

Máme za sebou čas bilancování a výhled do roku 2021 podsouvá mnoho otazníků. Z hlediska HR je jasné, že po roce 2020 se některé věci už nikdy nevrátí na stejnou úroveň. Z toho všeho negativního, čemu jsme v byznysu loni čelili, vyšlo i několik opravdu zajímavých věcí. Vyhrocená situace, nebo řekněme nevyhnutelnost, má vždy tendenci posunout věci dál, než jsme si kdykoli předtím dokázali představit. Co nás tedy v HR a náboru letos čeká, a hlavně co dělat, abychom nakonec uspěli?

Pro jednoduchost tento návod na úspěch rozdělím do tří skupin. První skupinu nazvěme „Jak přitáhnout a vybrat produktivní zaměstnance“. Druhou skupinou zastřeším „Jak vyladit stávající tým“ a třetí skupina bude o „Vítězných strategiích“.

Jak přitáhnout a vybrat produktivní zaměstnance

Očekávali jsme, že se pro trh práce v roce 2020 uvolní mnohem více lidí, ale jen málo oborů nebo pozic zaznamenalo výraznější nárůst kandidátů. I přesto se ale nevyplatí vyčkávat. Spoléhat se na vnější okolnosti, když jde

a na pracovním trhu se určitě objevilo nemálo „rozmazených“ zaměstnanců. Na druhé straně víme, že se uvolnila i spousta zajímavých kandidátů, o které stojí za to bojovat.

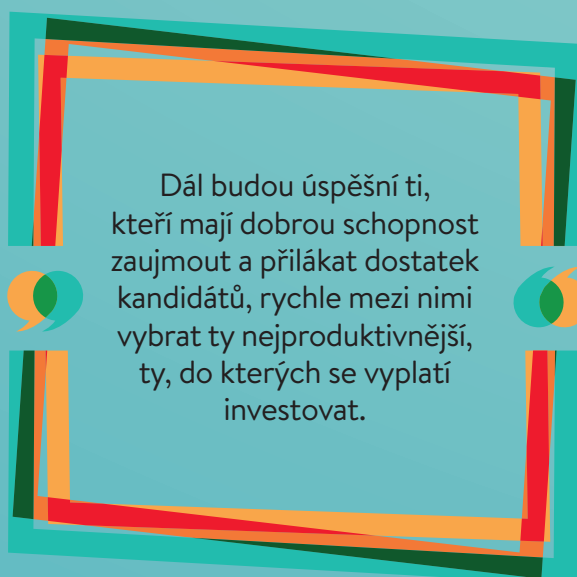
V každodenní praxi vidím, že mají kandidáti při nástupu stále často velmi vysoké požadavky. Vzhledem k tomu, že třetím nejvýznamnějším aspektem obtížnosti hledání nových zaměstnanců je nedostatečná schopnost odhadnout produktivitu zaměstnanců, je pro firmy stále složitější jít do rizika a rychle se rozhodnout přijmout nového zaměstnance, do kterého budou investovat buď nemalé finance, nebo čas pro zaškolení. V horším případě obojí.

A co přinese rok 2021? Dál budou úspěšní ti, kteří se nespolehnou na dobu nebo podporu zvenčí. Ti, kdo mají dobrou schopnost zaujmout a přilákat dostatek kandidátů, rychle mezi nimi vybrat ty nejproduktivnější, ty, do kterých se vyplatí investovat.

Inzertní portály, kde probíhá nabídka a poptávka práce, jsou stále jedním z nevyužívanějších zdrojů kandidátů. Přesto mají firmy podle výše zmíněného průzkumu nejlepší zkušenost s osobním doporučením a rozmáhá se také využívání sociálních sítí. Před pár lety si firmy nedokázaly představit, že by nabíraly přes sociální sítě, dnes už jsou pozadu

ty, které je plně nevyužívají. Definování cílové skupiny, tedy potenciálních kandidátů, a komunikace efektivními kanály vhodnou formou a pravidelně je dnes běžnou součástí úspěšného nábíracího procesu.

Personalista by dnes měl být schopen nejen „odpovídat“ kandidátům, zjistit jejich představy o hledané práci a posoudit to s tím, co aktuálně nabízí. Jeho hlavní přidaná hodnota je schopnost vyhodnotit potenciál uchazečů z hlediska výkonnosti, přístupu k práci a loajality.



o úspěch v náboru, by bylo poněkud alibistické.

Podle průzkumu společnosti IP-SOS pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) pokládají až tři čtvrtiny firem hledání nových zaměstnanců za obtížné. Trápí je malé množství kvalitních zaměstnanců, ze kterých by si mohly vybírat. A do kvality počítáme třeba i samotnou ochotu pracovat. Blahobyt a s ním spojená tolerance podprůměrných výkonů a přestupků, které v Česku panovaly před pandemií, jsou dnes minulostí