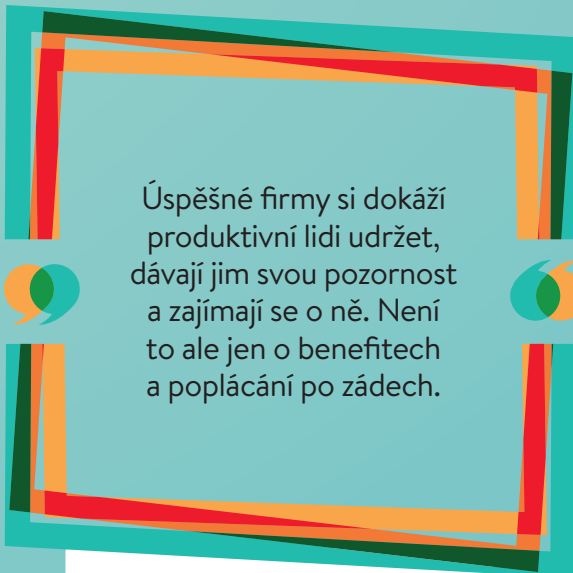


Navíc by toho měl být schopen velmi efektivně, při osobním pohovoru, ale i telefonicky či online formou. Důležité je mít jasný koncept toho, jak takový potenciál produktivity hledat. Doopravdy to lze jediným způsobem, analyzováním produktivity a celkových výkonů v minulosti kandidáta. Nemyslím tím dosažené vzdělání nebo kariérní postup, hlavní roli tu nehraje ani délka praxe na konkrétní pozici nebo v oboru. A dokonce ani to, u jak zajímavého zaměstnavatele předtím působil. Jde o konkrétní definovatelné výsledky, a to ideálně ve třech zaměstnáních zpětně. To celé musí být navíc potvrzené kvalitně ověřenými referencemi, což by mělo být další skvělou schopností někoho, kdo přijímá zaměstnance. Rozhodně nestačí jen oficiální písemná varianta předložená kandidátem nebo povrchní ověření „aby se neřeklo“.

Výborný nábor znamená být schopen přitáhnout skvělé kandidáty jako mistr PR a marketingu a následně jako nejostřejší vyšetřovatel odhalit, kteří z nich mají opravdový potenciál odvést ve firmě skvělou práci.

Dobrou zprávou je, že je dnes možné až 70 % náborových aktivit překloupat do online světa. Od inzerátů a prvotní komunikace s kandidáty, přes dotazníky a odborné či osobnostní testy až po efektivní první pohovory. Díky tomu můžete rychle zachytit i ve velkém množství kandidátů ty, kteří by vaší pozorností neměli uniknout, a přitom nesnižovat z kvality výběru a hodnocení. Víme, že většina kandidátů při



Úspěšné firmy si dokáží produktivní lidi udržet, dávají jim svou pozornost a zajímají se o ně. Není to ale jen o benefitech a poplácání po zádech.

Home office už není benefitem, slibná budoucnost ano

Práce z domova nebo zkrácené úvazky jsou méně a méně vnímány jako benefity. Využívání těchto způsobů práce vytváří zajímavou konverzi. Čím produktivnější a samostatnější je zaměstnanec svým založením, tím větším benefitem je pro šéfa. Čím je produktivita zaměstnance slabší, tím více zodpovědnosti na šéfa přechází. Jde pak o jeho šikovnost a dobrou schopnost kontroly, aby se forma této spolupráce vyplácela jemu i celé firmě.

Mnohem více zaměstnanců a kandidátů bude zajímat, jak vidí svou budoucnost firma, ve které pracují nebo ve které práci zvažují. Vedení firem by tedy mělo mít velmi jasnou vizi budoucnosti a o té otevřeně komunikovat. Chápu, že to pro některé firmy není vůbec jednoduché, je však lepší mít vizi, kterou v případě potřeby zkorrigujete, nežli nemít žádnou či nezveřejněnou.

Přeji vám, abyste v novém roce vždy dokázali s jistotou rozpoznat, kdo z týmu pomáhá a kdo se veze.

komunikaci o pracovní pozici ocení spíše rychlost a zájem, nežli nekončící kola výběrového řízení a povrchní přístup. Pokud nemá vaše personální oddělení desítky členů, potřebujete funkční online nástroje, které vás zefektivní.

Jak vyladit stávající tým

Asi není třeba uvádět, že uplynulé období výrazně prověřilo stávající týmy. Kromě jiného ukázalo, která oddělení i jednotlivci fungují i v náročných podmínkách, vědí si rady a dokáží se přizpůsobit. Takové lidi v týmu prostě chcete. Na druhé straně ale bylo mnohem očividnější i to, kdo nebo kde to nefunguje. Najednou je mnohem zřejmější, kdo se jen veze a kdo opravdu maká.

Možná ještě dříve, nežli HR oddělení toto vidělo samotné vedení, manažeři či vedoucí pracovníci. A i pro ně je mnoho nového v tom, jak řídit své týmy. Trénink nebo praktické vzdělávání těchto šéfů bude proto v roce 2021 důležitou součástí udržení týmu v dobré kondici.

Úspěšné firmy si dokáží produktivní lidi udržet, dávají jim svou pozornost a zajímají se o ně. Není to ale jen o benefitech a poplácání po zádech. Je to opravdový lidský zájem o jejich práci, o jejich názory a o ně samotné. Je to také o spravedlivém prostředí, dobré organizaci a podporujícím vedení s jasnou vizí. Ať už firmy pro stávající zaměstnance organizují osobní pohovory, nebo využívají online dotazníky a velké průzkumy, je dobré nepředpokládat, co si lidé myslí, ale ptát se.

Tak, jak se už poměrně běžně mapuje spokojenost zákazníků