pracę. W odpowiedzi na te oczekiwania została powołana Koalicja na rzecz Przyjaznej Rekrutacji. Jej celem jest promowanie

dobrych praktyk w rekrutacji i tworzenie standardów w tym obszarze, z uwzględnieniem dbałości o relację z kandydatami i troską o ich wrażenia z procesu rekrutacji. Koalicja wypracowała Kodeks Dobrych Praktyk – w którym ujęto 9 podstawowych zasad przyjaznej rekrutacji, takich jak np. szacunek dla kandydata, udzielanie informacji zwrotnej czy jasno sformułowane ogłoszenie o pracę.

Generacja Y wyssała rozwój technologii z czasów, w których dorastała. Dlatego Internet, aplikacje mobile i media społecznościowe to główny kanał komunikacji T-Mobile z potencjalnymi kandydatami. Coraz częściej nasze spotkania rekrutacyjne odbywają się online, w wirtualnej przestrzeni komunikatorów, web czy videokonferencji. Elastyczność w podejściu do rekrutacji przekłada się również na tworzenie odpowiednich warunków pracy. Budujemy otoczenie, które tworzy pokoleniu Y warunki rozwojowe i ułatwia zachowanie work-life balance – mówi Dagmara Ptańska HR BP z T-Mobile.

Trend 3. Ogłoszenie o pracę wizytówką firmy

Badanie Pracuj.pl wskazuje także na to, że tym, co zachęca pracowników z pokolenia Y do udziału w procesie rekrutacyjnym do danej firmy, jest atrakcyjność oferty złożonej przez pracodawcę (82% wskazań). Dla kandydatów liczy się także znajomość marki (42%) oraz dostępność informacji o pracodawcy i procesach rekrutacyjnych (41%). Z kolei najbardziej zniechęcający jest dla aplikujących brak nazwy pracodawcy (rekrutacje ukryte) oraz lakoniczne informacje na temat tego, co pracodawca oferuje pracownikom. Młodych pracowników może przyciągnąć do pracodawcy również ogłoszenie o pracę w bardziej atrakcyjnej formie np. rozszerzone o wideo.

Poszukując Młodsze Specjalisty ds. Sprzedaży opublikowaliśmy na Pracuj.pl ogłoszenie rekrutacyjne wzbogacone o wideo, w którym kierownicy sprzedaży w niecodzienny sposób przedstawiają naszą ofertę pracy i pokazują również coś, co szczególnie cenią sobie nasi pracownicy – atmosferę, którą u nas tworzymy. Z naszych analiz wynika, że ogłoszenie w takiej formie przemawia do wyobraźni naszych potencjalnych kandydatów - mówi Donata Wiatrowska, odpowiedzialna za komunikację wewnętrzną i employer branding w Grupie Pracuj.

Trend 4. Screening potencjalnego pracodawcy

Kandydaci z pokolenia Y i Z w sieci poszukują nie tylko pracy, ale i wiedzy o pracodawcach oraz możliwościach rozwoju zawodowego. Z badania Pracuj.pl „Specjaliści na rynku pracy” wynika, że aż 66% badanych poszukuje informacji na temat potencjalnego pracodawcy na stronach internetowych firm, a w szczególności w zakładce „kariera/praca”.

W KPMG przywiązujemy dużą wagę do kontaktu z kandydatami. Wszelkie oferty pracy oraz praktyk, a także informacje dotyczące procesu rekrutacji i poszczególnych działów znajdują się na naszej specjalnej zakładce na stronie internetowej. Jesteśmy także otwarci na kontakt telefoniczny – zespół rekrutacji chętnie odpowie na każde pytanie – wyjaśnia Monika Rutkowska z działu HR KPMG.

Ponieważ dla pokolenia Y i Z liczy się szybkość wyszukiwania informacji, potencjalni pracownicy z tych generacji cenią takie produkty dostępne w Internecie, które w sposób kompleksowy dostarczają im poszukiwanej wiedzy jak np. Przewodnik Pracodawcy, wydawany przez Pracuj.pl. Z

jego wersji internetowej oraz papierowej kandydaci dowiedzą się o możliwościach rozwoju zawodowego u poszczególnych pracodawców.

Trend 5. Sieć drugim domem

Pracownicy z pokolenia Y i Z są dużo bardziej nastawieni są na współpracę, proces konsultacyjny, działają sieciowo – na ten trend odpowiadają, w komunikacji wewnętrznej, narzędzia takie jak empla. Dzięki funkcjom firmowej platformy społecznościowej, empla wspiera komunikację wewnątrz organizacji, tworząc przestrzeń do wielokierunkowej wymiany wiedzy i efektywnej pracy zespołowej. Spersonalizowany dla każdego pracownika strumień aktualności zapewnia dostęp do bieżących informacji z życia firmy. Bazy wiedzy porządkują know-how firmy, a grupy dyskusyjne dają możliwość pracy w zespołach projektowych.

Pracuj.pl to wiodący polski serwis rekrutacyjny. Kandydatom dostarcza codziennie ponad 30 tysięcy oferty pracy od atrakcyjnych pracodawców, a także porady specjalistów dotyczące poszukiwania pracy, rozwoju kariery zawodowej oraz zdobywania dodatkowych kwalifikacji. Portal powstał w 2000r. i należy do Grupy Pracuj, będącej właścicielem wiodących marek na rynku rekrutacji on-line w Polsce i na Ukrainie. www.pracuj.pl

Kontakt dla mediów:

Anna Częścik

Grupa Pracuj

tel. (22) 373 75 15; 666 357 923

anna.czescik@pracuj.pl