



talentplace 

RAPORT:

TALENT POOLING

SPIS TREŚCI

Wstęp	4
Metodologia badania	4
TALENT POOLING	5
1. Talent pooling według firm	6
2. Najpopularniejsze metody dotarcia do kandydatów	7
3. Najbardziej frustrujące metody rekrutacyjne	8
4. Talent pooling: baza kandydatów i liczba prowadzonych procesów	11
5. Budowanie sieci kontaktów	12
6. Zalety i wady budowania sieci kontaktów	14
7. Utrzymywanie relacji z kandydatami	16
8. Polecanie kandydatów do procesów	18
9. Motywacja w polecaniu kandydatów	20
10. Talent pooling w rekrutacji	22
WNIOSKI	25
Podsumowanie	26

Wstęp

Czy baza kandydatów może być nową supermocą rekruterów?

Współczesna rekrutacja wymaga zwinnego podejścia i otwarcia się na nieszablonowe metody pozyskiwania najlepszych kandydatów.

Niezależnie od branży, możliwości i kanałów dotarcia do kandydatów jest wiele. Jednak im bardziej wymagająca rola, tym mniejszy dostępny talent pool i trudniejsza rekrutacja.

Publikacje ogłoszeń na job boardach, direct search czy korzystanie z własnej bazy kandydatów – którą metodę najczęściej stosują polscy rekruterzy?

TALENT POOLING



Zbadaliśmy, jakie źródła pozyskiwania kandydatów wykorzystują polscy rekruterzy i w jakim stopniu sięgają podczas rekrutacji do aktywów zbudowanych na przestrzeni lat.

Metodologia badania



Cel badania:

Głównym celem badania było poznanie specyfiki procesu rekrutacyjnego wraz z określeniem jakości kontaktu rekruterów z budowaną siecią kandydatów.



Metoda badawcza:

Wywiady w formie ankiety on-line (CAWI).



Próba badawcza:

W ramach badania przeprowadzono 323 ankiety z aktywnymi zawodowo osobami prowadzącymi procesy rekrutacyjne.



Respondent:

Aktywni zawodowo rekruterzy, powyżej 18 roku życia, zróżnicowani ze względu na staż pracy oraz jej charakter (wielkość firmy, stosowane metody).



Termin realizacji badania:

02/09 – 08/10/2022

Badanie przeprowadzone z pomocą



TALENT POOLING

Talent pooling to koncepcja, która polega na świadomym i konsekwentnym budowaniu bazy kandydatów, a następnie korzystaniu z jej zasobów w sposób maksymalizujący zatrudnienia.

Kandydaci z polecenia rekrutera, sprawdzeni w innych procesach, w znaczący sposób skracają czas procesu rekrutacyjnego, minimalizują ryzyko niedopasowania kandydatów oraz zmniejszają koszty ich pozyskania.

Talent pooling to koncepcja wzajemnego dzielenia się kandydatami pomiędzy rekruterami i firmami. Dzięki temu oba podmioty oszczędzają czas i minimalizują koszty związane z sourcingiem, direct searchem i ogłoszeniami.

Zalety

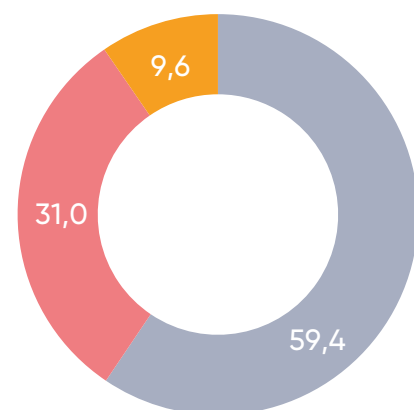
Dzięki maksymalizacji zatrudnień metodą talent pooling rekruterzy oszczędzają czas i zwiększają swoją efektywność, a także szanse na większe prowizje związane z programami poleceń.

1. Talent pooling według firm

Do badania zaprosiliśmy rekruterów freelancerów, rekruterów agencyjnych oraz przedstawicieli HR firm o zróżnicowanej liczbie zespołów.

Ponad połowa badanych pracuje jako rekruter firmowy (59,4%), jedna trzecia jako rekruter agencyjny (31%), a działalność freelancerską prowadzi co dziesiąty badany (9,6%). Respondenci w rekrutacji mają doświadczenie poniżej 2 lat (31%), 2–5 lat (31,3%), 6–10 lat (21,1%). Powyżej 10 lat w HR działa 16,8% uczestników.

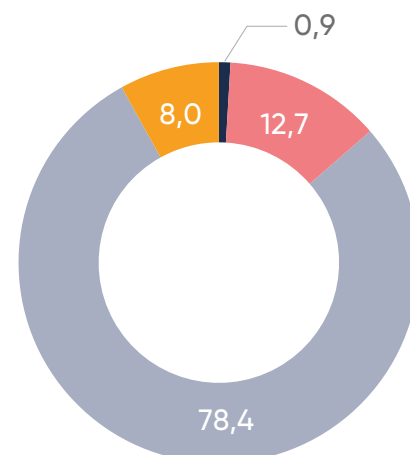
➡ W jakim charakterze pracujesz jako rekruter?



■ rekruter firmowy
■ rekruter agencyjny
■ rekruter freelancer

Dane w %. N=323

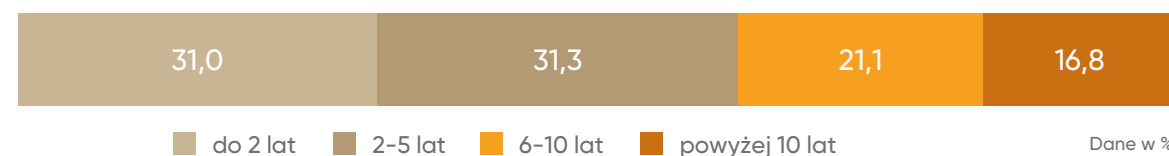
➡ Jaki jest Twój obecny status zawodowy?



■ jestem właścicielem/
współwłaścicielem firmy
■ prowadzę jednoosobową
działalność gospodarczą
■ pracuję na etacie
■ pracuję na umowie zlecenie

Dane w %. N=323

➡ Ile lat doświadczenia w prowadzeniu rekrutacji posiadasz?



■ do 2 lat ■ 2–5 lat ■ 6–10 lat ■ powyżej 10 lat

Dane w %

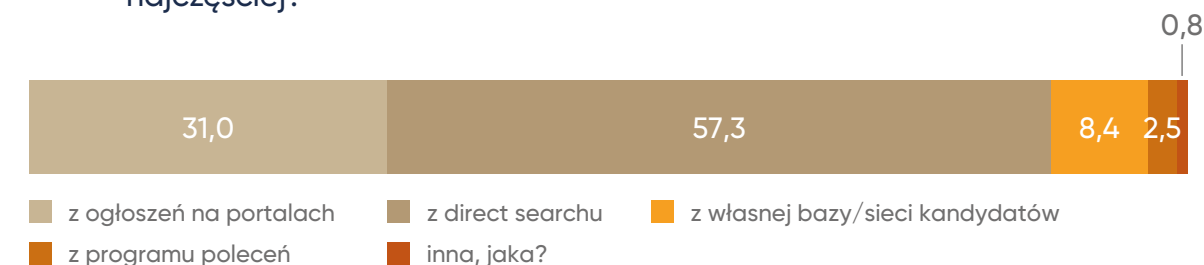
2. Najpopularniejsze metody dotarcia do kandydatów

Najczęstszą metodą pozyskiwania kandydatów według badania jest direct search (57,3%), na drugim miejscu znalazły się ogłoszenia na portalach (31%).

Tylko 8,9% rekruterów korzysta podczas procesów z własnych baz kandydatów, a 2,5% z programów poleceń.

Najpopularniejszą metodą dotarcia do kandydatów pozostaje direct search.

➡ Z jakiej metody rekrutacyjnej korzystasz najczęściej?



Dane w %. N=323

Według ankietowanych najlepszym źródłem kandydatów są polecenia (38,1%) i direct search (37,2%).

W podziale na tradycyjne źródła (ogłoszenia i direct search) i metodę talent pooling (baza i polecenia) głosy są podzielone: 48,7% vs. 49,9%

➡ Skąd Twoim zdaniem pochodzą najlepsi kandydaci?

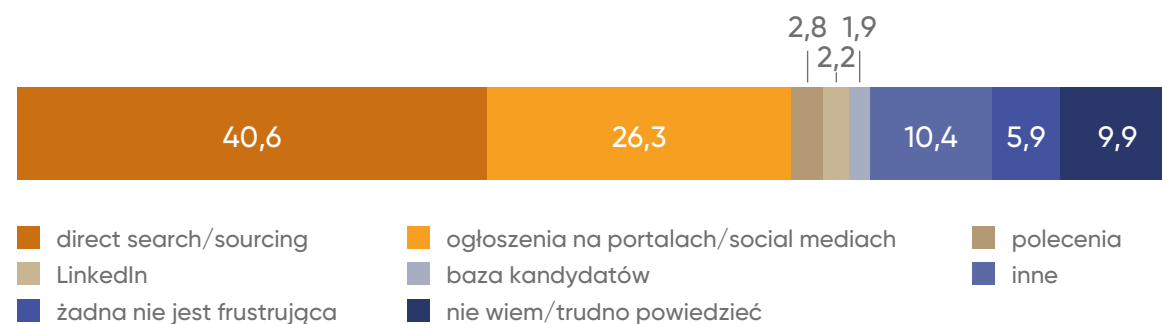


Dane w %. N=323

3. Najbardziej frustrujące metody rekrutacyjne

Najwięcej negatywnych emocji jest wywoływanych przez brak odpowiedzi kandydatów (22,7%) oraz zgłoszenia kandydatów bez odpowiednich kwalifikacji (22,7%). Frustrujące są również metody czasochłonne/pracochłonne (17,8%), takie jak direct search i sourcing.

➡ Która z metod rekrutacji jest według Ciebie najbardziej frustrująca?*



*Pytanie otwarte skategoryzowane. Dane w %. N=323

Najbardziej frustrującą metodą rekrutacji zdaniem badanych jest direct search/sourcing (40,6%).

Direct search, chociaż nadal pozostaje najpopularniejszą metodą docierania do kandydatów, jest działaniem zajmującym rekruterom największą ilość czasu.

Bywa również frustrujący i to dla obu stron procesu – rekruterów irytuje brak odpowiedzi ze strony kandydatów, a kandydatów duża liczba ofert, które nie zawsze są dopasowane.

MARTA GARUS
HEAD OF DELIVERY



➡ Z jakiego powodu wskazane/wskazana metoda jest frustrująca?*



*Pytanie otwarte skategoryzowane. Jeśli respondent wskazał, że żadna metoda nie jest frustrująca, to nie odpowiadał na drugą część pytania (o powód). Dane w %. N=304

Podsumowując, metoda direct search i sourcing jest najbardziej frustrująca, głównie przez brak odpowiedzi kandydatów oraz jej czasochłonność/pracochłonność.

W przypadku ogłoszeń o pracę umieszczanych na portalach z największą wadą uważane są zgłoszenia kandydatów bez odpowiednich kwalifikacji, których aplikacje trzeba przejrzeć i odpowiedzieć na nie. W oczach badanych jest to również mało skuteczne narzędzie.

Brak odpowiednich kandydatów w bazie oraz słaby spływ z ogłoszeń powodują, że rekruterzy najwięcej czasu poświęcają na direct search

To sprawia, że mają mniej czasu na bardziej świadome budowanie baz kontaktów oraz sieci rekruterów, dzięki którym mogliby skrócić czas dotarcia do odpowiednich kandydatów.

W ten sposób niejako koło się zamyka, co często prowadzi do frustracji i wypalenia zawodowego wśród rekruterów.

MAGDALENA KOLASA
QUALITY ASSURANCE MANAGER



Według opinii rekruterów direct search jest zdecydowanie najbardziej czasochłonnym zajęciem w procesie rekrutacji (78%).

Na przeglądanie własnej bazy/sieci kandydatów wskazało 13,6%, a publikację ogłoszeń jedynie 7,1%.

W metodzie direct search największymi „pochłaniaczami czasu” są często: poszukiwanie odpowiednich kandydatów spełniających wymagania roli, formułowanie treści zaproszeń do udziału w procesie wraz z ich wysyłką, oraz ze względu na częsty brak odpowiedzi albo niezainteresowanie kandydatów konieczność skontaktowania bardzo dużej ilości kandydatów.

Która czynność Twoim zdaniem pochłania najwięcej czasu w procesie poszukiwania kandydatów?



Dane w %. N=323

4. Talent pooling: baza kandydatów i liczba prowadzonych procesów

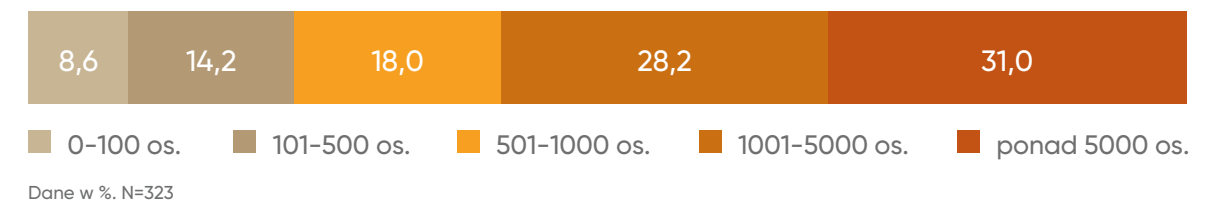
Budowanie sieci kontaktów wymaga pokładów czasu i energii, a to dopiero początek.

Utrzymywanie dobrych relacji jest w talent poolingu kluczowe do realizacji zatrudnień dzięki poleceniu kandydatów, ponieważ pozwala na realizację zatrudnień dzięki poleceniu kandydatów.

Większość badanych rekruterów (59,2%) posiada bazy kandydatów zawierające ponad 1000 osób. Z kolei bazy kandydatów posiadające liczbę rekordów poniżej tej liczby deklaruje 40,8% rekruterów.

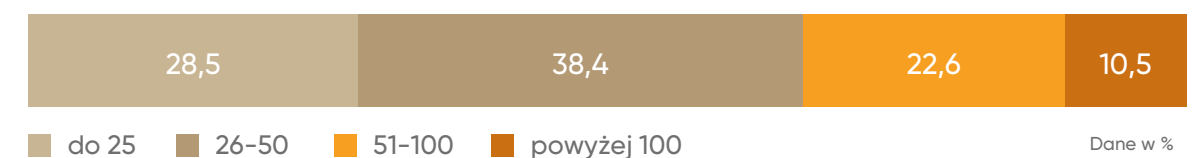
Sieć kontaktów to aktywo, które rekruterzy budują przez lata.

Jak duża jest Twoja baza kandydatów/sieć kandydatów?



Dwóch na trzech rekruterów (66,9%) prowadzi maksymalnie do 50 procesów rekrutacyjnych rocznie. Co trzeci badany (33,1%) prowadzi powyżej 50 rekrutacji rocznie. Istnieje wiele czynników mających wpływ na liczbę prowadzonych procesów. **Generalnie im role bardziej różnorodne, skomplikowane i wymagające, a talent pool mniejszy, tym trudniej rekruterowi prowadzić jednocześnie wiele takich procesów naraz.**

Ile procesów rekrutacyjnych rocznie prowadzisz?



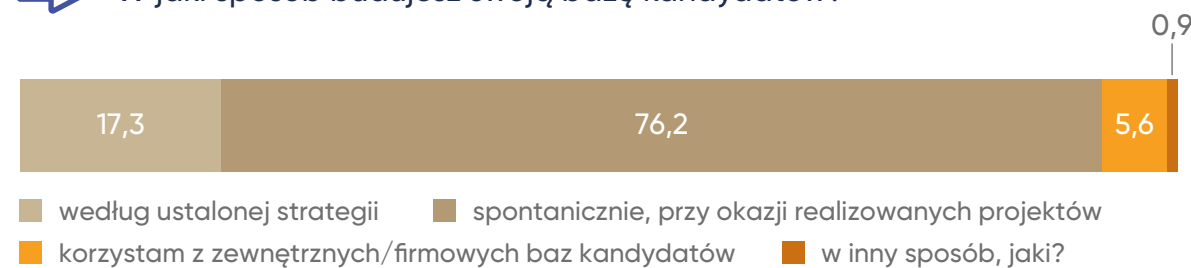
5. Budowanie sieci kontaktów

Sposobów na rozwijanie swojej bazy kontaktów jest wiele. W talent poolingu ważne jest, by robić to świadomie i systematycznie.

Większość rekruterów nowe osoby do swojej sieci kontaktów dodaje spontanicznie, przy okazji realizowanych projektów (76,2%). Tylko 17,3% robi to według ustalonej strategii, a 5,6% korzysta podczas tego procesu z wewnętrznych baz firmowych.

Tylko zaangażowana społeczność kandydatów może być źródłem dla talent poolingu.

➡ W jaki sposób budujesz swoją bazę kandydatów?



Dane w %. N=323

Liczba kontaktów znajdujących się w bazach naszych rekruterów sięga setek tysięcy. Każdy ekspert HR posiada własną społeczność kandydatów – osób, które zna, z którymi utrzymuje dobre relacje.

Podczas prowadzonych projektów w pierwszej kolejności społeczność rekruterów szuka pasujących profili w swoich bazach. Znacznie skraca to sourcing i pozwala na szybszą prezentację rekomendacji klientom.

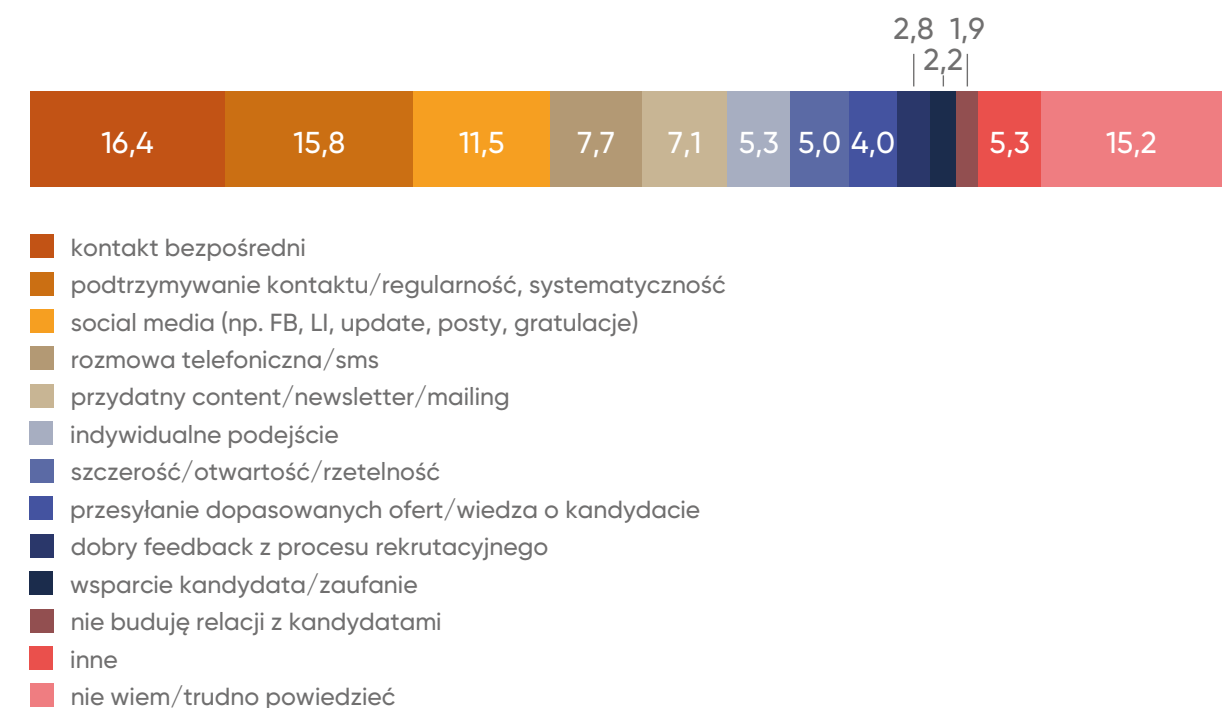
PRZEMYSŁAW KADULA
CEO TALENT PLACE



W odpowiedzi na pytanie o najbardziej skuteczny element budowania relacji z bazą kandydatów pojawiały się różnorodne odpowiedzi.

Stosunkowo wiele głosów zebrał kontakt bezpośredni (16,4%), sam fakt podtrzymywania kontaktu i jego systematyczność (15,8%), ale także bieżący kontakt przez Social Media (11,5%), rozmowa telefoniczna (7,7%) czy wysyłka przydatnego contentu (7,1%). Niejedna osoba podnosiła kwestię indywidualnego podejścia (5,3%), szczerości i otwartości rekrutera (5%), przesyłania ofert dopasowanych do kandydata w oparciu o wiedzę o nim (4%) oraz dobry feedback z procesu rekrutacyjnego (2,8%) czy wsparcie kandydata/budowanie zaufania (2,2%).

➡ Jaki element budowania relacji z bazą kandydatów uważasz za najbardziej skuteczny?*



*Pytanie otwarte skategoryzowane. Dane w %. N=323

Duża liczba różnorodnych odpowiedzi sprawia, że nie ma „jedynej słusznej” formy budowania bazy kandydatów.

Bardzo wiele zależy od doświadczenia kandydatów i branży, w jakiej pracują.

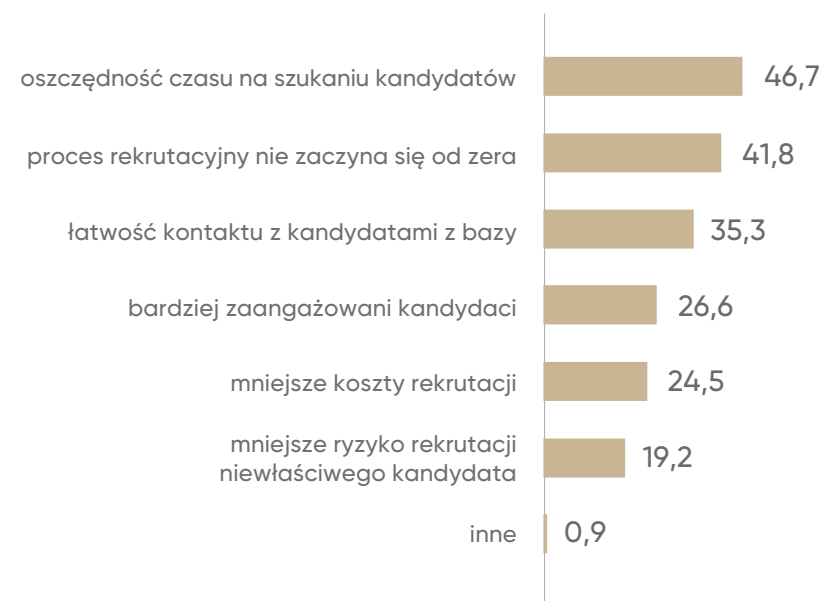
Młodsze pokolenie nie będzie dziwiła obecność rekrutera na Tik Toku czy Instagramie. Z kolei doświadczeni managerowie raczej oczekują indywidualnego podejścia, wartościowego contentu i tradycyjnych form komunikacji.

6. Zalety i wady budowania sieci kontaktów

Największe zalety budowania własnej bazy/sieci kandydatów to oszczędność czasu na szukaniu kandydatów (46,7%) oraz niezaczynanie procesu rekrutacyjnego od zera (41,8%).

Podnoszona jest też kwestia łatwości kontaktu z kandydatami z bazy (35,3%).

➡ Jakie widzisz największe zalety z budowania własnej bazy/sieci kandydatów? Wskaż max. 2 najważniejsze.*



*Możliwość wyboru maks. dwóch odpowiedzi. Dane w %. N=323

Dzięki metodzie talent pooling znacząco zmniejsza się konieczność korzystania z rozwiązań, które są najbardziej dla rekruterów czasochłonne i frustrujące.

Aktywna baza kandydatów pozwala w większym stopniu korzystać z metody poleceń.



„ Nie każdy czuje się na siłach i ma czas na to, by regularnie tworzyć content dla swojej sieci kontaktów.

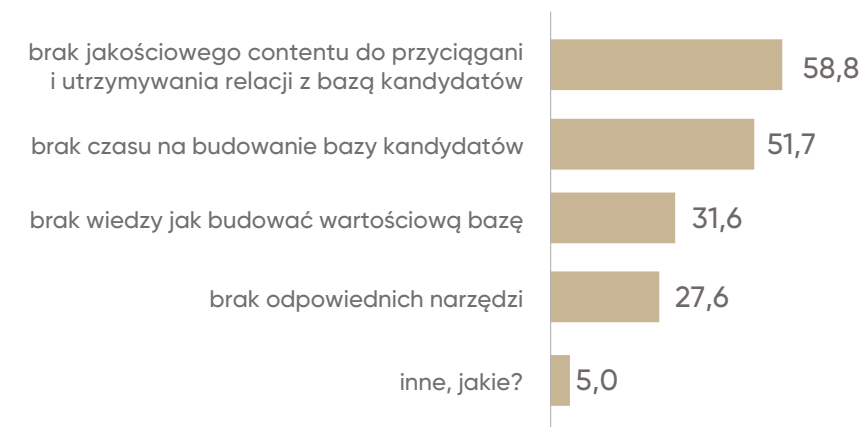
Warto poprosić dział marketingu o wsparcie w przygotowaniu planu komunikacji z kandydatami i contentu.

W Talent Place każdy rekruter może liczyć na pomoc w dobraniu odpowiednich treści na swoje media społecznościowe czy na blog firmowy.

PIOTR PAWŁOWSKI
MARKETING MANAGER

Największe bariery w budowaniu takiej bazy/sieci dotyczą braku jakościowego contentu do przyciągania i utrzymywania relacji z bazą kandydatów (58,8%) oraz braku czasu na budowanie samej bazy (51,7%).

➡ Jakie widzisz największe bariery z budowania własnej bazy/sieci kandydatów? Wskaż max. 2 najważniejsze.*



*Możliwość wyboru maks. dwóch odpowiedzi. Dane w %. N=323

7. Utrzymywanie relacji z kandydatami

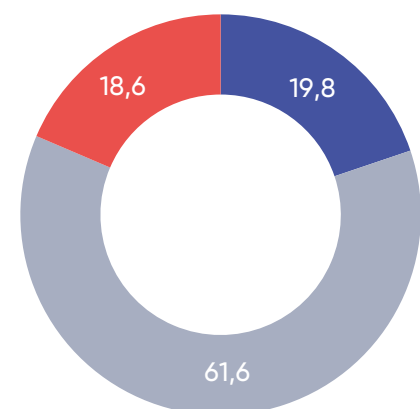
Temat budowania dobrych relacji i korzyści, jakie mogą mieć dla rekruterów od dawna pojawia się w artykułach HR.

Utrzymywanie kontaktu ze swoją siecią kandydatów jest zwykle sporadyczne (61,6%), tylko w przypadku co piątej osoby (19,8%) częste. Najczęściej kontakt ten przebiega za pośrednictwem Social Media (np. LinkedIn, Facebook) (72,6%), ale częsty jest także kontakt indywidualny (mail, telefon, spotkanie) (58,6%).

Nieco rzadszy sposób podtrzymywania kontaktu stanowi wysyłka informacji/ contentu (newsletter, mailingi) (19,4%). Najczęstszy zakres treści takiej wysyłki dotyczy ogłoszeń o pracę (52,9% spośród stosujących wysyłkę) oraz informacji z branży, w której pracują kandydaci (29,4% spośród stosujących wysyłkę).

Prawie co piąta osoba (18,6%) nie utrzymuje kontaktu ze swoją bazą/siecią kandydatów.

➡ Czy utrzymujesz kontakt ze swoją bazą/siecią kandydatów?

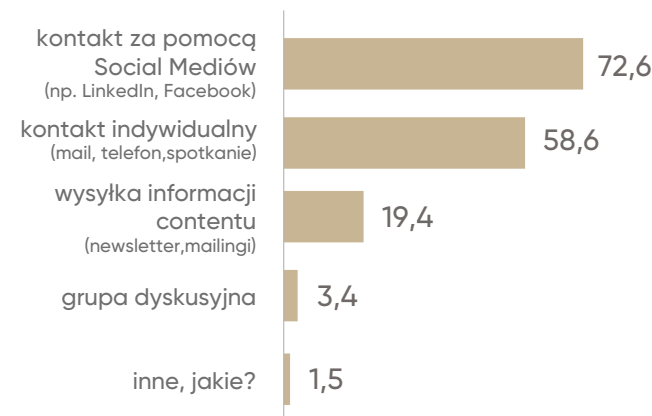


■ tak, często
■ tak, sporadycznie
■ nie

Dane w %. N=323

Rekruterzy najczęściej z kandydatami komunikują się za pomocą Social Mediów (72,6%) lub indywidualnie (58,6%)

➡ W jaki sposób utrzymujesz kontakt ze swoją bazą/siecią kandydatów?



*N=263 Odpowiadają osoby, które utrzymują co najmniej sporadyczny kontakt ze swoją siecią kandydatów. Możliwość wyboru wielu odpowiedzi. Dane w %. N=323

Kluczem do sukcesu w utrzymywaniu relacji z kandydatami jest autentyczność, systematyczność i praktyczność.

Po pierwsze trzeba zidentyfikować rodzaj contentu, informacji jakie chcą otrzymywać od nas kandydaci, następnie zadbać o to, aby dobrać narzędzia i formę, które będą dla nas najbardziej skuteczne i w których najlepiej się czujemy.

Ostatnim kluczowym elementem jest regularność, dzięki której relacje są podtrzymywane. Warto w tym obszarze dzielić się wiedzą z innymi rekruterami, dzięki czemu unikniemy wpadki, starając się nawiązać kontakty z kandydatami z mało dla siebie znanej branży.



„Kandydaci na LinkedIn otrzymują tygodniowo, a nawet dziennie po kilka różnych ofert. Wiele z nich jest niedopasowanych, co powoduje irytację i niechęć do całej branży HR.

W ramach talent poolingu baza kandydatów rozwijana jest świadomie, a relacje budowane długofalowo. Rekruter najlepiej zna motywacje zawodowe kandydatów ze swojej sieci.

Talent pooling pozwala na przesyłanie dopasowanych ofert kandydatom, których znamy.

KAROLINA OPACZYŃSKA
IT BUSINESS UNIT MANAGER

➡ Jakiego rodzaju contentem dzielisz się ze swoją bazą/siecią kandydatów?*



■ ogłoszeniami o pracę ■ informacjami z dziedziny HR
■ informacjami z branży, w której pracują kandydaci ■ innym contentem, jakim?

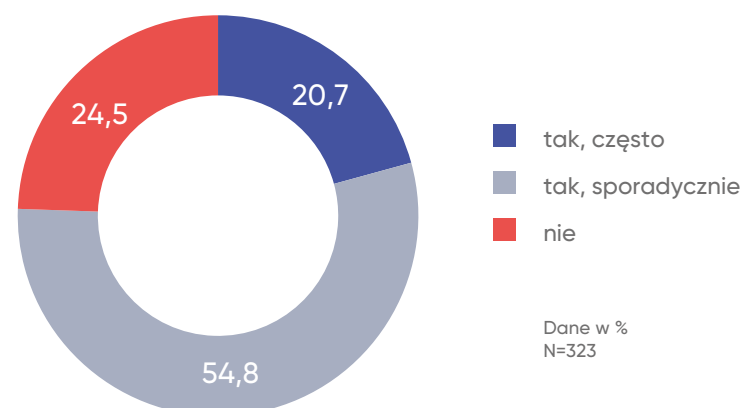
*Odpowiadają osoby, które wysyłają informacje/content do swojej sieci kandydatów. Dane w %. N=51

8. Polecanie kandydatów do procesów

Dzięki poleceniom rekruterzy zwiększają swoją skuteczność, ale też mogą więcej zarobić, jeśli działają w modelu prowizyjnym lub korzystają z firmowych programów poleceń.

Ponad połowa badanych sporadycznie poleca swoich kandydatów (54,1%). Regularnie lub często robi to 20,7%, zaś 24,5% nie rekomenduje wcale.

➡ Czy zdarzało Ci się polecać kandydatów ze swojej sieci kontaktów do innych firm, projektów?

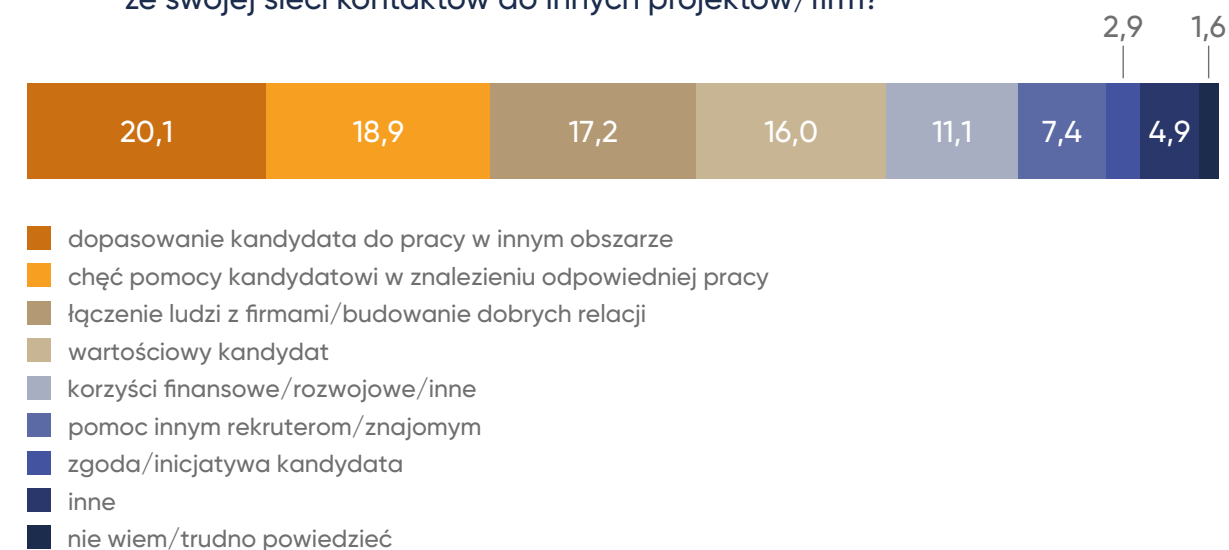


Jakie są najczęstsze powody, dla których rekruterzy decydują się polecać dalej swoich kandydatów?

Polecanie do innych projektów/firm wynika z dopasowania kandydata do pracy w innym obszarze (20,1%), chęci pomocy kandydatowi w znalezieniu odpowiedniej pracy (18,9%), chęci łączenia ludzi z firmami i budowania dobrych relacji (17,2%) oraz przeświadczenia o szczególnym potencjale kandydata (16%). Pewną rolę odgrywają także korzyści finansowe lub inne (11,1%) oraz chęć pomocy innym rekruterom bądź znajomym (7,4%).

W ramach talent poolingu rekruterzy polecają sprawdzonych kandydatów do własnych lub innych procesów rekrutacyjnych.

➡ Z jakich powodów decydujesz się na polecanie kandydatów ze swojej sieci kontaktów do innych projektów/firm?*



*Pytanie otwarte skategoryzowane. Odpowiadają osoby, którym zdarza się polecać kandydatów ze swojej sieci kontaktów do innych projektów/firm. Dane w %. N=244



W Talent Place zachęcamy do integracji, wymiany wiedzy i polecania kandydatów nie tylko w ramach naszej wewnętrznej społeczności.

Wierzmy, że rekruterzy z całej Polski mogą wspólnie wspierać się w prowadzonych projektach, wzajemnie polecać sobie kandydatów, służyć radą lub po prostu wspólnie cieszyć się z sukcesów.

ALEKSANDRA KUPIEC
HR & COMMUNITY MANAGER

9. Motywacja w polecaniu kandydatów

Zdaniem badanych, którzy nie polecają kandydatów ze swojej sieci kontaktów, zmiana takiego podejścia byłaby możliwa w przypadku dobrej znajomości innych ofert/firm (20,3%), zgody pracodawcy i stworzenia przestrzeni prawnej dla takiego postępowania (17,7%), korzyści (np. finansowych) (13,9%), dopasowania projektu do profilu kandydata lub wyrażonej prośby kandydata (11,4%), a także lepszej, opartej na zaufaniu współpracy z innymi firmami w obszarze rekrutacji (10,1%).

➡ Co musiałoby się wydarzyć, żebyś polecał swoich kandydatów do innych firm, projektów?*



- sieć kontaktów/dobra znajomość innych ofert lub firm
- zgoda pracodawcy/przestrzeń prawna (RODO, polityka lojalności)
- korzyści (np. wynagrodzenie) za polecenie
- dopasowanie projektu do profilu kandydata/prośba kandydata lub firmy
- lepsza, oparta na zaufaniu współpraca z innymi firmami w obszarze rekrutacji
- większa ilość czasu
- inne
- nie wiem/trudno powiedzieć

*Pytanie otwarte skategoryzowane. Odpowiadają osoby, które nie polecają kandydatów ze swojej sieci kontaktów do innych projektów/firm Dane w %. N=79

Według badania 38,1% rekruterów uważa, że kandydaci z polecenia są źródłem najbardziej wartościowych kandydatów.

Niewielu ankietowanych deklaruje, że często korzysta z poleceń jako formy pozyskiwania aplikacji.

Zgodnie z teorią, że „każdy kandydat jest w czyjejś bazie”, upowszechnienie pomiędzy rekruterami i firmami praktyki wzajemnego polecania sobie kandydatów, biorąc pod uwagę ich zgodę na udział w innych procesach, znacząco mogłyby spaść nakłady czasowe i finansowane zużywane na poszukiwanie odpowiedniego kandydata.

Co czwarta osoba (24,5%) przyznaje, że nie poleca kandydatów ze swojej sieci kontaktów



„Uważam, że warto polecać kandydatów innym rekruterom, gdyż to bardzo ułatwia proces, przyspiesza działania.

Nie musimy opierać się tylko na direct searchu jako głównym sposobie na pozyskanie kandydata.

Do najlepszych kandydatów, którzy są zmotywowani do zmiany pracy, możemy dotrzeć dzięki talent poolingowi jeszcze szybciej.

WIOLETTA PARCIAK
IT RECRUITER

„Dla mnie polecanie jest poszerzeniem możliwości zarobkowych – trochę taką dywersyfikacją portfela.

Po drugiej stronie jest człowiek, który szuka pracy. Jeśli ja bezpośrednio nie mogę mu pomóc, a widzę, że są inni rekruterzy, którzy prowadzą procesy, do których kandydat by pasował, to prosta sprawa, że warto polecić. A jeśli wiąże się z tym dodatkowe wynagrodzenie to satysfakcja jest podwójna.

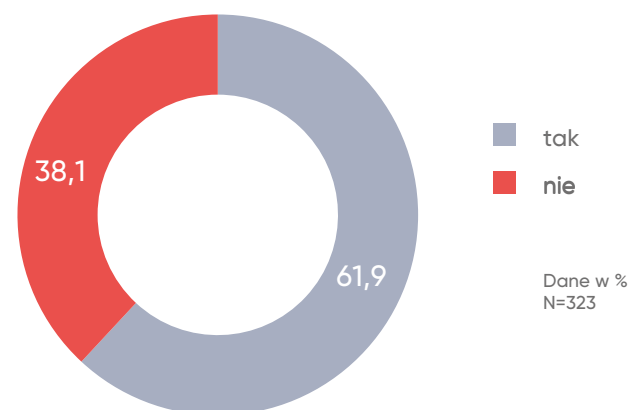
MONIKA FILUS
TALENT RECRUITER



10. Talent pooling w rekrutacji

Większość badanych (61,8%) zna pojęcie talent poolingu.

➡ Czy znasz pojęcie talent poolingu w rekrutacji?



Koncepcja talent poolingu zyskuje na popularności wśród polskich rekruterów.



W rekrutacji na znaczeniu zyska współpraca pomiędzy rekruterami, relacje z kandydatami i wykorzystywanie zasobów, które eksperci HR przez lata budowali i rozwijali.

W myśl teorii, że kandydat zawsze jest „w czyjejś bazie”, będzie rosnąć na znaczeniu praktyka dzielenia się kandydatami w ramach różnych procesów, dzięki czemu czas rekruterów spędzonych na sourcingu ulegnie skróceniu na rzecz budowania sieci kontaktów i relacji.

MARTA GARUS
HEAD OF DELIVERY

Rynek pracy zmierza w kierunku automatyzacji i zoptymalizowanych rozwiązań, które pozwolą odzyskać czas. W Talent Place wierzymy w nowe podejście do procesów rekrutacyjnych, gdzie zamiast za każdym razem powtarzać te same, żmudne czynności, rekruterzy rozpoczynają od poszukiwań kandydatów w obrębie swojego talent pool.

Promujemy innowacyjne spojrzenie na procesy rekrutacyjne i wierzymy, że najlepsi kandydaci pochodzą z rekomendacji.

PRZEMYSŁAW KADULA
CEO TALENT PLACE



W przyszłości na znaczeniu zyska współpraca pomiędzy rekruterami, relacje z kandydatami i wykorzystywanie zasobów, które eksperci HR przez lata budowali i rozwijali, aby korzystać z nich długofalowo.

Mądra praca ze swoją siecią kontaktów, w tym TALENT POOLING, staną się ważnymi metodami w skutecznym i szybkim docieraniu do pasywnych kandydatów na rynku pracy.

Zwiększenie popularności budowy aktywnej bazy kandydatów przez rekruterów oraz stworzenie mechanizmów formalnych i praktycznych do wzajemnego polecenia sobie kandydatów może w dużym stopniu zmienić rynek rekrutacji. Rekruterzy nie musieliby tracić czasu na pisanie do tych samych kandydatów, a kandydaci zyskaliby partnera w rekrutacji, który dopasowuje jego wymagania do aktualnych na rynku ofert, dzięki czemu również kandydaci nie tracą czasu na poszukiwania odpowiedniej dla siebie pracy.



WNIOSKI

Nasze badania wskazują, że wśród polskich rekruterów pojawia się chęć korzystania z rozwiązań, które oszczędzą czas, pozwolą usprawnić prowadzenie procesów rekrutacyjnych i pozyskanie najlepszych kandydatów na rynku.

Co drugi ankietowany rekruter (49,9%) deklaruje, że źródłem najlepszych kandydatów są polecenia i własna baza kandydatów, jednak z tych metod rekrutacji korzysta zaledwie 10,9% badanych.

Największe bariery w budowaniu takiej bazy/sieci dotyczą braku jakościowego contentu do przyciągania i utrzymywania relacji z bazą kandydatów (58,8%) oraz braku czasu na budowanie samej bazy (51,7%).

Ponad połowa badanych sporadycznie poleca swoich kandydatów (54,1%). Regularnie lub często robi to 20,7%, zaś 24,5% nie rekomenduje wcale. Co czwarta osoba (24,5%) przyznaje, że nie poleca kandydatów ze swojej sieci kontaktów. Zdaniem tych badanych zmiana takiego podejścia byłaby możliwa w przypadku dobrej znajomości innych ofert/firm (20,3%), zgody pracodawcy i stworzenia przestrzeni prawnej dla takiego postępowania (17,7%), korzyści (np. finansowych) (13,9%), dopasowania projektu do profilu kandydata lub wyraźnej prośby kandydata (11,4%), a także lepszej, opartej na zaufaniu współpracy z innymi firmami w obszarze rekrutacji (10,1%).

Większość rekruterów nowe osoby do swojej sieci kontaktów dodaje spontanicznie, przy okazji realizowanych projektów (76,2%). Tylko 17,3% robi to według ustalonej strategii, a 5,6% korzysta podczas tego procesu z wewnętrznych baz firmowych.

Utrzymywanie kontaktu ze swoją siecią kandydatów jest zwykle sporadyczne (61,6%), tylko w przypadku co piątej osoby (19,8%) częste. Najczęściej kontakt ten przebiega za pośrednictwem Social Media (np. LinkedIn, Facebook) (72,6%), ale częsty jest także kontakt indywidualny (mail, telefon, spotkanie) (58,6%).

Największe zalety budowania własnej bazy/sieci kandydatów to oszczędność czasu na szukaniu kandydatów (46,7%) oraz niezaczynanie procesu rekrutacyjnego od zera (41,8%). Podnoszona jest też kwestia łatwości kontaktu z kandydatami z bazy (35,3%).

Chociaż direct search nadal pozostaje najpopularniejszą metodą pozyskiwania kandydatów, pojęcie talent poolingu zyskuje na popularności, a świadomość, że warto budować długotrwałe relacje z kandydatami, rośnie.

Polscy rekruterzy przekonują się, że warto korzystać z aktywa budowanego przez lata pracy i dzięki temu zamykać procesy szybciej i efektywniej.

Podsumowanie

Pomimo tego, że jak dotąd najpopularniejszą metodą pozostaje **direct search**, to polscy rekruterzy zauważają jej wady i trudności.

Sz szczególnie przy wymagających rolach proces sourcingu trwa długo i nie zawsze przynosi zamierzone efekty. Dlatego coraz częściej pojawia się pomysł polecania kandydatów ze swojej bazy kontaktów do własnych projektów lub procesów prowadzonych przez innych ekspertów HR. Idea talent poolingu staje się coraz popularniejsza.

Talent pooling ma trzy ważne filary – świadome budowanie bazy, utrzymywanie dobrych relacji i wreszcie polecanie kandydatów do procesów.

Wszystkie te elementy muszą ze sobą współgrać i tworzyć efekt synergii. Wtedy idea talent poolingu jest najskuteczniejsza.

talentplace

Talent Place to innowacyjna agencja rekrutacyjna działająca poprzez crowdstaffing.

Dzięki międzynarodowej społeczności ponad 200 ekspertów HR skutecznie łączymy kandydatów i pracodawców, aby w pełni wykorzystywali swój wzajemny potencjał.

Jesteśmy najlepszą firmą rekrutacyjną na świecie według serwisu Clutch.

kontakt@talentplace.pl

www.talentplace.pl

www.talentplace.pl/talent-pooling/





www.talentplace.pl

www.talentplace.pl/talent-pooling/