

Cum sa schimbi job-ul pe LinkedIn

In domeniul recrutarii de personal, cand vine vorba de atragerea unui om potrivit intr-un post-cheie, multi se plang de faptul ca au epuizat metodele de recrutare. De multe ori, solutiile simple vin in sa de acolo de unde te astepti cel mai putin.

Autor: Ana Raduta

Data: 6.03.2008

Site-uri de genul LinkedIn, Xing, Ecademy sau Plaxo Pulse sunt un fel de Hi5 sau Yahoo!360 profesionist, sustine Adina Barsan, consultant de recrutare in cadrul firmei Grafton Recruitment.

Altfel spus, reprezinta o retea de socializare profesionala, unde sunt active milioane de CV-uri, pe baza carora companiile aflate in cautare de oameni sunt libere sa aleaga persoana potrivita.

E o metoda de recrutare relativ noua in Romania, in sa incepe sa castige din ce in ce mai mult teren, in conditiile in care metode traditionale, precum anunturile din ziare sau chiar si cele pe site-urile specializate de cereri si oferte de munca, ajung uneori sa nu mai justifice timpul si banii investiti in ele.

E drept ca si aici recruiterii depun o munca de cautare care, in unele cazuri, este la fel de anevoioasa ca si in cazul metodelor traditionale. In schimb, nu costa bani. Sau cel putin nu in prima faza.

„Atunci cand intri pe un site de acest gen, ai acces gratuit la CV-urile candidatilor. Exista in sa situatii in care aceste date sunt private si atunci trebuie sa platesti pentru a avea acces la ele“, spune Adina Barsan.

In momentul de fata, principalele retele folosite pentru recrutare sunt LinkedIn, Xing, Ecademy, Plaxo Pulse, Sincron, precum si forumurile specializate si grupurile Yahoo!.

CV-urile postate aici pot fi vazute in orice moment de recruiteri, dar esential este ca acestia sa fie la curent cu actualitatea acestora. „Daca nu este tinuta activa, o astfel de baza de date risca sa devina o colectie de CV-uri vechi, impresionante prin numar, dar inutile“, afirma Liviu Constantinescu, business development manager in cadrul firmei Hart Human Resources.

Aici s-ar incheia in sa lista cu potentiale dezavantaje, cred cei mai multi recruiteri. „Avantajul primordial este dat de faptul ca ajungem astfel la candidati care nu isi cauta activ un loc de munca, dar in schimb sunt activi in specializarea lor (in cazul grupurilor de discutii intre profesionisti). Ajungem sa aflam rapid nume, functii si detalii despre cariera si identificam rapid candidatii, cu toate datele necesare“, explica Liviu Constantinescu.

Cel mai adesea, aceste retele sunt folosite in recrutare pentru functii de middle si top management din domenii precum finante, comert, imobiliare sau IT, adica acolo unde procesul de recrutare este mai dificil.

Paula Neagu, PR manager la Oracle Romania, spune ca firma are, de pilda, cinci anunturi de angajare in LinkedIn. „Echipele noastre de recrutare apeleaza la anunturi postate in retelele pentru profesionisti (LinkedIn, Xing) si forumuri de discutii specializate in IT“, afirma Neagu.

Pe langa LinkedIn, Ecademy, Xing sau Plaxo Pulse, care in mare functioneaza dupa aceleasi principii, recruterii au inceput sa apeleze si la forumurile si grupurile Yahoo! specializate.

„Procedura este de a identifica grupul de discutii pe teme de interes pentru companie (de exemplu, grupuri de discutii pe teme juridice sau IT), de a transmite un mesaj membrilor, in functie de gradul de permisivitate la transmiterea mesajelor“, explica Liviu Constantinescu.

Dupa ce au fost citite mai multe CV-uri si au fost selectate cele care se pliază cel mai bine pe profilul unui anumit post, urmează interviul, care se desfășoară însă pe un teren favorabil potențialului angajator, având în vedere că acesta pleacă la drum cu mai multe informații despre eventualul candidat. Toate acestea nu fac decât să înlesnească procesul de selectare și plasare.

Un alt motiv la fel de important pentru care firmele de recrutare utilizează rețelele sociale și forumurile este că le permite să-și creeze relații cu specialiști din diverse domenii, chiar dacă finalitatea nu este aceea de a determina angajarea acestora.

„Reciproca este valabilă și pentru mulți dintre cei ce postează CV-uri pe LinkedIn, Xing sau Ecademy și pe care îi interesează mai degrabă să-și creeze relații utile decât să-și găsească un loc de muncă“, punctează Adina Barsan.

Nu există date clare asupra numărului de români care sunt înscrși în astfel de rețele, însă este evident faptul că numărul lor crește rapid. LinkedIn este de departe cea mai utilizată rețea de contacte în România.

În aceeași categorie a resurselor alternative se plasează anunțurile TV, care au intrat abia de anul trecut în practica firmelor de recrutare. Astfel de anunțuri sunt difuzate doar la posturile nisate, de business sau la televiziunile locale.

Chiar dacă metoda e destul de scumpă, firmele de recrutare o practică. „Noi am postat deja anunțuri la TV și am avut rezultate uimitor de bune. În două-trei zile de la difuzarea anunțului am primit răspunsuri și chiar am avut trei oameni pe care i-am plasat în urma unei astfel de căutări, în brokeraj, în real estate și în domeniul financiar“, afirmă Daniela Necefor, managing partner al Total Business Solution.

Poate pe ultimul loc, deocamdată, în topul resurselor alternative de recrutare se află blogurile. Rezultatele unui studiu al grupului de experți HR România arată că majoritatea profesioniștilor încă nu folosesc blogul ca mijloc de comunicare, procentul respondenților care au declarat că au cel puțin un blog, indiferent de natura acestuia (personal, de companie sau profesional) fiind de numai 27,61%. Dintre aceștia, 57,15% dețin exclusiv un blog personal, 23,9% unul profesional și 19,04% au ambele variante.

Majoritatea respondenților studiului „Blogul profesional“ nu mizează pe blog pentru recrutare. Cu toate acestea, 10,53% dintre respondenții ce dețin un blog profesional au marturisit că au fost contactați până acum de recruteri prin intermediul acestuia.

În orice caz, recrutarea alternativă a început să înlocuiască în multe cazuri metodele tradiționale. „Din ce în ce mai puțin mai postăm anunțuri în ziare, pentru că nu prea mai au rezultat“, explică Florin Ochiana, country manager al Grafton Recruitment.

Un alt motiv ar fi acela că anunțurile sunt și destul de scumpe în raport cu eficiența lor.

Pretul mediu al unui contract de un an cu un ziar care să publice de patru ori pe luna un anunț se

ridica la aproximativ 12.000 de euro. Pe de alta parte, anunturile se preteaza in general angajatorilor de masa; pentru functiile de middle si top management, candidatii potentiali sunt sunati saptamanal de companii de executive search si, mai important, nu au nici nevoie, nici timp sa urmareasca paginile de anunturi din ziare.