**Informacja prasowa**

**Warszawa,6.04.2020r.**

**Rekrutacja online - jakie metody zyskają na znaczeniu?**

**19 mln Polaków korzysta z mediów społecznościowych, a** **ogłoszenia video z ofertą pracy są o 230% częściej otwierane niż te w formie tradycyjnej publikacji. Koronawirus wstrzymał na chwilę cały świat, ale działalność większości branż toczy się dalej. To dobry moment na zmianę podejścia do rekrutacji i wdrożenia bardziej innowacyjnych rozwiązań nie tylko na czas pandemii.**

To, co było przewidywaniem na kolejne lata w przeciągu kilku tygodni zaczęło być wdrażane w wielu firmach. Obecna sytuacja w kraju zmusiła pracowników do dokonania zmian
i przystosowania się do nowych warunków i dostępnych możliwości. Zaplanowane rozmowy rekrutacyjne zostały przeniesione do Internetu, a HR-owcy zaczęli coraz więcej myśleć
o innowacyjnych narzędziach wykorzystywanych w procesie pozyskiwania nowych pracowników. Jak każda zmiana, i ta wymagała pewnej elastyczności i umiejętności dopasowania się do nowych warunków.

**Rekrutacja w obliczu pandemii**

Wyjątkowe sytuacje wymagają od nas pewnej elastyczności, umiejętności dostosowania się do nowych warunków. Realizacja procesów rekrutacyjnych z udziałem nowoczesnych technologii nie jest co prawda niczym nadzwyczajnym, a wręcz jest już bardzo popularna. Videorekrutacje i ATS (aplicant tracking systems) to narzędzia, które na dobre przyjęły się
w środowisku Human Resources. Cyfrowe narzędzia rekrutacyjne potrafią wyszukać odpowiednich kandydatów w sieci, porównać CV wybranych osób oraz zweryfikować ich obecność w mediach społecznościowych. Mogą też przeprowadzić testy i oceny kompetencji oraz zarekomendować najlepszych kandydatów do pracy. Dzięki tym rozwiązaniom procesy rekrutacyjne przebiegają krócej i są bardziej efektywne. Według firmy FYTE, powiązanej kapitałowo z Morgan Philips Group, specjalizującej się w cyfrowej rekrutacji, ogłoszenia video są ponad 230% częściej otwierane w porównaniu do tradycyjnych form publikacji.

**Czas automatyzacji procesów rekrutacyjnych**

Programy wykorzystywane do videorekrutacji jeszcze nigdy nie były tak potrzebne, jak dziś. Umożliwiają one nie tylko rozmowę z kandydatem przy użyciu kamery, ale również automatyzację procesu rekrutacji poprzez nagrywanie pytań rekrutera oraz zarejestrowanie odpowiedzi kandydatów w formie filmików.

Videorekrutacja pozwala zaoszczędzić czas przy rekrutacjach wysokowolumenowych oraz sprawdza się doskonale jako narzędzie do screeningu kandydatów przy rekrutacjach wieloetapowych. Kandydatom również zaoszczędza czas, umożliwiając przejście całości lub części spotkań rekrutacyjnych w zaciszu swojego domu o najdogodniejszej porze.

 *-Oprócz pytań rekrutacyjnych coraz częściej wykorzystywane są również gry na urządzenia mobilne. Nowoczesne narzędzia poprawiają jakość oceny potencjalnego kandydata*
*i zapewniają równie cenne informacje z zakresu psychodiagnostyki, co metody klasyczne, poza tym umożliwiają dotarcie i zaangażowanie nawet 15 razy więcej kandydatów niż np. Targi pracy. Dodatkową zaletą jest to, że wyniki rekrutacji uzyskujemy w ciągu kilku minut* – mówi Katarzyna Richter, międzynarodowy specjalista w zakresie HR i psychologii międzykulturowej.

**Social media w rekrutacji**

Jak pokazuje badanie przeprowadzone przez Wearesocial.com i Hootsuite „Digital 2020”
aż 19 mln Polaków korzysta z mediów społecznościowych, na co przeznaczają średnio
2 godziny dziennie. 16 mln korzysta z Facebooka, 1,25 mln z Twittera, a 3,7 mln z LinkedIn. Dlatego nic dziwnego, że social media zaczęły odgrywać coraz większą rolę w procesie rekrutacji. Do tej pory najczęściej wykorzystywanymi kanałami do pozyskania nowych pracowników były te media społecznościowe, które z założenia mają charakter bardziej zawodowy, czyli LinkedIn i GoldenLine.

*- Za pośrednictwem takich kanałów rekruterzy mogą nawiązać kontakt z kandydatem spełniającym określone kryteria. Dodatkowo jest to kanał, za pośrednictwem którego firmy mogą dzielić się informacjami związanymi z działalnością swojej firmy oraz o trwającej rekrutacji na określone stanowiska. Dodatkowo coraz częściej rekruterzy w poszukiwaniu nowych kandydatów przeszukują Facebooka, Instagram i blogi branżowe* – podkreśla Katarzyna Richter, międzynarodowy specjalista w zakresie HR i psychologii międzykulturowej.

**Webinaria - alternatywa dla szkoleń**

W wyniku pandemii liczne konferencje i szkolenia dla praktyków HR zostały odwołane, przeniesione na inny termin lub przekształcone w spotkania online. Dlatego też chcąc dalej inwestować w swój rozwój i wymianę doświadczeń warto sprawdzić ofertę dostępnych webinariów.

*- Pozwalają one na wymianę doświadczeń i wiedzy oraz poznania ciekawych metod wykorzystywanych w procesach rekrutacji. Dodatkowo jest to okazja do spotkania się
z innymi osobami, co pozytywnie wpływa na nasze samopoczucie. Z racji tego, że podczas pandemii wiele osób czuje strach i niepewność wzrost roli wellbeing jako formy redukcji stresu i wzmacniania odporności psychicznej pracowników zyskał obecnie na szczególnym znaczeniu.* – podsumowuje Katarzyna Richter, międzynarodowy specjalista z zakresu HR
i psychologii międzykulturowej.

Więcej informacji:

Biuro Prasowe Katarzyny Richter
Maria Antoszewska

+48 666 059 526
m.antoszewska@lensomai.com

…………………………

**Katarzyna Richter –** międzynarodowy specjalista w zakresie HR i psychologii międzykulturowej z ponad z 10-letnim stażem. Pracowała z przedstawicielami ponad 100 narodowości, doradzając w zakresie komunikacji międzykulturowej oraz rekrutacji.
W swojej karierze zrekrutowała blisko 1000 specjalistów. Doświadczenie w zakresie najwyższych standardów obsługi klienta, rekrutacji i employer brandingu zdobywała pracując dla światowych potentatów lotniczych takich jak: Emirates, Etihad czy Qatar Airways. Autorka przewodnika kariery "Life After Flying". Katarzyna Richter doradza również w sektorze MSP, pomagając im w budowaniu silnej pozycji poprzez employer branding. Wspiera ich swoim wieloletnim doświadczeniem oraz organizuje szkolenia online z obszaru psychologii i zarządzania stresem w wyjątkowych sytuacjach. Jest również wykładowcą i autorką licznych publikacji o tematyce podróży, HR i komunikacji międzykulturowej w biznesie, a także założycielką firmy szkoleniowo – doradczej Deal with Culture.