

جذب استعداد در یک بازار رقابتی

محمد تاج الدین
tajeddin@yahoo.com

مرجان معالی تفتی
Marjan.inaali@gmail.com

ن تجربه دیگری از Prostaff

امروزه پرسش اساسی و مستمر بسیاری از سازمانها، مبنی بر این موضوع است که در حال حاضر و آینده، چه استراتژی‌هایی برای جذب استعدادها به منظور دستیابی به متقاضیان فعال و منفعل (که در پی تعریف شده است) مورد نیاز است؟ چه روشها و اصولی برای استخدام، در سازمانهای موفق وجود دارند که می‌توانند به آنها در بهبود فرآیند برنامه ریزی جذب و استخدام کمک کنند؟

رویکردی با تاکتیکهای ترکیبی از روشهای جذب متقاضیان فعال و منفعل هستند.

تدوین یک طرح برنامه استخدام
پایه و اساس لازم برای جذب استعدادها، تدوین یک طرح است. هدفهای شما چیست؟ چه نیازهایی برای سال آینده دارید؟

گردش مالی و محدودیتهای موجود چگونه نیاز شما را به منابع و نیز شناسایی و جذب متقاضیان در دوازده ماه آینده را زیر تاثیر قرار می‌دهد؟

در همین راستا شما باید بازار نیروی کار فعلی، رقابت برای جذب استعدادها، مجموعه مهارتهای ویژه مورد نیاز و متقاضیان در دسترس را در نظر بگیرید. بعد از تعریف شفاف هدفها، می‌توانید منابع خوبی که شما را به بهترین متقاضیان در مناسب ترین زمان می‌رساند، شناسایی و تعیین کنید.

سازمانهای موفق، بین برنامه جذب و تمامی حوزه‌های مرتبط با آن، تعامل شفاف برقرار می‌کنند. آنها اطمینان می‌یابند که تمام ارتباطات شفاف و هماهنگ هستند، رویکردهای گوناگونی برای هر یک از هدفهای تعریف شده، روشهای پیگیری مناسبی برای هر مرحله تعیین گردیده، برنامه زمان‌بندی برای اجرا، تدوین شده و

ویژه هستند که جزئی از مزیت رقابتی سازمان به شمار می‌روند. آنها به طور معمول علاقه‌ای به صرف زمان زیاد، برای یافتن موقعیت‌های شغلی جدید ندارند. پس علاوه بر صرف زمان زیاد برای استخدام این افراد، تفاوت عمده دیگر این گروه با متقاضیان فعال در ایجاد ضرورت برای سازمانها برای برآوردن انتظارات آنها از نظر مزایا و فرهنگ سازمانی است. سازمانها باید شرایط و موقعیت‌هایی را ایجاد کنند که انگیزه لازم برای متقاضیان منفعل را فراهم سازند، تا انتخاب ایده آل آنها باشند.

متقاضیان فعال، ساده‌تر پیدا می‌شوند و خودشان به طور مستقیم برای پستهای سازمانی مورد نظر درخواست می‌دهند. زمان برای جذب آنها کوتاه بوده، به طور معمول برای انجام مصاحبه و فرایندهای ارزیابی کاملاً مشتاق هستند. در این روش، داوطلبان به راحتی توانایی‌ها و شایستگی‌های خود را در اختیار شما قرار می‌دهند.

با وجود اینکه استفاده از منابع استخدام و فرایندهای گزینش سستی که هدف آن جذب متقاضیان فعال می‌باشد، ساده‌تر است، اما این روش همیشه نمی‌تواند بهترین استراتژی باشد. بنظر می‌رسد شرکتها در فرآیند استخدام، نیازمند به

استخدام موثر امروزه در بازار استخدام، رقابت شدیدی برای جذب استعدادها برتر وجود دارد. مهمترین موضوع این است که اکثریت کاندیداهای بالقوه شما در حال حاضر، خود در جای دیگری مشغول به کار هستند. این موضوع استراتژی جذب را پیچیده می‌کند، زیرا سازمان نه تنها با کمبود نیروی کار در دسترس (آماده) روبه‌رو است بلکه در برخی از صنایع، امکان استخدام کاندیداهایی با کیفیت بالا با روشها و سیستم‌های سنتی امکان پذیر نیست.

منابع و تکنیکهای استخدام، بر حسب نیاز به متقاضیان فعال و منفعل، متفاوت است. بهترین روشها برای دسترسی به متقاضیان منفعل از راه معرفیها، کاوش پایگاه داده‌ها، سایت‌های اینترنتی، انجمن‌ها و شبکه‌های محلی است. همچنین روشهای دسترسی به متقاضیان فعال، فهرست متقاضیان جویای کار، چاپ آگهی، برپایی نمایشگاه، سایت‌های مشاغل و جستجو در پایگاه شرح حال است. در هر حال برای دسترسی به متقاضیان فعال و منفعل، نیاز به برنامه ریزی است.

متقاضیان فعال در برابر منفعل تفاوت چیست؟

متقاضیان منفعل، افرادی با عملکرد

در هر گام، پاسخگویی های لازم صورت می پذیرد .

انجمنها و شبکه ها

سازمانهای موفق در جذب، می دانند که دسترسی به گروه های شبکه محلی، به اندازه شرکتهای فعال در جذب مفید و کارا هستند . برای تعامل با انجمنهای ویژه صنعتی، باید یکی از اعضای انجمنها باشید.

برنامه معرفیها

با ایجاد و توسعه برنامه معرفیها، شبکه استخدام سازمان خود را گسترش داده، امکان دسترسی به کاندیداهای منفعل ارزشمند را مهیا سازید .

در برنامه معرفیها، با ایجاد محرکها و مشوقهای ارزشمند، کارکنان را تشویق به تسهیم فرصتهای شغلی کنید . به عبارت دیگر با این برنامه، شرایط لازم برای معرفی متقاضیان منفعل مشاغل، توسط ذینفعان سازمان، شامل: کارکنان، مشتریان،

فروشندهگان و ... را فراهم سازید .

این برنامه انگیزشی می تواند با توجه به تمایل کارکنان، طیف وسیعی از پاداشها از مرخصی تشویقی تا پاداشهای نقدی را، در برگیرد .

برنامه های نگهداشت

با ارائه تجربه های نگهداشت نیروی انسانی سازمان خود در آگهی استخدام، متقاضیان جذب را تحریک کنید . مزایای غیرملموس شغل یا سازمان شما چیست؟ از یک سو، مزایای سازمان خود را در نظر بگیرید و از سوی دیگر در زمینه محرکهای توسعه شغلی، فرصتهای داوطلب، تکنولوژی و مربیگری به عنوان مزایای بالقوه برای متقاضیان منفعل، ببینید.

توازن یافتن

به منظور پیاده سازی یک استراتژی موفق جذب، درک این موضوع که چه کسی را نیاز دارید جذب کنید و همچنین

داشتن یک برنامه به منظور افزودن متقاضیان به فهرست استخدام خود، الزامی است . ممکن است این الزامات به سادگی برنامه های استخدام موجود شما را متحول سازند .

هر چند، پیچیدگی فرایند جذب استعدادهای می تواند بسیار طاقت فرسا و ملالت بار باشد، اما یافتن شرکتهای ارائه دهنده خدمات حرفه ای در زمینه کارکنان و ایجاد شرکتهای استراتژیک می تواند رویکردی برای به کارگیری استراتژیهای موفق جذب استعدادهای در برنامه های استخدامی و پیاده سازی فرایندهای مرتبط باشد . آیا شما انتظار دارید برای نیازهای استخدام آینده خود، منابع کافی در دسترس داشته باشید؟ آیا فرایند استخدام فعلی، به صورت موفق شما را به متقاضیان فعال و منفعل می رساند؟ همین امروز زمانی را اختصاص دهید تا اطمینان یابید که یک طرح مناسب و درست برای جذب و ارتباط مستمر با متقاضیان مورد نیاز خود در آینده دارید . □

www.TMBA.ir

بانک مقالات - فروشگاه الکترونیکی - سایت خبری

پاسخگویی نیازهای شما در حوزه مارکتینگ



شرکت TMBA
توسعه مهندسی
بازارگستران آتی

فصلنامه:



تلفن: ۰۲۱-۶۶۰۲۸۴۰۱-۴

مشاوره

آموزش

تحقیقات بازاریابی

انتشارات

فصلنامه توسعه مهندسی بازار