



Praca

**POZNAJ SWOJEGO
PRACOWNIKA**

KNOW HOW

2019



SPIIS TREŚCI

Wstęp	5
Praca na OLX	6
Rynek pracy dzisiaj	8
Metodyka badań	12
Wnioski z badań jakościowych	14
Administracja biurowa	19
Przedstawiciel handlowy	35
Obsługa klienta/call center	51
Produkcja	69
Kierowca/kurier	83
Kasjer/ekspedient	97
KNOW HOW w liczbach	110
Inspiracje HR	
• Spójrz inaczej na rynek pracy. Obalamy stereotypy	122
• Dlaczego warto wyprzedzać potrzeby kandydatów oraz pracowników	126
• Jakim ogłoszeniem o pracę przekonasz do siebie kandydata	130
• Przedziały zarobków w ogłoszeniach o pracę	134
Partnerzy	138





Jako zespół OLX Praca przyglądamy się naszemu serwisowi zarówno z perspektywy pracodawcy – wciąż powiększamy nasz zespół – jak i z perspektywy pracowników. Sami mamy różnorodne doświadczenia zawodowe – szukaliśmy kiedyś pracy i być może jeszcze do tego procesu wrócimy.

Mimo że łączenie tych dwóch spojrzeń nie jest proste, a sami reprezentujemy wiele kategorii zawodowych i mamy różne preferencje, odnajdujemy jedną wspólną potrzebę. Chcemy tworzyć miejsce pracy, które daje nam poczucie bezpieczeństwa (umowa o pracę, godne zarobki, szacunek i wsparcie przełożonych), i w którym możemy się realizować (zadania zgodne z naszymi kompetencjami, przejrzysty system pracy, możliwość rozwoju). Pragniemy się angażować i wierzyć w sens wykonywanych zadań.

Zdaje się, że to nam się udaje. I właśnie dlatego chcielibyśmy, żeby udało się to także naszym klientom. Wizja porozumienia pracodawcy z pracownikiem – ich owocnej współpracy – skłoniła nas do przygotowania tego raportu. Pragniemy wzmocnić nić porozumienia pomiędzy dwoma grupami zawodowymi mającymi odmienne cele, ale ostatecznie spotykającymi się we wspólnej wizji efektywnych działań.

W raporcie staramy się wyjaśnić potrzeby osób poszukujących pracy lub przyglądających się rynkowi. W dobie niskiego bezrobocia poszukiwanie pracy jest procesem ciągłym, co utrudnia funkcjonowanie niektórym firmom, dając innym przedsiębiorstwom szansę na zbudowanie lepszego zespołu. Ale żeby zbudować dobry zespół, trzeba odpowiedzieć na zmieniające się potrzeby pracowników i rynku. Wiemy, że to nie jest łatwe. Być może dlatego, że na zmiany rynku nie mamy bezpośredniego wpływu, a część pracowniczych potrzeb po prostu nigdy nie zostaje uświadomiona i wypowiedziana wprost.

„Na OLX można wszystko”

Na OLX pracy szuka ponad 3 mln osób miesięcznie. Poza kategorią Praca użytkownicy przeglądają także inne kategorie – szukają mebli, mieszkania, samochodu, wystawiają przedmioty, które nie są im już potrzebne. Tworzą sprawny system wymiany rzeczy i doświadczeń. Przyglądając się skali, jesteśmy przekonani, że stwierdzenie „miliony Polaków żyją na OLX” nie będzie nadużyciem.

„Na OLX można wszystko” – słyszymy od naszych użytkowników i staramy się, żeby to „wszystko” się nie zmieniło, albo żeby zmieniało się wyjątkowo na lepsze.

Mnogość kategorii na OLX pozwala nam budować wyjątkową skalę, z której każdego dnia mogą korzystać nasi pracodawcy. Różnorodność kategorii to jednocześnie różnorodność naszych użytkowników, czyli ludzkich preferencji i potrzeb. Postanowiliśmy przyrzeć się temu bliżej, bardziej szczegółowo. A efektem tych działań jest raport „Poznaj swojego pracownika”.

Raport – perspektywa

Po przyjrzeniu się kategoriom na OLX postanowiliśmy wybrać 6 grup zawodowych z naszych dwóch największych segmentów – pracowników fizycznych oraz pracowników usług i specjalistów. Z pierwszego segmentu wybraliśmy największe podkategorie Pracy, czyli Kierowca/kurier, Kasjer/ekspedient i Produkcja. Natomiast interesujące ze względu na duży potencjał wydały nam się kategorie: Przedstawiciel handlowy, Administracja biurowa i Obsługa klienta/call center.

Razem z zespołem badawczym – grupą Very Human Services oraz Instytutem Badań Edukacyjnych – przygotowaliśmy badania jakościowe i ilościowe, które miały nam pomóc lepiej zrozumieć wybrane grupy zawodowe. Zaprojektowaliśmy 6 warsztatów kreatywnych, w których udział wzięło 77 osób związanych bezpośrednio z poszukiwaniem pracy w konkretnych, wspomnianych wyżej kategoriach. Sięganie poza strefę deklaratywną okazało się sposobem na dotarcie do prawdziwych potrzeb, pozwoliło na bardziej dokładne przyjrzenie się preferencjom i wyborom pracowników. Badania ilościowe, przeprowadzone na grupie ponad 3 tys. osób poszukujących pracy w wybranych kategoriach, pozwoliły nam natomiast przyjrzeć się całości z nieco szerszej perspektywy.

W raporcie znalazła się głęboka analiza wybranych grup zawodowych – ich indywidualne ujęcie w kontekście rynku pracy oraz serwisu OLX. Analiza szerokiego spektrum potrzeb, wykraczającego poza preferencje stricte zawodowe, pozwoliła nam stworzyć profile ludzi poszukujących pracy. Sposób myślenia pracowników zestawiliśmy z perspektywą pracodawców, z ich wiedzą oraz opinią na temat branży i rynku, uzupełniając wynikami badań ilościowych.

Mamy nadzieję, że ta perspektywa umożliwi pracodawcom odnalezienie informacji, które przyczynią się do bardziej efektywnej rekrutacji – od tworzenia i publikacji ogłoszenia o pracę, przez kolejne etapy rozmów rekrutacyjnych, aż po owocną, wieloletnią współpracę z pracownikami.

ŻYCZYMY OWOCNEJ LEKTURY, ZESPÓŁ OLX PRACA

PRACA NA OLX

OLX to najpopularniejszy serwis ogłoszeniowy w Polsce, z którego miesięcznie korzysta ponad 13 mln Polaków¹. Jedną z kluczowych kategorii na OLX jest Praca, która odnotowuje największy zasięg wśród serwisów z ogłoszeniami o pracę w kraju – w październiku 2018 roku pracy na OLX szukało ponad 3,2 mln² internautów.



W kategorii Praca aktywnych jest
miesięcznie średnio

100 000
OGŁOSZEŃ

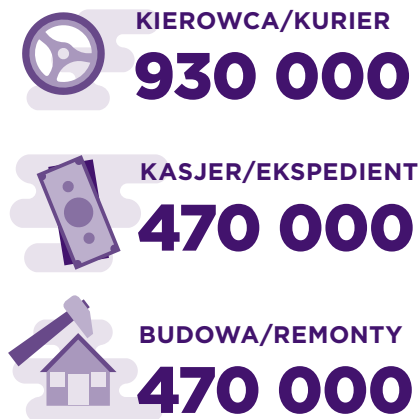
z czego aż

61%
TO NOWO DODANE
OGŁOSZENIA

Najwięcej ogłoszeń o pracę³



Najwięcej odpowiedzi na ogłoszenia o pracę⁴



Niewątpliwie najwięcej
aplikacji otrzymują
ogłoszenia z podanymi
widetkami zarobków
nawet do

48%
WIĘCEJ

Użytkownicy szukający pracy na OLX aplikują
na ogłoszenia ponad

6 000 000
RAZY W MIESIĄCU

To średnio aż 200 tys. aplikacji dziennie trafiających do naszych
pracodawców, czyli ponad 2 w ciągu sekundy!

Średnia liczba odpowiedzi na ogłoszenie
w miesiącu to 68.
37% z nich wysyłanych jest w pierwszym
dniu od publikacji, kiedy to ogłoszenie
znajduje się na górze listy.

Po 2 dniach

44%

po 3 dniach

49%

po 7 dniach

65%

0 20 40 60 80 100 [%]

Warto pamiętać, że odświeżenie
ogłoszenia przenosi je na górę listy
ogłoszeń, co zwiększa szansę na uzyskanie
większej liczby odpowiedzi.

**UŻYTKOWNICY OLX SĄ OTWARCI
NA PRACĘ W WIELU BRANŻACH
I ZWYKLE POSZUKUJĄ PRACY
W WIĘCEJ NIŻ JEDNEJ KATEGORII.**

67% szukających pracy w kategorii HR,
65% szukających w kategorii Finanse
oraz 51% szukających w kategorii
Obsługa klienta/call center odpowiada-
dało na ogłoszenia także w kategorii
Administracja biurowa.
60% osób szukających pracy w katego-
rii Hotelarstwo odpowiadało również
na ogłoszenia w kategorii Kasjer/ekspe-
dient, a 52% w kategorii Gastronomia.

Grupy zawodowe najbardziej skłonne
do poszukiwania pracy w innych
kategoriach to użytkownicy kategorii
**HOTELARSTWO, HR,
PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY,
OCHRONA.**

Natomiast grupy najmniej skłonne
do poszukiwań w innych kategoriach
to poszukujący pracy głównie
w kategoriach
**KIEROWCA/KURIER, BUDOWA/
REMONTY, PRACA ZA GRANICĄ.**

Użytkownicy OLX Praca szukają na portalu
nie tylko pracy, są bardzo aktywną grupą
na OLX w ogóle. Kategorie, w których naj-
częściej udzielają odpowiedzi, to:



20%
DOM I OGRÓD



19%
MODA



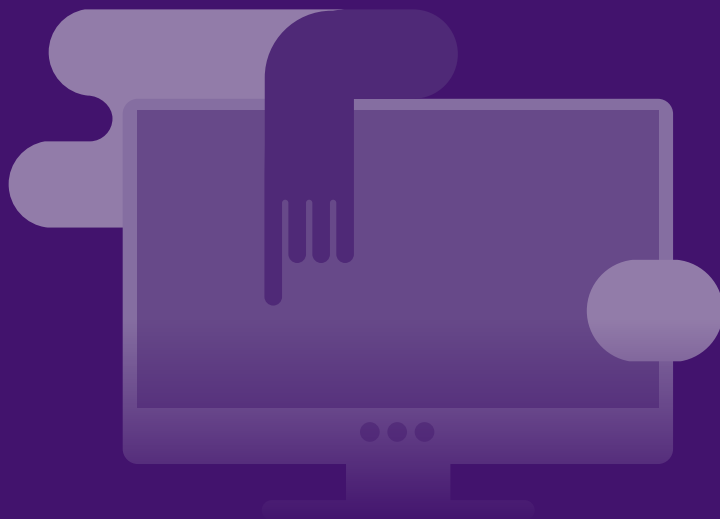
19%
ELEKTRONIKA

¹ W październiku 2018 serwis OLX odwiedziło 13 513 902
internautów (dane PBI Gemius, wszystkie urządzenia).

² Dane PBI Gemius, październik 2018, wszystkie urządzenia.

³ 3 największe kategorie z ogłoszeniami o pracę wg liczby
aktywnych ogłoszeń. Dane OLX, październik 2018.

⁴ 3 największe kategorie z ogłoszeniami o pracę wg liczby
otrzymywanych odpowiedzi. Dane OLX, październik 2018.



RYNEK PRACY

DZISIAJ

Bezrobocie systematycznie spada. Aktualnie mówi się o 5-procentowej stopie bezrobocia. Najnowsze dane przygotowane przez Główny Urząd Statystyczny wskazują na to, że w drugim kwartale 2018 roku, a konkretnie w czerwcu, bezrobocie wyniosło 5,9%. Mowa o oficjalnych danych, dotyczących osób zarejestrowanych w urzędach pracy, co oznacza, że realna stopa jest jeszcze niższa.



konsekwencje tej sytuacji odczuwa większość przedsiębiorców. Oczywiście poziom problemu zależy od branży, regionu i stanowiska, na które poszukiwany jest pracownik. Faktem jednak jest, że większość firm boryka się z problemami wynikającymi z braku personelu. Pracownicy z kolei korzystają z panującej hossy. Wielu pracodawców zastanawia się, jak rozwiązać problem braku osób na konkretne stanowiska. Jednak, żeby przejść do tego etapu, należy jasno wyartykułować, jakie konsekwencje wynikają dla przedsiębiorców z aktualnej sytuacji na rynku.

Rotacja wśród pracowników

Wielu pracowników, korzystając z dobrego momentu na rynku, zmieniło, zmienia bądź planuje zmienić pracę. Niskie bezrobocie daje komfort umożliwiający podjęcie ryzyka, dzięki czemu większa liczba osób decyduje się na poprawę swojej sytuacji poprzez zmianę firmy. Argumentem przemawiającym za tym krokiem jest możliwość otrzymania wyższego wynagrodzenia. Zazwyczaj dużo większego, niż zatrudnieni mieliby szansę otrzymać w aktualnej firmie. Badania przeprowadzone przez Sedlak&Sedlak¹ dowodzą jednak, że częsta zmiana zatrudnienia nie opłaca się. Osoby zmieniające pracę częściej niż co dwa lata w ostatecznym rozrachunku mają niższe wynagrodzenie niż pracownicy, którzy rzadziej decydują się na opuszczenie pracodawcy. Co ciekawe, podobne wyniki można zaobserwować zarówno w tak dynamicznej branży jak IT, jak i w sektorze publicznym.

Pracownicy zmieniają pracę częściej niż jeszcze parę lat temu, ale są również bardziej mobilni. Dla pracodawców jest to szansa na znalezienie pracownika poza najbliższym regionem. Szczególnie młode osoby chętnie decydują się na zmianę miejsca zamieszkania. Oczywiście warunek jest jeden – musi im się to opłacać. Dlatego pracodawcy, poza oferowaniem atrakcyjnych wynagrodzeń, starają się wspierać nowych pracowników w przeprowadzce, czasem nawet opłacają związane z nią koszty bądź organizują mieszkanie. Metody są różne – liczy się skuteczność.

Wzrost kosztów związanych z procesami rekrutacyjnymi

Na rynku pojawiły się liczne firmy, które mogą udzielić przedsiębiorcom wsparcia w ramach prowadzenia profesjonalnej rekrutacji. Biorąc pod uwagę aktualną sytuację rynkową, mogą one dyktować coraz korzystniejsze dla siebie warunki współpracy z klientami, a mimo to, niestety, nie zawsze gwarantować spodziewaną jakość.

W związku z brakiem wykwalifikowanych pracowników rekrutacje bywają dłuższe, bardziej pracochłonne i kosztowne. Nie wystarczy już napisać dobre ogłoszenie, trzeba przeprowadzić rekrutację dostosowaną do potrzeb pracowników na danym stanowisku. Najlepiej, by była intrygująca, bardzo dobrze przygotowana merytorycznie i wykorzystywała kanały, którymi najłatwiej dotrzeć do danej grupy docelowej.



Pracownicy zmieniają pracę częściej niż jeszcze parę lat temu, ale są również bardziej mobilni. Dla pracodawców jest to szansa na znalezienie pracownika poza najbliższym regionem.

¹ <https://rynekpracy.pl/artykuly/jak-czesto-oplaca-sie-zmienic-prace>



Coraz większa liczba firm decyduje się na samodzielne przeszkolenie pracowników. Często zatrudniają osoby bez niezbędnej wiedzy i wysyłają je na kursy. Takie rozwiązanie ułatwiają fundusze unijne, w ramach których mogą otrzymać wsparcie w ich finansowaniu.

Brzmi to trochę jak kampania marketingowa i warto na to spojrzeć w ten sposób. Każda rekrutacja powinna być traktowana jak nowa kampania, która ma zapewnić jak najszybsze uzyskanie aplikacji od odpowiedniego kandydata. W związku z tym, że sam koszt rekrutacji wzrasta, każda firma powinna starać się minimalizować liczbę wpadek, a tych zdarza się sporo – błędne wymagania w ogłoszeniu, brak informacji interesujących kandydatów, brak kontaktu z osobami aplikującymi, nieprofesjonalna rozmowa rekrutacyjna czy brak informacji zwrotnej. Oczywiście można by ich wymienić jeszcze więcej. Wniosek jest taki – skoro jest drożej, trzeba starać się działać lepiej i mniej sztańpowo.

Zmiana relacji pracownik-pracodawca

Coraz większa liczba pracodawców świadomie i chętnie zmienia zarówno środowisko pracy, jak i relacje z pracownikami. Dzięki temu często słychać o innowacyjnych rozwiązaniach wprowadzanych w firmach, zaskakujących systemach motywacyjnych, kulturach organizacyjnych tworzonych na kształt takich firm jak Google. Ci pracodawcy, którzy są niechętni wprowadzaniu takich zmian, niedługo przestaną mieć wybór (jeśli chcą walczyć z konkurencją o pracowników).

Wprowadzenie nowych rozwiązań wymuszają również pojawiający się na rynku nowi pracownicy. Millenials (osoby urodzone w latach 80. i 90. XX wieku) oczekują możliwości oddzielenia życia prywatnego od pracy, ale także szansy na rozwijanie swoich pasji. Dlatego te elementy, które jeszcze niedawno były traktowane jako czynniki motywacyjne dla pracowników, w wielu przypadkach straciły znaczenie. Zdarza się, że pracodawcy mają problem ze współpracą z najmłodszymi pracownikami i uznają ich za leniwych i nieojojalnych. W większości przypadków jest to jednak kwestia braku zrozumienia.

Spadek liczby fachowców

Likwidacja szkół zawodowych, wyjazd specjalistów za granicę, niż demograficzny, niechęć młodych osób do pracy na stanowiskach fachowych – to czynniki, które spowodowały brak ekspertów. Pracodawcy w związku z tym musieli wziąć sprawy w swoje ręce. Coraz większa liczba firm decyduje się na samodzielne przeszkolenie pracowników. Często zatrudniają osoby nieposiadające niezbędnej wiedzy i wysyłają je na kursy. Takie rozwiązanie ułatwiają fundusze unijne, w ramach których można otrzymać wsparcie finansowe. Nie zmienia to jednak faktu, że samo szkolenie jest niewystarczające, a pracodawca musi poświęcić kolejne kilka miesięcy na wdrożenie pracownika w jego obowiązki i umożliwić mu pracę pod okiem eksperta.

Ciekawym rozwiązaniem są również klasy techniczne przygotowujące uczniów do pracy w danym przedsiębiorstwie (które ma podpisaną umowę ze szkołą), czyli tak zwane klasy patronackie. Problem braku kadr nie dotyczy jedynie fachowców. Sytuacja wygląda podobnie choćby w branży IT. Przedsiębiorstwa podejmują współpracę z uczelniami, chcąc dotrzeć do jak największej liczby potencjalnych pracowników. Lista zawodów, w których pojawiają się braki, cały czas rośnie. Skutki nieco minimalizują pracownicy zagraniczni, którzy decydują się na przyjazd do naszego kraju. Pochodzą głównie z Ukrainy, ale nie tylko. Co ciekawe, Główny Urząd Statystyczny prezentuje dane, które dowodzą, że wśród osób z zasadniczym wykształceniem bezrobocie jest wyższe (4,7%) niż w przypadku osób z wykształceniem wyższym (2,4%)². Przyczyn tej sytuacji jest na pewno kilka. Być może pracodawcy mają po prostu problemy z dotarciem do tej grupy docelowej i zachęceniem jej do podjęcia

² http://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5982/7/43/1/ws_07_2018__06_miroslaw_szreder__wyksztalcenie_a_problemy_ryнку_pracy.pdf

współpracy? A być może wynika to z częstszego decydowania się przez osoby z wykształceniem zasadniczym na pracę w szarej strefie?

Wzrost kosztów związanych z utrzymaniem pracownika

Przedsiębiorstwa, z których pracownicy przechodzą do konkurencji, często nie mają wyboru – muszą zaproponować wyższe wynagrodzenie. Jest to jedyne rozwiązanie, żeby kontynuować współpracę i być w stanie dostarczyć swoim klientom usługi na odpowiednim poziomie. Koszt pracowników to jednak nie tylko wynagrodzenie, a i ono systematycznie w ostatnich latach wzrasta. Firmy starają się zachęcić pracowników do kontynuowania współpracy poprzez proponowanie benefitów. Tutaj wyobraźnia pracodawców nie ma granic.

Do najpopularniejszych bonusów należą np. karty sportowe, opieka medyczna, dopłaty do szkoleń i studiów, szkolenia językowe. Zdarzają się również rozwiązania mniej oczywiste – nie-limitowane dni urlopowe, krótsze dni pracy, darmowy dowóz do pracy, możliwość pracy zdalnej. Oczywiście proponowane bonusy zależą od branży, grupy pracowniczej i finansów – zdarzają się bardzo kosztowne rozwiązania. Duże firmy i korporacje mogą pozwolić sobie na więcej w tym zakresie. Małe firmy niestety często nie mają możliwości konkurowania. Muszą w związku z tym starać się zapewniać innego rodzaju wsparcie dla pracowników i elastycznie podchodzić do potrzeb każdego z nich. Wbrew pozorom drobne elementy wpływają na to, że pracownicy często preferują pracę w mniejszych firmach niż w korporacjach.

Szybkie działania i samodzielne rozwiązywanie problemów

Pracodawcy muszą uciekać się do nowych rozwiązań – począwszy od ciekawych rekrutacji, np. w formie gier, przez nietypowe benefity,

aż po poszukiwanie pracowników poza lokalnym rynkiem pracy. Ostatniemu z elementów sprzyja wzrost mobilności pracowników, szczególnie młodych, oraz coraz większe zainteresowanie polskim rynkiem pracy wśród zagranicznych pracowników. Niewątpliwie jednak firmy są zmuszone do szybkiego działania, inaczej wyprzedzi je konkurencja. Dlatego w przypadku poszukiwania nowych sposobów rekrutacji sprawdzi się bardziej metoda prób i błędów niż powielanie wieloletnich praktyk, które często nie przemawiają zarówno do młodszego pokolenia, jak i doświadczonych pracowników, mających aktualnie bardzo komfortową sytuację na rynku.

Warto również pamiętać o spersonalizowaniu procesów. Każdy kandydat, niezależnie od doświadczenia i wiedzy, ceni sobie możliwość bezpośredniego kontaktu z rekruterem, zależy mu też na indywidualnym traktowaniu jego potrzeb. Jest to kolejne wyzwanie, jakie stoi przed specjalistami HR. Nie można się poddać rutynie i kontaktować z każdym potencjalnym pracownikiem w ten sam sposób. Niestety osoby, z którymi nawiążemy relacje, bardzo szybko zorientują się, że wykorzystujemy szablon. Często wysiłek włożony w kontakt z drugą stroną zwiększa efektywność rekrutera, gdyż działa tu reguła wzajemności. Większe zaangażowanie w relacje z kandydatem może skutkować tym, że będzie chciał się odwzajemnić i chętniej odpowie na wiadomości czy weźmie udział w spotkaniach.



Każdy kandydat, niezależnie od doświadczenia i wiedzy, ceni sobie możliwość bezpośredniego kontaktu z rekruterem, zależy mu też na indywidualnym traktowaniu jego potrzeb. Jest to kolejne wyzwanie, jakie stoi przed specjalistami HR.



METODYKA BADAŃ

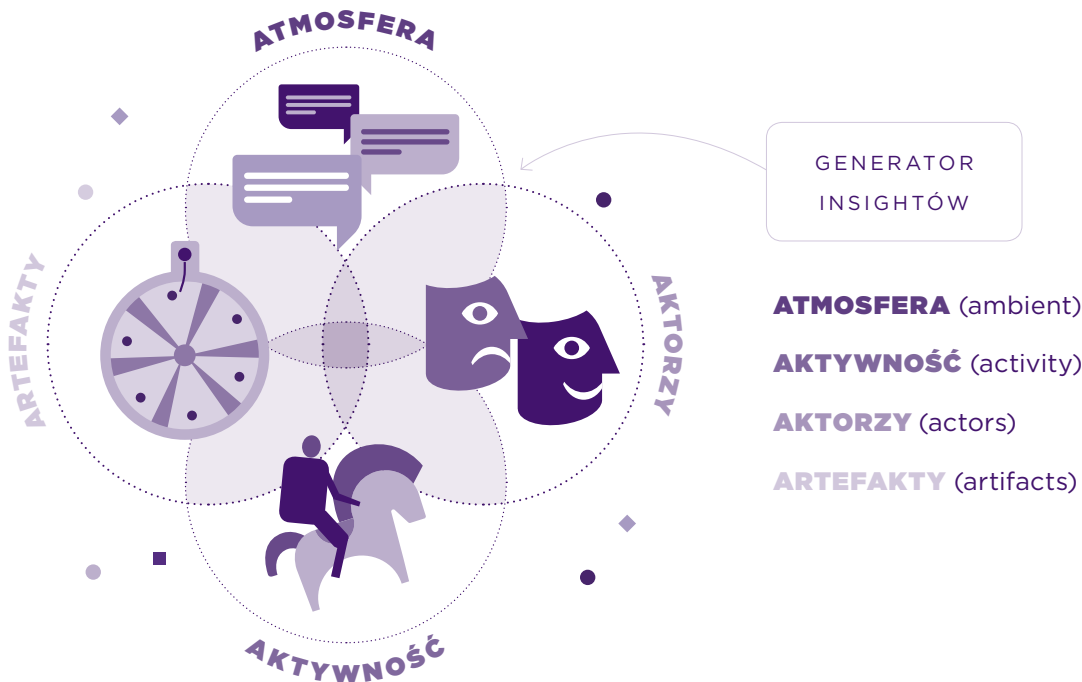
Przeprowadziliśmy badania pozwalające spojrzeć na zagadnienia szukania pracy, rekrutacji, wykonywania obowiązków przełożonego i współpracy w sposób bardziej pogłębiony. Umożliwiły nam one dotarcie do potrzeb, celów i aspiracji, które wpływają na satysfakcję, oczekiwania i motywację pracowników.

BADANIA JAKOŚCIOWE

Zależało nam, aby dostarczyć pracodawcom wnioski znacznie bardziej wartościowe niż stwierdzenie, że osoby szukające pracy zwracają uwagę na wysokość wynagrodzenia. Chcąc to osiągnąć, zdecydowaliśmy się zastosować metodykę badań wykraczającą poza tradycyjne techniki ilościowe (ankiety, kwestionariusze) i jakościowe (IDI, FGI). Opracowując badanie, zastosowaliśmy podejście human-centred design, które wywodzi się z projektowania usług i produktów. Takie rozwiązanie daje dwie korzyści. Pierwsza dotyczy uczestników badania. Zastosowane techniki badawcze są dla nich bardziej przyjazne, co pozwala wyjść poza wymiar deklaracyjny. Druga korzyść dotyczy odbiorców raportu. Wyniki badania nie pokazują statystyk, pozwalają natomiast spojrzeć na potrzeby, cele i aspiracje kandydatów do pracy nie przez pryzmat transakcji: ja (pracownik) daję czas i kompetencje – ty (pracodawca) dajesz miejsce, środki i narzędzia pracy oraz wynagrodzenie, ale przez pryzmat relacji i „doświadczenia pracy i pracowania”. Zastosowaliśmy autorskie narzędzia i techniki sprawdzone w niemal 100 praktycznych procesach o charakterze diagnostycznym i projektowym.

Zastosowane przez nas podejście zakładało wykorzystanie technik badawczych i generatywnych. Realizacja badania, które nazwaliśmy fokus warsztatowo-kreatywny (FWK), wymagała spełnienia kilku warunków wpisujących się w podejście 4A:

- Zapewnienie przyjaznej, akceptującej **atmosfery** współpracy, wymiany doświadczeń, opinii i odczuć było możliwe poprzez zastosowanie ćwiczeń i wykonywanie zadań zarówno indywidualnie, w parach, jak i w zespole.
- Utrzymanie **aktywności** i jej stymulowanie powiązane było z planem przebiegu FWK zakładającym następstwo zadań wymagające zróżnicowanego zakresu zaangażowania intelektualnego oraz interpersonalnego.
- Dobór **aktorów** wymaga właściwej rekrutacji. To trudne zadanie. Dokonując wyboru, musieliśmy modyfikować parametry rekrutacji dla każdej grupy, uwzględniając m.in. wiek, płeć, staż zawodowy ogółem oraz staż zawodowy w danej kategorii zawodowej.
- Udostępnienie uczestnikom odpowiednich **artefaktów** wymagało wprowadzenia modyfikacji w sposobie realizacji niektórych działań.



Uczestnicy realizowali zadania, korzystając zarówno z przygotowanych szablonów, grafik, klocek, jak i posługując się jedynie artykułami papiernymi (pisaki, kartki, klej, nożyczki).

Odpowiednia konfiguracja technik pozwoliła – poprzez ekspresję manualną i posługiwanie się symbolami, obrazami i przypisywaniem znaczeń – wywołać osobiste refleksje i zrozumieć motywacje, wartości, marzenia i emocje.

Metaforyzowanie za pomocą obiektów 3D inicjowało definiowanie pracy oraz związanych z nią obiektów, emocji i doświadczeń. Ułatwiło innym uczestnikom FWK zrozumienie, empatyzowanie i zadawanie pytań. Odwoływanie się do skojarzeń pozwoliło identyfikować schematy myślowe, których skonkretyzowanie i zwerbalizowanie przy pytaniach bezpośrednich nie byłoby możliwe.

Poza samymi efektami realizacji zadań istotne dla nas były informacje zebrane w wyniku obserwacji interakcji między uczestnikami.

Badaliśmy kontekstowo i interaktywnie. W poszukiwaniu wzorców zrezygnowaliśmy z narzędzi analitycznych na rzecz technik storytellingowych. To pozwoliło nam spojrzeć na sytuację na rynku pracy i poszukiwanie pracy oczami uczestników FWK. Dotarliśmy do potrzeb (insightów) pracowników i kandydatów, których zaspokojenie umożliwia budowanie wartościowych rozwiązań w obszarze pozyskiwania nowych pracowników oraz budowania lojalności i motywacji obecnych.

BADANIE ILOŚCIOWE

Badanie ilościowe było finalnym krokiem zaplanowanego przez nas procesu badawczego. O ile badanie jakościowe pozwoliło nam dotrzeć do głęboko ukrytych ludzkich potrzeb i motywacji związanych z poszukiwaniem pracy, o tyle badanie ilościowe pomogło nam zmierzyć ich zasięg wśród przedstawicieli różnych zawodów. Dzięki niemu byliśmy w stanie opisać za pomocą liczb, kim jest i czego potrzebuje osoba poszukująca pracy w konkretnej kategorii zawodowej.

Dane, którymi dzielimy się w raporcie, zostały zebrane za pośrednictwem ankiety online. Pozwoliło nam to zadać pytania osobom poszukującym pracy w konkretnej kategorii zawodowej w danym momencie. Przygotowana przez nas anketa wyświetlała się użytkownikom serwisu OLX przeglądającym ogłoszenia w jednej z sześciu wybranych przez nas kategorii zawodowych. Po wyświetleniu ankiety prosiliśmy użytkowników o dodatkowe potwierdzenie, czy są rzeczywiście zainteresowani pracą w danym zawodzie i na danym stanowisku.

Uzyskane w badaniu wyniki są reprezentatywne dla osób poszukujących pracy za pośrednictwem serwisu OLX w wybranych przez nas kategoriach: Administracja biurowa, Obsługa klienta/call center, Kasjer/ekspedient, Kierowca/kurier, Produkcja i Przedstawiciel handlowy. W badaniu wzięty udział ponad 3000 użytkowników OLX, w tym minimum 300 osób z każdej z sześciu kategorii zawodowych. Badanie trwało dwa tygodnie i zostało przeprowadzone w październiku 2018 roku.



WYNIKI BADAŃ JAKOŚCIOWYCH

W naszych 6 warsztatach badawczych wzięło udział łącznie 77 użytkowników OLX reprezentujących 6 kategorii branżowo-zawodowych: kierowców, przedstawicieli handlowych, kasjerów bądź ekspedientów, pracowników produkcji, call center i administracji biurowej. Uczestnicy byli zróżnicowani pod względem wieku, płci, doświadczenia i zainteresowań.

Wnioski z badań

Celem badania było odkrycie, czego ludzie poszukujący zatrudnienia realnie oczekują od pracy i pracodawcy. Z jednej strony skupiliśmy się na dotarciu do głęboko ukrytych potrzeb i obaw. Z drugiej zaś szukaliśmy i odkrywaliśmy, co naprawdę motywuje ludzi, jakie są ich ambicje, do czego dążą. Zidentyfikowaliśmy przyczyny, nie ograniczając się do opisywania ich objawów. Nie koncentrowaliśmy się na aspektach oczywistych, np. wynagrodzeniu czy benefitach – te można znaleźć w wielu publikowanych raportach. Wnioski przedstawione w tym raporcie to eksperckie spojrzenie na zebrany materiał badawczy. Zaprezentowaliśmy perspektywę pracowników i kandydatów do pracy. Jesteśmy przekonani, że mogą stanowić one punkt wyjścia do poszukiwania oraz projektowania nowych rozwiązań w obszarze HR, czego efektem będą: sprawne i efektywne pozyskanie z rynku wartościowych pracowników oraz ich utrzymanie w firmie. Skupiliśmy się na trzech kluczowych potrzebach, które wyraźnie zaznaczyły się w każdej z sześciu kategorii i dlatego uznaliśmy, że warto je zaprezentować.

Potrzeba nr 1: Więcej normalności

W relacjach między pracodawcą (rozumianym jako firma, a nie osoba) a pracownikiem lub kandydatem do pracy, zidentyfikowaliśmy wyraźną lukę pomiędzy oczekiwaniami i potrzebami obu stron. Rozbieżności mają miejsce na różnych poziomach – począwszy od komunikacji już

na etapie pozyskiwania pracownika (o czym więcej w akapicie „Potrzeba nr 3: Więcej prawdy”), przez sposób budowania relacji na płaszczyźnie pracodawca-pracownik, aż po wartości firmy. Efektem tej luki jest poczucie wzajemnego niezrozumienia, które – pozostawione bez reakcji – może prowadzić do obustronnego rozczarowania.

W opiniach użytkowników OLX pracodawcy w procesie budowania relacji przeceniają znaczenie i wartość oferowanych przez siebie benefitów, takich jak świeża kawa czy „owocowe środy”. Tymczasem pracownicy większą wagę przywiązują do elementarnych potrzeb – przede wszystkim do szeroko rozumianej normalności. W kontekście pracy obejmuje ona: warunki i narzędzia, zasady współpracy, relacje międzyludzkie zarówno w układzie wertykalnym: przełożony-pracownik, jak i horyzontalnym: pracownik-pracownik.

- Oczekiwania dotyczące normalnych warunków i narzędzi pracy sprowadzają się do tego, by pracownicy mogli wykonywać ją fachowo w poczuciu bezpieczeństwa zdrowia i życia. W praktyce odnosi się bezpośrednio do m.in. sprawnych i odpowiednio wyposażonych aut, ochrony przed pyłem i hałasem oraz przerw zapewniających regenerację fizyczną i psychiczną.
- Zasady normalnej współpracy obejmują przede wszystkim: jasne, zrozumiałe i jednoznaczne sformułowanie zakresu zadań, określenie czasu pracy oraz jego rzetelne rozliczanie.



Pracownicy większą wagę przywiązują do elementarnych potrzeb – przede wszystkim do szeroko rozumianej normalności.

W kontekście pracy obejmuje ona: warunki i narzędzia, zasady współpracy, relacje międzyludzkie.



Dla przedstawicieli kategorii zawodowych, uczestniczących w warsztatach, „rynek pracy pracownika” to tylko slogan. Praca oparta o powtarzalne zadania oraz nastawienie firm na wydajność kosztową powodują, że relacje między funkcjami i pozycjami przyćmiewają znaczenie i wartość relacji między ludźmi.

- Głównym oczekiwaniem w zakresie normalnych relacji z pracodawcą/przełożonym jest okazywanie szacunku, wdzięczności i docenienie wysiłku wkładanego w pracę, rozumianego nie tylko w wymiarze finansowym, ale także jako liczenie się z opiniami, uwagami czy pomysłami pracownika. Normalne relacje ze współpracownikami to: wsparcie, wymiana wiedzy i doświadczeń oraz... współpraca właśnie – pojmowana jako „granie do jednej bramki”. Innym, ważnym wymiarem jest przejrzysta i sprawna komunikacja, która pozwala unikać błędów, pomyłek i konfliktów.

Wypełnienie luki między potrzebami kandydatów a tym, co oferują pracodawcy, wymaga dwóch podstawowych działań. Po pierwsze krytycznego spojrzenia na realia funkcjonowania firmy i odpowiedzi na pytanie: „Czy jesteśmy w stanie dotrzymać złożonej obietnicy?” (już na poziomie ogłoszenia o pracę). Zrozumiałe jest, że pracodawca chce pokazać się pracownikowi z jak najlepszej strony, jednak budowanie wizerunku w oparciu o deklaracje, które nie mają pokrycia, jest odczytywane jako nieuczciwe i w efekcie zniechęcające.

Drugim działaniem jest poznanie i zrozumienie, czego – poza oczywistymi deklaracjami dotyczącymi zarobków – rzeczywiście potrzebują kandydaci i pracownicy, z czym się borykają, jakie aspekty ich codziennej pracy należy poprawić. Zrozumienie ich jest niezbędne do zaproponowania odpowiednich rozwiązań, mogących polepszyć sytuację. Podniesienie atrakcyjności miejsca i stanowiska pracy powinno być dopiero kolejnym krokiem. Zdiagnozowane w badaniu potrzeby i cele – szacunek, uczciwość, sprawiedliwość, rozwój – mają charakter fundamentalny dla budowania pozytywnych relacji wewnątrz firmy.

Potrzeba nr 2: Więcej symetrii

W relacjach użytkowników OLX stosunki na linii pracodawca-pracownik i podwładny-przełożony w wielu obszarach funkcjonowania firm

przypominają próbę sił. Trudności ze wzajemnym zrozumieniem czy brak umiejętności zawierania kompromisów z pracownikami rodzą frustrację, zwłaszcza w obliczu medialnych doniesień o tzw. rynku pracy pracownika.

Dla przedstawicieli kategorii zawodowych, uczestniczących w warsztatach, „rynek pracy pracownika” to tylko slogan. Praca oparta o powtarzalne zadania oraz nastawienie firm na wydajność kosztową powodują, że relacje między funkcjami i pozycjami przyćmiewają znaczenie i wartość relacji między ludźmi.

Uczestnicy warsztatów wskazywali, że czasami czują się traktowani jak „dodatek” do samochodu, maszyny, telefonu, kasy czy produktu. W tym układzie pracownik ma poczucie, że jest tym elementem, który można najłatwiej wymienić lub jedynie kosztem obsługi narzędzi pracy. Jednocześnie badani są przekonani o tym, że firma opiera się głównie na pracownikach, ich zaangażowaniu i wkładzie pracy. Ten rozdźwięk między odczuciami a przekonaniami pracowników powoduje, że pracodawcy trudno czasem zdiagnozować, dlaczego podwładny ma niską motywację do pracy i z niej odchodzi. Uczestnicy badań wyraźnie oczekują sprawiedliwych warunków oraz wyjścia poza schemat: my-oni, pracodawca-pracownik, przełożony-podwładny, na rzecz wspólnotowości w działaniu dla dobra firmy i w interesie wszystkich stron. Co więcej, w świadomości pracowników tączy się to z potrzebą silnego przywództwa zapewniającego poczucie bezpieczeństwa. Właśnie na poczuciu bezpieczeństwa i stabilizacji oraz życzliwym i symetrycznym charakterze relacji z pracodawcą/przełożonym, buduje się satysfakcję z pracy. Jest ona dla pracowników kluczowym punktem odniesienia do oceny własnej sytuacji zawodowej, funkcjonowania firmy czy ewentualnych działań związanych ze zmianą miejsca pracy. Równie istotne były: poczucie sensu wykonywanych zadań, docenienie zaangażowania i wnoszonych pomysłów oraz możliwość rozwoju.

Potrzeba nr 3: Więcej prawdy

Doświadczenia użytkowników OLX w poszukiwaniu pracy i przeglądaniu ogłoszeń wskazują, że w większości przypadków ludzie oczekują poważnych ofert. Nie chodzi tu tylko o język, styl, konwencję ogłoszenia o pracę – te mogą być różne, w zależności od oczekiwań odbiorcy. Powaga oferty zawiera się w podejściu do relacji pracodawca-pracownik jak do wymiany, w której obie strony dostarczają to, co oferują – pracownik czas, kompetencje i zaangażowanie, pracodawca – uczciwe warunki pracy.

Postępując się metaforą wprowadzoną przez Ervinga Goffmana w publikacji „Człowiek w teatrze życia codziennego”, nagłówek ogłoszenia o pracę z punktu widzenia firmy można porównać do afiszu czy zaproszenia na casting. Treść ogłoszenia opisuje rolę, która ma być odgrywana (nazwa stanowiska), scenariusz (zakres zadań), scenografię i rekwizyty (warunki i wyposażenie), informację o gaży (wynagrodzenie) i o angażu (typ umowy). Gdy uda się opracować ogłoszenie przyciągające najlepszych kandydatów, krytycznym momentem staje się rozmowa rekrutacyjna. Obecnie stanowi ona etap selekcji – zarówno dla pracodawców, jak i kandydatów do pracy. Z zebranego materiału badawczego wynika, że kandydaci często rezygnowali z pracy w danej firmie właśnie ze względu na to, jak zostali potraktowani podczas rozmowy rekrutacyjnej, co zobaczyli i czego doświadczyli. Ten etap można nazwać zajrzeniem za kulisy.

W przypadku rozpoczęcia pracy można mówić o wejściu za kulisy i zetknięciu się z rzeczywistością, która – na co wskazują wyniki naszego badania – zmienia czasem teatr w cyrk. Okazuje się, że rola obejmuje kilka postaci, scenariusz zakłada odgrywanie scen kaskaderskich bez asekuracji, cała scenografia i wszystkie rekwizyty są namalowane, na gażę składa się praca biletera, a w angaż wpisane jest karmienie lwa.

Zrozumiałe jest, że kandydat starający się o pracę, na której mu zależy, chce eksponować swoje zalety i ukryć słabe strony. Oczywiście jest również, że firma, chcąc przyciągnąć możliwie najlepszych kandydatów, będzie w ogłoszeniu prezentować się z jak najlepszej strony. Tak, jak uczestnicy warsztatów kandydowali do firm i pracowali w przedsiębiorstwach, które nie dostarczały wielu opisywanych w ogłoszeniu korzyści, tak specjaliści z dziedziny HR mogliby podać wiele

przykładów kandydatów i pracowników, którzy – kontynuując przyjętą metaforę – wypadli dobrze na castingu, a później nie potrafili zapamiętać ani jednej linijki tekstu.

Wnioski z badania wskazują, że zmiana podejścia do poszukiwania, zatrudniania i utrzymywania pracownika, wymaga od wielu firm zarówno modyfikacji działań, jak i sposobu myślenia o pracy i potrzebach pracowników. Jednym ze sposobów na zaspokojenie wskazanych potrzeb (normalność, symetria, prawda) jest włączenie do działań z obszaru HR projektowania rozwiązań (human-centered design). Muszą one uwzględniać zrozumienie, kim jest kandydat, jakie ma potrzeby, czego oczekuje, do czego dąży i czego doświadcza na poszczególnych etapach kontaktu z firmą. Wypracowanie rozwiązań w oparciu o pozyskaną wiedzę powinno zakładać stworzenie multidyscyplinarnych zespołów, które znają i obsługują etapy pozyskiwania pracowników.





ADMINISTRACJA

B I

U



O W

A

ADMINISTRACJA

U

BI

R



A

WO

ADMINISTRACJA BIUROWA NA RYNKU PRACY

Pracownicy administracyjni i biurowi nie należą do kategorii najwyżej wynagradzanych grup zawodowych w Polsce. Według danych GUS przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto pracowników biurowych wynosi 3525 zł. W sektorze prywatnym jest to 3452 zł brutto, a w sektorze publicznym 3671 zł¹. Są to jednak wartości przeciętne, które obejmują szeroki zakres specjalistów – należy więc do nich podchodzić z odpowiednią ostrożnością.

Jednocześnie, jak zauważają pracownicy powiatowych urzędów pracy, „praca w biurze” to dla wielu osób nadal rodzaj „pracy marzeń”. O tego typu posady często ubiegają się absolwenci kierunków humanistycznych, traktując je jako dające poczucie bezpieczeństwa, choćby z uwagi na częste oferowanie umowy o pracę. Co więcej, często osoby z takim wykształceniem spełniają wymagania pracodawców, które są określone w sposób dość ogólny.

Zgodnie z analizami Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej na przestrzeni ostatnich 3 lat pracownicy administracyjni i biurowi przesunęli się jako grupa zawodowa z kategorii zawodów nadwyżkowych (zawody nadwyżkowe to takie, w których znalezienie pracy może być trudniejsze ze względu na niskie zapotrzebowanie i/lub nadmierną liczbę kandydatów) do kategorii zawodów zrównoważonych (zawody zrównoważone to takie, dla których liczba ofert jest zbliżona do liczby osób zdolnych do podjęcia zatrudnienia)². W 2018 roku w zdecydowanej większości województw pracownicy administracyjni i biurowi należeli do kategorii zawodów w równowadze. Tylko w województwach świętokrzyskim, zachodniopomorskim i małopolskim znalezienie pracy w tym zawodzie może być trudniejsze ze względu na niższe zainteresowanie pracodawców i/lub dużą liczbę kandydatów³.

Oczekiwania i mentalność pracowników administracyjnych i biurowych wyraźnie się zmieniają. Towarzyszą temu zmiany technologiczne, które umożliwiają nowe podejście do świadczenia pracy biurowej. Kluczowymi pojęciami, ogniskującymi zmiany oczekiwań osób pracujących

**W 2018 ROKU
W ZDECYDOWANEJ
WIĘKSZOŚCI WOJEWÓDZTW
PRACOWNICY
ADMINISTRACYJNI
I BIUROWI NALEŻELI
DO KATEGORII ZAWODÓW
W RÓWNOWADZE.**

w biurach, są z jednej strony możliwości, jakie dają nowe technologie, a z drugiej – elastyczność. Jest ona rozumiana zarówno jako elastyczny czas pracy, możliwość pracy zdalnej, ale również jako elastyczne środowisko i narzędzia, przy użyciu których praca jest wykonywana. W efekcie powstają nowe koncepcje organizacji pracy biurowej, również w wymiarze przestrzeni, w której przebywają pracownicy administracyjni i biurowi. Jednym z takich rozwiązań jest koncepcja Activity Based Working (ABW), zakładająca, że praca taka nie ma jednolitego charakteru, a raczej składają się na nią różne czynności, wykonywane przez pracowników biurowych indywidualnie lub zespołowo. W efekcie biuro stać ma się nie tyle miejscem do pracy, ile bardziej narzędziem do efektywnego zarządzania zespołem pracowników i wykorzystania ich potencjału. Biura mają więc służyć współpracy i interakcjom pomiędzy pracownikami⁴.

¹Źródło: Główny Urząd Statystyczny, „Struktura wynagrodzeń według zawodów w październiku 2016 r.”, 2018.

²Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie, „Barometr zawodów 2016”, „Barometr zawodów 2017”, „Barometr zawodów 2018”.

³Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie, „Barometr zawodów 2018”.

⁴Źródło: Hays, Kinnarps, Skanska, „Nie bój się Activity Based Working”, 2017.

ADMINISTRACJA BIUROWA NA OLX

Administracja biurowa to kategoria, w której pracy szukają osoby zainteresowane szeroko pojętą pracą biurową. Wybierają zwykle stanowiska specjalistyczne, takie jak asystent biura, asystentka zarządu, sekretarka, pracownik działu reklamacji, dyspozytor czy referent, a także stanowiska kierownicze, jak np. kierownik ds. koordynacji projektów.



Kategorię Administracja biurowa odwiedziło we wrześniu 2018 roku

920 000

**UNIKALNYCH
UŻYTKOWNIKÓW**

W kategorii Administracja biurowa od stycznia do października 2018 roku pojawiło się prawie

40 000

OGŁOSZEŃ O PRACĘ

które otrzymały niemal

3 000 000

ODPOWIEDZI

**czyli ponad 11 tys. odpowiedzi
dziennie!**



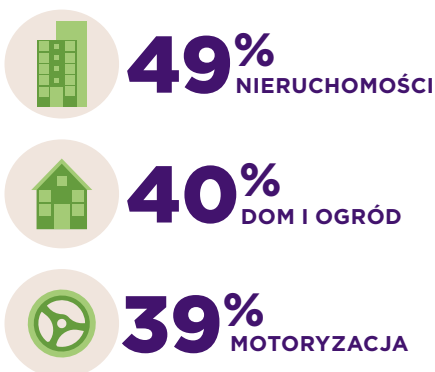
CZY WIESZ, ŻE...

Początek roku to dobry czas na pozyskiwanie pracowników z tego segmentu rynku pracy.

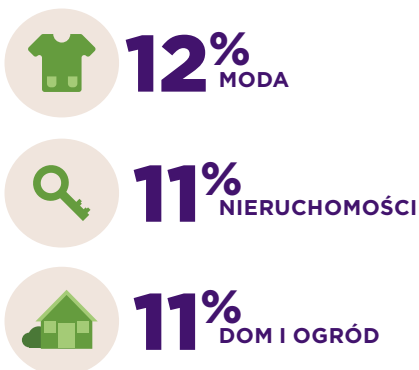
Zainteresowani pracą w kategorii Administracja biurowa rozważają zatrudnienie także w innych branżach. Przeglądają następujące kategorie:



Poza kategorią Praca na OLX przeglądają także:



Poza aplikowaniem na stanowiska w kategorii Praca najczęściej odpowiadają na ogłoszenia w kategoriach:



Średnia liczba odpowiedzi na ogłoszenie w kategorii Administracja biurowa to

67

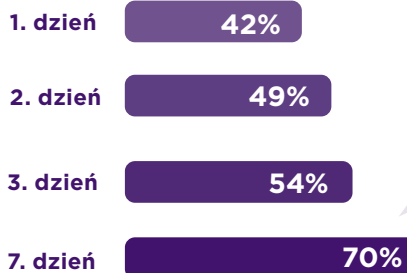
CO CIEKAWY...

Użytkownicy, którzy aplikowali na oferty pracy w kategorii Administracja biurowa w czerwcu, w okresie od lipca do września udzielali odpowiedzi także w kategoriach:



KNOW HOW

Aż 42% odpowiedzi na ogłoszenie w kategorii Administracja biurowa pojawia się już 1. dnia.



Warto odświeżać ogłoszenia w kolejnych dniach, żeby zwiększać szanse na pozyskanie większej liczby odpowiedzi.

0 20 40 60 80 100 [%]

”

**TRZEBA
BYŁO ZOSTAĆ
STRAŻAKIEM,
BO I TAK CIĄGLE
GASZĘ POŻARY.**

KIM JEST PRACOWNIK ADMINISTRACJI BIUROWEJ

Doświadczony

Doświadczony pracownik administracji biurowej, wyróżnia się dużą wytrwałością. Na co dzień mierzy się z dużą liczbą zadań wymagających różnych kompetencji. Wynika to z faktu, że w przypadku jakiegokolwiek problemu pojawiającego się w firmie większość pracowników traktuje go jak swoje koło ratunkowe. Wielozadaniowość, genialna organizacja pracy, jak i samodzielność są tymi kompetencjami, które umożliwiają mu przetrwanie w natłoku różnorodnych obowiązków.

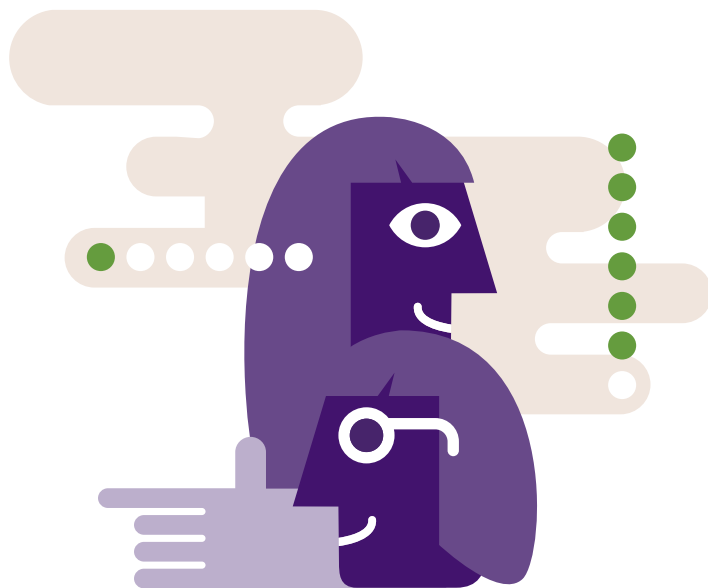
Wytrwałość pracownika administracji wynika z tego, że czerpie on dużą satysfakcję ze współpracy z zespołem. Wie, że to co robi, jest istotne dla całej firmy, a jego praca jest ważną częścią większej całości. Umożliwienie specjalście ds. administracji swobodnego działania może przyczynić się do wzrostu jego motywacji. Poczucie odpowiedzialności za swoje zadania jest dla niego ważnym aspektem codziennych obowiązków.

”

Dobrze, gdy ktoś doceni moją pracę, pochwali mnie bądź nagrodzi.

Ważne są dla niego stabilność zatrudnienia, która wiąże się z umową dającą poczucie bezpieczeństwa, jak i stałe wynagrodzenie umożliwiające utrzymanie rodziny. Pracownik administracji chciałby pracować w normowanych godzinach, unika systemu zmianowego czy pracy w weekendy.

Warto dostrzec wysiłek pracownika administracyjnego i go docenić. Kluczowym czynnikiem motywującym go do wyłożonej pracy jest wkład w wynik całego zespołu.



Niedoświadczony

Niedoświadczony pracownik administracji biurowej miewa sporo obaw w związku z dużą odpowiedzialnością, jaka na nim spoczywa. Jest zadowolony z kolejnego etapu w swoim rozwoju zawodowym (często przychodzi do pracy biurowej z gastronomii czy magazynu) i chciałby dalej doskonalić swoje kompetencje. Zależy mu na tym, żeby aktywnie uczestniczyć w życiu firmy i zdobywać nowe umiejętności. Ponieważ ma liczne wątpliwości, dotyczące własnych kompetencji, liczy na otrzymanie wsparcia i pozytywnego feedbacku. Wyrażanie negatywnej opinii na temat jego pracy może spowodować, że ucierpi jego samoocena, która na początkowym etapie zdobywania doświadczenia zawodowego i tak jest niska.

Początkujący pracownik administracyjny stara się udowodnić, że jego zatrudnienie było słuszną decyzją. Z tego powodu przejmuje odpowiedzialność za większą liczbę zadań, niż jest w stanie zrealizować. Jednocześnie mocno obawia się popełnienia błędów, co powoduje, że chętnie uczestniczy w szkoleniach. Motywacją, podobnie jak w przypadku bardziej doświadczonego pracownika, jest współpraca z zespołem (wspieranie go). Dlatego ważne jest, żeby doceniać jego wkład oraz okazywać mu zaufanie.

”

Chcę pracy, w której moje kompetencje będą doceniane i wykorzystywane.

BLASKI I CIENIE **PRACY W ADMINISTRACJI**

Oczekiwane korzyści

Pracownicy administracyjni dostrzegają w swojej pracy znacznie więcej korzyści niż wad. Ważne jest dla nich stabilne zatrudnienie oraz stałe wynagrodzenie. Dzięki tym elementom są mniej skłonni do podejmowania ryzyka, jakie wiąże się ze zmianą pracy. Co więcej, potrzeba bezpieczeństwa jest na tyle silna, że ten aspekt może przeważać nad dyskomfortem psychicznym związanym z niesatysfakcjonującymi relacjami z przełożonym.



**PRACA
ADMINISTRACYJNO-
-BIUROWA JEST
POSTRZEGANA JAKO
DAJĄCA DUŻE SZANSE
ROZWOJU W ZWIĄZKU
Z KONIECZNOŚCIĄ
ROZWIĄZYWANIA
WAŻNYCH I TRUDNYCH
PROBLEMÓW.**

Jest to grupa zawodowa, która za istotną zaletę swojej pracy uważa możliwość uczestniczenia w rozwoju organizacji, co z kolei (docelowo) może przełożyć się na awans. Zarówno bezpośrednie relacje z kierownictwem, jak i świadomość celów przedsiębiorstwa dają im poczucie szansy na rozwój wraz z firmą. Z kolei bycie częścią ważnych procesów (choćby działań związanych z utrzymywaniem relacji z klientami) daje im satysfakcję i poczucie spełnienia.

”

**Wykonując pracę, czuję satysfakcję.
Dzięki swojemu zaangażowaniu
i szacunkowi względem innych mogę
stanować przykład i inspirować.
Podobnie jak inni inspirowają mnie.**

Obawy

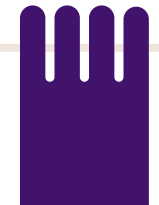
Przyczyną stresu pracowników biurowych bywają relacje z przełożonymi. Zdarzają się sytuacje, w których przejmują od nich zadania trudne lub niekomfortowe. Pracownicy uznają, że zwierzchnicy przekazują im w ten sposób „czarną robotę”, szczególnie jeśli nie otrzymują od nich wsparcia w jej zrealizowaniu. Takie sytuacje powodują, że nie darzą przełożonego zaufaniem. Prowadzi to do braku empatii i problemów ze wzajemnym zrozumieniem. Stres związany z pracą wynika również z konkurencji o względy przełożonego ze współpracownikami bądź z obawy przed jej utratą (w wyniku popełnionych błędów).

Zdarza się, iż współpracownicy i przełożeni zwracają uwagę w szczególności na porażki pracowników administracyjnych, a nie dostrzegają zalet oraz sukcesów. Osoby na stanowiskach biurowych uznają z kolei, że niedociągnięcia w ich pracy wynikają, w dużej mierze, z przytłoczenia zadaniami zarówno pod względem ich liczby, jak i trudności w realizacji.

”

**Myśląc o pracy, przypominają
mi się wieczne zaległości
i nadmiar obowiązków.**

**W PRZYPADKU
ASPIRACJI I PRAGNIEŃ
ZWIĄZANYCH
Z WYKONYWANĄ PRACĄ,
CELEM ZAWODOWYM
PRACOWNIKÓW
ADMINISTRACYJNYCH
JEST ZAJĘCIE POZYCJI
SWOJEGO OBECNEGO
PRZEŁOŻONEGO.**



PRACA W ADMINISTRACJI BIUROWEJ JEST JAK...



PRACA W DOMU

„Siedzę cały czas i nie muszę pracować fizycznie, więc nie odczuwam wysiłku”



BLOK MIESZKALNY

„Aby dojść na sam szczyt, trzeba włożyć w to wiele wysiłku. Mimo to, warto żyć w zgodzie z sąsiadami – współpracownikami”



WALIZKA Z PAPIERAMI I PISMAMI

„Jest ich dużo i się nie kończą”



KOMBAJN

„Każdy trybik musi sprawnie działać, aby maszyna wykonywała ogromną pracę. Wszystkie elementy muszą ze sobą współpracować”



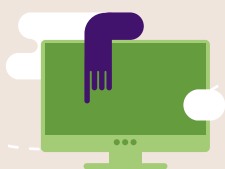
SIEDZENIE W STERCIE DOKUMENTÓW W SZTYWNEJ ATMOSFERZE

„Tak o tej pracy myślą moi znajomi”



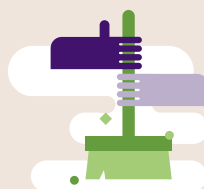
KOLEJNY STOPIEŃ NA ŚCIEŻCE KARIERY

„Uczy nowych doświadczeń, często niezbędnych na danym etapie rozwoju”



KOMPUTER

„Jest wielozadaniowa”



PORZĄDKI DOMOWE

„Zawsze jest coś do pracy i ciągle panuje bałagan”



ZEGAR

„Jest uporządkowana”

CO JEST WAŻNE PRZY WYBORZE PRACY

Istotnym elementem dla pracowników administracji jest możliwość rozwoju zawodowego i awansu w strukturach firmy. Dodatkowo liczą na to, że praca na tym stanowisku umożliwi im łączenie kariery z dbaniem o rodzinę. Jeśli dana osoba pracowała wcześniej w systemie zadaniowym bądź w weekendy, szczególnie docenia normowany czas pracy. Przy podjęciu decyzji o rozpoczęciu kariery w administracji, pracownicy biorą pod uwagę wysokość wynagrodzenia, jednak nie jest to aspekt decydujący o jakości oferty.

W przypadku stanowisk administracyjnych, wynagrodzenia wahają się między kwotą **2100 a 5000 zł netto**. Są to stawki między minimalną a średnią krajową, która według danych GUS w I kwartale 2018 roku wyniosła **4622,84 zł brutto**. Różnice w zarobkach wynikają głównie z doświadczenia zawodowego kandydata. Szacowane przez pracowników biurowych, możliwe do uzyskania w odniesieniu do posiadanych kompetencji, zarobki wynoszą **2570 zł netto**. Najwyższa wskazana kwota była równa **3500 zł netto**, najniższa z kolei **1500 zł netto**.

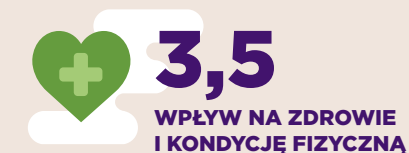
Innym, istotnym dla tej grupy aspektem, decydującym o wyborze zawodu, jest możliwość wyrażania siebie. Może to być szczególnie ważne dla tych osób, które wcześniej pracowały na stanowiskach niewymagających od nich inicjatywy. Co ciekawe, pracownicy administracyjni jako znaczące kwestie uznali również wpływ pracy na zdrowie i kondycję fizyczną oraz posiadanie czasu na hobby. Te elementy prawdopodobnie należy rozpatrywać w kontekście czasu, jaki poświęcają na pracę. Dzięki normowanym godzinom mają szansę realizować się również w innych sferach życia. Ostatnim elementem wskazywanym jako istotny przy wyborze miejsca pracy jest lokalizacja.

”

Lubię swoją pracę, ale mam też życie poza nią.

RANKING WARTOŚCI ISTOTNYCH PRZY WYBORZE MIEJSCA PRACY

W SKALI OD 1 DO 5



PORTRET **IDEALNEGO** **PRACODAWCY**

Doświadczeni pracownicy biurowi zwracają uwagę na transparentność działania firmy. Zależy im na przejrzystej polityce informacyjnej. Rozumienie przesłanek będących podstawą do podjęcia przez przełożonego danej decyzji, zachęca ich do aktywnego wspierania jej realizacji.

Transparentność jest związana również z zasadami współpracy panującymi w firmie. Oczywiście istotnymi elementami są również przestrzeganie warunków zatrudnienia oraz szanowanie prywatnego życia pracownika. Kolejnym ważnym aspektem, świadczącym o wysokiej jakości firmy, są komfortowe warunki pracy. Ten aspekt dotyczy zarówno przestrzeni biurowej, w której zatrudnieni spędzają co najmniej osiem godzin dziennie, jak również relacji, jakie panują wewnątrz organizacji. Z racji tego, że istotną motywacją dla pracowników biurowych jest udana współpraca z zespołem, zadbanie o nią przez przełożonego uznają za kluczowe.

”

Dobry szef dba o to, żeby pracownicy byli drużyną i wspierali się.

Mniej doświadczeni pracownicy zwracają z kolei szczególną uwagę na kompetencje przełożonego. Zależy im na tym, żeby był autorytetem w swojej dziedzinie, a jednocześnie mentorem dla nich samych. Powinien dawać wsparcie oraz udostępniać narzędzia pracy umożliwiające realizację obowiązków. Liczą na to, że dzięki pomocy będą mieli możliwość uzyskania nowych kompetencji i szansę na systematyczny rozwój zawodowy. Ta grupa zwraca również większą uwagę na benefity oferowane przez firmę. Interesują ich dofinansowania do uczestnictwa w kulturze, opieka medyczna czy atrakcyjne samochody służbowe.

Pracownicy zwrócili uwagę na to, że ważny jest zgrany zespół. Zależy im na spotkaniach integracyjnych, które umożliwią nawiązanie bliższych relacji. Idealne środowisko pracy dla młodych specjalistów to „rodzinne korpo”, które mimo swojej wielkości dba o nieformalną, przyjazną atmosferę.

”

Dobry szef zapewnia odpowiednie narzędzia, szkolenia, jak i dba o zmotywowanie zespołu.

Pracownicy administracyjni chcą być aktywną częścią firmy. Zależy im na tym, żeby uczestniczyć w jej życiu i być na bieżąco informowanymi o istotnych kwestiach. Te potrzeby wiążą się z poczuciem współodpowiedzialności zarówno za rezultaty zespołu, jak i sukces firmy. Chcieliby, żeby ich pomysły dotyczące rozwoju własnych kompetencji oraz samego przedsiębiorstwa były traktowane z należytą uwagą.

POSTRZEGANIE PRACY W ADMINISTRACJI BIUROWEJ

Na zatrudnienie w tym obszarze decydują się osoby, które chcą uspokoić swoje życie zawodowe. Praca w biurze jest dla nich synonimem komfortu. Mają nadzieję, że będzie mniej męcząca niż zatrudnienie na stanowiskach fizycznych, a dodatkowo zagwarantuje im stałą współpracę z przedsiębiorstwem (chcą uniknąć częstych zmian pracodawców). Znalezienie pracy na stanowisku biurowym traktują jako awans społeczny oraz znaczący krok w swojej ścieżce kariery. Do samej analizy ogłoszeń podchodzą z rozważą i starają się brać pod uwagę liczne aspekty.

”

Trzeba wybierać mądrze i nie stawiać wszystkiego na jedną kartę, bo jest o wiele więcej możliwości niż nam się wydaje.

CO JEST WAŻNE W OFERCIE PRACY

KNOW HOW

Ogłoszenie, poza przekazaniem kandydatowi podstawowych informacji na temat pracy, powinno odpowiadać na jego potrzeby na poziomie emocjonalnym. Dlatego warto odpowiedzieć w nim na takie pytania, jak:

**CO DA KANDYDATOWI
OFEROWANE PRZEZ
NAS MIEJSCE PRACY?**

**CZY I JAK BĘDZIE
MÓGŁ SIĘ NA DANYM
STANOWISKU
REALIZOWAĆ?**

”

**SŁOWA KLUCZE:
WSPÓŁPRACA,
PERSPEKTYWY,
ATMOSFERA.**

JĘZYK

**Powinien być wyważony
i elegancki, a jednocześnie
pozbawiony pompatyczności.
Warto zastosować formę dialogu.**

WYMAGANIA

**Powinny być szczegółowo
doprecyzowane, konkretnie
określać kwalifikacje, jakie
kandydat musi posiadać.**

OFERTA PRACODAWCY

**Jeśli pracownicy mają możliwość
rozwoju swoich kompetencji bądź
awansu w strukturach firmy, warto
zawrzeć tę informację w ogłoszeniu.
Jeśli zapewniasz wsparcie podczas
wdrożenia nowego pracownika
w obowiązki, pochwal się tym.
Nie przesadzaj z liczbą
wymienianych benefitów.**

FORMA ZATRUDNIENIA

Nie zapomnij o wskazaniu rodzaju umowy, którą oferujesz. Część kandydatów zaczyna analizę oferty właśnie od tego elementu. Warto również dodać przedział wysokości wynagrodzenia.

KNOW HOW

Pracownicy na stanowiskach administracyjnych niechętnie podejmują ryzyko związane ze zmianą pracy, dlatego zależy im na rzetelnej informacji. Chcą mieć pewność, że w nowym miejscu będą mieli możliwość rozwijania swoich kompetencji, a co więcej, będą dobrze traktowani przez swojego przyszłego przełożonego.

LOKALIZACJA

Warto określić ten element, może on bowiem zadecydować, czy kandydat zaaplikuje.

SZATA GRAFICZNA

Pokaż ludzką twarz firmy. Zamieść w ogłoszeniu zdjęcie, które odzwierciedla atmosferę panującą w firmie. Poczucie wspólnoty jest tym, co wyróżnia się na tle potrzeb pracowników administracyjnych. Zadbaj o przejrzystość ogłoszenia.

ZAKRES OBOWIĄZKÓW

Musi być opisany w jasny sposób. Należy unikać słów niejednoznacznych, np. wielozadaniowość. Kandydaci oczekują klarownej informacji.

Z PERSPEKTYWY PRACODAWCY*

1 Jak aktualnie wyglądają rekrutacje na stanowiska biurowe?

W przypadku stanowisk biurowych sytuacja pracowników jest mniej komfortowa niż w innych grupach zawodowych. Rekrutacje te przez większość pracodawców nie są prowadzone w systemie ciągłym, a firmy oczywiście starają się minimalizować liczbę pracowników biurowych, często traktując ich jako dodatkowy koszt. Z tych powodów kandydaci, zdając sobie sprawę z konkurencji, przychodzą na rozmowy dobrze przygotowani. W przypadku tej branży nie ma trudności z otrzymaniem CV, a kandydaci jeszcze przed rozmową zdobywają informacje na temat potencjalnego pracodawcy. Na stanowiska biurowe aplikują przeważnie kobiety, dlatego podczas rekrutacji istotnym elementem okazują się godziny pracy. Kobiety zazwyczaj wolą pracować jednozmianowo oraz mieć wolne weekendy. Są to osoby, dla których ważniejsza od wynagrodzenia jest stabilność zatrudnienia, dlatego zwracają uwagę na prestiż firmy, jak i możliwość podjęcia współpracy na umowę o pracę.

Oczywiście wynagrodzenie jest ważne, jednak nie kluczowe, kandydaci na stanowiska biurowe często dopytują o możliwości rozwoju kompetencji w firmie. Część badanych przedsiębiorstw, chcąc odpowiedzieć na potrzebę pracowników, każdą rekrutację rozpoczyna od poszukiwania wewnątrz firmy osoby odpowiedniej na wolny wakat. Czasem jest to wpisane w procedury rekrutacyjne i rekruterzy przez pierwsze dwa tygodnie procesu nie publikują ogłoszenia na zewnątrz, żeby zainteresowani pracownicy mieli okazję wziąć udział w procesie. Z punktu widzenia pracodawcy takie rozwiązanie niewątpliwie minimalizuje koszty związane z zatrudnieniem osoby z zewnątrz. Firmy starają się skrócić proces rekrutacyjny. Zazwyczaj jest on dwuetapowy, oparty na wywiadzie strukturyzowanym. Czasem pojawiają się podczas spotkania testy kompetencji czy też testy językowe. Coraz popularniejsze jest prowadzenie choć jednego etapu procesu przez telefon.

2 Czy istnieją czynniki utrudniające rekrutację na to stanowisko?

Rekrutacje na stanowiska biurowe trwają od jednego do nawet pięciu czy sześciu miesięcy. Długość procesu jest związana ze specyficznymi kompetencjami, jakich pracodawcy wymagają na danym stanowisku.

Dużym wyzwaniem bywa znalezienie specjalisty z długoletnim doświadczeniem (powyżej pięciu lat). Problematiczne dla kandydatów są również języki obce. Angielski powoli staje się standardem. Jednak rekrutację z wymaganymi dwoma

językami obcymi znacznie trudniej zakończyć, szczególnie jeśli jest prowadzona w mniejszych miejscowościach.

Co zaskakujące, badani zwrócili uwagę, że nawet w rekrutacjach na tego rodzaju stanowiska pojawia się sezonowość. Większość pracowników rezygnuje ze zmiany zatrudnienia w okresie wakacyjnym (czerwiec-sierpień), natomiast decyduje się na poszukiwanie pracy w ostatnim kwartale. Niestety w tym momencie większość pracodawców stara się już nie rekrutować nowych osób do zespołu, a koncentruje się na domykanii budżetów czy podsumowaniu roku. Dlatego także przy rekrutacjach na stanowiska biurowe zdarzają się opóźnienia. Oczywiście są one problematyczne dla firm ze względu na niemożność realizowania celów czy też zobowiązań wobec klientów, ale też dla zespołu, który zmuszony jest z tego powodu pracować w nadgodzinach.

3 Czy pojawiły się w ostatnim czasie nowe stanowiska u Państwa w firmie?

Większość badanych przyznała, że w ciągu ostatniego roku liczba rekrutacji wzrosła, jednak jedynie w niewielu przedsiębiorstwach pojawiły się nowe stanowiska. W większości przypadków liczba pracowników biurowych rośnie (według obserwacji rekruterów) proporcjonalnie do liczby innych stanowisk w firmie. W niektórych firmach rozrosły się działy HR, co jest bezpośrednią odpowiedzią na problemy z rekrutacją. Pojawiło się więcej specjalistów HR, którzy są odpowiedzialni nie tylko za procesy rekrutacyjne, ale również za budowanie wizerunku firmy.

Część organizacji poradziła sobie z aktualną sytuacją na rynku poprzez podjęcie współpracy z zewnętrznymi ekspertami, np. agencjami rekrutacyjnymi. Jeden z badanych wspomniął o pojawieniu się w firmie bardzo ciekawego stanowiska – opiekuna pracowników. Jest to osoba, która ma wspierać pracowników fizycznych, zatrudnionych w firmie w załatwianiu formalności, rozwiązywaniu codziennych

problemów czy pojawiających się w zespole konfliktów. Kolejną „nowością” w firmach jest specjalista ds. procesów obsługowo-sprzedażowych. Jest to osoba, której celem jest optymalizowanie dotychczasowych procedur oraz doskonalenie kontaktów z klientem. Temat optymalizacji staje się coraz bardziej popularny, gdyż umożliwia minimalizowanie kosztów. Ważnym elementem staje się też analiza danych. Pojawia się coraz większa liczba ekspertów zajmujących się tą dziedziną i mających przygotować firmy do realizacji celów długoterminowych.

Kolejnym popularnym obszarem jest e-commerce. Kilku badanych wspomnielo o tym, że jeszcze parę lat temu w ogóle nie było u nich w firmach stanowisk związanych z tym obszarem. Aktualnie powstają całe działy rozwijające ten obszar. Nazewnictwo stanowisk w tej branży bywa bardzo różnicowane, co wynika m.in. z faktu, że jest ona w Polsce stosunkowo nowa, dlatego zarówno rekrutacja, jak i poszukiwanie pracy mogą być ciekawym doświadczeniem. Zdarza się, że stanowiska o zupełnie różnych nazwach mogą dotyczyć podobnego zakresu obowiązków bądź też te same nazwy stanowisk zawierać zupełnie odmienne wymagania. Tak więc specjalista ds. komunikacji online, specjalista ds. obsługi sklepu internetowego czy specjalista ds. marketingu i mediów społecznościowych mogą mieć bardzo podobne zakresy zadań, mimo że nazwy stanowisk na to nie wskazują. Dlatego warto skoncentrować się na stworzeniu precyzyjnej oferty.

Jedna z badanych zwróciła również uwagę na pojawienie się większej liczby stanowisk asystentów. Być może wynika to z coraz liczniejszych obowiązków, z jakimi pracownicy muszą się na co dzień mierzyć. Kilku rekruterów stwierdziło, że mimo iż w firmach nie pojawiły się nowe stanowiska, sporo zmieniło w ostatnim czasie nazwy.



* ARTYKUŁ POWSTAŁ NA PODSTAWIE ROZMÓW Z PRACODAWCAMI POSZUKUJĄCYMI PRACOWNIKÓW NA OLX.



PRZEDSTAWICIEL

H

A



N

D

L

O

W

Y

PRZEDSTAWICIEL



PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY NA RYNKU PRACY

Przedstawiciele handlowi są grupą zawodową już od kilku lat zaliczaną do grupy zawodów deficytowych. Oznacza to, że podaż kandydatów jest znacząco niższa od zapotrzebowania rynku. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej wskazuje, że przedstawiciel handlowy to zawód, w którym nie powinno być trudności ze znalezieniem pracy – zapotrzebowanie pracodawców jest duże, a podaż pracowników o odpowiednich kwalifikacjach niewielka¹.

**SZACUJE SIĘ, ŻE
NAJLEPIEJ ZARABIAJĄ
PRZEDSTAWICIELE
HANDLOWI
W BRANŻY MEDYCZNEJ,
FARMACEUTYCZNEJ,
SPRZEDAWCY USŁUG
PROFESJONALNYCH,
DORADCY TECHNICZNI.**

Przedstawiciele handlowi poszukiwani są przez firmy reprezentujące niemal wszystkie segmenty gospodarki, choć optymalny kandydat powinien – obok umiejętności sprzedażowych – móc pochwalić się wiedzą i umiejętnościami typowymi dla danej branży. To właśnie przedstawiciele handlowi, znający konkretny sektor gospodarki czy produkt, są najbardziej deficytową i poszukiwaną na rynku grupą kandydatów.

Jednocześnie wielu potencjalnym pracownikom, mogącym pochwalić się szczegółową wiedzą specjalistyczną czy techniczną, brakuje zdolności interpersonalnych, kompetencji w zakresie nawiązywania kontaktów, empatii, zdolności negocjacyjnych, odporności na stres oraz umiejętności nawiązywania i podtrzymywania długotrwałych relacji.

**ANALIZA PUBLIKOWANYCH
OGŁOSZEŃ WSKAZUJE,
ŻE NAJWIĘCEJ OFERT PRACY
DLA PRZEDSTAWICIELI
HANDLOWYCH GENEROWANYCH
JEST PRZEZ NASTĘPUJĄCE
BRANŻE: HANDEL, SPRZEDAŻ,
BANKOWOŚĆ, FINANSE,
UBEZPIECZENIA.**

Analizy wskazują również, że niedobór pracowników w tym zawodzie odczuwalny jest nie tylko w Polsce, czy w całej Europie, ale nawet w skali globalnej. Szacuje się, że na całym świecie tylko jedna grupa zawodowa dotknięta jest większym niż przedstawiciele handlowi niedoborem talentów – wykwalifikowani pracownicy fizyczni².

Analiza publikowanych ogłoszeń w serwisie OLX wskazuje, że najwięcej ofert pracy dla przedstawicieli handlowych generowanych jest przez następujące branże: handel, sprzedaż, bankowość, finanse i ubezpieczenia. Z regionalnego punktu widzenia najwięcej ofert dla przedstawicieli handlowych rejestrowanych jest w województwach mazowieckim, wielkopolskim, dolnośląskim, śląskim i małopolskim.

Zarobki przedstawicieli handlowych w Polsce uzależnione są od szeregu czynników, takich jak:

- branża,
- region,
- wielkość firmy pracodawcy,
- doświadczenie, staż zawodowy,
- wykształcenie.

Z perspektywy sektorowej szacuje się, że najlepiej zarabiają przedstawiciele handlowi w branżach medycznej, farmaceutycznej, sprzedawcy usług profesjonalnych oraz doradcy techniczni.

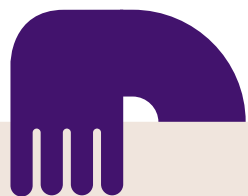
W ujęciu regionalnym najwyższe przeciętne wynagrodzenie tej grupy zawodowej notowane jest w województwach, które wykazują najwyższy popyt na tych pracowników – mazowieckim, wielkopolskim, dolnośląskim, śląskim i małopolskim.

¹Aby dany zawód został włączony do grupy deficytowych, musi zostać przyporządkowany do tej kategorii w ponad połowie powiatów Polski.

²ManpowerGroup, analiza „Niedobór talentów”, 2018.

PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY NA OLX

Przedstawiciel handlowy to kategoria, w której poszukują pracy osoby zainteresowane sprzedażą bezpośrednią. Wybierają stanowiska takie jak doradca klienta, promotor lub właśnie przedstawiciel handlowy czy biznesowy.



Kategorię Przedstawiciel handlowy odwiedziło we wrześniu 2018 roku

495 000

**UNIKALNYCH
UŻYTKOWNIKÓW**

W kategorii Przedstawiciel handlowy od stycznia do października 2018 roku pojawiło się prawie

20 000

OGŁOSZEŃ O PRACĘ

które otrzymały prawie

800 000

ODPOWIEDZI

czyli ponad 3,3 tys. odpowiedzi dziennie!

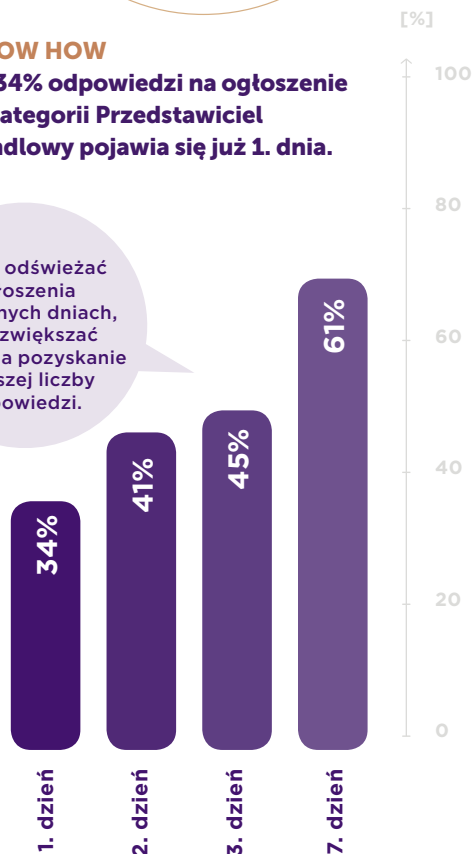
Średnia liczba odpowiedzi na ogłoszenie w kategorii Przedstawiciel handlowy to

34

KNOW HOW

Aż 34% odpowiedzi na ogłoszenie w kategorii Przedstawiciel handlowy pojawia się już 1. dnia.

Warto odświeżać ogłoszenia w kolejnych dniach, żeby zwiększać szanse na pozyskanie większej liczby odpowiedzi.



Szukający pracy w kategorii Przedstawiciel handlowy są otwarci na pracę w innych branżach. Przeglądają następujące kategorie:

76%

POZOSTAŁE OFERTY PRACY

72%

KASJER/EKSPEDIENT

71%

OBSŁUGA KLIENTA/CALL CENTER

CO CIEKAWE...

Użytkownicy, którzy aplikowali na oferty pracy w kategorii Przedstawiciel handlowy w czerwcu, w okresie od lipca do września udzielali odpowiedzi także w kategoriach:



35%

ADMINISTRACJA
BIUROWA



34%

POZOSTAŁE OFERTY
PRACY



33%

OBSŁUGA KLIENTA/
CALL CENTER



32%

ponownie
PRZEDSTAWICIEL
HANDLOWY



CZY WIESZ, ŻE...

Największe zainteresowanie pracą w kategorii Przedstawiciel handlowy odnotowaliśmy w styczniu. Początek roku to dobry czas na pozyskiwanie pracowników z tego segmentu rynku pracy.

Poza kategorią Praca na OLX przeglądają także:



53%

NIERUCHOMOŚCI



46%

MOTORYZACJA



42%

DOM I OGRÓD

Poza aplikowaniem na stanowiska w kategorii Praca najczęściej odpowiadają na ogłoszenia w kategoriach:



MODA

12%



NIERUCHOMOŚCI



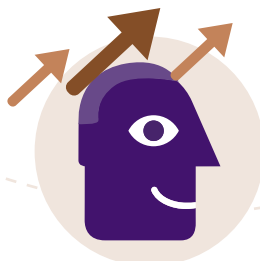
ELEKTRONIKA



STANOWISKA
KIEROWNICZE



DORADCA KLIENTA



PROMOTOR



PRZEDSTAWICIEL
HANDLOWY

”

**JAK NIE
DRZWIAMI,
TO OKNEM.**

KIM JEST PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY

Doświadczony

Przedstawiciel handlowy dobrze czuje się w pracy, która jest różnorodna i umożliwia mu samorealizację. Związane z nią adrenalina, relacje z klientami i cele, jakie ma do zrealizowania, motywują go do codziennego wysiłku. Lubi swoje obowiązki i kontakt z ludźmi. Chociaż w jego pracę czasem wkrada się rutyna albo doskwiera mu brak czasu, nie chce zmieniać branży. Jego bolączką są ciągłe korki, które powodują wydłużanie się czasu pracy.

Przy wyborze zatrudnienia ważnymi aspektami są zarobki i możliwość otrzymania premii. Problemem jest to, że nie zawsze ma szansę na nacieszenie się nimi. Brak czasu uniemożliwia realizowanie hobby.

Ma poczucie wpływu na kształtowanie losów firmy i produktów czy usług, które sprzedaje. Pracodawca ceni jego umiejętności i dzięki temu daje mu możliwość rozwoju i podejmowania kolejnych wyzwań. Jedyne, co mogłoby go skłonić do zmiany zatrudnienia, to zła atmosfera w firmie, problemy w kontakcie z szefem albo szansa na większe wynagrodzenie w nowym miejscu pracy.

Atmosfera jest dla niego bardzo ważna, dlatego mniejsze firmy, kładące nacisk na partnerską relację, uznaje za atrakcyjniejsze niż pracę dla korporacji.

Zna swoją wartość na rynku, jest świadomy, że jego zawód wymaga ciągłej, ciężkiej pracy. Nie boi się ryzykować i potrafi być drapieżny w biznesie, a jednocześnie łagodny w kontaktach międzyludzkich. Z klientami wypracowuje długoterminowe relacje. Jednak to nie zawsze wystarcza do osiągnięcia planów sprzedażowych, co wiąże się z dużym stresem.



Przedstawiciel handlowy ma silną potrzebę zdobywania nowych umiejętności. Zależy mu na korzystaniu z wiedzy starszych pracowników i szefa oraz możliwości uczestnictwa w szkoleniach. W rzeczywistości jednak większość umiejętności musi zdobyć poprzez praktykę. Żadne studia kierunkowe nie są w stanie dobrze przygotować go do pracy, dlatego przedsiębiorstwa powinny kłaść duży nacisk na wewnętrzne szkolenia i przekazywanie wiedzy.

Niedoświadczony

”

Dużo tu zależy ode mnie. Może za dużo tu zależy ode mnie...?

Ważne jest dla niego zdobywanie doświadczenia, kontaktów, a także dynamiczna praca z ludźmi. Zdecydował się na podjęcie zatrudnienia w tym zawodzie, ponieważ próg wejścia był stosunkowo niski, a zarobki satysfakcjonujące. Podczas rekrutacji wymagano od niego jedynie kompetencji miękkich. Żadne studia czy warsztaty nie są w stanie przygotować go do wykonywania zawodu, dlatego uczy się na własnych błędach. Co więcej, firma powinna oferować mu możliwości rozwoju. Jeśli nie dostaje wsparcia w zdobywaniu kompetencji, znajdzie alternatywne zatrudnienie.

Pracę w handlu traktuje jako wyzwanie, a realizacja celów sprzedażowych daje mu satysfakcję. Problem pojawia się, kiedy nie jest w stanie osiągnąć targetu. Kosztuje go to sporo stresu. Powątpiewa w swoje kompetencje i zastanawia się nad swoją przyszłością w firmie. Podejmuje jednak kolejne próby, gdyż w tej branży jest w stanie zarobić więcej niż gdzie indziej.

Kandydat na przedstawiciela handlowego lubi wyjazdy służbowe. Dobrze się czuje w trasie i za kierownicą, dlatego taka forma pracy jest dla niego idealna.

Duże znaczenie ma dla niego atmosfera w firmie, dlatego chętnie uczestniczy w imprezach integracyjnych. Musi lubić ludzi, z którymi pracuje. W przeciwnym razie szybko podejmie decyzję o zmianie pracy.

BLASKI I CIENIE PRACY PRZEDSTAWICIELA

Oczekiwane korzyści

Podstawowym zadaniem przedstawicieli handlowych jest kontakt z drugim człowiekiem. Relacje międzyludzkie i nawiązywanie nowych znajomości są więc nieodzownymi elementami ich pracy. Ważne są dla nich dobre stosunki ze współpracownikami. Zależy im na możliwości wymiany doświadczeń i udzielania sobie wzajemnego wsparcia. Równie istotna jest dla nich aproba ze strony szefa. Jednocześnie oczekują wsparcia w sytuacjach trudnych. Ma to znaczący wpływ na poziom motywacji do pracy przedstawicieli handlowych.

Kolejną istotną kwestią dla przedstawicieli handlowych są wyzwania, z jakimi mierzą się na co dzień. Ten aspekt dotyczy osiągania wyznaczonych celów, ale także możliwości rozwoju zawodowego poprzez uczestniczenie w różnorodnych szkoleniach. Aby cele motywowały ich do wytężonej pracy, muszą być osiągalne, a prowizja zachęcająca. Narzucanie nierealnych wymagań traktują jako zawyżanie targetów i niesprawiedliwą praktykę.

Przedstawiciele handlowi oczekują dużych zarobków, ale też jasnego systemu wyliczania zmiennej części wynagrodzenia. Za odpowiedni poziom prowizji doświadczeni handlowcy uznali 20% marży.

Nie bez znaczenia w tym zawodzie jest również aspekt etyczny. Przekonanie o wartości sprzedawanych produktów czy usług podnosi efektywność i zaangażowanie pracowników. Dlatego wiara w to, że sprzedają coś pożytecznego, jest dla nich ważna.

”

Wykonując moją pracę, czuję satysfakcję. Osiągnięte cele mobilizują mnie do działania, zdobywam doświadczenie i pracuję z ludźmi – a to lubię najbardziej.

Obawy

Ciągłe wyjazdy oraz te same schematy rozmów z klientami to negatywne aspekty pracy, szczególnie dla osób posiadających wieloletnie doświadczenie. Powodują monotonię, którą ciężko przełamać. Pracownicy nie wiedzą, czym mogliby się zająć poza samą sprzedażą, żeby doskonalić swój warsztat. Zadania związane z kontaktem z klientem po jakimś czasie nie dają takiej satysfakcji,

jak możliwość uczestnictwa w większych projektach. One jednak nie przynoszą dodatkowych korzyści finansowych, dlatego przedstawiciele handlowi nie podejmują się ich realizacji.

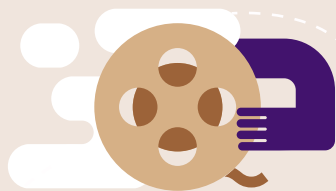
KNOW HOW

Monotonia i nuda powodują zniechęcenie, dlatego warto pobudzić pracowników poprzez nadanie ich pracy szerszego kontekstu. Zmiana perspektywy umożliwia spojrzenie na aktualną sytuację bardziej przychylnym okiem. Przykładem takich działań są analizy potrzeb klientów, weryfikacja działań konkurencji czy rozbudowanie bazy wiedzy o klientach.

Sprzedaż, która jest sensem pracy przedstawiciela handlowego, stanowi jednocześnie największe źródło stresu i niezadowolenia. Jednym z powodów może być brak właściwego przygotowania do wykonywania obowiązków. Wtedy warto zorganizować szkolenia sprzedażowe, produktowe czy dotyczące klientów bądź zadbać o wsparcie ze strony doświadczonego pracownika. Źródłem problemu mogą być również archaiczne metody motywowania pracowników, opierające się na zawyżaniu celów.

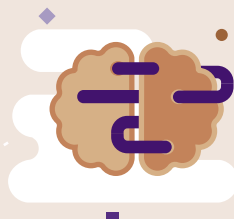
Czynnikiem, który wpływa na życie osobiste oraz samopoczucie, jest częste przebywanie w podróży służbowej. Nie da się obiektywnie ocenić czasu ich trwania – wypadki, remonty czy warunki atmosferyczne często wydłużają czas przeznaczony na pracę i ograniczają życie pozazawodowe. Podróże wiążą się również z siedzącym trybem życia dlatego przedstawiciele handlowi, mimo że lubią podróżować, zwracają uwagę na jakość narzędzi do pracy.

PRACA JAKO PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY JEST JAK...



FILM

„Każda scena jest inna, każda sytuacja, każda firma, itp.”



WNIKANIE W UMYŚŁ

„Trzeba odnaleźć to, co przekona klienta do naszej oferty”



PUDEŁKO Z CZEKOLADKAMI

„Nigdy nie wiesz, na jakiego klienta trafisz”



POTRAWA

„Bardzo dużo składników tworzy całość”



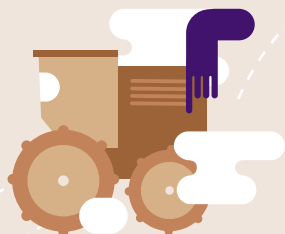
KAMELEON

„Zmienia się w zależności od odbiorcy (kupującego), jak i produktów”



BUDOWANIE MOSTU

„Wszystko musi być precyzyjnie zaplanowane”



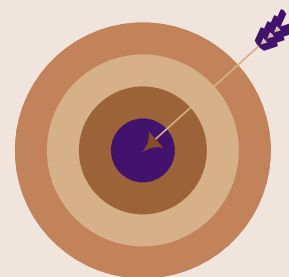
CIĄGNIK ROLNICZY

„Powoli zwiększa się liczba klientów, ciężka praca, ale w efekcie duże osiągnięcia”



KARUZELA

„Ciągłe jest się w ruchu, pełnym działań i byciem w gotowości”



CEL, KTÓRY STARAM SIĘ OSIĄGNĄĆ

„Trzeba piąć się wyżej i rozwijać”

CO JEST WAŻNE PRZY WYBORZE PRACY

Kandydaci są zainteresowani posadą przedstawiciela handlowego, ponieważ ten zawód wydaje im się rozwojowy. Daje wiele możliwości dalszego wykorzystania zdobytych kompetencji. Nie jest nudny – wymaga nawiązywania nowych znajomości oraz umożliwia ciągłe bycie w ruchu (i podróżowanie autem służbowym). Stanowisko to jest traktowane jako wyzwanie. Kandydaci chcą się sprawdzić.

Część osób zainteresowanych zatrudnieniem szybko wypada z branży ze względu na to, że do wykonywania tej pracy niezbędne jest nastawienie wewnątrzsterowne. Poczucie niewielkiego wpływu na rzeczywistość i brak poczucia odpowiedzialności za swoje rezultaty uniemożliwia skuteczne działanie.

KNOW HOW

Kandydaci źle odbierają chaos na poziomie rekrutacji. Zdarza się, że ktoś inny pisze ogłoszenie, ktoś inny rekrutuje, a jeszcze ktoś inny ostatecznie zatrudnia (firma albo agencja).

Przedstawiciele handlowi przy wyborze pracy biorą pod uwagę przede wszystkim atmosferę w firmie, która znacząco wpływa na uzyskiwane przez nich rezultaty. Osiąganie długoterminowych, dobrych wyników nie jest możliwe bez otrzymania wsparcia ze strony zespołu i przełożonego. Jedną z głównych motywacji jest również wysokość zarobków, w tym szansa uzyskania prowizji za wyniki. Trzeci istotny czynnik to możliwości rozwoju osobistego i poszerzania swoich horyzontów. Przedstawiciele handlowi zdają sobie sprawę, że doskonalenie kompetencji jest niezbędne i muszą ciągle uaktualniać wiedzę oraz analizować otaczający ich rynek.

Niedoświadczeni handlowcy, rozpoczynając pracę w zawodzie, odczuwają lęk i silne poczucie niepewności w związku ze stawianymi przed nimi wyzwaniami. Obawiają się, że nie będą w stanie im podotać, a jednocześnie nie chcą zmarnować okazji do rozwoju zawodowego. Z kolei osoby bardziej doświadczone podkreślają, że praca ta wymaga dużej cierpliwości i konsekwentnego dążenia do postawionych sobie celów. Branża kojarzy im się z nieustanną walką. Ta metafora dotyczy zarówno rywalizacji z konkurencją, jak i ciągłych dyskusji z klientami.

RANKING WARTOŚCI ISTOTNYCH PRZY WYBORZE MIEJSCA PRACY

W SKALI OD 1 DO 5

 **4,9**
ATMOSFERA W PRACY

 **4,5**
ZAROBKI

 **4,2**
ROZWÓJ OSOBISTY

 **3,8**
CZAS NA HOBBY

 **3,5**
KARIERA

 **3,5**
CZAS DLA RODZINY

 **3,4**
WPŁYW NA ZDROWIE

 **3,1**
MOŻLIWOŚĆ
WYRAŻANIA SIEBIE

 **2,5**
CZAS PRACY

 **2,2**
LOKALIZACJA

 **1,5**
GODZINY PRACY

POCHWAL MNIE **- ALE WTEDY,** **GDY JEST TO ZASADNE**

Zdaniem pracowników pracodawcy niezwykle rzadko stosują pochwały. Zależy im zarówno na pozytywnych komunikatach podczas spotkań w obecności zespołu czy klientów, jak i na dodaniu otuchy w gorszych chwilach. Nie chodzi jednak o wymuszone komplementy, tylko o danie pracownikom poczucia, że ich dobra praca została dostrzeżona, a błędy są rozumiane.

Gdybym był swoim pracodawcą, powiedziałbym sobie:

- „Świetna robota!”.
- „Nie martw się. Nie wszystko zależy od Ciebie, ale to, co zależy, zrób na 100%”.
- „Gratulacje! Super to rozegrałeś!”.
- „Spokojnie, nauczysz się wszystkiego”.
- „Doceniam Twoje zaangażowanie”.

PORTRET IDEALNEGO PRACODAWCY

Idealny pracodawca zna plusy i minusy zawodu przedstawiciela handlowego. To człowiek, który swój sukces zawdzięcza ciężkiej pracy i determinacji w osiąganiu celów. Jest otwarty na świat i innych ludzi, nie boi się wyzwań i ma czas oraz chęci dzielić się pasją, jaką jest dla niego efektywna sprzedaż. Przedstawiciel handlowy chciałby traktować swojego pracodawcę jako starszego, bardziej doświadczonego partnera. Jego osobisty sukces w danej branży jest najlepszą motywacją do wyłożonej pracy zarówno dla początkujących, jak i doświadczonych pracowników.

Przedstawiciele handlowi zwrócili uwagę na to, że głównym zadaniem szefa powinna być umiejętność wytyczania celu wspólnego dla całego zespołu. W ten sposób można uniknąć niezdrowej rywalizacji, co jest niezwykle ważne dla obu badanych grup.

Doświadczony pracownik

Marka, którą reprezentuje przedstawiciel handlowy, powinna mieć silną pozycję na rynku. Jest to ważne, ponieważ wpływa pozytywnie na możliwość negocjacji z klientem. Porządek w procesach w firmie ułatwia utrzymanie długoterminowych, satysfakcjonujących dla obu stron relacji z klientem. Przełożony musi budzić podziw i być silnym przywódcą. Doświadczeni handlowcy chcą, żeby był dla nich partnerem

KNOW HOW

Doświadczeni pracownicy oczekują od swojego szefa wysokiego poziomu organizacji pracy własnej i innych.



do dyskusji, a jednocześnie ideałem, do którego dążą. Pracownicy doceniają, gdy potrafi pokazać „ludzką twarz”. Uśmiech, nieformalna rozmowa, dystans do siebie samego i otwartość na pytania pracowników – to cechy, które pozwalają szefowi tworzyć w zespole atmosferę partnerstwa. Taki pracodawca wie, że zapewnienie odpowiednich rozrywek swoim pracownikom jest tak samo ważne, jak stawianie im wyzwań sprzedażowych.

”

Szef nie może być za miękki, bo wszyscy mu wejdą na głowę.

Niedoświadczony pracownik

Osoby rozpoczynające pracę w sprzedaży oczekują od przełożonego cech lidera i mentora. Powinien być doświadczonym ekspertem, który roztacza przed sobą i innymi długofalową wizję. Potrafi inspirować innych, ponieważ sam osiągnął wiele, zaczynając praktycznie od zera. Jednocześnie ukazuje społeczne dowody sukcesu poprzez posiadanie dobrego auta czy organizowanie imprez integracyjnych dla pracowników (z odpowiednim rozmachem). W relacji z młodymi pracownikami przełożony wciela się w rolę opiekuna. Ważne jest, żeby znalazł dla nich czas i potrafił wysłuchać ich problemów. Mimo że pracuje w dużej firmie, dba o to, żeby z każdym pracownikiem mieć bezpośredni kontakt.

”

Mój pracodawca zaczynał od zera, ale osiągnął sukces ciężką pracą i zdobywaniem doświadczenia, więc ja też mam szansę coś osiągnąć.

IDEALNE OGŁOSZENIE O PRACĘ

Jeżeli to samo ogłoszenie jest dostępne od wielu miesięcy, potencjalni pracownicy obawiają się, że w firmie panuje duża rotacja.

KNOW HOW



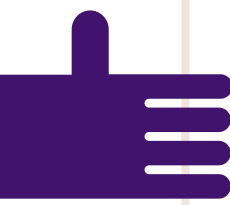
Kandydaci oczekują informacji zwrotnej, bez względu na rezultat rekrutacji. Konstruktywny feedback pomaga im pracować nad niedoborem kompetencji i wpływa na pozytywny wizerunek pracodawcy.

Ogłoszenia publikowane przez agencje są traktowane z ostrożnością. Doświadczenia kandydatów wskazują, że tego rodzaju rekrutacje bywają problematyczne – w ogłoszeniach brakuje informacji bądź pojawiają się rozbieżności pomiędzy opisem stanowiska a zawartością umowy.

”

Idealne ogłoszenie o pracę daje mi nadzieję, że mogę więcej, lepiej, skuteczniej i z większą satysfakcją sprzedawać, bo lubię sprzedawać.

KNOW HOW



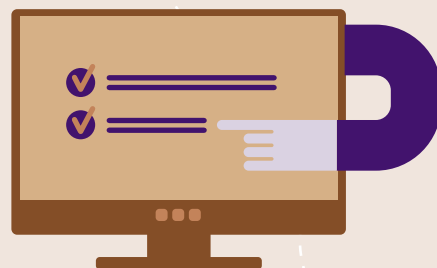
Według kandydatów, ogłoszenia z najwyższej półki mają w wymaganiach – oprócz standardowej znajomości technik sprzedażowych czy umiejętności negocjacyjnych – informację o oczekiwaniach dotyczących doskonałej znajomości danej branży oraz wykształcenia kierunkowego.

ELEMENTY IDEALNEGO OGŁOSZENIA O PRACĘ



TREŚĆ OGŁOSZENIA

**Unikaj sprzedażowych trików i obietnic bez pokrycia.
Stawiaj na precyzję.
Zadbaj o poprawność gramatyczną i ortograficzną.**



NAZWA FIRMY

Uwypuklij swoją markę. Kandydat chce przed zaaplikowaniem sprawdzić, czy utożsamia się z produktami lub usługami, jakie ma sprzedawać.



WYMAGANIA

Im wyższe wymagania zawarte w ogłoszeniu, tym bardziej obiecująca praca. Im mniej sprecyzowane, ogólnikowe informacje, tym bardziej spada prestiż ogłoszenia. Osoby z większym doświadczeniem traktują je z przymrużeniem oka.



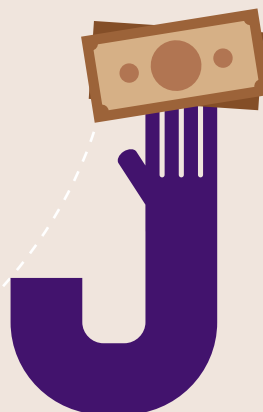
NARZĘDZIA PRACY

Kandydaci chcą wiedzieć, czy firma zapewni im dostęp do telefonu, samochodu czy komputera. Jednak nie są to elementy, które traktują jako korzyści, dlatego nie prezentuj ich w kategorii benefitów. Są to podstawowe narzędzia pracy.



OFERTA PRACODAWCY

Jeśli umożliwiasz pracownikom rozwój, uwzględnij tę informację w ogłoszeniu. Opisz dokładnie, w jaki sposób pomożesz pracownikowi zdobywać nowe kompetencje. W końcu mogą to być szkolenia, coaching czy treningi organizowane wewnątrz firmy.



WYNAGRODZENIE PODSTAWOWE ORAZ PREMIE

Określ zakres, w którym rozbieżność pomiędzy kwotami nie będzie przekraczać 20%. Ważne jest wskazanie wysokości podstawowego wynagrodzenia oraz warunków otrzymania premii (wraz z jej wysokością).

Z PERSPEKTYWY PRACODAWCY*

1 Z jakimi wyzwaniami muszą się mierzyć działy HR?

Już od kilku lat ogłoszenia o pracę dla przedstawiciela handlowego są jednymi z częściej pojawiających się w serwisach rekrutacyjnych. Sprzedawca znający się na swoim fachu jest na wagę złota, ponieważ zestaw kompetencji, jakie powinien posiadać przedstawiciel handlowy, jest bardzo szeroki i trudny do zdobycia.

W ostatnich latach zaczęły powstawać kierunki, a nawet szkoły, które mają przygotować do wykonywania tego zawodu. Teoretyczne przygotowanie nie gwarantuje jednak sukcesu. Przedstawiciel handlowy – poza wiedzą na temat branży produktu czy usług, które sprzedaje, musi się skutecznie komunikować. Co więcej, żeby przekonać klienta do pierwszego kontaktu, często potrzebna jest umiejętność interesującego pisanie bądź charyzma, a czasem również znajomość języków obcych.

Dodatkowo ważny jest swobodny kontakt z klientem i odpowiednia organizacja własnej pracy, a także systematyczność. Niestety nie wszystkie z wymienionych kompetencji można sprawdzić podczas procesu rekrutacji. Życiorysy kandydatów umożliwiają rekruterom weryfikację, w jakich firmach i jak długo mieli okazję pracować, ewentualnie jakie udało im się uzyskać rezultaty.

Większość specjalistów ds. HR stwierdziła, że nie bierze pod uwagę wykształcenia kandydatów, ponieważ na tym stanowisku jest ono mało istotne. Wiele firm decyduje się na oparcie procesu rekrutacyjnego na rozmowach strukturyzowanych. Zdarzają się również testy językowe bądź zadania weryfikujące część z wyżej wymienionych umiejętności. Ponieważ rekruterzy nie są w stanie zweryfikować niektórych z istotnych na stanowisku kompetencji, wiele firm decyduje się na zaproponowanie okresu próbnego.

Pierwsze tygodnie współpracy często polegają na przeszkoleniu pracownika z produktów i usług firmy. Ze względu na duży problem ze znalezieniem osób odpowiednich na to stanowisko, są firmy decydujące się na zatrudnianie asystentów, których kształcą na specjalistów. Trudności związane z zainteresowaniem odpowiednich kandydatów ofertą znacznie wydłużają procesy rekrutacyjne, dlatego rekruterzy starają się tworzyć jak najbardziej precyzyjne ogłoszenia. Niestety w wielu przypadkach nie podają widetów płacowych. Wynika to z faktu, że przedstawiciele handlowi często poza płacą bazową mają możliwość otrzymywania prowizji za sprzedaż.

Podsumowując, jako główne wyzwania specjaliści od rekrutacji podawali najczęściej trzy elementy: brak zainteresowania ofertami na stanowisko przedstawiciela handlowego, trudność z pozyskaniem kompetentnych kandydatów oraz problemy z weryfikacją rzeczywistej wiedzy specjalistów.

2 Jakie działania są podejmowane, żeby rekrutować odpowiednie osoby na stanowisko przedstawiciela handlowego?

Ze względu na to, że rekrutacje na stanowisko przedstawiciela handlowego są prowadzone w większości firm w trybie ciągłym, rekruterzy starają się nawiązywać długoterminowe kontakty z kandydatami. Szczególnie, że ten rynek jest bardzo dynamiczny i pracownicy stosunkowo często zmieniają miejsce zatrudnienia. Większość ekspertów stara się jednak zmieniać pracę wewnątrz jednej branży (np. IT czy farmaceutycznej). Rekruterzy w związku z tym tworzą bazy kandydatów, którzy mogą potencjalnie być zainteresowani podjęciem współpracy. Jeśli nie teraz, to w przyszłości.

Zbudowanie własnej sieci jest jednak niematłym wyzwaniem, gdyż często zdarza się, że sytuacja zawodowa kandydatów ulega szybkim zmianom. Specjaliści HR podkreślają jednak, że jeśli wiedzą, iż kandydat jest dobry w swoim fachu, warto od czasu do czasu odświeżać kontakt. Co ciekawe, mimo trudnej sytuacji na rynku pracowniczym, nadal istnieje sporo firm poszukujących handlowców, które nie prowadzą działań employer brandingowych. Dlatego firmy, które zdecydują się na podjęcie tego rodzaju aktywności, mają szansę pozytywnie wyróżnić się wśród konkurencji.

Wszystkie firmy, z którymi udało nam się porozmawiać, podkreślały istotność promowania w ogłoszeniach dodatkowych świadczeń, takich jak: opieka medyczna, dofinansowanie do ubezpieczenia na życie, telefon służbowy, prezenty okolicznościowe, imprezy integracyjne. Część z badanych przedsiębiorstw udostępniła swoim pracownikom samochód służbowy do celów prywatnych. Jeśli chodzi o metody, jakie firmy stosują, żeby zminimalizować rotację, są to głównie dbanie o kulturę organizacyjną i utrzymanie dobrych relacji wśród pracowników.

3 Jakie pytania rekrutacyjne umożliwią weryfikację kompetencji kandydata?

Podczas prowadzenia rekrutacji na stanowisko przedstawiciela handlowego trzeba wziąć pod uwagę

wiele aspektów. Obowiązki i wymagania na stanowiskach handlowców bywają bardzo różne. Zdarza się, że osoby pracujące na pozycji o tej samej nazwie wykonują zupełnie inne zadania. Rekruter podczas rozmowy rekrutacyjnej musi zatem bardzo dokładnie poznać dotychczasowe doświadczenie kandydata. Jego weryfikację umożliwiają pytania behawioralne. Przykładem takich pytań są:

1. Kto dokładnie jest Twoim aktualnym wewnętrznym i zewnętrznym klientem? W jaki sposób otrzymujesz od pierwszej bądź drugiej grupy informację zwrotną na temat ich zadowolenia ze współpracy? Podaj przykłady, w jaki sposób wykorzystałeś/wykorzystałaś tę wiedzę (zarówno pozytywny, jak i negatywny feedback).
2. Co jest dla Ciebie największym wyzwaniem w Twojej aktualnej pracy? Jakie działania podejmujesz, żeby sobie radzić z tym elementem? Jak weryfikujesz, czy te działania przynoszą oczekiwane rezultaty?
3. Opowiedz o najbardziej wymagających negocjacjach, jakie do tychczas prowadziłeś/prowadziłaś. Jak się do nich przygotowałeś/przygotowałaś? Jakie działania podjąłeś/podjęłaś podczas rozmów, żeby uzyskać oczekiwany rezultat? Jaki osiągnąłeś/osiągnęłaś ostatecznie rezultat? Jakie wyniki uzyskała druga strona?

Podczas rozmowy rekrutacyjnej na to stanowisko, warto dowiedzieć się, jakie są dotychczasowe wyniki sprzedażowe kandydata i jak one wyglądają na tle osób z zespołu. W wielu przypadkach odpowiedź na to pytanie może być trudna do zweryfikowania – jednak nie zawsze. Są firmy, które wyróżniają pracowników za wyniki sprzedażowe oficjalnymi nagrodami. Zresztą nie zaszkodzi poprosić kandydata o udokumentowanie (w miarę możliwości) swoich osiągnięć. Podczas rozmów rekruterzy zadają również bardziej ogólne pytania, ukazujące, czy kandydat bada rynek oraz wykorzystuje efektywne techniki sprzedaży. Takimi pytaniami mogą być:

1. Co wiesz na temat działań sprzedażowych realizowanych przez Twoją aktualną konkurencję?
2. W jaki sposób zachęcasz swoich klientów do uczestnictwa w pierwszym spotkaniu? Co robisz w przypadku, kiedy klient nie jest zainteresowany poświęceniem swojego czasu?
3. Jakie działania podjąłeś/podjęłaś, żeby podnieść efektywność własnych działań sprzedażowych? Jak weryfikujesz ich skuteczność?

Są to jedynie przykłady dość ogólnych pytań, jakie można zadać kandydatom. Oczywiście podczas rozmowy rekrutacyjnej nie jesteśmy w stanie zweryfikować rzeczywistych kompetencji kandydata. Jeśli jednak decydujemy się na taką formę rekrutacji, osoba rekrutująca musi posiadać szeroką wiedzę na temat obowiązków realizowanych przez przedstawicieli handlowych w firmie, jak i kompetencji, które są niezbędne w ich pracy. Dzięki temu będzie mogła dokonać rzetelnej oceny otrzymanych przez kandydata odpowiedzi.

* ARTYKUŁ POWSTAŁ NA PODSTAWIE ROZMÓW Z PRACODAWCAMI POSZUKUJĄCYMI PRACOWNIKÓW NA OLX.



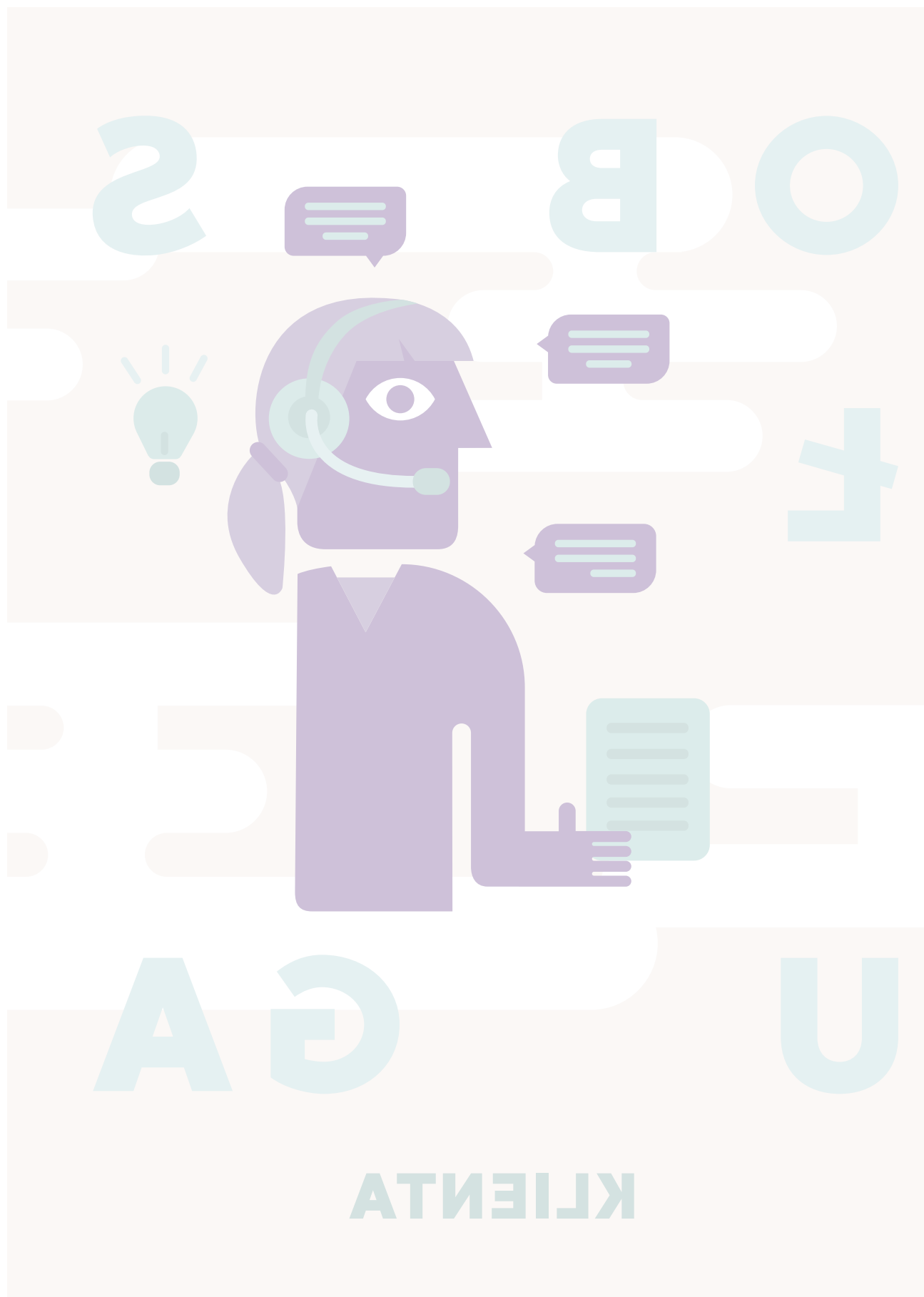
O B S



U

G A

KLIENTA



OBSŁUGA KLIENTA NA RYNKU PRACY

Pracownicy obsługi klienta w Polsce należą na przestrzeni ostatnich lat do grupy tzw. zawodów zrównoważonych¹. Oznacza to, że podaż i popyt w tym zawodzie równoważą się – liczba ofert pracy jest zbliżona do liczby osób zdolnych do podjęcia zatrudnienia². Pewne niedobory kandydatów obserwowane są w poszczególnych regionach, np. w województwach śląskim, dolnośląskim, lubelskim czy łódzkim³.

Mimo zauważalnych deficytów na rynku pracy Polska pozostaje bardzo atrakcyjnym miejscem do lokowania inwestycji związanych z telefoniczną i internetową obsługą klientów. Szacuje się, że już ok. 250 tys. osób pracuje tu w branży call center/contact center.

W ujęciu regionalnym najwięcej ofert pracy w branży call center rejestrowanych jest w województwach mazowieckim, małopolskim i śląskim, najmniej w podlaskim, lubuskim i opolskim.

Stowarzyszenie Marketingu Bezpośredniego szacuje, że w najbliższych latach rynek ten będzie rósł w Polsce w tempie ok. 6-7% rocznie, a największe firmy spodziewają się nawet dwucyfrowych wskaźników wzrostu⁴.

Do czynników, które będą wpływać na wzrost tego rynku w Polsce, należą m.in.:

- rozwój outsourcingu w branżach, które do tej pory nie korzystały z tego typu rozwiązań (np. branża produkcyjna, IT, start-upy),
- powszechna znajomość języków obcych na wysokim poziomie,
- niższe niż w przypadku niektórych krajów regionu Europy Środkowo-Wschodniej koszty pracy.

Interesującymi cechami charakterystycznymi dla branży call center/contact center są duża elastyczność i potencjalna odporność na kryzysy gospodarcze. Wiąże się to bezpośrednio z samą naturą działalności call center, która pozwala na dopasowanie się do istniejących warunków poprzez zmianę obsługiwanych branż, w ślad za zmieniającymi się czynnikami makroekonomicznymi.

Najważniejszym trendem w branży call center jest obecnie stopniowe odchodzenie od obsługi

**SZACUJE SIĘ, ŻE JUŻ
OK. 250 TYS. OSÓB
PRACUJE W POLSCE
W BRANŻY CALL
CENTER/CONTACT
CENTER.**

telefonicznej w kierunku mediów społecznościowych i internetowych kanałów kontaktu. Coraz większą rolę odgrywają komunikatory, czaty i inne interaktywne kanały. Trend ten wymusza zmiany po stronie kompetencji kandydatów i pracowników call center/contact center. Nie musi to jednak oznaczać wypadnięcia z rynku osób specjalizujących się w obsłudze głosowej, a raczej konieczność zdobywania przez nich nowych kompetencji służących obsłudze innych kanałów kontaktu.

Zauważalna jest również wyraźna zmiana po stronie pracodawców. Coraz więcej firm z branży, konkurując o pracowników, oferuje im większą elastyczność czasu i formy wykonywanej pracy, wyższe zarobki, odpowiednie benefity, dobrą atmosferę. Jednocześnie jednak, z uwagi na fakt, że jest to nadal branża młoda na polskim rynku, zdarzają się firmy oferujące swoim pracownikom i kandydatom bardzo słabe warunki zatrudnienia – brak umowy o pracę, ograniczone benefity, nieelastyczne parametry mierzące efektywność pracy.

¹ Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie, „Barometr zawodów 2016”, „Barometr zawodów 2017”, „Barometr zawodów 2018”.

² Barometr zawodów jest krótkookresową (jednoroczną) prognozą sytuacji w zawodach. Badanie ma charakter jakościowy. Powstaje w trakcie dyskusji grupowej (metodą panelu ekspertów), dzięki czemu możliwe jest dzielenie się wiedzą oraz uwzględnianie opinii uczestników obserwujących rynek pracy z różnych perspektyw: od strony bezrobotnych oraz pracodawców.

³ Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie, „Barometr zawodów 2016”, „Barometr zawodów 2017”, „Barometr zawodów 2018”.

⁴ Źródło: Stowarzyszenie Marketingu Bezpośredniego, „Badanie branży outsourcing call/contact center”.

OBSŁUGA KLIENTA NA OLX



Kategorię Obsługa klienta/
call center odwiedziło
we wrześniu 2018 roku

794 000

UNIKALNYCH
UŻYTKOWNIKÓW

Od stycznia
do października 2018 roku
pojawiało się w niej prawie

30 000

OGŁOSZEŃ
O PRACĘ

które otrzymały ponad

1 700 000

ODPOWIEDZI

czyli ponad 6 tys.
odpowiedzi dziennie!

Obsługa klienta to kategoria, w której zatrudnienia poszukują osoby zainteresowane obsługą infolinii wychodzącej czy przychodzącej lub bezpośrednią obsługą klientów w punktach stacjonarnych.



OBSŁUGA INFOLINII
WYCHODZĄCEJ



OBSŁUGA INFOLINII
PRZYCHODZĄCEJ



BEZPOŚREDNIA
OBSŁUGA W PUNKCIE
STACJONARNYM

Szukający pracy w kategorii Obsługa klienta/call center są otwarci na pracę w innych branżach. Przeglądają następujące kategorie:

73%

POZOSTAŁE
OFERTY
PRACY

73%

KASJER/
EKSPEDIENT

67%

ADMINISTRACJA
BIUROWA

CZY WIESZ, ŻE...

Największe zainteresowanie pracą w kategorii
Obsługa klienta/call center odnotowaliśmy
w styczniu i w październiku.



CO CIEKAWIE...
 Użytkownicy, którzy aplikowali na oferty pracy w kategorii **Obsługa klienta/call center** w czerwcu, w okresie od lipca do września udzielali także w kategoriach:



35%
**KASJER/
 EKSPEDIENT**



34%
 ponownie
**OBSŁUGA KLIENTA/
 CALL CENTER**



33%
**ADMINISTRACJA
 BIUROWA**



31%
**POZOSTAŁE
 OFERTY PRACY**

Poza kategorią Praca na OLX przeglądają także:

Poza aplikowaniem na stanowiska w kategorii Praca najczęściej odpowiadają na ogłoszenia w kategoriach:



49%
NIERUCHOMOŚCI



40%
MOTORYZACJA



39%
DOM I OGRÓD



MODA



ELEKTRONIKA

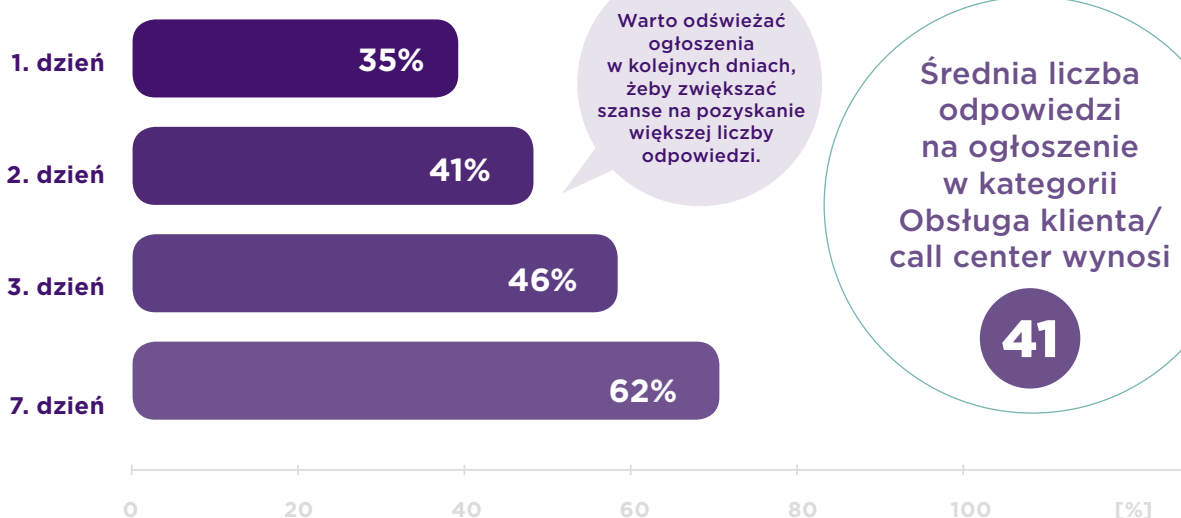


NIERUCHOMOŚCI

12%

KNOW HOW

Aż 35% odpowiedzi na ogłoszenie w kategorii Obsługa klienta/call center pojawia się już 1. dnia.



”

**PRACA W CALL
CENTER JEST
TYLKO JEDNYM
SCHODKIEM
I TRZEBA O TYM
PAMIĘTAĆ.
TO TYLKO
I AŻ PRACA.**

KIM JEST PRACOWNIK CALL CENTER

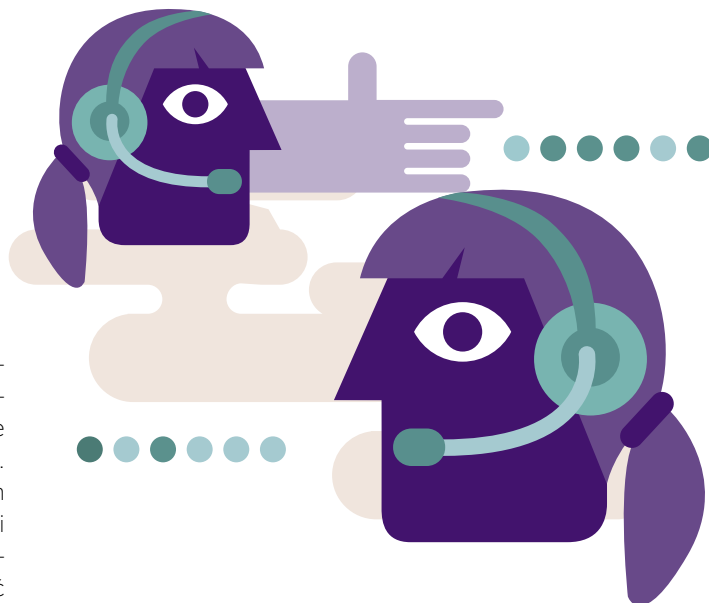
Doświadczony

Doświadczonego pracownika call center charakteryzuje pragmatyczny stosunek do wykonywanego zawodu. Wie, że nie może emocjonalnie podchodzić do każdej rozmowy z klientem. Stara się zachować dystans i skupić na dobrym wykonywaniu obowiązków. Codzienne trudności rekompensują mu zarobki, które są na satysfakcjonującym poziomie. Motywuje go możliwość otrzymania prowizji za dobre wyniki. Czynniki finansowy jest więc dla niego bardzo istotny.

Dostrzega również szansę związaną ze zdobywaniem przydatnego doświadczenia. Umiejętności sprzedażowe może skutecznie wykorzystać również na innych stanowiskach. Ważne są dla niego kontakty z ludźmi oraz możliwość rozwijania i doskonalenia kompetencji.

Pracę w call center traktuje jako etap w karierze zawodowej. Jeśli zmienia stanowisko, to na bardzo podobne, co wynika z kwestii finansowych. Przyczyną może być również nadmierny stres w aktualnym miejscu zatrudnienia czy lub szansa na awans zawodowy lub spoczęcie. Ważne są dla niego możliwości wykorzystania zdobytego już doświadczenia i dzielenia się wiedzą. Szczególnie że ma poczucie, iż mógłby być lepszym kierownikiem czy koordynatorem niż jego aktualny przełożony.

**SZCZEGÓLNIE WAŻNE
DLA PRACOWNIKÓW
OBSŁUGI KLIENTA SĄ
DOBRA ATMOSFERA
I WSPIERAJĄCY SIĘ
ZESPÓŁ (Z PRZEŁOŻONYM
WŁĄCZNIE).**



Niedoświadczony

Jest to zwykle jego pierwsza praca w biurze – dotychczas początkujący pracownik call center pracował w sektorze pracy fizycznej. Przyciągnęło go bezpieczeństwo wynikające z prostoty wykonywania tego zawodu. Ceni lokalizację – lubi pracować blisko domu. Dzięki pracy w call center ma kontakt z ludźmi i robi to, co i tak dość często robi – siedzi przy komputerze i rozmawia przez telefon. Liczy, że jego obowiązki będą ciekawsze niż praca przy produkcji, na promocji czy za kasą.

”

Umiejętność sprzedaży zawsze może się przydać.

Największy problem w pracy stanowią nieprzyjemne zachowania klientów. Dlatego też ważna jest dla niego równowaga między życiem prywatnym a obowiązkami zawodowymi oraz świadomość, że „to tylko praca”.

Jego niska odporność na stres powoduje, że czasem potrzebuje wsparcia. Od przełożonego oczekuje zrozumienia i pomocy w radzeniu sobie z codziennymi trudnościami, szczególnie że w pracy często czuje się zdezorientowany. Dostrzega problemy związane z przepływem informacji wewnątrz organizacji.

Niedoświadczony pracownik call center chce nauczyć się nowych umiejętności. Liczy na to, że zdobytą wiedzę będzie mógł wykorzystać w przyszłości. Brak doświadczenia powoduje, że nie rozumie, co robi źle i powątpiewa w swoje kompetencje. Nie chce jednak przyznać, że nie nadaje się do tej pracy, dlatego, nawet jeśli nie otrzymuje odpowiedniego wsparcia od swojego przełożonego, stara się wykonywać obowiązki najlepiej jak potrafi. Po zakończeniu zmiany „ucieka” z miejsca pracy i próbuje jak najszybciej zapomnieć o ostatnich ośmiu godzinach.

BLASKI I CIENIE PRACY W CALL CENTER

Oczekiwane korzyści

Pracownicy call center oczekują, że nauczą się w pracy przydatnych w wielu zawodach umiejętności, jednocześnie pracując w relatywnie komfortowych warunkach.

Cenione umiejętności, które można nabyć w pracy, to np.:

- umiejętność prowadzenia rozmowy z klientem,
- rozpoznawanie potrzeb,
- aktywne słuchanie,
- argumentowanie i zbijanie obiekcji,
- elastyczność w korzystaniu z informacji,
- dystans,
- pozytywne myślenie.

Pracownicy doceniają również sam kontakt z ludźmi. Jest to dość ciekawe, szczególnie że relacje z klientem bywają jednocześnie głównym źródłem stresu. To zagadnienie należy interpretować wielowymiarowo. Dla części pracowników źródłem satysfakcji jest możliwość pomagania innym w rozwiązaniu problemów. Dotyczy to osób pracujących na linii przychodzącej. Z kolei zatrudnieni na linii wychodzącej kontakt z klientem traktują jako szansę na zdobycie wyżej wymienionych kompetencji. Obie grupy uznają pracę jako okazję do poznawania nowych ludzi i szansę na przynależenie do zespołu. Czas wolny chętnie spędzają ze współpracownikami.

”

Wykonując swoją pracę, czuję satysfakcję z każdej dobrze rozwiązanej sprawy.

Część pracowników call center traktuje swoje obowiązki jako wyzwanie. Osiąganie celów sprzedażowych umożliwia podniesienie własnych zarobków. Tego rodzaju podejście do pracy pozytywnie wpływa na samoocenę pracownika call center. Co więcej, obsługa klienta wymaga umiejętności radzenia sobie w sytuacjach krytycznych, kiedy bardzo ważne jest trzymanie emocji na wodzy. Konsultanci często podkreślają, że w pracy muszą nauczyć się odcinania emocji związanych z poprzednią rozmową z klientem i rozpoczynania kolejnej z pozytywną energią.

”

Praca w call center jest jak siłowanie się z własnymi słabościami. Trenuję wytrzymałość i cierpliwość – czasami chciałoby się trzasnąć słuchawką, ale raczej to niemożliwe. Dlatego trzeba być miłym i dzwonić dalej.



DZIKA RZeka

„Nieprzewidywalni klienci i sytuacje”



CAPPUCCINO... PIANKA OPADA

„Wyobrażenia dotyczące pracy w call center bardzo różnią się od realiów. Trzeba nauczyć się obsługi klienta-człowieka, a nie walczyć z nim”



NIEKOŃCZĄCA SIĘ OPowieść

„Każdy klient to osobna historia”

PRACA PRZY OBSŁUDZE KLIENTA JEST JAK...



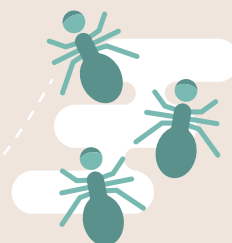
CIASTKO Z NADZIENIEM

„Nadzień jest zróżnicowane
pod kątem smaku i koloru”



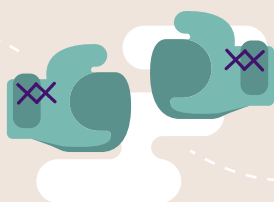
CODZIENNE POZNAWANIE NOWYCH LUDZI

„Poznajemy nowe osoby oraz
dobieramy odpowiednią ofertę
dla nich”



MRÓWKI CHODZĄCE PRZY MROWISKU

„Jest ich tak samo dużo jak
pracowników, panuje natłok
informacji”



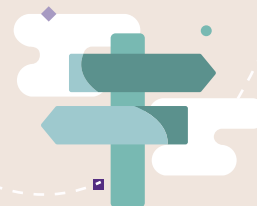
WALKA

„Każdego dnia walczy się
o klienta i rozmowę”



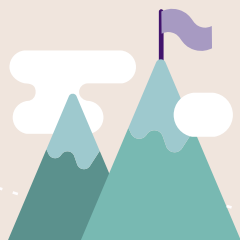
PŁYWANIE W MORZU

„Nie wiesz, jak wysoka będzie
fala i temperatura wody”



WYPRAWA W NIEZNANE

„Nigdy nie wiesz,
co cię dziś czeka”



WYZWANIE

„Codziennie inne zadania,
wyzwania, problemy”



MOŻLIWOŚĆ ZDOBYCIA WIELU RÓŻNYCH DOŚWIADCZEŃ

„Wchodzę w interakcję
z różnymi ludźmi”



NIEKOŃCZĄCA SIĘ ROZMOWA

„Gadam i gadam”

Obawy

Problemy, na które wskazują pracownicy call center oraz obsługa klienta, związane są z trzema obszarami: sytuacją w firmie, trudnymi klientami i indywidualnymi odczuciami dotyczącymi pracy.

Pracownicy zwracają uwagę, że nie zawsze mogą liczyć na swojego przełożonego. Brakuje mu kompetencji i doświadczenia – nie potrafi zarządzać zespołem. Nie uczy kultury dzielenia się wiedzą, dlatego pracownicy nie okazują sobie wsparcia – są skoncentrowani na własnej pracy, na rywalizacji, a nie na wzajemnej pomocy. Ten problem dotyczy głównie niedoświadczonych pracowników, którym na początkowym etapie trudno jest poradzić sobie w pracy samodzielnie.

Pracownicy obsługi klienta narzekają także na nieczytelność zasad współpracy, m.in. na niejasny system przyznawania premii. Niepewność, ile zarobią, wywołuje w nich niepokój i stres.

”

Czuję personalne zaangażowanie w to, co robię i odpowiedzialność. Czuję też znużenie, bo dni i czynności są podobne.

CO POPRAWI WARUNKI PRACY W CALL CENTER



**DOSTĘP DO NAPOJÓW I POŚLĄKÓW
NIESZKODZĄCYCH BŁONIE ŚLIZOWEJ
GARDŁA**



**PRZYGOTOWANIE INFOGRAFIK NA
TEMAT OCHRONY GŁOSU I GARDŁA
ORAZ ROZMIESZCZENIE ICH W MIEJSCACH
WIDOCZNYCH DLA PRACOWNIKÓW**



**WARSZTATY Z TECHNIK
EMISJI GŁOSU**



**PREZENTACJA TECHNIK
RELAKSACYJNYCH**

TRUDY PRACY W CALL CENTER



**AGRESJA SŁOWNNA
ZE STRONY ROZMÓWCÓW**



**NIEPRZYJAZNA
ATMOSFERA W PRACY**



**NIEKOMFORTOWE WARUNKI
PRACY, ZATŁOCZONE
POMIESZCZENIA BIUROWE**



TRUDNE I MĘCZĄCE ROZMOWY



**BRAK ZROZUMIENIA ZE
STRONY KLIENTÓW**



**PRESJA POWODOWANA
WYSOKIMI PLANAMI
SPRZEDAŻY**



**DYSKOMFORT ZWIĄZANY
Z CIĄGLĄ PRACĄ GŁOSEM**

Opisując relacje z klientami, pracownicy obsługi klienta użyli symboliki kasku, który każdy konsultant powinien nosić, żeby uchronić się przed ich „ciosami”. Dotyczy to w szczególności niezadowolonych klientów, którzy niestety czasem posługują się wyzwiskami, są opryskliwi i kłamią. Pracownicy, mówiąc o swojej pracy, często używają sformułowań odnoszących się do polowania, walki, ataku i obrony. Trudności z klientami są źródłem dyskomfortu psychicznego, który przekłada się na efektywność pracy. Niezbędna jest zatem umiejętność odcinania się od negatywnych emocji.

Źródłem niezadowolenia może być również hałas w miejscu pracy. Wielogodzinne rozmowy i specyfika pomieszczeń, w których pracuje dział call center, często przyczyniają się do bólu gardła. Warto się zastanowić, co można zrobić, żeby poprawić komfort wykonywania obowiązków na co dzień.

CO JEST WAŻNE PRZY WYBORZE PRACY

Dla kandydatów rozważających pracę w obsłudze klienta istotny jest czas, jaki musieliby na nią poświęcić. Zależy im na zachowaniu przestrzeni, którą będą mogli przeznaczyć na hobby czy rodzinę. W związku z tym ważne są dla nich godziny pracy, ale również lokalizacja firmy.

”

Chcę mieć jasną ścieżkę kariery, która zapewni mi rozwój zawodowy oraz osobisty.

Kandydaci zwracają uwagę na atmosferę, jaka panuje w firmie. Przede wszystkim chcą być traktowani z szacunkiem. Zależy im również na jednoznacznych warunkach współpracy, jasnym zakresie zadań i dostępności do narzędzi pracy. To determinuje zaangażowanie w wykonywanie obowiązków. Pracownicy, szczególnie młodzi stażem, ze względu na problemy z radzeniem sobie z emocjami, (związanymi z trudnymi relacjami z klientami), mają silną potrzebę wsparcia oraz wymiany doświadczeń.

KNOW HOW

Warto zapewnić pracownikom warunki umożliwiające wyciszenie się emocjonalne (np. stworzenie w firmie przestrzeni relaksu). Przydatne może być również wsparcie psychologa, które pomogłoby zniwelować koszty psychiczne związane z pracą „na froncie”.

Możliwość rozwoju osobistego i awansu to często wskazywane motywy do pracy w call center. Dla osób z małym doświadczeniem możliwość rozwoju bywa istotniejsza niż wysokość płacy. Jeżeli wynagrodzenie pozwala zaspokoić podstawowe potrzeby, pracownicy wolą stawiać na zdobywanie nowych kompetencji.

RANKING WARTOŚCI ISTOTNYCH PRZY WYBORZE MIEJSCA PRACY

W SKALI OD 1 DO 5



IDEALNE OGŁOSZENIE O PRACĘ

Ogłoszenie, poza podstawowymi informacjami dotyczącymi zasad współpracy, powinno spełniać oczekiwania kandydata na poziomie emocjonalnym. Dlatego warto, żeby odpowiadało na takie pytania, jak:

- Co mi da to miejsce pracy?
- Jak będę mógł/mogła się tam realizować?
- Czego się nauczę?

”

Chcę mieć z góry ustalone zadania, wymiar pracy oraz możliwości rozwoju.

KNOW HOW



Potencjalnych kandydatów do pracy na stanowisku specjalisty ds. obsługi klienta drażni rozdzźwięk pomiędzy opinią, jaka krąży o call center, a laurką, którą jest ogłoszenie o pracę. Dlatego nie warto koloryzować wizerunku firmy oraz samej pracy na tym stanowisku.

”

Słowa klucze:
autentyczność,
perspektywy/rozwój,
precyzja.

ELEMENTY IDEALNEGO OGŁOSZENIA O PRACĘ



LOKALIZACJA FIRMY

Dla osób młodych często jest decydującym elementem, już na etapie podjęcia decyzji o aplikowaniu.



FORMA ZATRUDNIENIA I ZAROBKI

Zawrzyj w ogłoszeniu informacje dotyczące formy zatrudnienia i wynagrodzenia. Są one szczególnie istotne dla doświadczonych pracowników.



GODZINY PRACY

Elastyczny grafik może być istotną zaletą oferty, szczególnie jeśli osoba jest w trakcie studiów i chce je łączyć z pracą.

TREŚĆ

Unikaj frazesów i nie koloryzuj opisu firmy czy stanowiska. Spotkają się one z niezrozumieniem wśród kandydatów. Praca w call center nie kojarzy im się z niesieniem pomocy.



OFERTA PRACODAWCÓW

Jeśli oferujesz świadczenia pozapłacowe, zastanów się nad tym, które najbardziej będą interesowały kandydatów. Na pewno ważne są: szkolenia, przestrzeń do odpoczynku (tzw. chill room) czy wsparcie coachingowe/mentoringowe.

MOŻLIWOŚCI ROZWOJU W FIRMIE

Jeśli oferujesz pracownikom możliwości rozwoju, dodaj tę informację do ogłoszenia. Programy adaptacyjne, wsparcie koordynatora czy szkolenia rozwijające kompetencje radzenia sobie w trudnych sytuacjach są elementami, które będą interesujące dla kandydatów.



PORTRET IDEALNEGO PRACODAWCY

Zarówno doświadczeni, jak i początkujący pracownicy call center szukają pracodawcy, który zapewni im odpowiedni status ekonomiczny. Przejawia się to nie tylko w godnych zarobkach, ale również w normowanym wymiarze czasu pracy. Chcą rozwinąć się „po godzinach”, mieć przestrzeń na hobby. Ważna jest również dobra atmosfera. Rozumienie tego, co ona oznacza, jest jednak wśród pracowników różne. Niektórzy wiążą ją z poczuciem bezpieczeństwa i wsparciem udzielanym przez przełożonego w problematycznych sytuacjach. Inni z kolei podkreślają, że warto, żeby w firmie panowała atmosfera stymulująca do samodzielności i kreatywności.

Doświadczeni

KNOW HOW

Doświadczeni pracownicy potrzebują przełożonego, który doskonale zna się na swoim fachu, a jednocześnie korzysta z wiedzy i kompetencji swoich podwładnych.

Doświadczeni pracownicy obsługi klienta wskazują na potrzebę pracowania z szefem liderem. Idealny pracodawca to według nich dobry i silny przywódca, który umiejętnie kieruje pracą zespołu, wyznacza osiągalne cele i wspiera swoich podwładnych. Wie też, jak wykorzystać ich wiedzę, aby wspólnie uzyskać lepsze wyniki.

Jest to osoba kompetentna, która samodzielnie przeszła wszystkie szczeble kariery. Dzięki temu zna profesję „od podszewki”, jest świadomy realiów pracy w branży. Dobrze zarządza swoimi pracownikami, wiedząc, kiedy docenić czyjeś osiągnięcia, a kiedy zmotywować do lepszej pracy. Liczy się dla niego efektywność zespołu. Znajduje to odzwierciedlenie w systemie premiowym i uczciwym podziale dodatków do podstawy wynagrodzenia.

Idealny pracodawca to taki, który ma ludzkie oblicze, jednak potrafi być konsekwentny w stosunku do osób niespełniających swoich obowiązków.

KNOW HOW

Pracownikom zależy na otrzymywaniu benefitów pozapłacowych. Ciekawymi możliwościami są integracje firmowe, szkolenia i dopłaty do edukacji czy dofinansowanie wczasów.

Niedoświadczeni

Myśląc o pracodawcy idealnym, zwracają uwagę na kilka kwestii:

1. Bezpośredni przełożony powinien łączyć cechy charyzmatycznego przywódcy i dobrego ojca. Musi być wymagający i prowadzić swój zespół do boju z konkurencją, a jednocześnie dbać o bezpieczeństwo i dobrostan pracowników. Ważne jest, żeby nawiązywał kontakt z zespołem i tworzył wśród pracowników poczucie wspólnoty. Idealny kierownik powinien być wzorem do naśladowania.
2. Miejsce pracy powinno stanowić dla pracownika azyl. Jest to szczególnie ważne w trudnych momentach. Pracownicy chcieliby mieć możliwość spersonalizowania swojego miejsca pracy. Za zniechęcające i demotywujące uznają przestrzenie anonimowe, surowe – warto więc zadbać o środowisko biurowe.
3. Wzrost – zarówno firmy, jak i pracowników, ponieważ rozwój ludzi umożliwia wzrost firmy. Rozwój przedsiębiorstwa bez inwestycji w kompetencje pracowników jest traktowany jako pewna forma wyzysku.
4. Work-life balance, który oznacza, że pracownicy chcą mieć czas dla siebie po pracy. Pracodawca nie powinien zmuszać pracowników do pracy w ramach nadgodzin.

KNOW HOW

Unikaj zaznaczania hierarchii służbowej. Stwórz środowisko sprzyjające nawiązywaniu nieformalnych kontaktów pomiędzy pracownikami będącymi na różnych poziomach struktury firmowej.

Z PERSPEKTYWY PRACODAWCY*

1 Na czym warto się skoncentrować, rekrutując na stanowisko specjalisty ds. obsługi klienta?

Każdy jest w stanie wyobrazić sobie, czym zajmuje się specjalista ds. obsługi klienta, pracownik call center, doradca klienta czy konsultant ds. obsługi klienta. Rekrutacja na tę pozycję bywa niemałym wyzwaniem. Wielu rekruterów stara się unikać nazwy „call center”, gdyż wie, że kandydaci miewają negatywne skojarzenia. Choć praca zmieniła przez lata swój charakter, a działy zajmujące się kontaktem z klientem nie wymagają od pracowników wyłącznie czytania transkrypcji, wiele osób nadal ma takie wyobrażenie. Dlatego też dobranie odpowiedniej nazwy do stanowiska bywa problematyczne, a rekruterzy silą się na oryginalność. Z tym jednak niestety trzeba uważać, bo nietypowa nazwa stanowiska może utrudnić kandydatom odnalezienie ogłoszenia. Prostota nazw stanowisk jest zatem wskazana.

Druga istotna kwestia dotyczy opisu stanowiska. W przypadku obsługi klienta im bardziej precyzyjny opis zadań i wymagań, tym lepiej, szczególnie że zakres obowiązków różni się w zależności od branży, firmy czy działu, w którym dana osoba będzie pracowała. Niezależnie od szczegółowej specyfiki oferty wspólne dla tego stanowiska jest to, że pracownicy są na pierwszej linii frontu, jeśli chodzi o kontakt z klientem. Dlatego wymaga się od nich dużej sumienności w realizowaniu zadań oraz odpowiedniej organizacji pracy. To przez pryzmat tych relacji klienci oceniają markę. Niestety zarówno sumienność, jak i umiejętność organizacji pracy są niemożliwe do weryfikacji podczas procesu rekrutacyjnego. W związku z tym sama rekrutacja jest skracana przez firmy do minimum, a informacja zwrotna bywa przekazywana kandydatowi jeszcze tego samego dnia. Według specjalistów HR proces powinien zamykać się w maksymalnie dwóch etapach. Dłuższa rekrutacja może spowodować, że kandydat po prostu zdecyduje się na inną ofertę. Minimalizacja kroków nie może jednak spowodować spadku jakości procesu.

2 Co powoduje duże trudności z rekrutacją pracowników na to stanowisko?

Przeprowadzone badania wykazują, że większość firm ma spore trudności z zatrudnianiem osób na stanowiska związane z obsługą klientów. Jako przyczyny tej sytuacji rekruterzy wskazują rynek pracowniczy. Jest znacznie mniej odpowiedzi na publikowane ogłoszenia niż jeszcze rok temu, a wiele firm ze względu na wzrost zapotrzebowania prowadzi rekrutację w systemie ciągłym.

*ARTYKUŁ POWSTAŁ NA PODSTAWIE ROZMÓW Z PRACODAWCAMI POSZUKUJĄCYMI PRACOWNIKÓW NA OLX.

Kolejną kwestią jest jakość kandydatur. Podczas badań pojawiło się sporo opinii mówiących o tym, że kandydaci często przychodzą na rozmowy nieprzygotowani i nie posiadają wymaganych umiejętności, a co więcej – nie wykazują chęci ich zdobycia. Szkolenie pracowników stało się bardzo ryzykowne. Zdarzają się sytuacje, w których nowe osoby szybko rezygnują z podjętej pracy. Problem ten dotyczy głównie młodych pracowników. Taka sytuacja znacznie podnosi koszty związane z zatrudnieniem.

Kolejnym istotnym elementem przy tych rekrutacjach jest lokalizacja firmy. Jest to stanowisko, na które często aplikują studenci, którym zależy na tym, żeby podjęcie pracy było jak najmniej problematyczne. Nie chcą dojeżdżać daleko od miejsca zamieszkania czy uczelni.

W dużych ośrodkach panuje z kolei spora różnorodność ofert, przez co praca na stanowiskach obsługi klienta nie zawsze jest traktowana przez osoby młode jako atrakcyjna.

Podczas badania spotkaliśmy się również z opiniami, że w momencie pojawienia się dopłat do utrzymania dzieci (tzw. programu 500+), rekruterom znacznie trudniej było znaleźć osoby zainteresowane podjęciem współpracy. Jednak ten problem wskazywały firmy mające placówki w mniejszych ośrodkach. Wzrost wymagań kandydatów wymusił na nich potrzebę zrewidowania ofert.

3 Jak rozmawiać z kandydatami aplikującymi na to stanowisko?

Specjalista ds. obsługi klienta czy pracownik call center to stanowiska, na których panuje wysoka rotacja. Co ciekawe, część z badanych firm zwróciła uwagę, że kandydaci nie zawsze mają przygotowane CV. Ten trend dotyczy osób młodych. Aby przeciwdziałać problemowi, firmy tworzą formularze aplikacyjne, w których kandydaci mogą zamieścić najważniejsze informacje. Na ich podstawie rekruterzy podejmują decyzję, czy warto daną osobę zaprosić na rozmowę. Specjaliści HR twierdzą, że w przypadku kierowania oferty do młodych, muszą wychodzić z inicjatywą ze swojej strony. Nie wystarczy pojawianie się w miejscach, w których przebywa grupa docelowa. Trzeba podjąć

z nią dialog. Podczas targów pracy, konferencji, spotkań na uczelniach czy w szkołach średnich rekruterzy starają się inicjować rozmowę, dzięki której zmniejszają dystans z kandydatami.

Młode osoby niechętnie nawiązują pierwszy kontakt. Wstydzą się pytać na spotkaniach, dlatego coraz częściej odzywają się poprzez media społecznościowe. Warto więc zadbać o te kanały komunikacji. Znalezienie odpowiedniego kandydata umożliwia przejście do kolejnego etapu rekrutacji. W przypadku tego stanowiska jest to zazwyczaj rozmowa zarówno na temat samego przedsiębiorstwa, doświadczenia aplikującego, jak i potencjalnej współpracy.

Podczas rozmów wielokrotnie spotykaliśmy się z opinią, że kandydaci często mają jedynie bardzo podstawową wiedzę na temat firmy, do której aplikują. W przypadku bardziej rozpoznawalnych marek kojarzą je ze względu na własne doświadczenia, a nie od strony potencjalnego pracodawcy. Taka sytuacja powoduje, że rekruter poświęca część spotkania na opowiadanie o firmie. Ciekawym pomysłem podzielił się z nami jeden z pracodawców:

”

Przesyłając kandydatom zaproszenie na spotkanie, załączamy link do naszej strony firmowej (wraz z zachętą do zapoznania się z informacjami na temat naszej działalności) oraz wartości, którymi się kierujemy. Większość kandydatów (pewnie po części dzięki temu) zna naszą firmę i jest przygotowana do rozmowy rekrutacyjnej.

W zależności od tego, do jakiej grupy wiekowej chcemy dotrzeć, warto zwrócić uwagę, w jaki sposób tworzymy komunikat. W przypadku osób młodych powinien być bardziej bezpośredni. Z kolei, jeśli chcemy zainteresować osoby bardziej doświadczone, warto unikać żargonu korporacyjnego. Dostosowanie do grupy docelowej umożliwia nam również dobór kanałów komunikacyjnych – serwisów rekrutacyjnych czy portali social media.

4

Jakie informacje warto zamieścić w ogłoszeniu?

Wiele firm stara się informować kandydatów o warunkach zatrudnienia już na etapie ogłoszenia o pracę. Część osób chciałaby zarobić konkretne pieniądze, dlatego informacja o wynagrodzeniu jest konieczna. Umożliwia podjęcie szybkiej decyzji o złożeniu aplikacji. Oczywiście uwzględnienie w ofercie wynagrodzenia wiąże się również z ryzykiem. Część pracodawców obawia się, że proponowane stawki będą niewystarczające i kandydaci mogą publicznie wymieniać negatywne opinie na temat firmy. Co prawda istnieją raporty wskazujące na średnie wynagrodzenia w danych regionach, jednak niektóre firmy mają na tyle specyficzną branżę lub rynek lokalny jest na tyle wyróżniający się, że ciężko odnieść się do ogólnodostępnych danych. W takim przypadku pracodawcy określają kwotę dopiero podczas procesu rekrutacji, po analizie informacji uzyskanych od kandydatów na temat ich oczekiwań finansowych.

Większe firmy obawiają się również, że aktualni pracownicy mogą być niezadowoleni z różnic płacowych, jakie panują w zależności od regionu zatrudnienia. W obawie o ich nastroje, przetożeni wolą nie upubliczniać informacji dotyczących wynagrodzeń. Część przedsiębiorstw stara się rozwiązać ten problem poprzez zamieszczanie

w formularzu aplikacyjnym pytania odnośnie oczekiwań finansowych. Kandydaci, którzy wykraczają poza możliwości firmy, są odrzucani już na tym etapie. Nie jest to jednak rozwiązanie bez wad. Część aplikujących w początkowej fazie rozmów zawyża wymagania, chcąc wynegocjować lepszą stawkę. Ta sytuacja może spowodować, że strony nie podejmą rozmów negocjacyjnych, mimo że miałyby szansę na porozumienie.

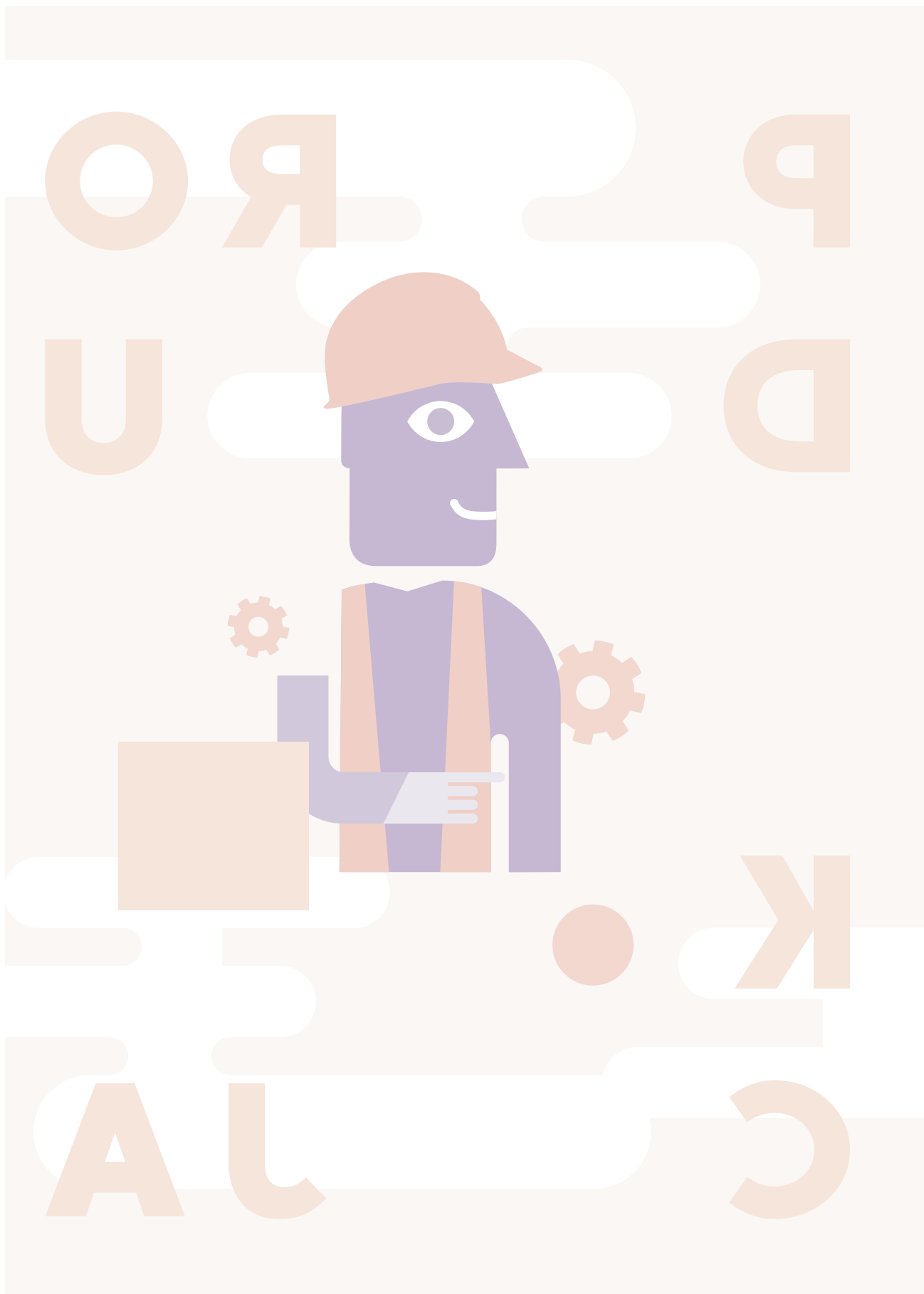
Mniej problematycznym elementem w ogłoszeniu są świadczenia pozapłacowe. Praktycznie każdy pracodawca chwali się tym, co oferuje swoim pracownikom. Tutaj jednak trudniej się wyróżnić na tle konkurencji. Większość badanych firm oferuje pracownikom następujące benefity: karty sportowe, opiekę medyczną, ubezpieczenie na życie. Wielokrotnie pojawiła się również informacja o integracjach. Część oferowanych udogodnień zależy od branży, w jakiej pracodawca działa. Są to np. dofinansowania do posiłków, czy zniżki na produkty firmowe.

Podczas rozmów z badanymi pojawiały się również informacje na temat świadczeń, takich jak programy sugestii, konkursy pracownicze, dofinansowania do okularów czy bezpłatne szkolenia. Ostatnie świadczenie zdaje się niezbędne do prawidłowego wykonywania pracy, dlatego nie powinno się go traktować w kategoriach dodatku.









PRODUKCJA NA RYNKU PRACY

Wraz z postępującą automatyzacją coraz więcej zadań produkcyjnych w łańcuchu dostaw przejmują maszyny. Nie oznacza to jednak zastępowania pracowników produkcji przez urządzenia mechaniczne, a raczej redefinicję zadań tych pracowników i poszukiwanych przez pracodawców kompetencji. W efekcie, w skali globalnej, mimo coraz większej roli technologii w procesie produkcji, popyt na wykwalifikowanych pracowników fizycznych stale rośnie. Kategoria ta uznawana jest za jedną z pięciu, dla których na przestrzeni ostatnich 10 lat obsadzenie wolnych stanowisk sprawiało najwięcej trudności. Co więcej, 25% badanych pracodawców twierdzi, że znalezienie odpowiednio wykwalifikowanych pracowników produkcji jest w 2018 roku jeszcze trudniejsze niż w roku ubiegłym¹. W konsekwencji, zarówno w ujęciu globalnym, jak i na rynku polskim wykwalifikowani pracownicy fizyczni otwierają zestawienia najbardziej poszukiwanych pracowników.

Szczegółowy rozkład podaży i popytu na pracowników produkcji w Polsce daje bardziej złożony obraz. Dla przykładu obecnie kierownicy ds. produkcji, operatorzy maszyn do produkcji w niektórych branżach (chemiczna, gumowa, papiernicza) czy specjaliści ds. organizacji produkcji należą do grup zawodowych w równowadze (zawody zrównoważone to takie, dla których liczba ofert jest zbliżona do liczby osób zdolnych do podjęcia zatrudnienia)². Zgodnie z danymi Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej do tej samej grupy – zawodów zrównoważonych – należą pracownicy fizyczni w produkcji i pracach prostych. Równocześnie występują w Polsce zawody produkcyjne, w których brak odpowiednio wykwalifikowanych pracowników jest szczególnie zauważalny. Są to stanowiska w branżach związanych z budownictwem i przemysłem (m.in. cieśle i stolarze budowlani, murarze i tynkarze, monterzy instalacji budowlanych, operatorzy wózków widłowych, elektrycy, spawacze, tokarze)³.

Niedobór wykwalifikowanych pracowników produkcji nie wynika wyłącznie z dynamicznie rosnącej strony popytowej. Od lat polski system edukacji zawodowej z trudem dostosowuje się do potrzeb rynku pracy. Widać wprawdzie oznaki pozytywnych zmian, jak choćby rozwijające się

**25% BADANYCH
PRACODAWCÓW
TWIERDZI, ŻE ZNALEZIECIE
ODPOWIEDNIO
WYKWALIFIKOWANYCH
PRACOWNIKÓW PRODUKCJI
JEST W 2018 ROKU JESZCZE
TRUDNIEJSZE NIŻ W ROKU
UBIEGŁYM.**

klasy patronackie, ale nadal szkolnictwo zawodowe wymaga gruntownych zmian, na co wskazuje choćby fakt, że ponad 40% absolwentów szkół zawodowych ma problem ze znalezieniem zatrudnienia⁴.

Poziomy średniego wynagrodzenia w sektorze produkcji są w pierwszej kolejności funkcją poziomu specjalizacji i doświadczenia pracowników. Przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto wynoszą:

- dla kierowników produkcji: 7291 zł,
- dla mistrzów produkcji w przemyśle: 5746 zł,
- dla operatorów maszyn: 3741 zł,
- dla robotników produkcyjnych: 2682 zł⁵.

Z perspektywy pracowników dobra koniunktura w sektorze produkcji, zwiększanie mocy produkcyjnych, a co za tym idzie wzrost popytu na pracowników produkcji, przy jednoczesnych niedoborach w wielu produkcyjnych grupach zawodowych, dają szansę na wzmocnienie ich pozycji na rynku pracy. Z perspektywy pracodawców obecna sytuacja oznacza dalsze niedobory pracowników oraz rosnącą presję płacową, zwłaszcza na specjalistycznych stanowiskach związanych z produkcją. Tylko do pewnego stopnia lekiem na tę sytuację jest import kompetencji zza granicy, który jest nadal utrudniony, choćby z uwagi na wydłużony czas oczekiwania na konieczne dla zatrudnienia obcokrajowców decyzje administracyjne.

¹ManpowerGroup, „2018 Badanie niedoboru talentów”, 2018.

²Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie, „Barometr zawodów 2018”.

³Ibidem.

⁴Najwyższa Izba Kontroli, „NIK o szkolnictwie zawodowym”, 2016.

⁵Główny Urząd Statystyczny, „Struktura wynagrodzeń według zawodów w październiku 2016 r.”, 2018.



Kategorię Produkcja odwiedziło
we wrześniu 2018 roku

1 290 000

UNIKALNYCH
UŻYTKOWNIKÓW

W kategorii Produkcja od stycznia
do października 2018 roku
pojawiało się prawie

70 000

OGŁOSZEŃ O PRACĘ

które otrzymały ponad

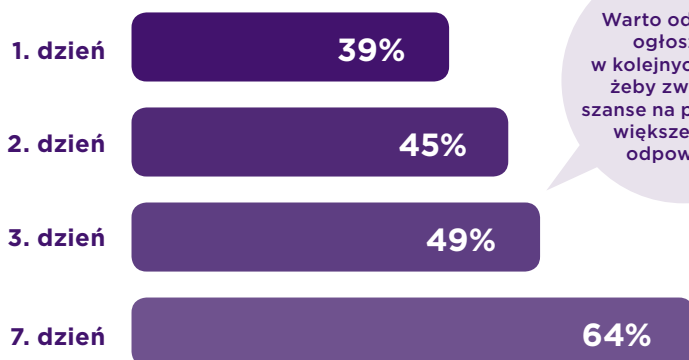
4 300 000

ODPOWIEDZI

czyli ponad 18 tys. odpowiedzi
dziennie!

KNOW HOW

Pierwszego dnia od publikacji ogłoszenia
w kategorii Produkcja do pracodawcy dociera
39% wszystkich odpowiedzi.



Warto odświeżać
ogłoszenia
w kolejnych dniach,
żeby zwiększać
szanse na pozyskanie
większej liczby
odpowiedzi.

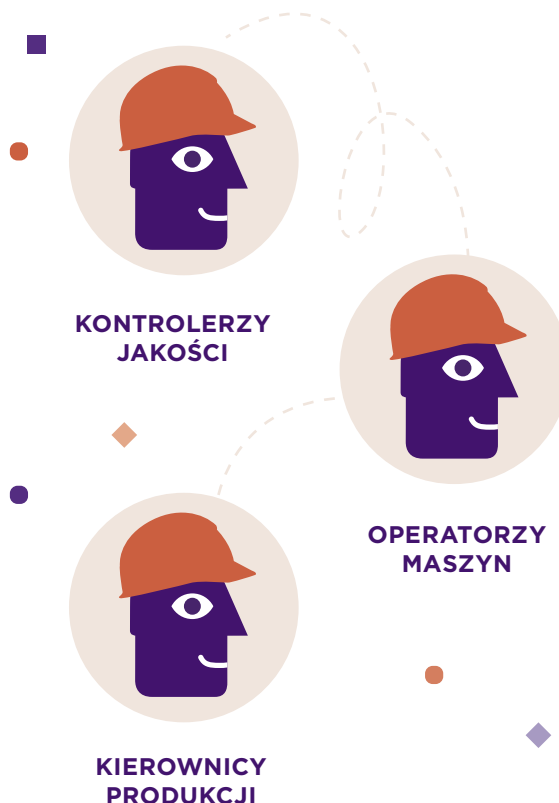
Średnia liczba
aplikacji na
ogłoszenie
w kategorii
Produkcja wynosi

66



PRACOWNICY PRODUKCJI NA OLX

Produkcja to kategoria, w której pracy poszukują osoby zainteresowane pracą na linii produkcyjnej w różnych branżach, kontrolerzy jakości, operatorzy maszyn, a także kierownicy produkcji.



CZY WIESZ, ŻE...

Największe zainteresowanie pracą w kategorii Produkcja odnotowaliśmy w styczniu.



CO CIEKAWE...

Użytkownicy szukający w czerwcu pracy w kategorii Produkcja w okresie od lipca do września przeglądali oferty pracy także w innych kategoriach:



33%
ponownie
PRODUKCJA



27%
POZOSTAŁE
OFERTY PRACY



23%
KASJER/
EKSPEDIENT



21%
MAGAZYNIER

Zainteresowani pracą w kategorii Produkcja rozważają zatrudnienie także w innych branżach. Przeglądają następujące kategorie:

68%

POZOSTAŁE
OFERTY PRACY

61%

KASJER/
EKSPEDIENT

53%

MAGAZYNIER

Poza kategorią
Praca na OLX
przeglądają także:



52%
NIERUCHOMOŚCI



49%
MOTORYZACJA



47%
DOM I OGRÓD

Poza aplikowaniem
na stanowiska w kategorii
Praca, najczęściej odpowiadają
na ogłoszenia w kategoriach:



15%
ELEKTRONIKA



14%
DOM I OGRÓD



13%
MODA

”

**JEŚLI
ATMOSFERA
JEST OK,
TO NAWET
PRZYJEMNA
PRACA.**

KIM JEST PRACOWNIK PRODUKCJI

Doświadczony

Pracownik produkcji lubi swoją pracę, ponieważ szybko dostrzega jej efekty. Jest zadowolony z tego, że ma fach w ręku. Odpowiada mu jasny zakres zadań. Obowiązki są dla niego zrozumiałe, więc stara się z nich dobrze wywiązać. Jest dumny z wyników swojej pracy, wiedząc, że są częścią większej całości.

W pracy nie odpowiada mu to, że jest źle traktowany. Przetożeni go nie chwala, ani nie dziękują za włożony wysiłek. Zdarza się, że dostaje reprimendę. Czasem nie rozumie, co jest przyczyną niezadowolenia szefa. W takich sytuacjach przestaje mu się chcieć podejmować wysiłek i zaczyna poświęcać realizowanym zadaniom minimum uwagi. Atmosfera w pracy jest dla niego bardzo ważna.

”

Zaczynam traktować tę pracę tak, jak oni traktują mnie.

Praca jest dla niego przede wszystkim źródłem zarobku. Potrzebuje jej i jeśli jest taka możliwość, realizuje nadgodziny. Czuje, że dokładanie mu obowiązków bez zwiększenia wynagrodzenia jest nie fair, dlatego chce pracować w firmie, która sprawiedliwie rozlicza wypracowane godziny i płaci za realizowanie dodatkowych zadań.

KNOW HOW

Pracownikom produkcji zależy na jasnych komunikatach. Niestety na co dzień muszą „kombinować”, żeby uzyskać interesujące ich informacje, przez to czują się niedoceniani i wykorzystywani.



Niedoświadczony

Zdecydował się na podjęcie zatrudnienia w produkcji, ponieważ proces rekrutacji nie był trudny. Potrzebuje pieniędzy, a praca znajduje się blisko domu. Zależy mu na tym, żeby obowiązki zawodowe nie obciążały go psychicznie. Ma ten komfort, że wychodząc z firmy, może przestać myśleć o zrealizowanych zadaniach. Odpowiada mu, że wie, co ma robić, a wyniki pracy są „konkretnie”, namacalne. Co więcej, nie musi „użerać się” z klientami.

Jeśli w pracy jest miła atmosfera, realizowanie obowiązków sprawia mu przyjemność. Zarabianie pieniędzy jest ważne, jednak cieszy się również z tego, że ma możliwość nawiązania nowych znajomości.

Początki pracy są dla niego trudne. Uważa, że otrzymuje najgorsze zadania, a sprzęt, na którym pracuje, jest stary i przez to trudny w obsłudze. Nie chce być źle traktowany, tylko dlatego, że jest nowy. Nie do końca podoba mu się to, że nie ma możliwości wykorzystywania w pracy swojego potencjału. Jednocześnie nie musi się wysilać, a przynajmniej zdobywa doświadczenie zawodowe (co jest ważne w kontekście zmiany pracy w przyszłości).

”

Marzę o idealnym miejscu, w którym jesteśmy zgranym zespołem, liczącym na siebie nawzajem.

BLASKI I CIENIE PRACY PRZY LINII PRODUKCYJNEJ

Oczekiwane korzyści

Za największe zalety pracy na produkcji pracownicy uznają jasny zakres zadań i „namacalny” efekt pracy. Daje im to poczucie bezpieczeństwa, w kontekście liczby i czasochłonności obowiązków. Spokój psychiczny zapewniają im również przewidywalność harmonogramu dnia (jasna informacja o długości i liczbie przerw). Dzięki przerwom pracownicy mają okazję do nawiązywania bliższych relacji. Zawarte znajomości zostały uznane przez nich za istotny element wpływający na odczuwaną satysfakcję z pracy.

Korzyści wynikające z pracy, które interesują pracowników, to:

- uznanie, docenienie,
- kursy, szkolenia, dodatki do edukacji,
- uczciwe premie,
- multisport,
- integracja,
- pakiety socjalne (ubezpieczenia, bony),
- zwrot kosztów dojazdu do pracy.

Istotną korzyścią dla pracowników produkcji jest możliwość rozwoju. Jako szczególnie ważne wskazali zdobywanie nowych kwalifikacji. Oczekiwania co do charakteru szkoleń i ich tematyki są zróżnicowane: od kursu obsługi wózka widłowego, przez obsługę nowoczesnych maszyn, urządzeń, programów, aż po podnoszenie poziomu wykształcenia. Niezależnie od formy, zatrudnieni uznają szansę na edukację za przejaw troski pracodawcy o poziom kompetencji pracowników, co wzmacnia ich lojalność wobec firmy.

Najważniejsze aspekty pracy to:

- atmosfera,
- przerwa,
- praca z ludźmi – zgrany zespół,
- życzliwość współpracowników.

Ważne dla pracowników produkcji jest budowanie ich poczucia podmiotowości. Sprawiedliwe traktowanie i wdzięczność za wysiłek włożony w pracę działają na nich motywująco. Nie chcą być ignorowani, a tym bardziej obwiniani za błędy, których nie popełnili. Złe traktowanie przez przełożonego powoduje ich zniechęcenie względem realizowanych obowiązków.

”

Kierownik, który broni zespołu, to rzadkość, ale to jedna z najważniejszych cech.

Obawy

Pracownicy produkcji zwrócili uwagę na praktykę obciążania ich kosztami związanymi z badaniami lekarskimi, zakupem odzieży czy obuwia roboczego. Jak się okazuje, wielu pracodawców zapowiada ich refundację, do której w rzeczywistości nie dochodzi. Przez to zatrudnione osoby już na początku współpracy czują się oszukane.

Kolejnym elementem powodującym frustrację jest zwiększenie liczby obowiązków. Pracownicy zwrócili uwagę, że przełożeni wykorzystują zaangażowaną postawę podwładnego, fakt jego krótkiego stażu bądź trudną sytuację społeczną-zawodową, i dokładają mu obowiązków. Zdarza się, że przyczyną zmiany jest nagła, niezapowiedziana nieobecność innego pracownika. Są jednak również sytuacje, w których szef sukcesywnie dokłada nowe zadania do stałego zakresu obowiązków. Niestety szerszy zakres obowiązków nie wiąże się ze wzrostem wynagrodzenia.

W pracy zdarzają się konflikty, które czasem wynikają z popełnionych przez pracowników błędów, a czasem z bezpodstawnych oskarżeń. Stosowane przez pracodawcę kary bywają dla pracowników bardzo dotkliwe. Pracownicy produkcji wskazali kilka ich form: cofnięcie urlopu, nieprzyznanie premii czy przydzielanie najgorszych zadań. Według zatrudnionych zdarza się, że przełożeni nie podejmują wysiłku związanego ze zrozumieniem przyczyn błędów, a tym bardziej nie są zainteresowani działaniami, które mogłyby zniwelować konflikty w przyszłości.

Kolejną kwestią, na którą pracownicy zwrócili uwagę, jest duża kontrola ich pracy. Nowoczesne systemy monitorowania zadań stosowane np. w centrach logistycznych i magazynowych powodują, że kontakty między ludźmi są ograniczone do minimum. Takie działania doprowadzają do poczucia wyobcowania. Zatrudnieni narzekają również, że przełożeni traktują z pobłażliwością niektóre niewłaściwe zachowania pracowników, obawiając się utraty członka zespołu. Osoby będące obserwatorami sytuacji czują się z tego powodu zdemotywowane.

PRACA JAKO PRACOWNIK PRODUKCJI JEST JAK...



CO JEST WAŻNE PRZY WYBORZE PRACY

Szczególnie istotne są trzy czynniki: poziom zarobków, możliwości rozwoju i szacunek pracodawcy. Te elementy są dokładnym odzwierciedleniem wartości, jakich zatrudnieni poszukują w idealnej firmie.

Ciekawym rozwiązaniem dla firm, w których rozwój kompetencyjny jest niemożliwy, jest wprowadzenie szansy na rozwijanie umiejętności związanych z pasją podwładnych. Da ono pracownikom poczucie zainteresowania ich potrzebami, reakcji na nie. Przykładem mogą być np. wspólne zajęcia sportowe związane z dziedziną, która najbardziej interesuje zespół.

Pracownicy produkcji, mówiąc o swoim miejscu pracy, podkreślają potrzebę poprawy relacji

panujących w zespole. Wspomniane wcześniej formy integracji mogą być odpowiedzią również na tę potrzebę – powinny pozytywnie wpłynąć na poprawę komunikacji w zespole i zwiększyć efektywność pracy.

Pracowników produkcyjnych można podzielić na trzy grupy. Pierwsza traktuje swoją pracę instrumentalnie, jest ona środkiem do osiągnięcia celu, czyli uzyskania wynagrodzenia. Do drugiej grupy zaliczają się osoby młode, które traktują zatrudnienie tymczasowo. Chcą zdobyć doświadczenie, które będą mogły w przyszłości wykorzystać. Trzecią grupę stanowią ludzie, którzy uznają, że podjęli się tej pracy niejako z przymusu. Wykonują ją ze względu na zarobek, ale nie jest ona zgodna z ich oczekiwaniami. Ci pracownicy posiadają wykształcenie co najmniej na poziomie średnim.

RANKING WARTOŚCI ISTOTNYCH PRZY WYBORZE MIEJSCA PRACY

W SKALI OD 1 DO 5

 **4,5**
ZAROBKI

 **3,8**
ATMOSFERA W PRACY

 **2,9**
GODZINY PRACY

 **2,9**
KARIERA

 **2,9**
LOKALIZACJA

 **2,7**
ROZWÓJ OSOBISTY

 **2,6**
CZAS DLA RODZINY

 **2,3**
CZAS NA HOBBY

 **2**
CZAS PRACY

 **2**
MOŻLIWOŚĆ
WYRAŻANIA SIEBIE

 **1,5**
WPŁYW NA ZDROWIE

PORTRET IDEALNEGO PRACODAWCY

Pracowników produkcji można podzielić na dwie grupy, biorąc pod uwagę wizję idealnego pracodawcy:

Grupa 1.

Za idealne przedsiębiorstwo uznają niewielką firmę, w której wszyscy się znają i mogą na siebie liczyć. Pracodawca jest liderem, który docenia zaangażowanie załogi. Odwdzięcza się dobrym słowem i dbaniem o odpowiedni rozwój przedsiębiorstwa. Jest pewny siebie i pociąga za sobą ludzi. Potrafi walczyć z konkurencją i rozwija firmę zgodnie z duchem czasu. Dbą również o efektywne korzystanie z dobrodziejstw technologii.

W stosunku do pracowników zachowuje się fair – nie każe płacić za odzież i obuwie służbowe, kwestie związane z umową czy wynagrodzeniem przedstawia jasno. Ta grupa zawodowa ma potrzebę integrowania się z zespołem. Zależy im na mniej formalnych spotkaniach, podczas których mogą porozmawiać z przełożonymi jak z ludźmi równymi sobie.

”

Naturalne środowisko pracy – nie jest ani za zimno, ani za gorąco, nie jest za głośno, jest jak w naturze pewien rytm, a wszystko ma swój czas i na wszystko jest czas, jedne rzeczy można wykonać wolniej, inne szybciej.

Grupa 2.

Druga grupa stawia na aspekt człowieczeństwa i relacji panujących między załogą a przełożonym. Oczekuje od pracodawcy różnych sposobów okazywania szacunku.

Drobne gesty, o ile są autentyczne, wywołują na pracownikach ogromne wrażenie. Istotne jest choćby witanie się z pracownikami czy nawiązywanie krótkich pogawędek. Jednocześnie zatrudnieni oczekują, że pracodawca nie będzie oderwany od rzeczywistości. Powinien zdawać sobie sprawę z tego, że pracownicy

KNOW HOW

Pracownicy produkcyjni lubią identyfikować się z kimś, kto się wybił, wyszedł niejako z bliskiej im rzeczywistości społecznej. Dlatego ważne jest, żeby przełożony rozumiał, jak ważne są dla podwładnych symboliczne aspekty budowania dumy z miejsca pracy.

mają rodzinę, a ich czas jest bardzo cenny, i co za tym idzie – nie zmuszać do realizowania nadgodzin.

Dobry pracodawca bierze pod uwagę to, że fabryka znajduje się na obrzeżach miasta, więc dojazd bywa czasochłonny.

Pracownikom zależy również na tym, żeby ich bezpośredni przełożony był gotowy do „walki” o pracownika, który został niesłusznie oskarżony o jakieś przewinienie.

Zatrudnieni poruszają także wątek integracji ze współpracownikami. Chcą, żeby pomiędzy poszczególnymi grupami zawodowymi w firmie panowały relacje, które zgodnie z ich wiedzą, są standardem w innych branżach.

”

Czasem wystarczy, że ktoś przyjdzie i doceni twoją pracę. To dużo daje. Pochwała zamiast przyspiesz albo coś.

IDEALNE OGŁOSZENIE O PRACĘ

LOKALIZACJA I NAZWA FIRMY

Dystans do ogłoszenia jest większy, kiedy brakuje podstawowych danych firmy. Niestety pracownicy najbardziej nieufnie podchodzą do ogłoszeń publikowanych przez agencje zatrudnienia.



WYSOKOŚĆ WYNAGRODZENIA

Zasady wynagrodzenia określone kwotowo, procentowo czy rzeczowo są dla przeglądających sygnałem, że firma nie zamierza manipulować. Zaletą ogłoszenia jest zapewnienie o regulaminie i terminowości wypłaty wynagrodzenia. W idealnym ogłoszeniu pojawiają się jasny podział między podstawą i premią oraz sprecyzowane warunki jej otrzymania.



FORMA ZATRUDNIENIA

Według pracowników forma zatrudnienia ściśle się wiąże z wynagrodzeniem, jakie pracodawca oferuje.

WARUNKI PRACY

Pracownicy chcą znać przyjęte standardy wykonywania pracy. Obawiają się wydłużania czasu pracy w określonych sezonach, niekontrolowanego zwiększenia liczby obowiązków czy odpowiedzialności.



OFERTA PRACODAWCY

W opinii pracowników produkcyjnych umiejętnie dobrany pakiet udogodnień świadczy o tym, w jaki sposób firma podchodzi do pracowników. Najbardziej cenione benefity to: obiad za „złotówkę”, autobus pracowniczy czy możliwość szkolenia się np. z obsługi wózków widłowych.

Z PERSPEKTYWY PRACODAWCY*



1 Jak wygląda sytuacja na rynku pracy, w kontekście pracowników produkcji?

Większość firm prowadzi ciągłą rekrutację na stanowiska produkcyjne. Wynika to z ciągłej rotacji i rosnących potrzeb. Pracownicy stosunkowo często rezygnują z pracy. Jako przyczynę najczęściej podają znalezienie zatrudnienia bliżej miejsca zamieszkania bądź za nieco wyższą stawkę.

Część naszych rozmówców za najskuteczniejszą metodę rekrutacyjną uznaje polecenia. Znajomi zatrudnionych znacznie częściej decydują się na nawiązanie współpracy. Dlatego też wiele firm proponuje pracownikom dodatkowe wynagrodzenie za zatrudnienie poleconego przez nich kandydata. Korzyść z tego rodzaju rozwiązania jest obopólna – obniża koszty zatrudnienia nowej osoby oraz przynosi wymierne korzyści polecającemu pracownikowi.

Pracodawcy rozumieją, że dla wielu pracowników ważny jest prestiż firmy. Wolą pracować w znanych i cenionych przedsiębiorstwach, gdyż daje im to poczucie stabilności zatrudnienia. Pracownicy często dopytują także o transport do miejsca pracy. Zależy im na wygodnym i niezasochtonnym dojeździe. W związku z tym część firm oferuje dopłaty do kosztów dojazdów. Coraz częściej przedsiębiorstwa decydują się na rekrutację niewykwalifikowanych pracowników i poświęcają czas oraz nakłady finansowe na to, żeby przygotować ich do pracy. Jeśli istnieje spora konkurencja w okolicy, jest to niemałe ryzyko, szczególnie że zdarzają się (jeszcze do niedawna niespotykane) sytuacje, w których po stosunkowo krótkim czasie od momentu zatrudnienia pracownicy rezygnują ze współpracy. Dotyczy to jednak głównie młodych osób. Podawaną przez nich przyczyną są za ciężkie warunki pracy lub zbyt wysokie wymagania. Taka sytuacja może powodować, że pracodawcy będą musieli dostosować swoje wymagania do aktualnych możliwości pracowników bądź też wydłużyć proces wdrażania ich w nowe obowiązki. Część firm, próbując poradzić sobie z problemami rekrutacyjnymi, stara się automatyzować jak największą liczbę procesów produkcyjnych. Zmniejsza to ich potrzeby w zakresie zatrudnienia i minimalizuje zagrożenie zastojów.

2 Jakie działania podejmują firmy, żeby zachęcić kandydatów do aplikowania?

Rozmówcy wymienili liczne metody poszukiwania kandydatów. Najpopularniejszym sposobem prowadzenia rekrutacji jest budowanie marki pracodawcy. Wiele badanych wspomniało, że inwestują w banery, promocję w radiu, telewizji

czy też w ulotki. Starają się również uczestniczyć w lokalnych inicjatywach, a czasami nawet samodzielnie organizować wydarzenia skierowane do lokalnej społeczności. Jako przykłady takich inicjatyw można wymienić wydarzenia sportowe, dni dziecka, inicjatywy wolontariackie. Dodatkowo część z firm decyduje się na współpracę z urzędami pracy, które organizują cyklicznie targi pracy. Nie oceniają ich jednak jako efektywne. Dlatego też starają się uczestniczyć w podobnych wydarzeniach organizowanych przez inne instytucje. Jest to jedna z okazji do nawiązania bezpośredniej relacji z potencjalnymi pracownikami.

Firmy działają nie tylko w sferze offline, pracują też nad tym, żeby być widoczne online – nie tylko na własnej stronie internetowej, ale również na różnego rodzaju portalach rekrutacyjnych, szczególnie tych, które są skierowane do pracowników produkcji. Niektóre z badanych firm wspomniaty również o współpracy z agencjami rekrutacyjnymi. Podkreślają jednak, że zależy im na budowaniu własnego wizerunku, dlatego jest to rozwiązanie, z którego korzystają, jeśli pojawiają się problemy z rekrutacją na dane stanowisko lub kiedy pracownik potrzebny jest wyjątkowo szybko. Część firm decyduje się na taką współpracę, chcąc zatrudnić osoby z zagranicy, głównie z Ukrainy.

Ponadto badani podkreślali, że w kontekście budowania marki szczególnie istotna jest spójność działań w różnych kanałach. Wiele firm posiada polityki mające zapewnić tworzenie odpowiedniego wizerunku. Mimo podejmowania licznych działań rekrutacyjnych większość badanych rekruterów podkreślała, że bardzo ważne jest minimalizowanie rotacji. Jedynym sposobem jest tu tworzenie kultury organizacyjnej przyjaznej pracownikom oraz umożliwianie im rozwoju w wewnętrznych strukturach firmy. W dość komfortowej sytuacji są te firmy, które mogą zapewnić zatrudnionym zarówno awanse poziome, jak i pionowe oraz zmianę lokalizacji.

3 **Z jakimi wyzwaniami mierzą się rekruterzy podczas poszukiwania kandydatów na stanowiska produkcyjne?**

„

Specjaliści, rekrutując nowych pracowników, muszą wyjść do potencjalnych kandydatów. Nie mogą siedzieć z założonymi rękami. Powinni spotykać się z młodymi ludźmi, którzy zaraz będą kończyć szkołę czy studia. Trzeba im opowiedzieć o naszej firmie, nawiązać bezpośrednią relację – podkreśla Pani Agnieszka Iwańczyk z firmy Kronospan.

Coraz częściej jest tak, że to rekruter zabiega o kontakty z kandydatem. Tego rodzaju działania wymagają jednak od pracownika HR dobrej intuicji, gdyż nie o każdego pracownika powinno się walczyć. Trzeba „wyczuć”, czy jest to odpowiednia osoba, która ostatecznie wykaże się inicjatywą i będzie brała odpowiedzialność za realizowane zadania, czy też poświęcimy dużą ilość czasu na kandydata, który będzie nieodpowiedni na dane stanowisko. Co więcej, rekruterzy znacznie częściej biorą po uwagę tzw. employee experience. Zależy im na budowaniu pozytywnych doświadczeń aplikujących. Dzięki temu, jeśli kandydaci nie zdecydują się na rozpoczęcie współpracy z firmą, być może w przyszłości wezmą pod uwagę powrót do rozmów lub polecą pracę innym.

Ponadto specjaliści HR częściej niż jeszcze parę lat temu weryfikują, jak długo dana osoba pracowała w poprzednich miejscach zatrudnienia. Na rynku jest coraz więcej pracowników „skoczaków”, którzy podejmują zatrudnienie na tyle krótko u jednego pracodawcy, że inwestowanie w ich umiejętności jest nieopłacalne dla firmy. Dlatego ważne jest również weryfikowanie rzeczywistych kompetencji kandydata. Zdarzają się sytuacje, że deklarowana wiedza niekoniecznie pokrywa się z rzeczywistymi umiejętnościami aplikującego. Rozwiązaniem tego problemu są praktyczne, nieograniczające się do rozmowy rekrutacje.







KIEROWCY NA RYNKU PRACY

Dane Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej wskazują, że w latach 2015-2017 kierowcy autobusów, ciągników siodłowych i samochodów ciężarowych byli na czele listy zawodów, w których silnie odczuwalny był brak kandydatów do pracy¹. Kierowcy samochodów osobowych na przestrzeni ostatnich 3 lat należeli natomiast do grupy zawodów w tzw. równowadze (zawody zrównoważone to takie, dla których liczba ofert jest zbliżona do liczby osób zdolnych do podjęcia zatrudnienia)².

**W UJĘCIU GLOBALNYM
KIEROWCY ZAWODOWI
ZNAJDUJĄ SIĘ NA
CZWARTYM MIEJSCU
W RANKINGU NAJBARDZIEJ
POSZUKIWANYCH
PRACOWNIKÓW³.**

Poważne problemy pracodawców ze znalezieniem zawodowych kierowców nie odróżniają szczególnie polskiego rynku od ogólnoswiatowych tendencji. Biorąc jednak pod uwagę niezwykle dynamiczny rozwój rynku transportu samochodowego w Polsce, są one w naszym kraju szczególnie odczuwalne. W ujęciu globalnym kierowcy zawodowi znajdują się na czwartym miejscu w rankingu najbardziej poszukiwanych pracowników³. W tym samym zestawieniu, w przypadku Polski, plasują się natomiast na drugiej pozycji. Szacuje się, że luka na rodzimym rynku pracy wynosi ok. 20%⁴. Jednocześnie szacunki wskazują, że liczba aktywnych zawodowo kierowców pojazdów ciężarowych i pasażerskich w Polsce wynosi 600-650 tys.⁵. To oznaczałoby, że na polskim rynku brakuje aktualnie ponad 100 tys. kierowców zawodowych.

W odniesieniu do kierowców „mniejszych pojazdów”, jak np. dostawcy czy kurierzy, również zauważalny jest brak odpowiednich pracowników. W tych sektorach podaż pracowników także nie nadąża za niezwykle dynamicznym rozwojem choćby rynku usług kurierskich, stymulowanym m.in. przez eksplozję branży e-commerce. Analizy wskazują, że rynek przesyłek kurierskich, ekspresowych i paczkowych rośnie w ostatnich latach średniorocznie o ponad 10%⁶.

Jedną z metod radzenia sobie przez polskich pracodawców z niedoborem zawodowych kierowców, ale również dostawców, kurierów, kierowców samochodów osobowych, jest poszukiwanie pracowników wśród obcokrajowców. Szacuje się, że w ostatnich latach liczba ukraińskich i białoruskich kierowców różnych kategorii pracujących w Polsce każdego roku podwaja się⁷.

Sama natura pracy kierowców samochodów osobowych dynamicznie zmienia się choćby z uwagi na wprowadzanie nowych rozwiązań technologicznych, pojawienie się nowych modeli biznesowych, a przede wszystkim zmiany postaw i oczekiwań konsumentów. Dobry przykład stanowi rynek usług taksówkarskich. Wielu kierowców pracujących w tradycyjnych korporacjach przechodzi obecnie do „nowych graczy”, którzy w coraz większym stopniu opierają swoje usługi o rozwiązania mobilne, pozostając równocześnie nadal licencjonowanymi przewoźnikami. Równocześnie toczy się batalia pomiędzy licencjonowanymi taksówkarzami a nielicencjonowanymi kierowcami oferującymi przewozy w oparciu o platformy mobilne. W ujęciu ogólnym rynek transportu osobowego rośnie z roku na rok, co przekłada się na coraz większe zapotrzebowanie na kierowców.

Najlepiej zarabiającą grupą w Polsce są kierowcy ciężarówek i autobusów pracujący w sektorze publicznym. Kategoria ta obejmuje przede wszystkim kierowców komunikacji publicznej, których przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto wynosi 4140 zł⁸. Całościowo analizowana grupa kierowców ciężarówek i autobusów zarabia w Polsce przeciętnie 3100 zł brutto. Zarobki kierowców samochodów osobowych, dostawczych i motocykli są znacznie niższe. Ich średnie miesięczne wynagrodzenie brutto wynosi 2889 zł. W sektorze prywatnym jest to 2734 zł brutto, a w sektorze publicznym 3580 zł brutto⁹.

¹Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie, „Barometr zawodów 2016”, „Barometr zawodów 2017”, „Barometr zawodów 2018”.

²Ibidem.

³ManpowerGroup, „2018 Badanie niedoboru talentów”, 2018.

⁴PwC, Związek Pracodawców „Transport i Logistyka Polska”, „Rynek pracy kierowców w Polsce”, 2016.

⁵Ibidem.

⁶PwC, „Perspektywy wzrostu rynku przesyłek kurierskich, ekspresowych i paczkowych (KEP) w Polsce do 2018 roku”, 2016.

⁷PwC, Związek Pracodawców „Transport i Logistyka Polska”, „Rynek pracy kierowców w Polsce”, 2016.

⁸Główny Urząd Statystyczny, „Struktura wynagrodzeń według zawodów w październiku 2016 r.”, 2018.

⁹Ibidem.

KIEROWCY/KURIERZY NA OLX

Kierowca/kurier to kategoria, w której pracy poszukują osoby zainteresowane świadczeniem przewozów różnego typu – od kierowców tirów, przez taksówkarzy, dostawców pizzy, aż po kurierów.



Kategorię Kierowca/kurier
odwiedziło we wrześniu 2018 roku

1 140 000

UNIKALNYCH
UŻYTKOWNIKÓW

W kategorii Kierowca/kurier
od stycznia do października 2018
roku pojawiło się ponad

61 000

OGŁOSZEŃ O PRACĘ

które otrzymały prawie

9 000 000

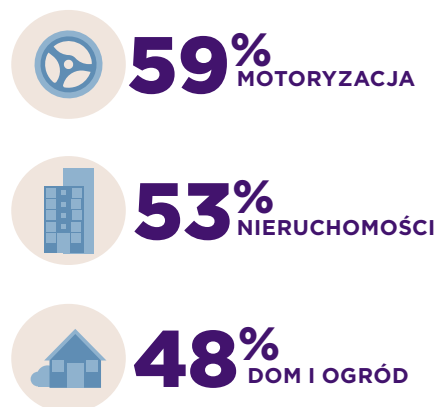
ODPOWIEDZI

czyli ponad 36 tys. odpowiedzi
dziennie!

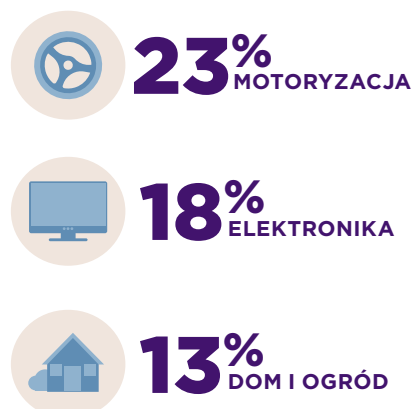
Szukający pracy w kategorii Kierowca/kurier przeglądają ogłoszenia o pracę także w innych kategoriach:



Poza kategorią Praca odwiedzają także inne kategorie OLX:



Poza aplikowaniem na stanowiska w kategorii Praca najczęściej odpowiadają na ogłoszenia w kategoriach:



CZY WIESZ, ŻE...

Największe zainteresowanie pracą w kategorii Kierowca/kurier odnotowaliśmy w styczniu.

CO CIEKAWE...
 Użytkownicy, którzy aplikowali
 na oferty pracy w kategorii Kierowca/
 kurier w czerwcu, w okresie od lipca
 do września udzielali odpowiedzi
 także w kategoriach:



Średnia liczba
 odpowiedzi
 na ogłoszenie
 w kategorii
 Kierowca/kurier to

115



KIEROWCA
TIRA



TAKSÓWKARZ



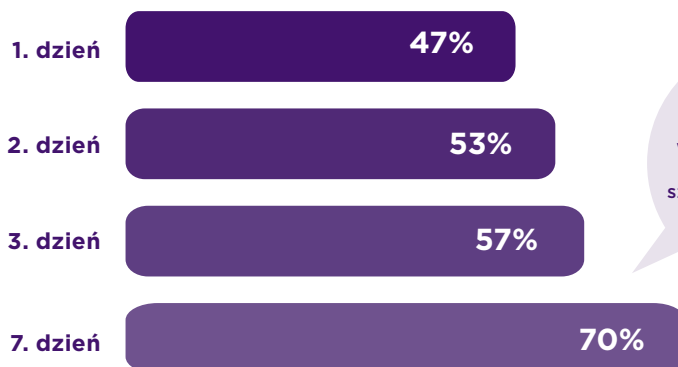
DOSTAWCA PIZZY



KURIER

KNOW HOW

Aż 47% odpowiedzi na ogłoszenie w kategorii
 Kierowca/kurier pojawia się już 1. dnia.



Warto odświeżać
 ogłoszenia
 w kolejnych dniach,
 żeby zwiększać
 szanse na pozyskanie
 większej liczby
 odpowiedzi.



”

**W ŚWIECIE
KIEROWCÓW CZAS
MIERZONY JEST
KILOMETRAMI.
CZAS
POŚWIĘCONY
NA PRACĘ
NIE OGRANICZA
SIĘ JEDYNIE
DO GODZIN JEJ
WYKONYWANIA.**

KIM JEST KIEROWCA

Doświadczony

Kierowca jest świadomy swoich umiejętności i tego, co może zaoferować pracodawcy. Doskonale zna realia pracy i ma w związku z tym określone oczekiwania. Od przedsiębiorstwa wymaga spełnienia podstawowych standardów, jeśli chodzi o kooperację – uczciwości, sprawiedliwego traktowania i odpowiadających standardom rynkowym warunków współpracy. Chciałby mieć z przełożonym partnerskie relacje. Poza tym ważne są dla niego kwestie zdrowotne oraz to, czy firma zapewni mu work-life balance – chce mieć czas dla siebie i dla rodziny.

Zależy mu na przejrzystych warunkach zatrudnienia. Oczekuje informacji, ile dokładnie zarobi w danym miesiącu, oraz jak rozliczane są nadgodziny. Wysokość wynagrodzenia jest dla niego istotnym aspektem, który często decyduje o kontynuowaniu współpracy z daną firmą. Chciałby wiedzieć, w jaki sposób pracodawca pomoże mu w przypadku ewentualnego wypadku. Zdaje sobie sprawę, że ponosi ryzyko, i boi się, że może mieć problem z otrzymaniem wsparcia ze strony firmy.

Aspektami, które ceni sobie kierowca z kilkuletnim stażem, są stabilizacja zatrudnienia oraz dobre relacje z przełożonym. Na zmianę firmy zdecydować się, jeżeli pracodawca jest wobec niego nieuczciwy lub warunki zatrudnienia nie są konkurencyjne. Jest świadomy, że w razie potrzeby bez problemu znajdzie inną pracę w branży. Nie jest jednak chętny do zmiany. Powątpiewa, czy w kolejnej firmie będzie lepiej. Negatywne doświadczenia wzbudzają w nim liczne wątpliwości.

**OKAZUJ PRACOWNIKOWI
SZACUNEK I DOCENIAJ
JEGO PRACĘ. KIEROWCY
SĄ GRUPĄ ZAWODOWĄ,
DLA KTÓREJ JEST TO
SZCZEGÓLNIE WAŻNE.**



Niedoświadczony

Motyacją do rozpoczęcia pracy w charakterze kierowcy są pieniądze. Stosunkowo łatwo w tej branży zarobić odpowiednio dużo, żeby wystarczyło na utrzymanie. Młody pracownik uznaje tę pracę za bardziej komfortową w porównaniu do wcześniej wykonywanych (np. do zatrudnienia w gastronomii) oraz mniej nudną. Uważa, że może być ona ciekawą przygodą. Zdarza się również, że zatrudnienie w charakterze kierowcy traktuje jako przystanek do zupełnie innego celu – związanego z dalszym kształceniem i zdobywaniem nowych kompetencji.

Wybierając ofertę pracy, kieruje się wysokością zarobków oraz przejrzystymi warunkami. Poza pieniędzmi ważne są dla niego szansa na rozwój, sprawiedliwe traktowanie i bezpieczeństwo. Ostatni element jest związany z tym, że zapewniony przez pracodawcę samochód nie zawsze odpowiada jego oczekiwaniom. Jeśli decyduje się na zmianę pracy, to przede wszystkim ze względu na złe, niesprawiedliwe traktowanie bądź brak uczciwości ze strony pracodawcy. Motywami bywają również nuda i chęć szybkiego zdobycia szerokiego doświadczenia.

Mimo niedługiej praktyki zdaje sobie sprawę, że na rynku jest sporo ofert pracy dla kierowców. Nie porusza się jednak po nim swobodnie. Nie wie, na co powinien zwracać szczególną uwagę, poszukując odpowiedniej oferty. Czynnikiem, który bywa decydujący przy wyborze zatrudnienia, jest lokalizacja. Początkujący kierowca lubi oszczędzać czas na dotarcie do pracy.

W pracodawcy ceni sobie umiejętność nawiązywania relacji z pracownikami. Chce zobaczyć w nim kompana, który będzie wsparciem w razie problemów. Co więcej, zależy mu na tym, żeby jego wysiłek włożony w pracę był dostrzeżony. Pragnie otrzymać wsparcie merytoryczne – wiedzę i doświadczenie.

”

**Liczą się dla mnie pieniądze,
czas na życie, szansa na rozwój.**

BLASKI I CIENIE ZAWODU

Oczekiwane korzyści

Kierowcy nie mają wygórowanych oczekiwań. Cenią sobie stabilność zatrudnienia, co wiąże się z respektowaniem przez pracodawcę ustalonych zasad. Umowa o pracę, w której są jednoznacznie wskazane warunki współpracy i wymagania na stanowisko, daje im poczucie bezpieczeństwa. Pracodawcę, który jest w stanie określić jasne reguły, traktują jako pierwszy wybór. Szczególnie ważne jest dla nich uczciwe rozliczanie nadgodzin – poświęcają swój czas, chcieliby więc otrzymywać adekwatne wynagrodzenie.

Pozostałe oczekiwania kierowców dotyczą traktowania ich z szacunkiem. Zależy im na dobrych relacjach z pracodawcą, czego przejawem byłoby docenianie ich pracy oraz udzielanie wsparcia w przypadku pojawienia się problemów. Uważają, że pozytywny wpływ na relacje w firmie mogłyby mieć integracje pracownicze. Wierzą, że dzięki nim udałoby się zapobiec trudnościom komunikacyjnym w zespole.

Czynnik, który kierowcy uznają za motywujący, to udziały w wypracowanych zyskach. Uważają, że byłby to uczciwy i transparentny system rozliczania ich pracy.

SZACUNEK WOBEC PRACOWNIKÓW POWINIEN PRZEJAWIAĆ SIĘ W:

- respektowaniu przez pracodawców warunków współpracy zawartych w umowie,
- docenianiu ich wysiłku włożonego w pracę,
- nieobciążaniu ich za niezawinione opóźnienia czy szkody powstałe podczas pracy,
- wspieraniu przy rozwiązywaniu problemów.

KNOW HOW

Kierowcy nie chcą być postrzegani jako ostatnie ogniwo łańcucha firmowego.

Obawy

Głównymi problemami, jakie dostrzegają kierowcy, są niejasne zasady współpracy. Zakres obowiązków, czas pracy i sposób wynagradzania oraz wypracowania premii powinny być ustalone w momencie zatrudnienia. Zdarza się jednak, że w umowach pojawiają się enigmatyczne zapisy, takie jak „wykonywanie innych poleceń przełożonego”, które wzbudzają u kandydatów niepokój. Kolejną problematyczną dla kierowców kwestią jest zwlekanie z podpisywaniem umowy. Pracownicy funkcjonują wtedy w zawieszeniu pomiędzy ustaleniami, jakie padły na początkowym etapie współpracy, a rzeczywistością.

Zastrzeżenia budzi również wspomniane wcześniej rozliczanie czasu pracy – w tym nadgodzin. O ile realizowanie dodatkowych godzin pracy nie jest problemem dla kierowców, oczekują uczciwego rozliczania nadprogramowego czasu pracy. Ze względu na to, że kierowcy zajmują niższe stanowiska w hierarchii przedsiębiorstwa, boją się zabiegać u pracodawcy o respektowanie swoich praw. Sytuacja ta dotyczy również kwestii, takich jak zły stan pojazdów czy potrzeba „naginania rzeczywistości”, jeśli chodzi choćby o warunki przewożenia towarów czy dopuszczalną załadunek.

Relacje z pracodawcą i współpracownikami bywają dla kierowców trudną kwestią. Problemy związane z organizacją zadań i nieefektywna komunikacja w firmie znacząco wpływają na komfort ich pracy. Opóźnienia powodują potrzebę realizowania dodatkowych godzin pracy. Z tego względu oczekują wdzięczności ze strony przełożonego czy osób odpowiedzialnych za organizację.

Mają poczucie, że nikt nie docenia ich wkładu – wiele dają od siebie, relatywnie mało otrzymując w zamian. Między innymi dlatego część kierowców wychodzi z założenia, że angażowanie się w pracę po prostu się nie opłaca.

TRUDY PRACY W ZAWODZIE KIEROWCY:

- niejasne zasady zatrudnienia i nieprecyzyjny zakres obowiązków,
- nierozliczane nadgodziny,
- problem z powrotem do domu w przypadku zakończenia pracy późno w nocy,
- niekomfortowe warunki pracy, m.in. brak klimatyzacji w samochodzie, niesprawny sprzęt,
- dotkliwe kary finansowe za szkody niejako wpisane w charakter pracy,
- nakładanie do łamania przepisów związanych z wagą załadunku.

KNOW HOW

Dbaj o relacje panujące pomiędzy pracownikami. Warto organizować spotkania, które umożliwią wzajemne poznanie się poszczególnych grup. Usprawni to ich codzienną współpracę.

CO JEST WAŻNE PRZY WYBORZE PRACY

Praca kierowcy jest bardzo demokratyczna – za kierownicą można zobaczyć praktycznie każdego! Nie zawsze jest ona pierwszym wyborem kandydatów, którzy często traktują ją jako tymczasową. Bywa więc niezwiązana z ich wykształceniem lub aspiracjami. Kierowców przekonują jednak dostępność ofert oraz dobre warunki finansowe.

Jako satysfakcjonujące wynagrodzenie wskazują poziom **od 3000 do 3500 zł netto**.

Jest to kwota zbliżona do średniej krajowej (wg danych GUS w I kw. 2018 roku było to **4622,84 zł brutto**).

W przypadku początkujących kierowców kwoty **od 2000 do 2500 zł netto** są warte uwagi. Okazuje się więc, że oczekiwania kierowców nie są wygórowane.

Ponieważ praca kierowcy wiąże się z częstymi wyjazdami, niekiedy długimi, istotną kwestią jest możliwość godzenia pracy ze spędzaniem czasu z rodziną, realizacją własnego hobby czy rozwojem osobistym. Ze względu na charakter pracy kierowcy zwracają uwagę na jej wpływ na kondycję fizyczną i zdrowie. Zależy im, żeby dbać o ten aspekt. Dlatego elementem poprawiającym jakość pracy są pakiety zdrowotne czy karty sportowe.

Znaczącą kwestią przy wyborze pracy jest również jej lokalizacja. Krótki czas dotarcia oraz możliwość dojścia pieszo bądź skorzystania z roweru są argumentami przemawiającymi za daną ofertą.

W procesie poszukiwania pracy niezwykle ważne dla kierowców jest szybkie zniwelowanie emocjonalnego napięcia – niepewności związanej z oczekiwaniem na odpowiedź. Chcieliby znać kolejne etapy procesu rekrutacji – daje im to poczucie bezpieczeństwa.

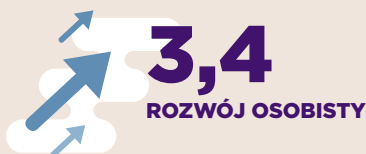
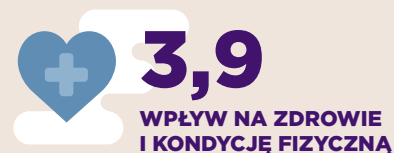
DLACZEGO KIEROWCY NIECHĘTNIE ZMIENIAJĄ PRACĘ?

Nie porzuciliby pracy kierowcy doświadczeni, którzy osiągnęli stabilną pozycję zawodową, oraz ci, którzy raz to zrobili i się zawiedli.

Wielu kierowców uważa, że emocjonalne koszty związane z podjęciem nowej pracy są zbyt wysokie. Nie wiedzą, czego się spodziewać, boją się zmiany.

RANKING WARTOŚCI ISTOTNYCH PRZY WYBORZE MIEJSCA PRACY

W SKALI OD 1 DO 5



PORTRET **IDEALNEGO** **PRACODAWCY**

Zarówno doświadczeni, jak i początkujący kierownicy oraz kandydaci na to stanowisko chcą pracować w sprawnie funkcjonującej firmie, cieszącej się dobrą opinią i dbającej o swoich pracowników. Od pracodawcy oczekują szacunku i równego traktowania, uczciwości oraz terminowości w wypłacaniu wynagrodzeń. Pragną czuć się częścią zespołu i współdzielić z nim sukcesy. Zależy im na symetrii w relacji z pracodawcą.

SZEF PRZEWODNIK

Doświadczeni pracownicy oczekują od firmy nieposzlakowanej opinii i stabilnej pozycji na rynku. Bardzo istotne jest dla nich przestrzeganie przepisów i standardów, m.in. w kwestii naliczania nadgodzin i rozliczania czasu pracy. Cenią pracodawców, którzy dbają o swoich pracowników, są wobec nich uczciwi i terminowi. Ich zdaniem idealny szef powinien włączać się w działania firmy, dając tym samym dobry przykład pracownikom. Przewoźny powinien też trzymać pieczę nad wszystkim, co dzieje się w organizacji, i wiedzieć, kiedy udzielić wsparcia swoim pracownikom.

SZEF PRZYJACIEL

Kierowcy z niewielkim doświadczeniem lub dopiero rozpoczynający pracę w tym zawodzie poszukują pracodawcy, który dba o swoich pracowników oraz tworzy w firmie przyjazną atmosferę. Idealny szef stawia pracownikom wymagania, ale też docenia wysiłek i zaangażowanie podwładnych. Ma do nich zaufanie i nie obawia się powierzyć im odpowiedzialnych zadań. Jest przyjacielski i potrafi nawiązywać relacje z pracownikami, tworząc zgrany zespół. Dostrzega ich potencjał oraz bierze pod uwagę ambicje. Dla kierowców z krótkim stażem istotne są także kwestie wynagrodzenia. Idealny szef wypłaca pensję na czas i jest uczciwy zarówno wobec pracowników, jak i klientów firmy.

KNOW HOW

Kierowcy, niezależnie od doświadczenia, chcą być częścią sprawnej firmy, która ma ciekawą misję i na bieżąco informuje pracowników o swoich wynikach i sukcesach. Zależy im na większej symetrii, jeśli chodzi o relacje z pracodawcą.

POSZUKIWANIE **PRACY**

”

Internet i znajomi albo sam internet... a można szukać pracy jakoś inaczej?

Kierowcy najczęściej szukają pracy przez internet, ponieważ cenią sobie prostotę i szybkość. Korzystają głównie z serwisów ogłoszeniowych – porównują oferty, wybierają najlepsze, najbardziej wiarygodne propozycje. Drugim co do popularności sposobem jest wykorzystywanie sieci znajomych.

Najbardziej aktywni i podchodzący systematycznie do poszukiwań są kierowcy szukający swojej pierwszej pracy. Na przeglądanie ogłoszeń poświęcają od 15 do 20 minut dziennie i robią to o różnych porach.

Część kierowców, mimo zadowolenia z obecnej pracy, przegląda ogłoszenia na OLX kontrolnie. Są świadomi sytuacji na rynku – wiedzą, że mogą znaleźć lepszą ofertę.

KNOW HOW

Zapotrzebowanie na informację w ogłoszeniu o pracę jest odwrotnie proporcjonalne do stażu pracy w zawodzie. Doświadczonym pracownikom wystarczą słowa kluczowe, na podstawie których budują wizerunek pracodawcy. Natomiast niedoświadczeni lepiej odbierają ogłoszenia zawierające większą liczbę szczegółów.

IDEALNE OGŁOSZENIE O PRACĘ

POWINNO BYĆ KONKRETNE I PRECYZYJNE



DLACZEGO OLX PRACA?

„Łatwo, **szybko**, dużo i skutecznie...”

„Ogłaszają się tu **lokalni pracodawcy**, których można łatwiej sprawdzić”

„Chcę **szybko** potwierdzić, czy praca kryjąca się pod ogłoszeniem ma dla mnie sens”

„Mogę od razu **złapać za telefon i zadzwonić**, dowiedzieć się, czy warto; sprawdzić wymagania i charakter pracy”

Z PERSPEKTYWY PRACODAWCY*

1 Jak wygląda sytuacja na rynku pracy w kontekście osób poszukujących zatrudnienia na stanowisku kierowca/kurier?

Pracodawcy mają problem ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników. Można by zaryzykować stwierdzenie, że w przypadku kierowców sytuacja jest szczególnie trudna. Wynika to z kilku czynników. Po pierwsze, rynek transportowy bardzo szybko się rozwijał w ostatnich latach. Przyczyną jest wymiana handlowa pomiędzy krajami europejskimi, ale również ekspansja polskich przewoźników na rynki zagraniczne. Po drugie, sporo osób rezygnuje z pracy w tym zawodzie, a nowi pracownicy na rynku nie są w stanie uzupełnić braków. Mówi się, że niedobór może oscylować wokół 20%, co oznacza realne zagrożenie dla rozwoju branży oraz obniżenie jakości usług. Po trzecie, praca kierowcy jest mało atrakcyjna dla młodych osób, co w połączeniu z niższym demograficznym powoduje, że stosunkowo niewielka grupa decyduje się na rozwój kompetencji w tym kierunku. Poza tym wykształcenie się w zawodzie kierowcy jest dość czasochłonne i kosztowne. Co prawda w ostatnich latach pojawiła się możliwość kształcenia na poziomie szkoły zawodowej w zawodzie mechanik kierowca, jednak teoretyczne przygotowanie uczniów nie odpowiada potrzebom rynku pracy.

Młode osoby inwestujące w swoje wykształcenie muszą liczyć się z tym, że nie od razu zostaną zatrudnione na najlepiej płatnych stanowiskach (trasy zagraniczne). W ich przypadku pracodawcy często wymagają kilkuletniego doświadczenia. Polskie firmy starają się rozwiązać problem niedoborów pracowników poprzez zatrudnianie obcokrajowców, jednak skomplikowane procedury administracyjne nie ułatwiają tego procesu. Co więcej, nawet rekrutacja osób z Ukrainy czy Białorusi bywa kłopotliwa, gdyż warunki oferowane na Zachodzie są dla nich atrakcyjniejsze. W zawodzie kierowcy można dostrzec dużą rotację pracowników. Część firm narzeka na to, że zdarzają się sytuacje, w których pracownicy odchodzą na kilka miesięcy, po czym chcieliby wrócić do firmy. Rezygnacje są spowodowane tym, że konkurencyjne przedsiębiorstwo oferuje w okresie wysokiego sezonu lepsze stawki, po zakończeniu którego pracownicy chcieliby wrócić do poprzedniego pracodawcy i podjąć zatrudnienie na starych warunkach.

Zdarzają się też sytuacje, w których kierowcy rezygnują z kontynuowania pracy w zawodzie. Często decydują się na ten krok ze względu na liczne niedogodności wynikające z realizacji obowiązków zawodowych. Praca przy najlepiej płatnych zleceniach jest przyczyną długich nieobecności w domu. Część pracowników po paru latach aktywności zawodowej dochodzi do wniosku, że wynagrodzenie nie rekompensuje rozłąki z rodziną.

2 Czy coś wyróżnia procesy rekrutacyjne na to stanowisko na tle innych rekrutacji?

Doświadczenia naszych klientów pokazują, że kierowcy w zależności od wieku kierują się innymi czynnikami motywacyjnymi przy podjęciu pracy. W przypadku osób młodych, które są na etapie zakładania rodziny, często kluczowe są dobre zarobki i zabezpieczenie rodziny. Dla części z nich ważna jest również praca blisko domu. Te osoby często decydują się na zatrudnienie np. w transporcie miejskim. W przypadku osób czterdziesto-, pięćdziesięcioletnich, które pracowały na trasach zagranicznych, w firmach turystycznych, priorytetem jest powrót do domu. Wynagrodzenie przestaje być kluczowym elementem decydującym o atrakcyjności oferty.

Z kolei panowie przed emeryturą często zaczynają szukać stabilnego zatrudnienia. Wiele firm transportowych oferuje inne formy zatrudnienia niż umowa o pracę. W przypadku osób w tym wieku możliwość podpisania tradycyjnej umowy i podniesienie emerytury są kluczowe. Szczególnie, jeśli dotychczas nie odkładały pieniędzy we własnym zakresie. Dlatego też istnieją na rynku firmy, które promują swoje oferty poprzez gwarancję stabilnego zatrudnienia na umowę o pracę.

Jeśli chodzi o rekrutację na stanowiska kierowców, to ważne są opinie, jakie wymieniają między sobą pracownicy. Część z nich nie zagląda do internetu, interesują ich informacje z pierwszej ręki, czyli od pracowników danej firmy. Żeby wyjść naprzeciw tej grupie zawodowej, pracodawcy umożliwiają kandydatom kontakt telefoniczny zamiast e-mailowy bądź poprzez formularz aplikacyjny.

Zdarza się, że kandydaci nie posiadają CV lub poczty elektronicznej. Wtedy sprawdzają się rekomendacje. Sam proces rekrutacyjny opiera się głównie na weryfikacji kompetencji kandydata. Jedna z badanych przez nas firm wspominała o tym, że podczas pierwszego etapu rekrutacji zapoznają kandydatów z warunkami współpracy oraz z chęcią odpowiadają na zadawane pytania. Następnie, jeśli aplikanci nadal są zainteresowani współpracą,

mogą udostępnić swoje świadectwa pracy, na podstawie których weryfikuje się czas i historię zatrudnienia. Kolejnym krokiem jest test praktyczny, czyli manewr z pracownikiem firmy.

Jeśli na tym etapie kierowca się sprawdzi, oferowana jest mu współpraca. Pracodawcy kładą duży nacisk na weryfikację umiejętności kandydatów, zdając sobie sprawę z tego, jak bardzo odpowiedzialne zadanie będą wykonywali ich pracownicy. Dlatego też większość badanych stwierdziła, że proces rekrutacyjny nie skrócił się w przeciągu ostatnich lat. Jedyną zmianą to tempo przekazywania kandydatom informacji zwrotnej, które jest znacznie szybsze niż kiedyś.

3 Co firmy robią, żeby zachęcić kandydatów do współpracy?

Rekrutacja w tej branży przyjmuje charakter działań marketingowych. Rekruterzy muszą najpierw zachęcić kandydatów do odpowiedzi na daną ofertę, a dopiero później mogą weryfikować kompetencje aplikującego. Employer branding, pozytywne opinie na temat pracodawcy, budowanie sieci kontaktów umożliwiają tworzenie bazy kandydatów. Wymagają jednak podejmowania licznych, długoterminowych działań. W rzeczywistości dana firma musi być dobrym pracodawcą, żeby kierowcy chcieli z nią podejmować wieloletnią współpracę. Jeśli będzie zachowywała się nieuczciwie względem swoich pracowników, np. nie wypłacała należności, nie dokonywała płatności w terminie czy przeciążała pracowników obowiązkami, informacja ta szybko rozniesie się wśród potencjalnych kandydatów.

Pracodawcy starają się zachęcić kierowców do aplikowania również poprzez oferowanie dodatkowych świadczeń pozapłacowych. Są to np. opieka medyczna, ubezpieczenia grupowe, paczki dla dzieci na święta czy prezenty okolicznościowe dla pracowników, dojazdy do okularów, a nawet zwroty za testy kwalifikacji zawodowych, które kierowcy muszą realizować, żeby utrzymać uprawnienia. Zdarzają się również zniżki na transport dla członków rodziny pracownika czy zapomogi okolicznościowe. Kolejnymi elementami, które zachęcają do zmiany pracy, są oczywiście wynagrodzenie i tryb pracy (czas spędzony w trasie i domu).

* ARTYKUŁ POWSTAŁ NA PODSTAWIE ROZMÓW Z PRACODAWCAMI POSZUKUJĄCYMI PRACOWNIKÓW NA OLX.





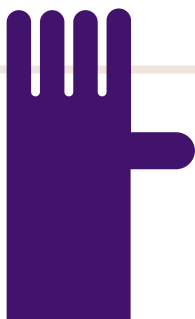


KASJER NA RYNKU PRACY

Pracodawcy z sektora handlu są jedną z głównych grup w Polsce dotkniętych niedoborem pracowników¹. 60% przedstawicieli branży handlowej narzekają na początku 2018 roku na deficyt pracowników. Obserwacje te tylko do pewnego stopnia potwierdzają jednak dane Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Najnowsze analizy wskazują, że w większości województw sprzedawcy i kasjerzy to grupa zawodów zrównoważonych, czyli taka, dla której podaż i popyt kompensują się². Pewne niedobory w tej grupie (podaż kandydatów znacząco niższa od zapotrzebowania rynku) występują w województwach dolnośląskim, lubuskim, pomorskim, śląskim i wielkopolskim³.

Niedobory te, jak w przypadku wielu innych grup zawodowych, obserwowane są w większym stopniu w dużych miastach niż w mniejszych ośrodkach. W efekcie coraz częściej detaliści decydują się na codzienne dowożenie pracowników z mniejszych miejscowości do pracy w dużych miastach na własny koszt.

**W ZWIĄZKU
Z ROSNĄCYMI
WYMAGANIAMI
ODNOŚNIE DO PROFESJI
KASJERA/EKSPEDIENTA,
PRACODAWCY
Z SEKTORA
HANDLOWEGO MUSZĄ
JESZCZE STARANNIEJ
DOBIERAĆ PERSONEL,
CHCĄC SPEŁNIĆ
OCZEKIWANIA
KLIENTÓW W ZAKRESIE
PROFESJONALNEJ
OBSŁUGI.**



Tę trudną, z punktu widzenia pracodawców, sytuację na rynku pracy pogłębia program 500+, zwłaszcza w odniesieniu do kobiet pracujących na najgorzej płatnych stanowiskach kasjerek i ekspedientek. Zjawisko to występuje w największym natężeniu w regionach kraju o najniższych wartościach średniego wynagrodzenia.

Pracodawcy z sektora handlowego radzą sobie z niedoborem pracowników najczęściej poprzez zastosowanie jednego z trzech poniższych mechanizmów (lub ich połączenie):

- podnoszenie stawek płac (ponad 3% pracodawców),
- wydłużanie czasu pracy, aby wypełnić brakujące wakaty własnymi zasobami (ponad 28% pracodawców),
- imigrację, zwłaszcza z obszaru Ukrainy (ponad 26% pracodawców)⁴.

Takiej sytuacji na rynku pracy towarzyszy inne zjawisko, polegające na coraz większej uwadze, jaką klienci sieci handlowych i usługowych przywiązują do jakości obsługi, kompetencji i znajomości oferty po stronie ekspedientów. To wymusza jeszcze większą dbałość pracodawców o pozyskiwanie doświadczonych pracowników o odpowiednich kompetencjach i wdrażanie właściwych strategii utrzymywania najlepszych.

Sama kategoria zawodowa sprzedawców jest bardzo szeroka. Obejmuje z jednej strony osoby rozpoczynające pracę zarobkową, studentów, a z drugiej osoby z kilkuletnim doświadczeniem. Za tym zróżnicowaniem podążają znaczące różnice w wysokości wynagrodzenia sprzedawców.

Interesującym fragmentem rynku pracy sprzedawców i kasjerów jest praca sezonowa w okresie letnim. Przeprowadzone badania pokazują jednak, że osoby zatrudnione sezonowo na stanowisku kasjera w handlu otrzymują najniższe ze wszystkich badanych kategorii wynagrodzenie⁵. W ujęciu godzinowym średnia stawka za pracę sezonową kasjera wynosiła w 2018 roku ok. 15 zł brutto⁶.

¹Work Service, „Barometr Rynku Pracy IX”, 2018.

²Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie, „Barometr zawodów 2018”.

³Ibidem.

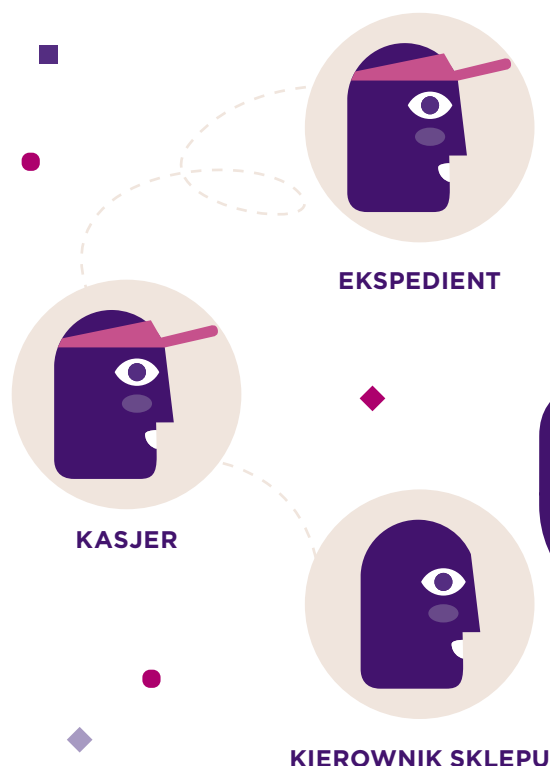
⁴Work Service, „Barometr Rynku Pracy IX”, 2018.

⁵Obok kategorii kasjer analizowano również następujące grupy: praca biurowa, konsultant call center, pracownik produkcji, hostessa, kelner, magazynier, pakowacz.

⁶Work Service, 2018.

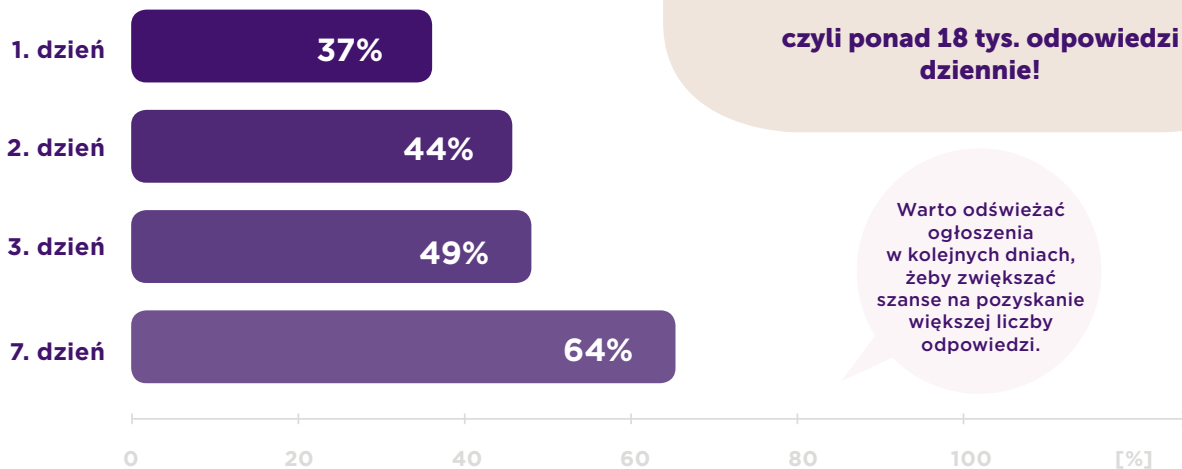
KASJER/EKSPEDIENT NA OLX

Kasjer/ekspedient to kategoria, do której trafiają użytkownicy zainteresowani pracą w charakterze sprzedawców i doradców klientów w sklepach stacjonarnych. Wybierają zwykle pracę na stanowiskach, takich jak ekspedient czy kasjer, a także na stanowiskach wyższego szczebla, jak np. kierownik sklepu.



KNOW HOW

Aż 37% odpowiedzi na ogłoszenie w kategorii Kasjer/ekspedient pojawia się już 1. dnia.



Średnia liczba
odpowiedzi
na ogłoszenie
w kategorii Kasjer/
ekspedient to

62

Kategorię Kasjer/ekspedient
odwiedziło we wrześniu 2018 roku

1 190 000

UNIKALNYCH
UŻYTKOWNIKÓW

W kategorii Kasjer/ekspedient
od stycznia do października 2018
roku pojawiło się ponad

65 000

OGŁOSZEŃ O PRACĘ

które otrzymały ponad

4 700 000

ODPOWIEDZI

czyli ponad 18 tys. odpowiedzi
dziennie!

Warto odświeżać
ogłoszenia
w kolejnych dniach,
żeby zwiększać
szanse na pozyskanie
większej liczby
odpowiedzi.

Szukający pracy w kategorii Kasjer/ekspedient są otwarci na pracę w innych branżach. Przeglądają następujące kategorie:

67%

**POZOSTAŁE
OFERTY PRACY**

58%

**OBSŁUGA
KLIENTA/
CALL CENTER**

57%

PRODUKCJA

Poza kategorią Praca na OLX przeglądają także:



49% NIERUCHOMOŚCI



40% MOTORYZACJA



40% DOM I OGRÓD

Poza aplikowaniem na stanowiska w kategorii Praca najczęściej odpowiadają na ogłoszenia w kategoriach:



14% MODA



13% NIERUCHOMOŚCI



11% ELEKTRONIKA



CO CIEKAWIE...

Użytkownicy, którzy aplikowali na oferty pracy w kategorii Kasjer/ekspedient w czerwcu, w okresie od lipca do września udzielali odpowiedzi także w kategoriach:



40%
ponownie
KASJER/
EKSPEDIENT



23%
OBSŁUGA KLIENTA/
CALL CENTER



25%
POZOSTAŁE
OFERTY PRACY



21%
GASTRONOMIA

CZY WIESZ, ŻE...

Największe zainteresowanie pracą w kategorii Kasjer/ekspedient odnotowaliśmy w styczniu, czerwcu i lipcu.

”

**WYKONUJĄC
MOJĄ PRACĘ,
CZUJĘ, ŻE
PRZYCHODZĘ DLA
INNYCH LUDZI.**

KIM JEST PRACOWNIK NA STANOWISKU EKSPEDIENTA

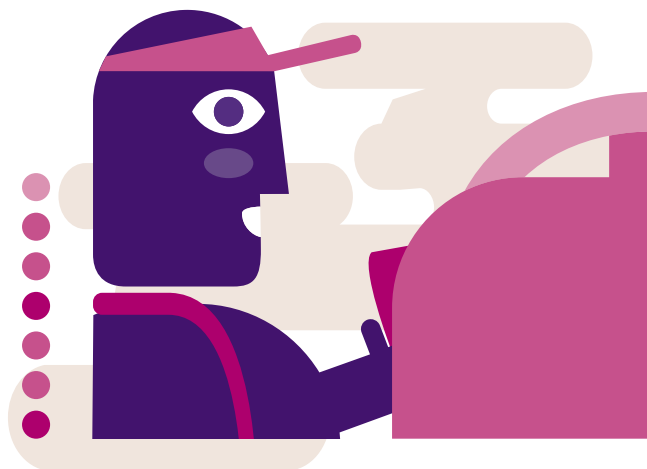
Doświadczony

Dla doświadczonego ekspedienta ważne są warunki pracy (np. dojazd, temperatura w sklepie, czystość) oraz stabilność zatrudnienia (poziom wynagrodzenia i terminowa wypłata). Istotne są również relacje panujące w firmie. Przyjazna atmosfera ułatwia radzenie sobie ze stresującymi sytuacjami. Sprzedawca lubi kontakt z klientami, chce im doradzać i wchodzić z nimi w interakcje. Bywa jednak sfrustrowany nieprzyjemnymi reakcjami i brakiem wsparcia przełożonego. Jeden miły albo niemiły klient może wpłynąć na jego nastrój.

Dla doświadczonego kasjera praca to przede wszystkim źródło utrzymania siebie i rodziny. Ważne jest dla niego zachowanie work-life balance, w czym pomagają wolne niedziele. Jeśli zdecyduje się na zmianę zatrudnienia, przyczyną będą złe relacje w firmie. Nowy pracodawca musi mu zagwarantować bezpieczeństwo – zarówno finansowe, jak i osobiste. Wynagrodzenie na podobnych stanowiskach niewiele się różni, więc rzadko bywa powodem do podjęcia decyzji o przejściu do konkurencyjnej firmy.

KNOW HOW

Stała i terminowa wypłata, która pokrywa podstawowe potrzeby rodziny, jest dla pracowników kluczowa. Szanują firmy, które dbają o integrację, a także doceniają i nagradzają pracowników.



Niedoświadczony

Decyzję o zatrudnieniu na stanowisku sprzedawcy podjął ze względów pragmatycznych. Łatwo dostać tę pracę, daje ona możliwość zarobku na satysfakcjonującym poziomie. Ponieważ na rynku jest dużo ofert, ma problem z wyborem. Aplikuje do „sieciówek” (znanych marek), wychodząc z założenia, że one muszą dobrze traktować pracownika. Wysyła naprawdę dużą liczbę aplikacji, około kilkudziesięciu. Zależy mu, żeby znaleźć firmę, w której stosunek zadań, jakie ma do zrealizowania w pracy, będzie odpowiedni do wysokości pensji. Nie czuje się związany z pracodawcą. Jeśli coś mu nie odpowiada, szybko zmienia pracę.

W pracy czuje się niepewnie. Boi się trudnych sytuacji i oczekuje pomocy, a jednocześnie ma wrażenie, że bywa pozostawiony sam sobie. Frustrują go klienci, którzy odreagowują na nim swój zły dzień. Lubi pomagać i doradzać, jednak denerwuje go fakt, że „klient ma zawsze rację” i musi mu przytakiwać oraz unikać konfliktów. Momentami czuje się przytłoczony liczbą obowiązków. Jednak, jeśli atmosfera w zespole jest miła, rekompensuje ona niedogodności.

Jeśli ma szansę nauczyć się czegoś nowego, postrzega to jako atut oferty. Nie jest to jednak kluczowy element przy podjęciu decyzji o zatrudnieniu. Ważne, żeby liczba obowiązków odpowiadała zarobkom i żeby przełożony był fajny.

”

Nie wiem, co robić w trudnych sytuacjach, potrzebuję pomocy.

BLASKI I CIENIE **PRACY KASJERA/** **EKSPEDIENTA**

Oczekiwane korzyści

Dla sprzedawców ważnym aspektem pracy jest kontakt z ludźmi, rozumiany szeroko – od tworzenia zgranego zespołu, aż po pomaganie klientom w dokonywaniu wyborów adekwatnych do ich potrzeb. Relacje z klientami umożliwiają użycie wiedzy na temat produktów, ćwiczenie racjonalnej argumentacji i wykorzystanie kompetencji komunikacyjnych.

Kasjerzy jako korzyści wynikające z zatrudnienia wskazują głównie finanse – możliwość otrzymania premii i nagród oraz bogate pakiety socjalne, m.in. bony i paczki świąteczne, dofinansowania do wakacji, czy zniżki. Satysfakcję z pracy dostarcza im zadowolenie klienta z obsługi oraz zwerbalizowane zadowolenie przełożonego (które przekłada się na nagrody). Warto również pamiętać o tak podstawowych aspektach, jak odpowiednie warunki pracy, właściwe narzędzia i dobra atmosfera w firmie. Sprzedawcy wskazują je jako znacząco wpływające na ich nastrój.

W przypadku stanowiska sprzedawcy rozwój zawodowy nie jest istotnym motywatorem. Awanse stanowiskowe wynikają zazwyczaj ze stosunkowo długiego stażu pracy, niekoniecznie kompetencji. Jest to związane z dużą rotacją pracowników. Młode osoby traktują zatrudnienie w firmie jako stan tymczasowy, z czego pracodawcy dobrze zdają sobie sprawę, więc nie inwestują w ich kompetencje. Jedyną grupą pracowników zainteresowanych zdobywaniem nowych umiejętności są osoby, które chcą w przyszłości rozwijać się na stanowisku przedstawiciela handlowego. Dla nich pakiet szkoleń ma duże znaczenie.

”

Kiedy myślę o pracy, wiem, że czeka mnie dzień pełen wyzwań.

Obawy

Relacje międzyludzkie, które są ważnym czynnikiem wpływającym na jakość pracy sprzedawcy, stanowią również jeden z głównych stresorów. W przypadku kontaktów z przełożonym przyczyną są niskie kompetencje zarządcze kierowników w wymiarze budowania relacji ze współpracownikami. Jest to o tyle istotne, że w przypadku sytuacji problemowych, szczególnie dotyczących tzw. trudnych klientów, ekspedientci oczekują wsparcia ze strony szefa. Otrzymywanie tego

KNOW HOW

**Nie zostawiaj swojego
pracownika samego w trudnych
sytuacjach z klientami.
Twoje doświadczenie sprawi,
że poczuje się pewniej.**

rodzaju pomocy znacząco podnosi poczucie bezpieczeństwa.

W zespole problematyczne sytuacje wynikają często z niewystarczających kompetencji społecznych (szczególnie w zakresie rozwiązywania konfliktów). Jest to problem, który dotyczy przede wszystkim młodych pracowników, którym brakuje umiejętności miękkich, pozwalających na radzenie sobie w przypadku różnicy zdań czy organizowania wspólnej pracy.

Dodatkowym, problematycznym czynnikiem bywa zbyt duża liczba obowiązków, która nie tylko powoduje zmęczenie fizyczne, ale również wywołuje stres, związany z niemożnością wypetnienia wszystkich zadań. W przypadku pracy w systemie 12-godzinnym dochodzą do tego zbyt krótka przerwa między jedną a drugą zmianą i brak wolnych weekendów.

”

**Niby sprzedawca, a tak
naprawdę jeszcze magazynier
i ochroniarz. Jedna pensja,
a trzy etaty.**

W przypadku relacji z klientem, poza codziennymi uciążliwymi sytuacjami, pracownicy obawiają się również kradzieży czy agresji ze strony klientów. Znacząco wpływa to na ich poczucie bezpieczeństwa, szczególnie że nie są w stanie przewidzieć, jak w ekstremalnej sytuacji zachowają się współpracownicy.

”

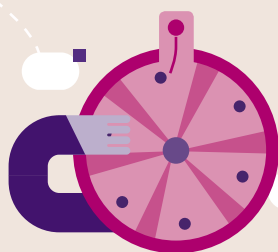
**Staram się unikać trudnych
klientów.**

PRACA NA KASIE JEST JAK...



PRZYGODA

**„Każdy dzień niesie
niespodzianki”**



LOTERIA

**„Nigdy nie wiesz, co się
zdarzy kolejnego dnia”**



TOCZENIE KAMienia PRZEZ SYZYFA

**„Nieważne, ile sprzedasz
w danym miesiącu,
w następnym musisz więcej”**

CO JEST WAŻNE PRZY WYBORZE PRACY?

Wynagrodzenie jest istotnym czynnikiem, dla którego pracownik decyduje się na podjęcie zatrudnienia jako sprzedawca. Jest ono relatywnie wysokie w stosunku do posiadanych kwalifikacji. Wiele osób pracujących w tej profesji zakończyło edukację na poziomie średnim ogólnym. Ci, którzy mają bardziej specjalistyczne wykształcenie, zazwyczaj nie pracowali w swoim zawodzie. Dla pracowników ważny jest również wpływ pracy na zdrowie i kondycję fizyczną. Może to być związane z faktem, że obowiązki niejednokrotnie wymagają sporo siły.

Kasjerzy liczą na elastyczne godziny pracy, które pozwolą im na spędzenie czasu z rodziną czy realizowanie własnego hobby. Łatwość awansu jest kolejnym czynnikiem przemawiającym za podjęciem zatrudnienia na tym stanowisku. Przy nawiązaniu z pracodawcą długoterminowej współpracy stosunkowo łatwo otrzymać awans na pozycję kierowniczą. Lokalizacja miejsca zatrudnienia, możliwość rozwoju kompetencyjnego, jak i możliwość wyrażania siebie zostały przez sprzedawców uznane za kwestie drugorzędne przy wyborze zawodu.

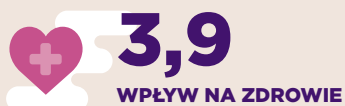
KNOW HOW

**Sprzedawcom zależy na
elastyczności grafiku
i możliwości dysponowania
urlopem (niezależnie
od okresowych braków
kadrowych i innych czynników
niesprzyjających).**

Jeden z głównych czynników wpływających na decyzję o zmianie zatrudnienia stanowi zła atmosfera w pracy. Jej przyczyną mogą być zarówno trudne relacje ze współpracownikami, jak i z przełożonym. Postawa szefa ma szczególnie znaczenie, jeśli chodzi o stosunek pracowników do wykonywanych obowiązków. Wspierający przełożony zachęca do podejmowania większego wysiłku. Zaangażowanych sprzedawców charakteryzuje wysokie poczucie własnej wartości i wiara we własne możliwości, które są w stanie wypracować poprzez współpracę z kierownikiem. Do zmiany pracy motywują także nieadekwatna do wynagrodzenia liczba obowiązków oraz chaos organizacyjny.

RANKING WARTOŚCI ISTOTNYCH PRZY WYBORZE MIEJSCA PRACY

W SKALI OD 1 DO 5



PORTRET IDEALNEGO PRACODAWCY

Zarówno doświadczeni, jak i niedoświadczeni pracownicy widzą w idealnym pracodawcy silnego lidera. Chcieliby od czasu do czasu usłyszeć pochwałę za dobrze wykonaną pracę, która zmotywuje ich do angażowania się w realizowanie obowiązków. Obie grupy wskazują, że takie zachowania ze strony pracodawcy mają miejsce niezwykle rzadko.

Doświadczony pracownik

Według doświadczonych sprzedawców idealny pracodawca to nie tylko silny i zrównoważony lider, to przede wszystkim pomocny opiekun, w którym można znaleźć oparcie. Dobra firma to taka, która roztacza nad pracownikami parasol ochronny.

Doświadczeni sprzedawcy kładą nacisk na poszanowanie ich czasu prywatnego przeznaczonego na odpoczynek. Ważny jest dla nich work-life balance. Zwracają również uwagę na godne warunki pracy, w tym zachowanie prawa do odpoczynku i spożywania posiłków.

KNOW HOW



Idealny przełożony odgrywa rolę przewodnika dla swojego zespołu. Nie tylko wyznacza kierunki, w których pracownicy mają podążać, ale też idzie z nimi ramieniem, a w przypadku trudności potrafi znaleźć niestandardowe rozwiązania.

Niedoświadczony pracownik

Niedoświadczeni sprzedawcy chcą być dumni z firmy, w której pracują. Najlepiej, gdyby marka należała do tych pierwszoligowych. Z kolei bezpośredni przełożeni powinni być domyślni i taktowni. Pracownicy oczekują, że będą wychodzić z inicjatywą i wspierać ich w razie polemiki z klientem. Szef powinien być empatyczny i potrafić motywować zespół. Co więcej, ważne jest, żeby starał się zrozumieć pracownika i doceniał jego starania.

IDEALNE OGŁOSZENIE O PRACĘ



LOKALIZACJA

Warto podać tę informację, ponieważ czas dojazdu do pracy ma duże znaczenie.



WARUNKI ZATRUDNIENIA

Podanie stawek godzinowych, informacji o premii uznaniowej i wymiarze czasu pracy zwiększy atrakcyjność ogłoszenia.

TREŚĆ OGŁOSZENIA

Zdawkowe informacje, typu „Zatrudnię w sklepie”, „Do pracy w sklepie przyjmę kobietę”, nie są wystarczające. Nieprecyzyjne opisy zakresu obowiązków często skutkują tym, że wyobrażenie o oferowanej pracy odbiega od realiów.

Dla sprzedawców bardzo ważny jest kontakt osobisty!

SZATA GRAFICZNA

Ponieważ sprzedawcy podkreślają potrzebę dobrej atmosfery i partnerstwa, warto w ogłoszeniu zamieścić zdjęcie zespołu bądź bezpośredniego przełożonego. Ten zabieg ociepli wizerunek firmy.



„Jak ogłoszenia są anonimowe, omijamy je szerokim łukiem. Podejrzane: «przyjmę osobę do lat 25, przyjmę kobietę, Ukrainkę», albo «zatrudnię» i numer telefonu”.



PROCES REKRUTACYJNY

Kasjerzy niejednokrotnie podkreślali, że CV nie oddaje ich umiejętności. Dlatego dobrze zaznaczyć w ogłoszeniu wagę rozmowy rekrutacyjnej oraz nie zapominać podczas procesu o udzieleniu informacji zwrotnej. To istotny zabieg, szczególnie że rekrutujemy do pracy, której podstawę stanowi budowanie dobrych relacji.

OFERTA PRACODAWCY

Warto zamieszczać w ogłoszeniu informację o pakiecie świadczeń pozapłatowych i zniżkach. Pracowników interesują dofinansowania wydarzeń kulturalnych, wspólne wyjścia integracyjne, kursy językowe czy karty sportowe. Jeśli awans stanowiskowy jest możliwy, również warto o tym wspomnieć.



Z PERSPEKTYWY PRACODAWCY*

1 Jak sobie Państwo radzą z trudną sytuacją na rynku?

Większość badanych uważa, że sytuacja na rynku pracy jest sporym wyzwaniem dla pracodawców. Znalazły się jednak również osoby, które stwierdziły, że dostrzegają pozytywną zmianę, jeśli chodzi o czas spędzony na rekrutacji jednego pracownika. Tak więc zdania co do tej kwestii są podzielone. Rekruterzy podkreślali, że kluczowe znaczenie ma lokalizacja sklepu. W niektórych przypadkach nawet proponowanie wyższych wynagrodzeń nie jest pomocne. W takiej sytuacji pracownicy z innych lokalizacji stanowią wsparcie i firmy ratują się wprowadzaniem systemów zastępstw.

Przedsiębiorstwa rekrutujące sprzedawców mierzą się ze sporą konkurencją wśród pracodawców. Dlatego dbają o to, żeby kandydaci znali ich ofertę. Oczywiście nie tylko wynagrodzeniem starają się zachęcać do współpracy, ale również różnorodnymi świadczeniami pozapłacowymi. Są to zazwyczaj ubezpieczenia na życie, pakiety medyczne, paczki na święta, imprezy firmowe czy możliwość uczestnictwa w szkoleniach. Istotne są również godziny pracy. Zmiany dwunastogodzinne przez część kandydatów bywają uznawane za zbyt obciążające.

Aplikujący zwracają również uwagę zarówno na możliwość dostosowania grafiku do swoich potrzeb, jak i na koszty dojazdu do pracy. Sporo badanych wspomniało o tym, że większość kandydatów dopytuje o możliwości awansów. Dlatego np. firma Netto Sp. z o.o. dba o to, żeby pracownicy mieli szansę na rozwój wewnątrz struktur firmy. HR Consultant, Pani Kinga Burda, podkreśliła, że „80% zmian stanowiskowych to awanse wewnętrzne. Dopiero kiedy we własnych szeregach nie możemy znaleźć odpowiedniej osoby, szukamy na zewnętrznym rynku”.

Oczywiście wszystkie działania prowadzone wewnątrz firmy muszą być promowane, żeby zachęcić kandydatów do aplikowania. Firmy starają się stosować wszelkie dostępne kanały komunikacji z potencjalnymi pracownikami. Są to zarówno narzędzia offline – ulotki, plakaty, współpraca z urzędami pracy, uczestnictwo w wydarzeniach dedykowanych, jak i działania online – strona firmy, media społecznościowe, portale rekrutacyjne. Sporo firm stara się zachęcić młode osoby do współpracy – dba o odpowiednią komunikację, zwraca uwagę na przyjazną atmosferę w firmie.

Ważne, jakie opinie na temat pracodawcy pojawiają się w internecie. Sporo kandydatów kieruje się nimi, decydując się na złożenie aplikacji. Pomocnym elementem w zachęceniu do uczestnictwa w rekrutacji jest podawanie zakresu wynagrodzenia. Niestety niewiele firm rekrutujących na to stanowisko decyduje się na prezentowanie takich propozycji.

2 Czy na przestrzeni ostatnich lat proces rekrutacyjny uległ zmianie?

Wielu badanych podkreślało, że aktualnie to nie pracodawca wymaga, a aplikant dyktuje warunki współpracy. Dlatego procesy rekrutacyjne są skracane do minimum. Rekruterzy w firmie Pepco Poland Sp. z o.o. starają się udzielać kandydatom informacji zwrotnej w przeciągu 24 godzin. Większość procesów opiera się na rozmowie rekrutacyjnej.

Zdarzają się jednak również firmy, które – poza przeprowadzeniem standardowego spotkania – zapraszają aplikantów do uczestnictwa w teście zachowań. W ten sposób weryfikują ich postawę względem pracy.

Część przedsiębiorstw zaraz po zatrudnieniu pracownika inwestuje w przygotowanie go do wykonywania pracy. Organizuje dla nowych osób szkolenia. Każdy musi w nich uczestniczyć, dlatego odbywają się z dużą częstotliwością (co dwa tygodnie). Są to terminy, które narzucają rekruterom system pracy.

3 Czy są firmy, które decydują się na podjęcie nietypowych działań rekrutacyjnych?

Duża konkurencja w branży powoduje, że sporo firm inwestuje w nieco mniej standardowe rozwiązania problemów rekrutacyjnych. Część marek reklamuje się poprzez zamieszczanie w materiałach skierowanych do klientów informacji, które mogą zainteresować potencjalnych kandydatów. Do promocji firmy jako pracodawcy wykorzystywane są zarówno gazetki, jak i newsletter. Niektóre przedsiębiorstwa decydują się na nienachalne prezentowanie swoich atutów jako pracodawcy. Inne z kolei

wprost oferują uczestnictwo w procesie rekrutacyjnym. Ciekawostką są wirtualne podróże po potencjalnym miejscu pracy. Kandydat może zobaczyć na stronie firmy, jak ona wygląda od środka i gdzie będzie pracował.

Coraz więcej przedsiębiorstw próbuje wyróżnić się w internecie poprzez tworzenie treści, które mogą zainteresować potencjalnych pracowników. W ten sposób zachęcają ich do pojawiania się na stronie firmy. Te bardziej innowacyjne przedsiębiorstwa tworzą materiały, których celem jest organiczne rozprzestrzenianie się w internecie. Zdecydowanie się na taką kampanię jest jednak sporym wyzwaniem dla niejednego kreatywnego eksperta. Koncept virali HR zaczerpnięto z marketingu. Są to materiały, które mają zyskiwać na popularności dzięki swojej oryginalności, a jednocześnie zachęcać użytkowników do wzięcia udziału w rekrutacji.

Ciekawą formą rekrutacji, jednak bardzo wymagającą dla rekrutera, jest „scouting”. Polega on na docieraniu do miejsc, w których kandydaci spędzają czas. Mogą to być serwisy społecznościowe, miejsca spotkań ze znajomymi czy praca. W Polsce bardzo rzadko, ale za granicą znacznie częściej, można spotkać firmy, które decydują się na poszukiwanie kandydatów w ich aktualnych miejscach pracy. Następnie oferują uczestnictwo w rekrutacji tym, którzy się wyróżniają. Rekruterzy obserwują osoby pracujące jako sprzedawcy w sklepach czy na stacjach benzynowych. Analiza zachowań kandydata w środowisku jego pracy i bezpośrednia ocena świadczonych przez niego usług są najbardziej reprezentatywną próbką zachowań, jakie rekruter może zdobyć. Pomysł zadziwia swoją prostotą.

W przypadku działań, które niwelują problemy z obsadzeniem zmian, ciekawym rozwiązaniem może pochwalić się firma Netto Sp. z o.o. Pracownicy administracyjni dwa razy do roku realizują „praktyki” w sklepach, pracując jako sprzedawcy. Inną propozycją, która umożliwia poznanie pracownikom pracy na różnych stanowiskach, są staże. Podczas tego rodzaju praktyk osoby zatrudnione realizują obowiązki w różnych działach oraz na różnych stanowiskach, również w sklepach. Dzięki temu mogą poznać pracę od wewnątrz.



* ARTYKUŁ POWSTAŁ NA PODSTAWIE ROZMÓW Z PRACODAWCAMI POSZUKUJĄCYMI PRACOWNIKÓW NA OLX.



KNOW HOW W LICZBACH KIM SĄ SZUKAJĄCY PRACY NA OLX

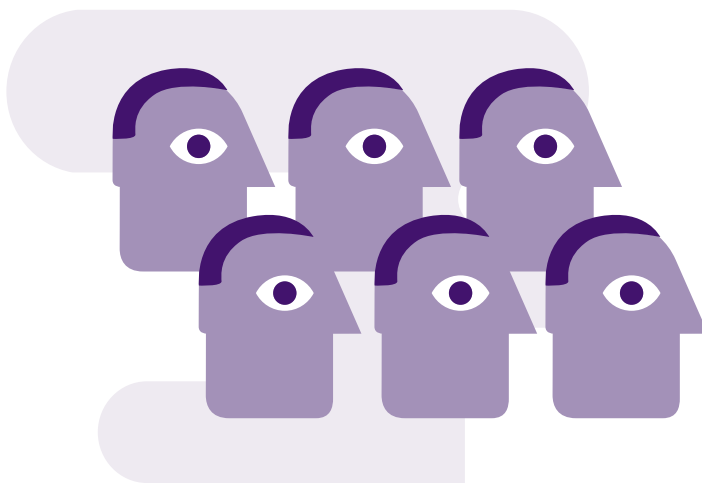
Kandydaci poszukujący pracy w różnych kategoriach zawodowych różnią się między sobą zarówno pod względem cech demograficznych, jak i cech charakteru oraz konkretnych oczekiwań związanych z pracą.

Profile demograficzne kandydatów

Kandydaci poszukujący pracy jako kasjerzy/ekspedientzi, przedstawiciele handlowi oraz pracownicy call center to zdecydowanie najmłodsze grupy. W każdej z nich około połowę stanowią osoby przed 25. rokiem życia. Kierowcy i pracownicy produkcji to z kolei grupy znacznie starsze, w których co drugi pracownik ma więcej niż 35 lat, a co czwarty w przypadku kierowców i co piąty w przypadku pracowników produkcji przekroczył 45. rok życia. Kandydaci poszukujący pracy w administracji biurowej to częściej niż w pozostałych grupach osoby pomiędzy 26. i 35. rokiem życia.

Badane przez nas kategorie zawodowe różnią się między sobą również pod względem płci kandydatów. Zdecydowana większość osób poszukujących pracy jako kasjer/ekspedient oraz w administracji biurowej to kobiety. Z drugiej strony, kierowcy, pracownicy produkcji i przedstawiciele handlowi to kategorie zdominowane przez mężczyzn. W przypadku osób poszukujących pracy w call center proporcje pomiędzy kobietami i mężczyznami są natomiast wyrównane.

Osoby poszukujące pracy w badanych przez nas kategoriach zawodowych różnią się także poziomem wykształcenia. O ile w przypadku pracowników administracji biurowej większość stanowią osoby z wyższym wykształceniem, o tyle w pozostałych kategoriach dominują kandydaci z wykształceniem średnim. W przypadku kierowców oraz pracowników produkcji dużą część stanowią również osoby z wykształceniem zawodowym. Wśród pracowników call center oraz kasjerów/ekspedientów mamy do czynienia z najwyższym odsetkiem osób, które się uczą. Co trzecia z osób w obu tych grupach poświęca czas poza pracą na kształcenie się. W przypadku pracowników administracji biurowej oraz przedstawicieli handlowych odsetek ten jest nieco niższy, ale nadal wysoki. Co czwarta osoba poszukująca pracy w tych kategoriach wciąż się uczy.



Cechy charakteru

Badanie, które przeprowadziliśmy, pokazało, że kandydaci poszukujący pracy w różnych kategoriach różnią się między sobą także pod względem cech charakteru oraz podejścia do pracy i do innych ludzi.

Na tle innych kategorii (szczególnie kasjerów/ekspedientów) przedstawiciele handlowi okazali się osobami, które nieco chętniej biorą na siebie odpowiedzialność za podejmowane decyzje, oraz częściej oferują wsparcie innym, niż same go oczekują.

Kasjerzy/ekspedientzi zdecydowanie bardziej niż kierowcy lubią pracować w grupie niż samodzielnie. Kierowcy, z uwagi na specyfikę swojej pracy, bardziej cenią sobie działanie w pojedynkę. Kierowcy oraz pracownicy administracji biurowej okazali się mocniej przywiązani do tego, co sprawdzone, niż bardziej otwarci na eksperymentowanie przedstawiciele handlowi i pracownicy call center. Pracowników administracji biurowej cechuje natomiast uporządkowanie, szczególnie w porównaniu do przedstawicieli handlowych, którzy częściej postrzegają siebie raczej jako spontanicznych niż uporządkowanych.

Kandydaci poszukujący pracy w call center to z kolei osoby częściej niż inni deklarujące, że kierują się intuicją, a nie rozsądkiem. Z drugiej strony kierowcy i pracownicy produkcji opierają się bardziej na rozsądku niż intuicji.

Rola pracy i oczekiwania wobec pracy

Przedstawiciele wszystkich badanych kategorii zgodnie deklarują, że wyższe zarobki są najważniejszym z powodów, dla których szukają pracy. Różna jest jednak ważność zarobków w porównaniu do innych oczekiwań wobec pracy w różnych kategoriach zawodowych. W przypadku kandydatów poszukujących pracy w administracji biurowej prawie równie ważne co zarobki są stabilna praca na umowę o pracę oraz możliwość zdobycia nowych umiejętności. Również dla kasjerów/ekspedientów stabilność umowy jest równie istotna co wyższe zarobki.

Kierowcy oraz pracownicy produkcji zdecydowanie natomiast cenią wyższe zarobki ponad inne kryteria wyboru pracy. Zapytani o czynniki, które zdecydowałyby o wyborze jednej oferty pracy zamiast drugiej, zarówno kierowcy, jak i pracownicy produkcji częściej niż pozostali odpowiadali, że wybraliby pracę, która pozwoliłaby im więcej zarobić. Rzadziej zwracali uwagę na możliwości rozwoju i samorealizacji.

To, co wspólne dla wszystkich, czyli wartości

Wszyscy kandydaci, którzy wzięli udział w naszym badaniu, byli zgodni co do tego, co jest w ich życiu najważniejsze. Na pierwszym miejscu znalazła się rodzina, a na drugim zdrowie. Praca znalazła się zaraz za nimi, uzyskując podobne wyniki, co spokój oraz szacunek innych ludzi.

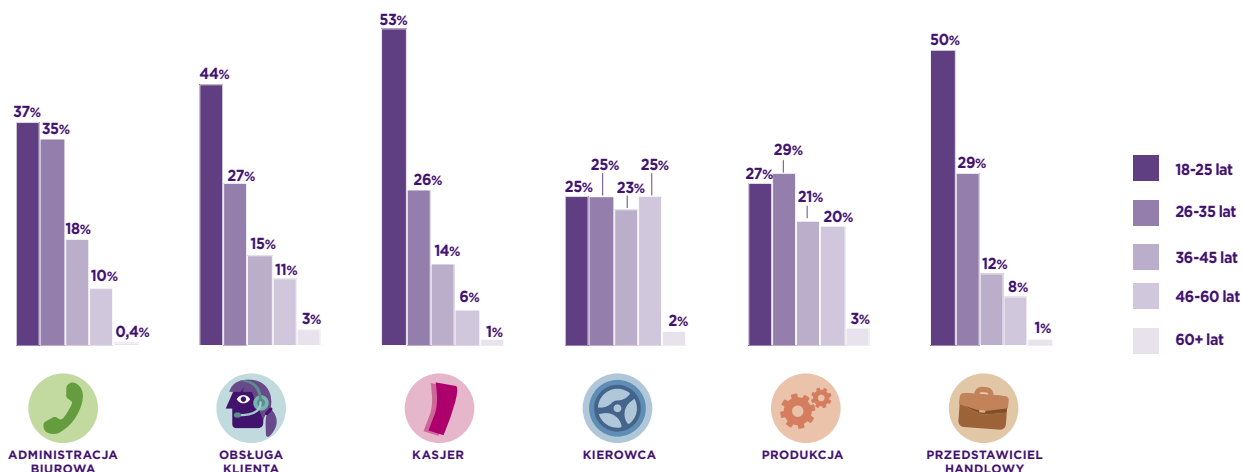
KATEGORIE ZAWODOWE



PŁEĆ



WIEK



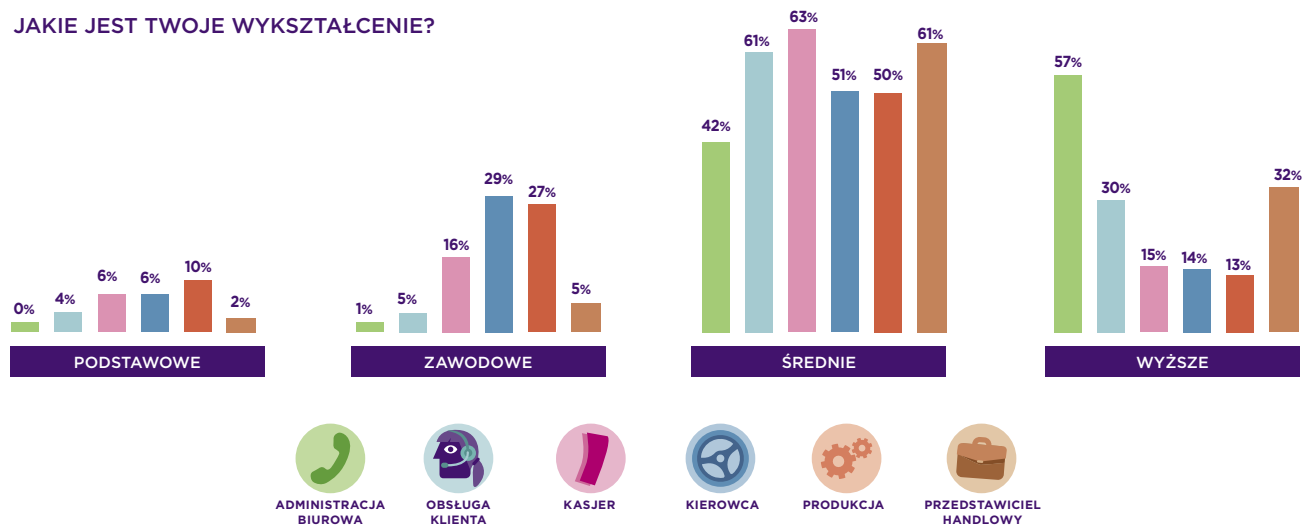
» Poszukujący pracy we wskazanych kategoriach znacząco różnią się wiekiem, dlatego treść ogłoszeń o pracę powinna być zróżnicowana pod kątem preferencji tych grup.

WYKSZTAŁCENIE

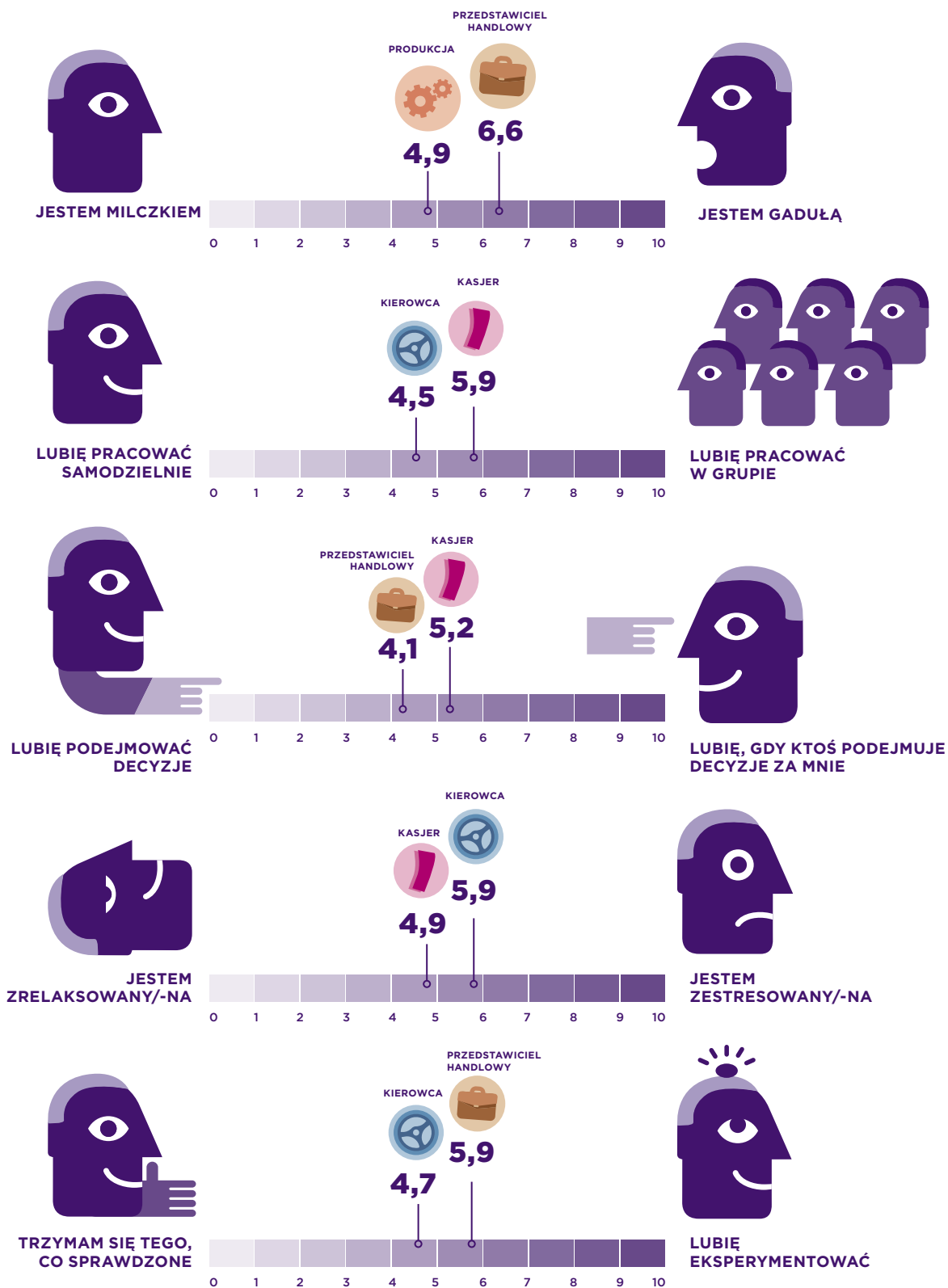
CZY OBECNIE UCZYSZ SIĘ LUB STUDIujesz?



JAKIE JEST TWOJE WYKSZTAŁCENIE?



DO KOGO CI BLIŻEJ?



» Wizualizacja przedstawia wybrane przykłady.

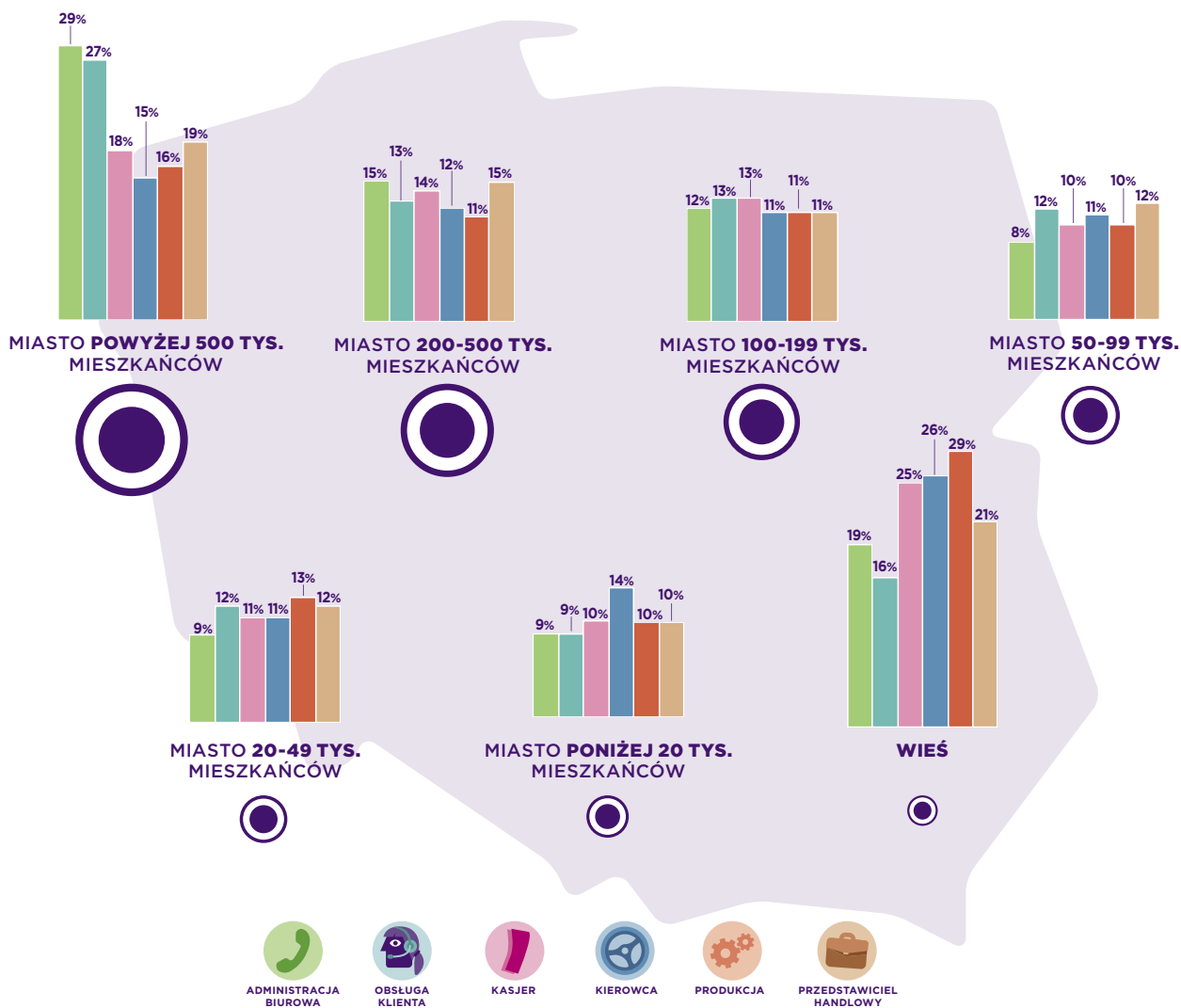
OSOBOWOŚĆ

CO JEST DLA CIEBIE WAŻNE W ŻYCIU?

RELIGIA
ZABAWA
SZACUNEK
SPOKÓJ
PRACA ZAWODOWA
RODZINA
EDUKACJA
DOBROBYT
HOBBY
PRZYJACIELE
ZDROWIE

» Pracownicy bez względu na branżę, w której pracują, cenią podobne wartości.

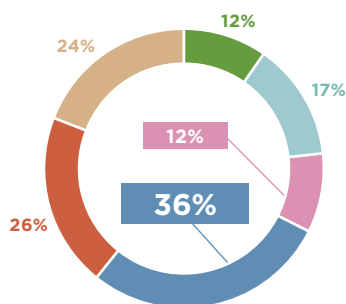
MIEJSCE ZAMIESZKANIA



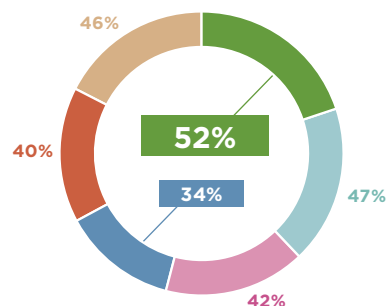
GOSPODARSTWO DOMOWE

OKREŚL SWOJĄ ROLĘ W UTRZYMANIU GOSPODARSTWA DOMOWEGO

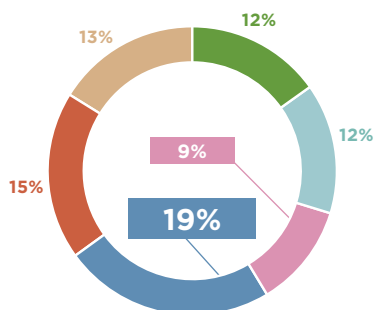
Jestem jedną z osób, które utrzymują gospodarstwo domowe i mam największy udział w jego utrzymaniu.



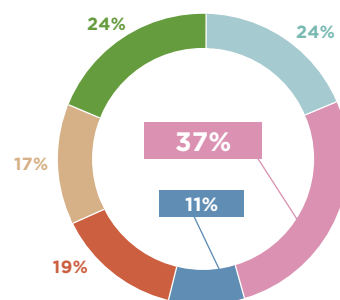
Jestem jedną z osób, które utrzymują gospodarstwo domowe, ale nie mam największego udziału w jego utrzymaniu.



Jestem jedyną osobą, która utrzymuje gospodarstwo domowe.



Nie mam żadnego wkładu finansowego w utrzymanie gospodarstwa domowego.



ADMINISTRACJA BIUROWA



OBSŁUGA KLIENTA



KASJER



KIEROWCA

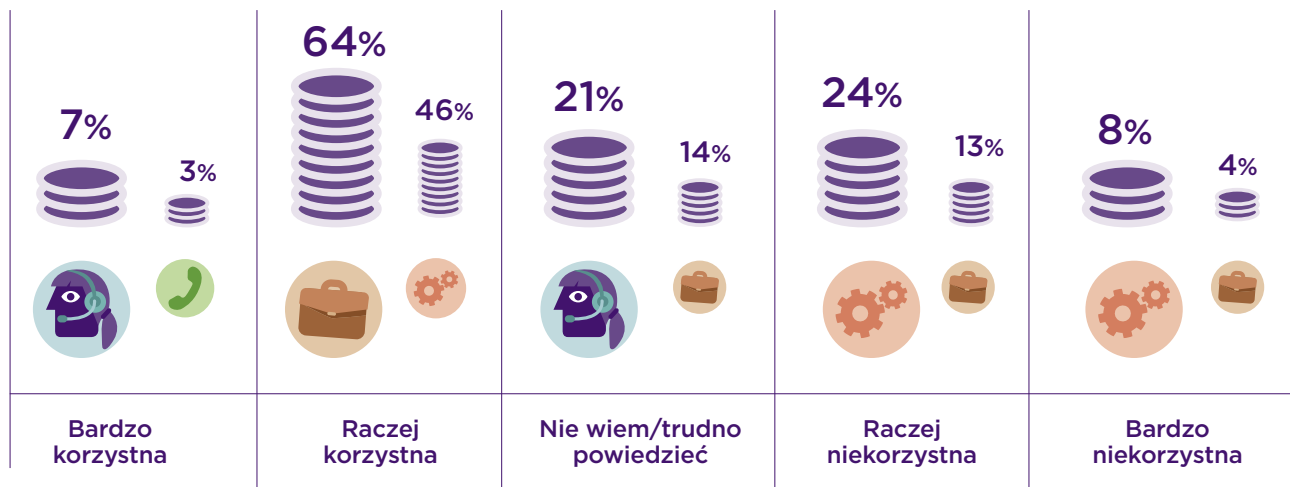


PRODUKCJA



PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY

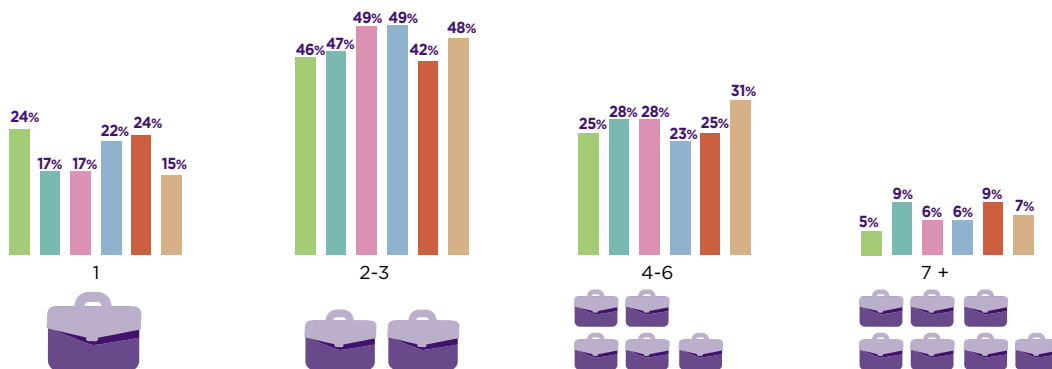
JAK OCENIASZ SYTUACJĘ MATERIALNĄ SWOJEGO GOSPODARSTWA DOMOWEGO?



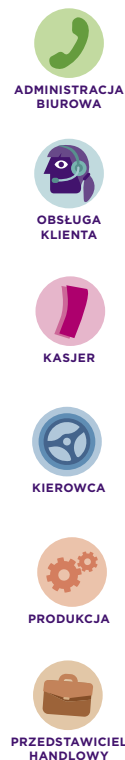
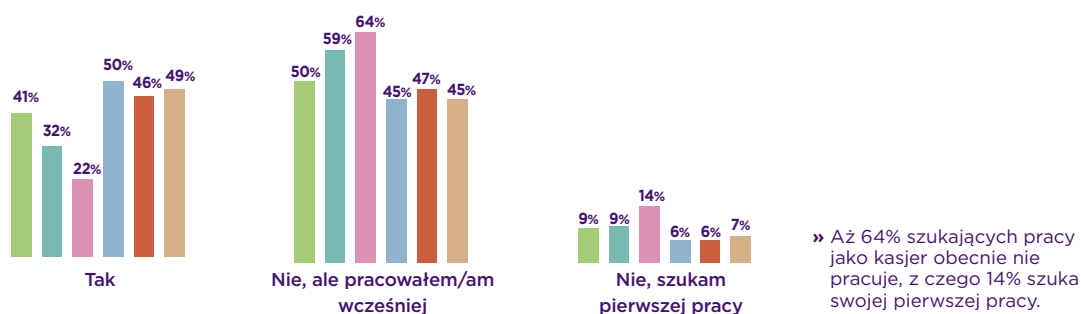
» Aż 64% szukających pracy w kategorii Przedstawiciel handlowy ocenia sytuację materialną swojego gospodarstwa domowego jako korzystną. Natomiast pośród poszukujących pracy w produkcji jest największy odsetek osób, których sytuacja finansowa jest bardzo niekorzystna.

DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE

W ILU MIEJSCACH PRACY PRACOWAŁEŚ WCZEŚNIEJ?

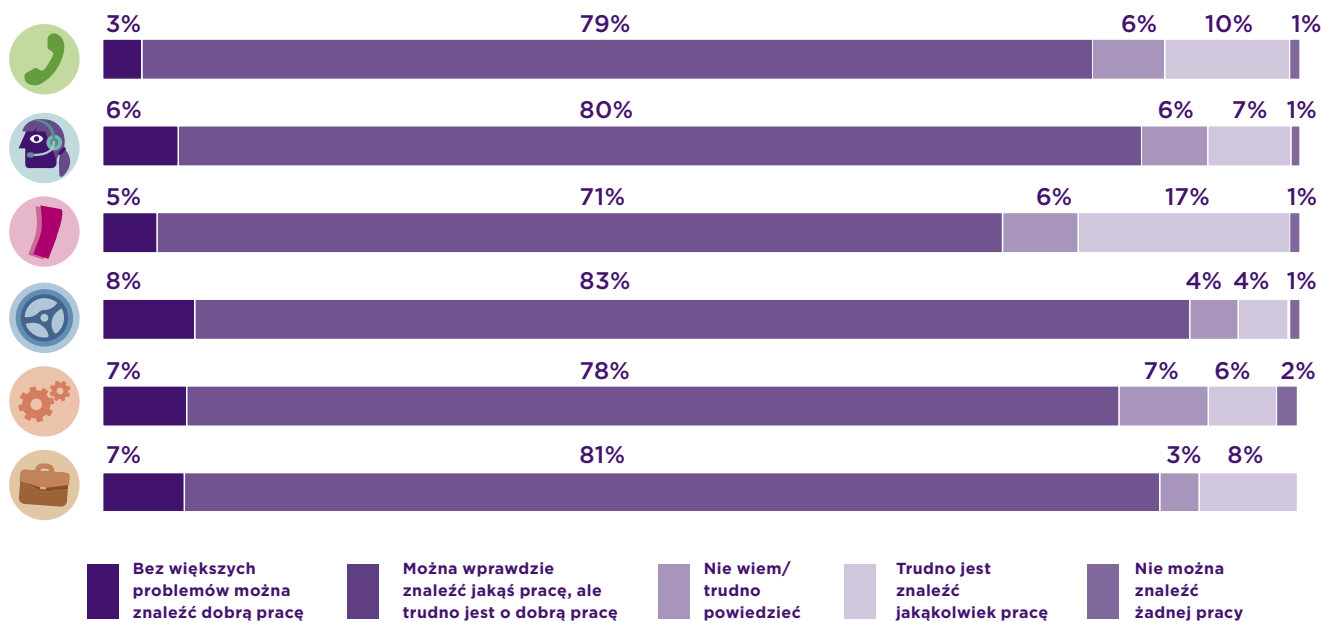


CZY OBECNIE PRACUJESZ ZAROBKOWO?



POSZUKIWANIE PRACY

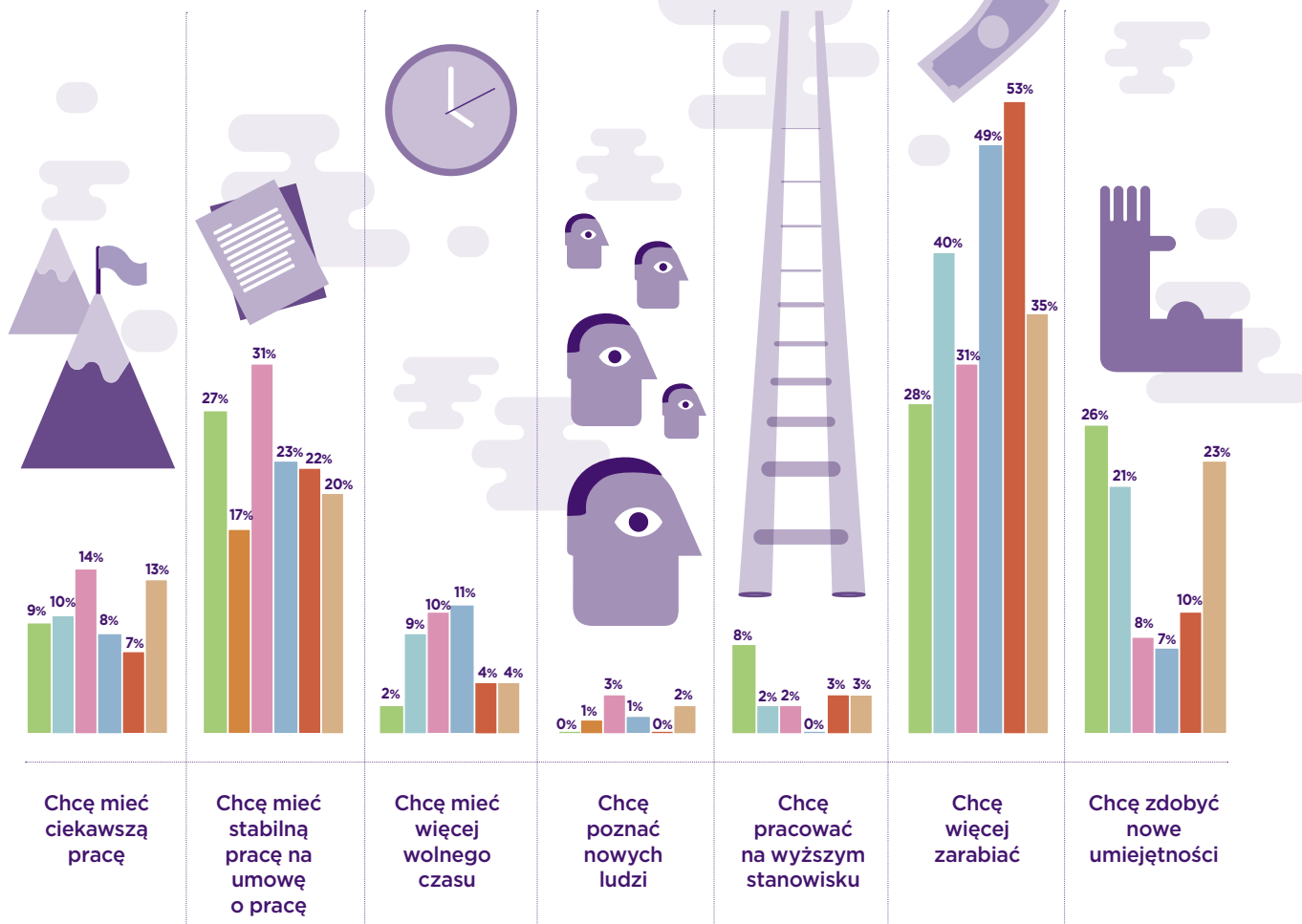
CZY TWOIM ZDANIEM ZNALEZIENIE DOBREJ PRACY JEST OBECNIE ŁATWE CZY TRUDNE?



» Zdecydowana większość (około 80%) osób uważa, że chociaż można znaleźć zatrudnienie, to trudno o dobrą pracę.

POSZUKIWANIE PRACY

PODAJ POWODY, DLA KTÓRYCH SZUKASZ PRACY



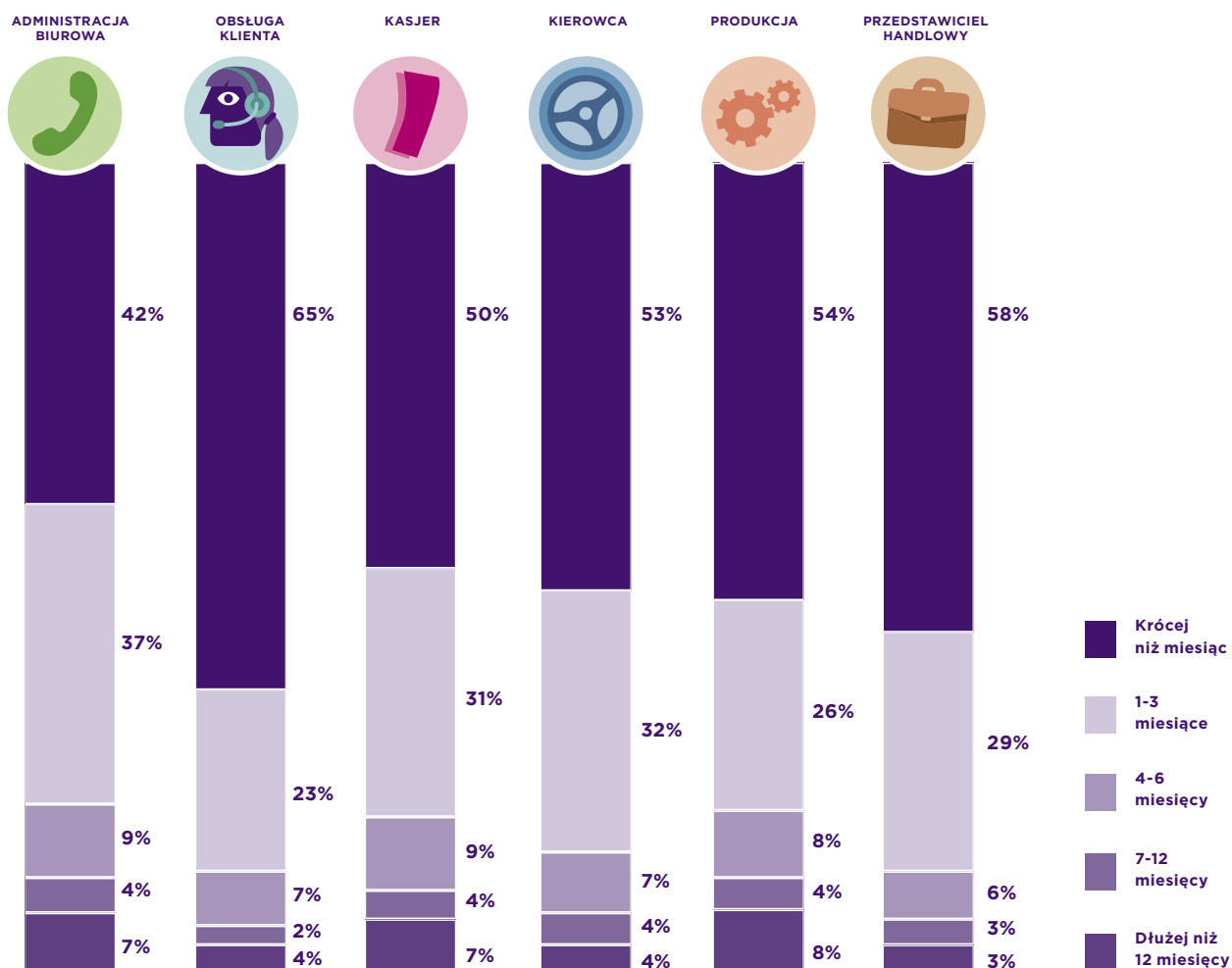
» Dla osób szukających pracy w kategorii Administracja biurowa duże znaczenie, obok zarobków, mają rodzaj umowy oraz możliwość rozwoju. Osoby poszukujące pracy w pozostałych kategoriach motywuje głównie wysokość wynagrodzenia.

CZY SZUKASZ PRACY W INNYCH BRANŻACH?



» Pośród poszukujących pracy w kategorii Kierowca/kurier tylko 60% osób otwiera się na poszukiwania pracy w innych branżach. To w kontekście pozostałych kategorii bardzo homogeniczna grupa.

OD JAK DAWNA SZUKASZ PRACY NA TYM STANOWISKU?

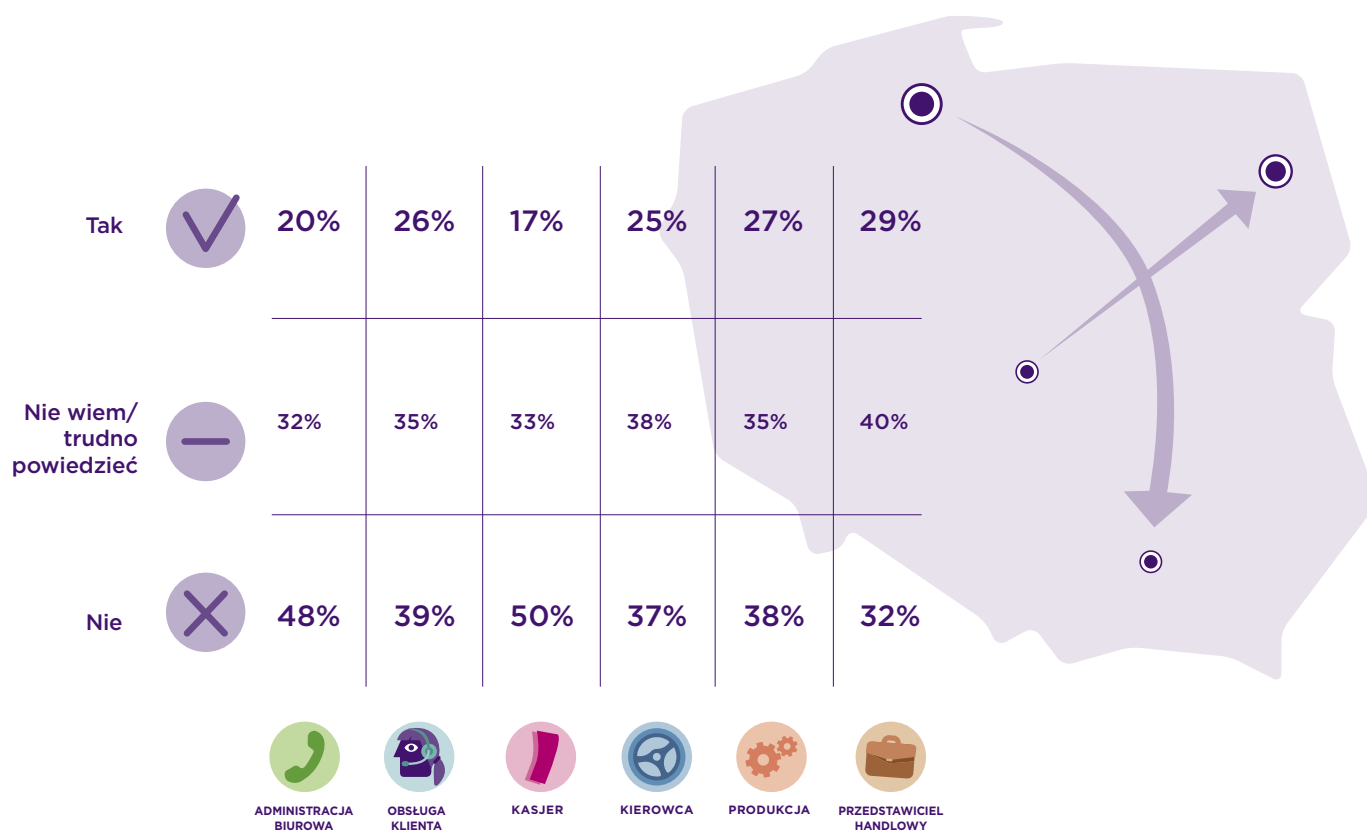


» Pośród poszukujących pracy w kategorii Obsługa klienta/call center jest najwięcej osób, które szukają pracy krócej niż miesiąc.

CZY KIEDYKOLWIEK PRZEPROWADZIŁEŚ/AŚ SIĘ „ZA PRACĄ” DO INNEJ MIEJSCOWOŚCI?



CZY OBECNIE BYŁ(A)BYŚ SKŁONNY/A PRZEPROWADZIĆ SIĘ „ZA PRACĄ” DO INNEJ MIEJSCOWOŚCI?

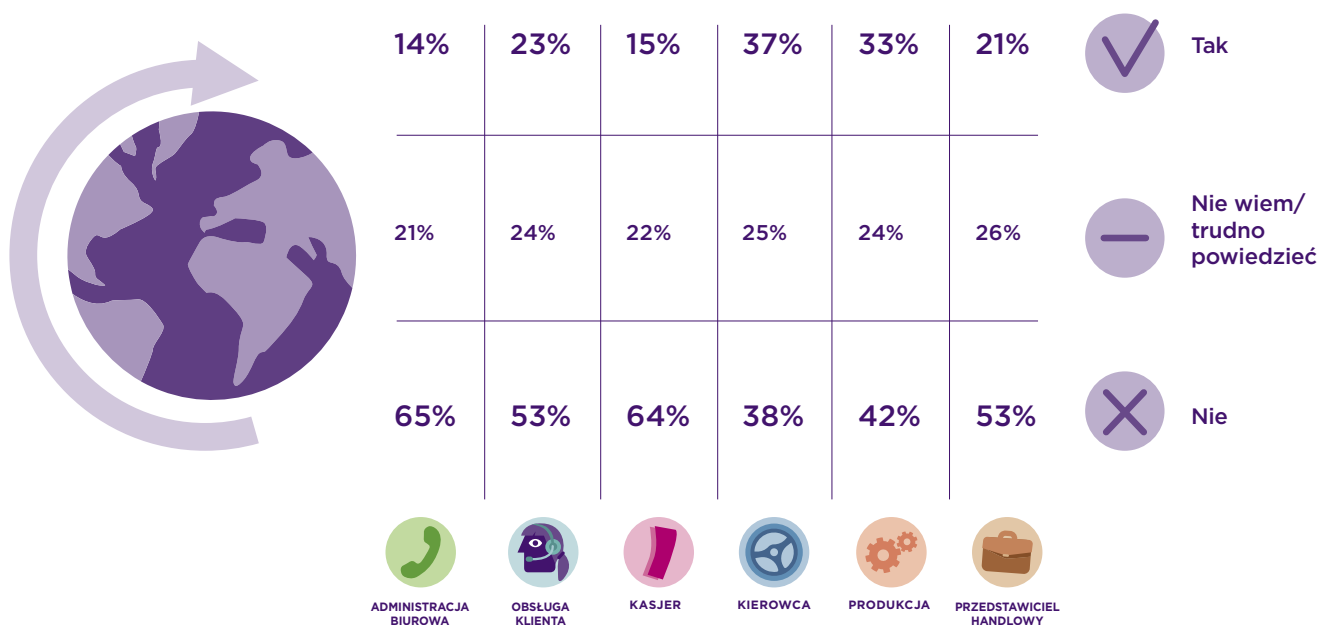


» Większość poszukujących jest albo przeciwna przeprowadzce „za pracę”, albo nie bardzo wie, jak odniosłaby się do tej kwestii, gdyby otrzymała konkretną ofertę. Pośród ankietowanych bardziej skłonni do zmiany miejsca zamieszkania są poszukujący pracy w kategoriach Przedstawiciel handlowy, Produkcja czy Obsługa klienta/call center.

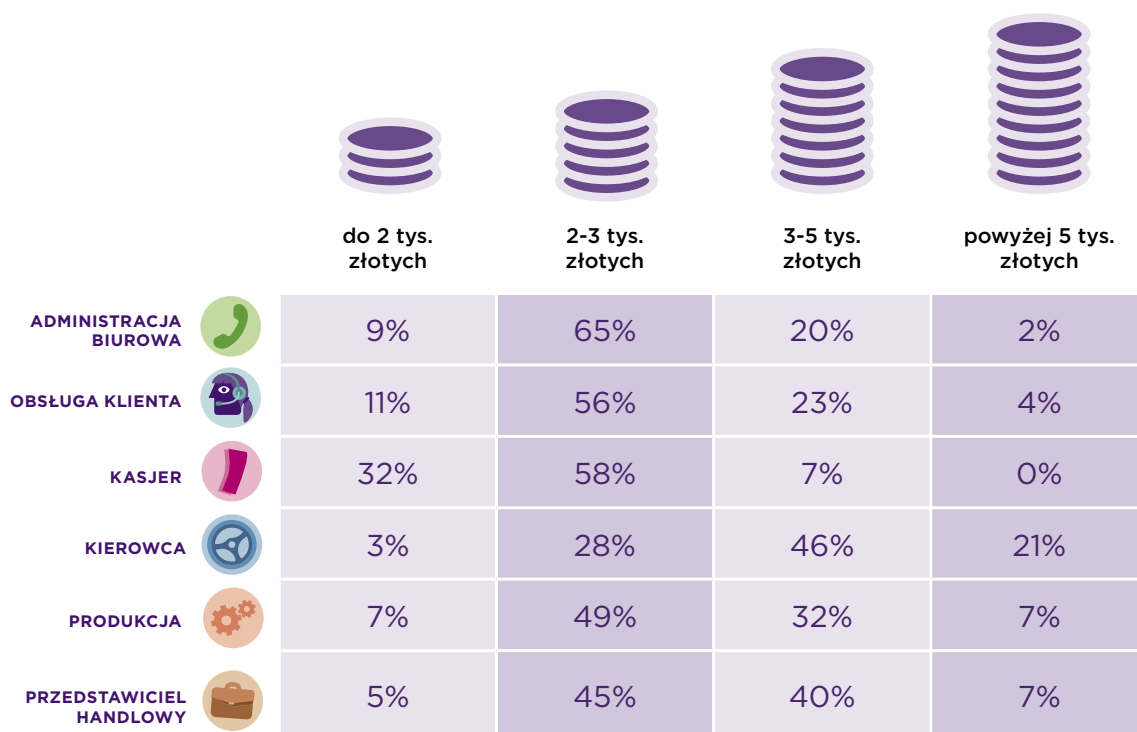
CZY KIEDYKOLWIEK PRACOWAŁEŚ/AŚ ZA GRANICĄ?



CZY OBECNIE BYŁ(A)BYŚ SKŁONNY/A PRACOWAĆ ZA GRANICĄ?



ILE, W TWOIM ODCZUCIU, POWINNA ZARABIAĆ OSOBA Z TWOIMI KWALIFIKACJAMI? OKREŚL KWOTĘ MIESIĘCZNEJ WYPŁATY (WYNAGRODZENIE „NA RĘKĘ”) DLA OSOBY ZATRUDNIONEJ W PEŁNYM WYMIARZE CZASU PRACY.



» Aż co trzeci użytkownik zainteresowany pracą w kategorii Kasjer/ekspedient uważa, że powinien zarabiać mniej niż 2 tys. zł netto.

SPÓJRZ INACZEJ NA RYNEK PRACY. OBALAMY STEREOTYPY



Każdemu pracodawcy wydaje się, że dyskryminacja go nie dotyczy. Warto jednak zrobić mały rachunek sumienia. Zastanówmy się, jak wyglądają w naszej firmie zarobki – czy są grupy pracowników, które zarabiają mniej, np. kobiety bądź obcokrajowcy? Jak przebiega u nas proces rekrutacji? Czy pytamy kandydatów o sytuację rodzinną lub o wiek? Czy selekcjonując CV, odrzucamy kandydatów ze względu na narodowość albo płeć? To jest tylko część pytań, które powinniśmy sobie zadać, chcąc zweryfikować, czy nie kierujemy się stereotypami.



Badania przeprowadzone na terenie Polski wykazują różnice w traktowaniu Polaków i cudzoziemców na rynku pracy, oczywiście na korzyść rodaków¹. Podejmując decyzje dotyczące zatrudnienia, często łatwiej przywołać nam w pamięci sytuację, w której pracownica (a nie pracownik) odeszła na urlop bądź zwolniła się z pracy ze względu na potrzebę opieki nad dziećmi. Dlatego też kobiety są często w trudniejszej sytuacji, jeśli chodzi o zatrudnienie niż mężczyźni. Potwierdza to raport dotyczący równości płci w Unii Europejskiej².

Również w Stanach Zjednoczonych zbadano kwestię dyskryminacji. Badaczka Corinne Moss-Racusin wysyłała do naukowców rekrutujących do swoich laboratoriów CV kandydatów, które losowo były podpisane John lub Jennifer. John był oceniany jako bardziej kompetentny od Jennifer (mimo posiadania identycznych kwalifikacji), a do tego proponowano mu o 13% wyższą płacę³. Jednak czy panujące na rynku stereotypy dotyczące poszczególnych grup są słuszne i czy kierowanie się nimi przynosi pracodawcom korzyści?

Kobiety

Pracodawcy obawiają się problemów związanych z ewentualną ciążą pracownicy, a później z wychowywaniem przez nią dziecka. Niestety tego rodzaju wątpliwości powodują, że młode kobiety bywają mniej chętnie zatrudniane od mężczyzn,

a co więcej – często proponuje się im umowę-zlecenie bądź samozatrudnienie (co utrudnia podjęcie decyzji o założeniu rodziny). Niewątpliwie zmiany związane z pojawieniem się w rodzinie pracownika potomstwa są dla pracodawcy wyzwaniem. Szczególnie w małych firmach trudno zastąpić nieobecną osobę, co powoduje konieczność przeprowadzenia rekrutacji na dane stanowisko.

Warto jednak wziąć pod uwagę pozytywną stronę zatrudniania kobiet, które często są bardzo pracowite i lepiej zorganizowane niż pracownicy nieposiadający dodatkowych zobowiązań. Dzięki temu osiągają realnie lepsze rezultaty w pracy niż koledzy na podobnych stanowiskach. Niestety, dokonując oceny pracowniczej, przełożeni często znacznie większą wagę przywiązują do subiektywnych aspektów niż realnych miar określających wyniki pracowników. Dlatego tego rodzaju oceny mogą być krzywdzące i zaniżone w przypadku kobiet.

Być może warto się zastanowić, czy współpraca z pracownicami nie układałaby się lepiej, gdyby miały możliwość pracy w nienormowanych godzinach lub pracy zdalnej (o ile w danej branży jest to możliwe). W końcu liczy się wynik pracy, a nie czas spędzony w biurze. Nie można też zapominać, że kobiety posiadające dzieci mniej chętnie podejmują ryzyko związane ze zmianą pracy, co czyni z nich pewniejszych pracowników. Dla każdego pracodawcy myślącego długoterminowo jest to bardzo istotna korzyść.



Warto wziąć pod uwagę pozytywną stronę zatrudniania kobiet, które często są bardzo pracowite i lepiej zorganizowane niż pracownicy nieposiadający dodatkowych zobowiązań. Dzięki temu osiągają realnie lepsze rezultaty w pracy niż koledzy na podobnych stanowiskach.

¹ <http://www.isp.org.pl/uploads/pdf/342623814.pdf>

² http://analizy.mpips.gov.pl/images/stories/publ_i_raporty/Raport_rownosc_plci_w_UE_2010_25-01-10.pdf

³ *Praca Wysokie Obcasy, Raport Mniejszości, nr 2/2018, marzec 2018.*



Pracownik wraz z wiekiem nabiera zarówno doświadczenia zawodowego, jak i życiowego.

Starsze osoby często planują związać się z pracą na dłużej, są bardziej oddane pracodawcy, z powodzeniem mogą służyć też za przykład pracownikom z młodszego pokolenia.

Osoby starsze

Dyskryminacja ze względu na wiek to ageizm – badania wykazują, że jest to jedna z najczęściej występujących form dyskryminacji⁴. Warto pamiętać, że pracownik wraz z wiekiem nabiera zarówno doświadczenia zawodowego, jak i życiowego. Starsze osoby często planują związać się z pracą na dłużej, są bardziej oddane pracodawcy, z powodzeniem mogą służyć też za przykład pracownikom z młodszego pokolenia.

Wiele mówi się o tym, że brakuje wykwalifikowanych pracowników na rynku pracy. Osoby starsze są tymi, które mogą pełnić w firmach funkcję mentorów i przygotowywać młodych do realizowania obowiązków.

Frustracja pracodawców względem tej grupy zawodowej wynika często z faktu, że nie zawsze odnajduje się ona w aktualnych realiach. Potrzebuje więcej wsparcia, jeśli chodzi o przystosowanie się do zmian związanych np. z komputeryzacją procesów. Po raz kolejny receptą na ten problem jest podjęcie próby zrozumienia drugiej strony. Nie ma osób idealnych, więc – jak w każdej grupie pracowniczej – i w tym przypadku warto skoncentrować się na wykorzystywaniu atutów seniorów oraz wspieraniu ich w obszarach, które są dla nich wyzwaniem.

Millenialsi

O tej grupie mówi się ostatnio najczęściej, gdyż pracodawcy przeżyli szok po zetknięciu się z nią na rynku pracy. Dlaczego? Często pojawiają się opinie, że są roszczeniowi, leniwi,

nieobowiązkowi i nieodpowiednio przygotowani do realizacji zadań. Zanim jednak zaczniemy kierować się we współpracy z millenialsami takimi przekonaniami, warto spojrzeć na nich bardziej całościowo. Są to młodzi ludzie urodzeni w latach 80. i 90. XX wieku. Ich rodzice często bardzo ciężko pracowali, realizowali wiele nadgodzin, całe życie próbowali się dorobić i starali się spełnić oczekiwania przełożonych.

Młode osoby nie mają takich ambicji. Chcą być dobre w tym, co robią, a jeśli już zdobędą odpowiednie kompetencje, zaczynają się cenić. Chcą współpracować na warunkach partnerskich i liczą, że ich zdanie będzie brane pod uwagę. Poza tym praca w ich życiu to dodatek, a nie sens istnienia, dlatego szukają pracodawców, którzy szanują to, że mają życie prywatne i nie wymuszają realizowania nadgodzin (a już na pewno nie bezpłatnych!).

Młodzi pracownicy wiedzą, że zmiana jest jedynym pewnikiem w ich życiu, dlatego nie obawiają się podejmowania nowego zatrudnienia. Pracodawcy z kolei traktują to często jako nielojalność. Jednak to chęć ciągłego rozwoju i doświadczania nowości jest przyczyną do podejmowania przez millenialsów decyzji o zmianie. Co więcej, młodzi są sporym wyzwaniem dla swoich przełożonych, gdyż chcą mieć pewność, że ich praca ma sens i będą traktowani z szacunkiem. Wartości, misja i wizja firmy nie mogą być zatem frazesami. Jeśli chcesz pracować z millenialsami, musisz je realizować, inaczej rozliczą cię z tworzenia wizerunku firmy niezgodnego z prawdą.

Obcokrajowcy

Jeszcze parę lat temu była to stosunkowo nieduża grupa w Polsce, ale w ostatnim czasie

⁴ <https://rynekpracy.pl/artykuly/dyskryminacja-na-ryнку-pracy-wybrane-wyniki-badania-eurobarometr-2012>

Pracodawcy obawiają się, że zatrudnienie większej liczby obcokrajowców spowoduje, że powstaną w firmie mniejsze grupy, które nie będą asymilowały się z resztą zespołu. Rzeczywiście może się tak zdarzyć, lecz odpowiedni proces wdrażania nowych pracowników powinien zminimalizować to ryzyko.

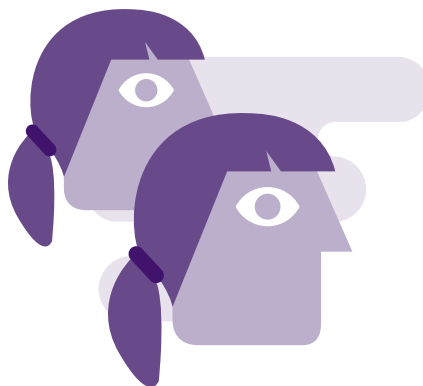
znacznie urosła. Jak pokazują wyżej zaprezentowane badania, nie wszyscy pracodawcy są jeszcze na nią gotowi. Często jednak znacznie łatwiej zrekrutować dobrze wykwalifikowanego eksperta z zagranicy, niż znaleźć takiego w Polsce.

Współpraca z tą grupą wymaga próby zrozumienia i dostosowania się do jej odmienności, która może wzbogacać kulturę firmy. Pracowników zatrudnia się, żeby dobrze wykonywali swoją pracę. Trzeba im jednak zapewnić odpowiednie warunki, które umożliwią wywiązywanie się z obowiązków. Należy zacząć od traktowania ich na równi z pracownikami polskimi.

Pracodawcy obawiają się, że zatrudnienie większej liczby obcokrajowców spowoduje, że powstaną w firmie mniejsze grupy, które nie będą asymilowały się z resztą zespołu. Rzeczywiście może się tak zdarzyć, lecz odpowiedni proces wdrażania nowych pracowników powinien zminimalizować to ryzyko. Równe traktowanie zatrudnionych spowoduje z kolei, że poszczególne narodowości nie będą czuły wzajemnej zawiści.

Problem stereotypów może rozwiązać zrozumienie, z czego wynikają pewne ograniczenia poszczególnych grup, oraz poznanie ich

atutów. Na zachowanie pracownika ma wpływ wiele czynników. Nie tylko jego kompetencje czy to, do jakiej grupy przynależy, zadecydują o tym, czy będzie nam się dobrze z daną osobą współpracowało. Bardzo ważne jest zarówno jej dopasowanie do kultury firmy, jak i stosunek do obowiązków zawodowych. Kierowanie się stereotypami może więc spowodować, że stracimy szansę na długoletnią, owocną współpracę. W aktualnej sytuacji na rynku wiąże się to z ogromnymi kosztami. Jeśli nie ze względów etycznych, to choćby z powodów ekonomicznych warto unikać takich błędów.



Kierowanie się stereotypami może spowodować, że stracimy szansę na długoletnią, owocną współpracę.



DLACZEGO WARTO WYPRZEDZAĆ POTRZEBY KANDYDATÓW ORAZ PRACOWNIKÓW?

Duża konkurencja na rynku powoduje, że każda firma walczy o to, żeby wyróżnić się na tle pozostałych przedsiębiorstw. Dlatego co jakiś czas słychać o nowych, coraz bardziej zaskakujących benefitach czy akcjach mających na celu podniesienie poziomu satysfakcji z pracy wśród zatrudnionych.



Badania dotyczące tematu motywacji czy przyczyn odejść z pracy konsekwentnie potwierdzają, że to nie świadczenia pozapłatowe są tym, co wyróżnia pracodawców, z którymi kandydaci chcą pracować. Oczywiście są one interesującą kartą przetargową, która przykuwa oko niezdecydowanych. Jednak żeby efekt naszych wysiłków rekrutacyjnych nie był krótkoterminowy, warto zwrócić uwagę na kilka innych elementów, które sprawiają, że pracownicy chcą podejmować z nami długoterminową współpracę. Co prawda nie wywołają one efektu „wow”, ale zapewnią satysfakcjonujące relacje w firmie.

1. Przykuj uwagę swoim ogłoszeniem

Publikując ogłoszenie na zewnętrznych portalach, warto zadbać o to, żeby się wyróżnić – nie tylko treścią, ale również szatą graficzną oferty. Warto zwrócić uwagę, czy portal, na którym się promujemy, daje nam możliwość dodania baneru czy logo firmy. Wiele specjalistów HR nie decyduje się na to rozwiązanie, uznając je za zbędny koszt. Prawdą jednak jest, że jeśli ogłoszenie nie będzie przykuwało wzroku kandydata, zostanie po prostu niezauważone. Szczególnie że aplikujący poświęcają niewiele czasu na analizę poszczególnych ofert. Jeśli w firmie istnieje przygotowany formularz aplikacyjny, należy zweryfikować, czy kandydat zgłaszający się przez stronę zewnętrzną będzie miał możliwość przez niego przejść. Coraz więcej portali umożliwia korzystanie z własnych formularzy, co jest ważne z punktu widzenia selekcji kandydatów.

Niewątpliwie warto o jakiś czas zweryfikować efektywność narzędzi, z których korzystamy. Ważny jest dostęp do danych mówiących o tym, ile osób zaaplikowało na ogłoszenie opublikowane na portalu. W pracy rekrutera ważne jest to, żeby szybko reagować na aktualną sytuację. Dlatego publikowanie ogłoszeń na stronach, które nie przyczyniają się do wzrostu liczby aplikacji, mija się z celem. Więcej na temat stworzenia odpowiedniego ogłoszenia można znaleźć w artykule *Jakim ogłoszeniem o pracę przekonasz do siebie kandydata* (strona 130). Natomiast informacje o nietypowych sposobach na zainteresowanie kandydatów ofertą znajdują się w materiale stworzonym

na podstawie wywiadów z rekruterami zajmującymi się procesami na stanowiska przedstawicieli handlowych (strony 48–49).

2. Zafascynuj kandydata firmą

Rekrutacja to dobra okazja do promocji marki. Znaczna część kandydatów uczestniczących w procesie ostatecznie nie zostanie pracownikami danej firmy. Nie zmienia to jednak faktu, że mogą ją promować wśród swoich znajomych. Dlatego ważne jest, żeby cały proces był mało uciążliwy dla aplikującego, ale też odpowiednio przygotowany merytorycznie.

Coraz więcej przedsiębiorstw stara się, żeby był również zaskakujący i ciekawy. Dlatego o wiele częściej, niż jeszcze parę lat temu, możemy spotkać się z procesami opartymi na grach rekrutacyjnych, escape roomie czy spotkaniach przeprowadzanych w zaskakujących miejscach. Dodatkowo bardzo dużo przedsiębiorstw decyduje się na przekazywanie kandydatom materiałów promocyjnych, ukazujących firmę i jej kulturę organizacyjną. Wszystkie te działania mają na celu stworzenie partnerskiej i przyjaznej relacji, dlatego bardzo duże znaczenie ma również osoba, która przeprowadza spotkanie. Powinna być odpowiednio przygotowana i umieć odpowiedzieć na ewentualne pytania kandydata. Ważne, żeby być otwartym na drugą stronę i umożliwić jej zdobycie wszystkich istotnych dla niej informacji.

3. Stawiaj na jakość rekrutacji, nie tempo

Deadline'y są zmartwieniem każdego rekrutera. Klienci wewnętrzni chcieliby, żeby znaleźć do ich zespołów idealnych kandydatów i to najszybciej, jak się da. Jest to zrozumiałe. Jednak jeśli specjaliści HR poddadzą się presji otoczenia, mogą przyczynić się do spadku jakości procesu. Nie należy do tego dopuścić. Chęć przyspieszenia procesu, i być może krótkoterminowy sukces w tym zakresie, możemy przytłaczyć problemami długoterminowymi. Mogą pojawić się takie utrudnienia, jak mniej aplikacji, negatywne opinie w internecie na temat procesu rekrutacyjnego czy spływ gorszych jakościowo CV. Jakościowe rekrutacje to takie, które opierają się

na szacunku względem kandydatów. Jest to bardzo szerokie zagadnienie. Dotyczy zarówno unikania wszelkich zachowań dyskryminujących, dokładnego informowania kandydatów o ważnych warunkach umowy (unikania niedomówień), jak i uwzględnienia czasu kandydata, który musi poświęcić na uczestnictwo w procesie. Ostatni z elementów dotyczy również tego, że każda osoba prowadząca rozmowę z aplikującym powinna być odpowiednio do niej przygotowana, a jeśli pojawia się podczas niej pytania, na które nie umie odpowiedzieć, będzie gotowa do uzupełnienia tych danych. Duże znaczenie dla kandydatów ma informacja zwrotna. Różne badania prowadzone z tą grupą¹ potwierdzają, że brak feedbacku powoduje negatywne opinie na temat procesu bądź samej marki. Dlatego warto znaleźć chwilę na przekazanie kandydatowi informacji, dlaczego nie proponujemy mu danego stanowiska.

4. Zadbaj o onboarding

Wdrożenie pracownika jest bardzo ważnym etapem. Często dział HR aktywnie w nim uczestniczy i dba o to, żeby był angażujący oraz jak najmniej stresujący dla nowej osoby. Dobrze przeprowadzony, powinien spełniać kilka celów:

Zapoznać nową osobę z kulturą firmy i zespołem, z którym będzie pracowała. Nieznane wydaje się straszne, dlatego przyjazne zaprezentowanie zespołu oraz ukazanie reguł panujących w firmie znacznie ułatwia pierwsze dni pracy. Ważne są prozaiczne kwestie, jak przekazanie pracownikowi działającego sprzętu czy pokazanie, w jaki sposób obsługuje się ekspres do kawy. Jednak dotyczy to również bardziej znaczących spraw, np. poznania wartości, którymi kieruje się firma, czy celów, jakie dana osoba będzie realizowała wraz ze swoim nowym zespołem.

Umożliwić poznanie szefa i ustalenie zasad współpracy. Prawdopodobnie dany pracownik miał okazję poznać swojego przełożonego podczas procesu rekrutacji. Teraz przyszedł czas na określenie, co obie strony powinny zrobić, żeby współpraca była efektywna i dobrze się układała. Jest to odpowiedni moment na dokładne omówienie przez przełożonego oczekiwań, jakie ma się względem pracownika oraz jego obowiązków.

Przygotować pracownika do efektywnej realizacji obowiązków. Ten proces trwa co najmniej kilka miesięcy. Nowa osoba musi rozemnieć się w panujących w firmie relacjach oraz nauczyć się efektywnego działania w nowym środowisku. Podczas badań, jakie przeprowadzaliśmy, rekruterzy zwracali uwagę, że zdarzają się sytuacje, w których pracownicy już kilka miesięcy po podjęciu zatrudnienia rezygnują ze współpracy. Podkreślali, że dotyczy to głównie osób młodych, które informują ich, że wymagania stawiane przed nimi są zbyt wysokie. Być może stopniowe przygotowywanie ich do wejścia w rolę ułatwiłoby tym osobom zakończenie z sukcesem trudny proces wdrażania.

Stworzyć sieć wsparcia dla nowicjusza, która w pierwszych miesiącach będzie ułatwiała mu wdrożenie. Jasne poinformowanie pracownika, do kogo może się zwrócić w konkretnych kwestiach, spowoduje szybkie rozwiązywanie problemów, jakie będą pojawiały się w pierwszych tygodniach pracy. Równie ważne jest to, żeby poszczególne osoby były chętne do udzielenia pomocy. Wspierające otoczenie jest kluczowym czynnikiem wpływającym na to, czy proces wdrażania pracownika zakończy się sukcesem.

HR, na etapie wdrażania nowej osoby, pełni (zazwyczaj) funkcję pomocniczą. Może przekazywać kandydatowi wiedzę na temat firmy czy przypominać poszczególnym pracownikom o zadaniach, jakie powinni zrealizować w związku z pojawieniem się nowego członka zespołu.

5. Skoncentruj się na atmosferze

Otwarta komunikacja może zmniejszyć rotację pracowników. Dzięki niej zwiększa się prawdopodobieństwo, że zatrudniony poinformuje przełożonych o swoim problemie czy frustracji, z którą się mierzy, zanim zdecyduje się na odejście z firmy. Jeśli oczekiwania względem nowego miejsca zatrudnienia zostały niespełnione, może pojawić się zniechęcenie, a czasem nawet myśli o rezygnacji z pracy. Przyczyną nierealnej wizji na temat stanowiska może być źle skonstruowany proces rekrutacyjny. Dlatego ważne jest, żeby nie tworzyć wyidealizowanego obrazu firmy, gdyż może to przynieść negatywne skutki.

Miła atmosfera niweluje codzienny stres związany z dużą liczbą obowiązków. Budowanie partnerskich

¹ <https://hrstandard.pl/2013/08/08/informacja-zwrotna-w-rekrutacji/>

relacji w firmie motywuje pracowników do wzięcia odpowiedzialności za własne zadania oraz zaangażowania się w ich realizację. Poczucie, że wykonywane obowiązki mają sens i są ważne z punktu widzenia przedsiębiorstwa, znacznie podnosi satysfakcję z pracy. I tutaj ważną rolę może odegrać HR, który powinien reagować za każdym razem, jeśli pojawiają się wśród pracowników zachowania niezgodne z panującą kulturą organizacyjną.

6. Szkol kadre kierowniczą

Zdarza się, że dział HR mierzy się z problemami wynikającymi z niekompetencji kierowników. Często na stanowiskach menadżerskich znajdują się specjaliści w danej dziedzinie, a niekoniecznie osoby posiadające umiejętności przywódcze czy choćby zarządcze. To może być przyczyną odejść pracowników z organizacji. W końcu „ludzie przychodzą do firmy, a odchodzą od szefa”. Dlatego warto zwrócić uwagę, czy kadra kierownicza jest odpowiednio przygotowana do pełnienia swoich obowiązków. Podstawowe umiejętności, jakie powinna posiadać, dotyczą udzielania informacji zwrotnej, egzekwowania realizacji zadań czy wyrażania uznania. Niby każdy wie, jak to robić, jednak jedynie dobrzy szefowie wykonują te zadania skutecznie. A są to elementy, które decydują o satysfakcji pracownika z codziennego kontaktu z przełożonym.

Dzięki kadrze kierowniczej firma może odnieść sukces, jednak zdarza się, że jest ona przyczyną jej porażki. Jeśli zespół dostrzeże, że przełożeni łamią obietnice czy nie biorą pod uwagę opinii pracowników, straci do nich zaufanie, a to już tylko jeden krok do odejścia z firmy. Dlatego nie można oszczędzać, jeśli chodzi o szkolenie kadry kierowniczej. Jednocześnie, przy rekrutacji na tego rodzaju stanowiska, trzeba pamiętać o dokonaniu dokładnej selekcji kandydatów. Jeśli chodzi o kadre zarządzającą, szerokie kompetencje nie powinny być jedynym wyznacznikiem decydującym o nawiązaniu współpracy. W przypadku tego rodzaju stanowisk kluczowe jest zrozumienie wartości, misji i wizji firmy. Łatwiej uzupełnić brakujące kwalifikacje, niż namówić kogoś do zmiany swoich przekonań i postawy względem miejsca pracy. Jest to szczególnie istotne choćby z tego względu, że są to osoby, które dane wartości czy wizję powinny rozpoznawać wśród pracowników.

7. Sprawdź, co wywołuje stres

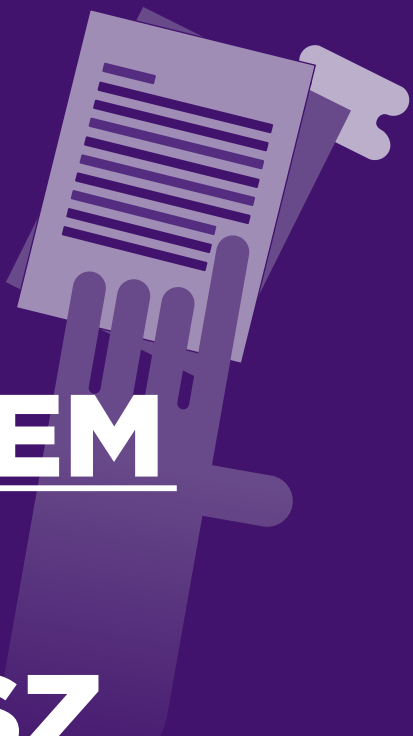
Tworzenie w firmie sieci wsparcia i budowanie otwartych relacji jest pierwszym krokiem ku temu, żeby pracownicy odczuwali mniejszy stres. Jednak warto dowiedzieć się, co konkretnie wywołuje panującą w organizacji nerwowość. Może się okazać, że są to tak prozaiczne kwestie, jak: wolny internet, niedziałający komputer czy problem z dostępem do wybranych uprawnień. Tak drobne kwestie mogą w natoku obowiązków urosnąć do problemów o dużej skali. Zdobycie na czas informacji o ich istnieniu spowoduje, że będziemy mieli szansę szybko je rozwiązać. HR nie jest w stanie dotrzeć do każdego z pracowników i zdobyć tego rodzaju informacje. Dlatego w ten proces muszą być zaangażowani ich bezpośredni przełożeni. Z kolei dział kadr może mieć jedynie rolę pomocniczą, jeśli chodzi o rozwiązywanie ich codziennych problemów.

8. Pamiętaj, że pracownik ma też życie prywatne

Szanowanie czasu wolnego pracownika jest bardzo ważne. Umożliwia to odpoczynek i naładowanie baterii przed kolejnymi dniami pracy. Zdarza się, że pracodawca musi go zaburzyć. Sytuacje są różne i jeśli firma ma dobre relacje z pracownikiem, to nie powinno to stanowić problemu. Ważne jednak jest, żeby starać się unikać tego rodzaju rozwiązań, a jeśli już się zdarzają – docenić zaangażowanie zatrudnionego. Problemy z kadrą są pokusą do proponowania niezliczonych godzin nadliczbowych. Jednak jest to rozwiązanie, które w perspektywie długoterminowej może przyczynić się do przemęczenia pracowników.

Rekrutacja bywa bardzo problematyczna i trzeba w nią włożyć dużo wysiłku, żeby zakończyła się sukcesem. Dlatego jeśli rekruter znajdzie odpowiednią osobę, warto żeby postarał się zadbać o jej dobre samopoczucie w firmie. Może się wydawać, że jest to dość trywialna kwestia, jednak to ona decyduje o tym, czy nawiążemy długą współpracę. Mimo że pracownicy jako najczęstszą przyczynę odejścia podają niskie wynagrodzenie, w rzeczywistości nie jest to główny powód rezygnacji z pracy². Dlatego nie dajmy się zwieść i dbajmy o kulturę organizacyjną.

² <https://www.hbrp.pl/b/trend-prawdziwe-przyczyny-odchodzenia-z-pracy/Nq3REXlj>



JAKIM OGŁOSZENIEM O PRACĘ PRZEKONASZ DO SIEBIE KANDYDATA

Kilkanaście lat temu ogłoszenie było krótkim komunikatem zamieszczanym w gazecie codziennej. Jego zadaniem było poinformowanie potencjalnych kandydatów, że dana firma szuka pracowników na określone stanowisko oraz zaprezentowanie wymagań, które kandydat musi spełniać. Dziś poza realizowaniem podstawowej roli, stanowi jeden z elementów budowania wizerunku pracodawcy.



firmy przywiązują coraz większą uwagę do ogłoszenia o pracę i dbają o to, żeby we właściwy sposób promować markę. Może przybierać bardzo różne postaci – coraz popularniejsze są ogłoszenia video, bądź intrygujące formy graficzne. Jednak każda oferta powinna zawierać kilka podstawowych elementów.

1. Jasno sprecyzowana nazwa stanowiska

Jest to klucz do znalezienia odpowiedniego kandydata. W ostatnich latach pojawiła się niezliczona liczba nowych nazw stanowisk. Często brzmią one bardzo dobrze, jednak czasem niewiele mówią kandydatowi na temat obowiązków, jakie miałby realizować. Warto pamiętać, że głównym wyznacznikiem dobrze określającej stanowisko nazwy jest jej prostota. Jeśli jest to sformułowanie, które kandydat wpisze w wyszukiwarkę szukając pracy, oznacza to, że trafiliśmy w dziesiątkę. Jeśli publikujemy ogłoszenie w portalach rekrutacyjnych, nawet przy nieprecyzyjnej nazwie stanowiska, kandydat powinien dotrzeć do naszego ogłoszenia. Jest to możliwe dzięki kategoriom, które rekruter wybiera publikując ogłoszenie. Jednak w przypadku jego publikacji w mediach społecznościowych czy na stronie firmy nie mamy takich ułatwień.

2. Lokalizacja

Dla dużych firm, znajdujących się w kilku lokalizacjach, jest to bardzo istotny element. Warto dodać jak najbardziej dokładną informację o miejscu pracy. Coraz więcej kandydatów, decydując się na uczestnictwo w rekrutacji, bierze pod uwagę odległość przedsiębiorstwa od miejsca zamieszkania. Jeżeli siedziba firmy znajduje się na obrzeżach miasta, bądź jest trudno dostępna, warto zawrzeć w ogłoszeniu informację o udogodnieniach. Część firm oferuje swoim pracownikom darmowy transport, dopłaty do kosztów dojazdu czy służbowe samochody. Jest to element, który niewątpliwie może stanowić zachętę do złożenia aplikacji.

3. Krótka informacja na temat firmy

Informacja na temat firmy jest istotna z punktu widzenia budowania marki, ale nie tylko. Dzięki niej kandydat, który jest zainteresowany aplikowaniem, nie musi fatygować się i wchodzić na stronę przedsiębiorstwa, żeby dowiedzieć się na jego temat nieco więcej. Niewiele jest marek, które są rozpoznawalne już po samym logo. Nawet jeśli jesteśmy jedną z nich, warto zamieścić w ogłoszeniu informację, które mogą zachęcić naszą grupę docelową do aplikowania. Może to być wypowiedź



Głównym wyznacznikiem dobrze określającej stanowisko nazwy jest jej prostota. Jeśli jest to sformułowanie, które kandydat wpisze w wyszukiwarkę szukając pracy, oznacza to, że trafiliśmy w dziesiątkę.



W przypadku wymagań warto zwrócić uwagę, żeby wpisywać oczekiwania, które jesteśmy w stanie zweryfikować w trakcie rekrutacji. Nie ma sensu zawierać elementów, których nie będziemy sprawdzać podczas procesu.

osoby z zespołu na temat charakteru pracy, informacja o wyróżnieniach, jakie otrzymaliśmy jako pracodawca czy o innych szczególnych osiągnięciach zespołu.

4. Logo firmy

Logo to nasz znak rozpoznawczy, dlatego nie może go zabraknąć w ogłoszeniu. Część kandydatów szukając pracy kieruje się prestiżem marki, a dodanie logo na pewno ułatwi rozpoznanie firmy, jak i wyróżni ją wśród innych ogłoszeń znajdujących się liście wyników wyszukiwania.

5. Wymagania względem kandydata

Jest to element, który każdego kandydata interesuje najbardziej. Dlatego wszystkie wymagania muszą być jasno sprecyzowane. Ciekawym rozwiązaniem jest podawanie informacji na temat poziomu wiedzy, jaki kandydat powinien posiadać. Dzięki temu aplikujący wie, czy powinien znać dany program na poziomie trzy na pięć czy być może pięć na pięć. W przypadku wymagań warto też zwrócić uwagę, żeby wpisywać oczekiwania, które jesteśmy w stanie zweryfikować w trakcie rekrutacji. Nie ma sensu zawierać elementów, których nie będziemy sprawdzać podczas procesu. W końcu zamieszczenie w ogłoszeniu danego wymagania oznacza, że jest ono kluczowe dla rekrutacji.

6. Opis zadań, za które kandydat będzie odpowiedzialny

Wbrew pozorom jest to ważny element, ponieważ na tych samych stanowiskach w różnych firmach mogą obowiązywać inne obowiązki.

Dobrze przygotowany opis powinien zaprezentować kandydatowi, jak będzie wyglądał jego dzień pracy oraz jakie pracodawca ma oczekiwania względem niego. Niektóre firmy zawierają w ogłoszeniu informacje ukazujące ile czasu pracownik będzie poświęcał na dane czynności, np. połowa czasu pracy będzie wykorzystywana na wyjazdy służbowe, a druga połowa na realizowanie obowiązków przy komputerze.

7. Oferta firmy

Tutaj możemy zamieścić wszystko, czym firma chciałaby się pochwalić. Warto jednak ten obszar dopasować do grupy docelowej. Doświadczony rekruter wie, jakie benefity najczęściej interesują pracowników na danym stanowisku. Dzięki temu zdaje sobie sprawę z tego, które powinny być szczególnie podkreślone, a które mogą znaleźć się na dole listy (bądź zostać pominięte, jeśli nie ma na nie miejsca). Warto również unikać sformułowań typu miła atmosfera czy atrakcyjne wynagrodzenie. Jest to prezentowanie przez rekrutera swojej opinii na temat danego elementu. To nie przemawia do kandydatów, a czasem nawet wywołuje na ich twarzach sarkastyczny uśmiech.

8. Link do strony firmy

Dobłą praktyką jest umieszczenie w ogłoszeniu linku do strony firmy. Mogą z tego skorzystać kandydaci, którzy są nieco bardziej dociekliwi i chcieliby dowiedzieć się więcej. Nawet jeśli aplikujący nie zdecyduje się na złożenie CV, być może na tyle zainteresuje się marką, że będzie co jakiś czas wracać do naszej zakładki kariera i przeglądać oferty.

9. Widetki płacowe

Argumenty przemawiające za tym, aby dodawać do ogłoszenia widetki zarobków można znaleźć w artykule „Przedziały zarobków w ogłoszeniach o pracę”. Dlatego tutaj zawrzemy jedynie najważniejszą informację – ten zabieg po prostu się opłaca. Kandydaci znacznie chętniej aplikują na ogłoszenia zawierające informację o oferowanym wynagrodzeniu. Dzięki dodaniu tego elementu można spodziewać się nawet o 48% więcej aplikacji.

10. Informacje na temat sprzętu, na jakim pracownik będzie pracował

Na niektórych stanowiskach stosunkowo ważną informacją jest to, jaki sprzęt do pracy udostępnia pracodawca. W przypadku stanowiska przedstawiciela handlowego kluczowe będzie czy pracownik otrzyma służbowego laptopa, telefon, a być może nawet samochód. Z kolei w przypadku zawodowego kierowcy ważne będzie, jakim samochodem będzie się przemieszczał. Dlatego w niektórych przypadkach można zastanowić się nad zasadnością dodania tego elementu.

11. Informacje o udogodnieniach, jakie oferuje firma

Niektóre firmy poza benefitami dbają o dobre samopoczucie pracowników. Decydują się na oferowanie im dodatkowych przekąsek, napojów, udostępniają prysznice (co jest ważne dla pracowników podróżujących do pracy rowerem) czy zapewniają dostęp do parkingu. Jeszcze inne nieodpłatnie przekazują pracownikom strój do pracy, bądź zamawiają sprzęt dostosowany do preferencji pracownika. Jeśli jest coś, co wyróżnia firmę w zakresie tego rodzaju udogodnień, warto o tym wspomnieć.

Kolejną istotną kwestią jest język, w jakim publikujemy ogłoszenie. Dominująca większość pracodawców pisze oferty w języku polskim. Jednak jeśli szukamy np. pracownika biurowego, który w swojej pracy będzie wykorzystywał głównie niemiecki, bądź angielski, warto się zastanowić czy nie napisać ogłoszenia w danym języku. Może to spowodować, że otrzymamy mniej aplikacji. Jednak dzięki temu pierwsza

selekcja dokona się bez zaangażowania rekrutera. Jeśli kierujemy ogłoszenie również do zagranicznych pracowników, można rozważyć opublikowanie dwóch wersji tej samej oferty – jednej po polsku, a drugiej w języku grupy docelowej.

Pisząc ogłoszenie mamy okazję zaprezentować kulturę organizacyjną firmy. Dlatego jeśli panują w niej nieformalne relacje, a wszyscy zwracają się do siebie na „ty”, ogłoszenie również sformułujemy bez zwrotów grzecznościowych. Jeśli chcemy oddać ducha firmy, można dodatkowo dodać odpowiedni baner, bądź zdjęcia, które prezentują zespół. Firmy coraz częściej decydują się na zaprezentowanie w ogłoszeniu osób, z którymi kandydat będzie pracował. Dzięki temu pokazuje się kandydatowi, że będzie współdziałał z profesjonalistami, którzy wesprą go w pierwszych dniach pracy.

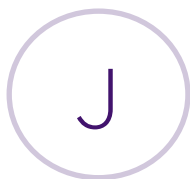
Warto pamiętać, że ogłoszenie powinno być tak krótkie jak to możliwe. Dlatego nie zawsze warto zawierać wszystkie wyżej wymienione elementy. Treść należy dopasować do danej grupy docelowej. Pracownikom z dużym doświadczeniem zawodowym wystarczą zazwyczaj bardziej ogólne informacje niż osobom będącym na początku swojej kariery. Kandydaci, wbrew pozorom, poświęcają niewiele czasu na analizę oferty. Stąd istotne jest wyróżnienie kluczowych kwestii. Dlatego jeśli chodzi o ofertę firmy czy informacje o udogodnieniach jakie oferujemy, warto zawrzeć jedynie słowa kluczowe. Jeśli są jakieś kwestie, które powinniśmy na ich temat dopowiedzieć, można to zrobić podczas kolejnych etapów rekrutacji.





PRZEDZIAŁY ZAROBKÓW W OGŁOSZENIACH O PRACĘ

Prezentowanie w ogłoszeniach oferty finansowej bywa problematyczne, szczególnie jeśli nie ma w firmie jasnej polityki płacowej. Zanim opublikuje się konkretne kwoty, warto zastanowić się, jak mają się one do płac aktualnych pracowników. W końcu dodanie tej informacji ma ułatwić kontakt z odpowiednimi kandydatami, a nie spowodować niezadowolenie już zatrudnionych osób.



Jeżeli dotychczas nie praktykowało się tego rozwiązania, warto zwrócić uwagę na kilka elementów.

Wprowadzenie oferty płacowej

Przed podjęciem decyzji o wprowadzeniu oferty płacowej należy:

1. Zweryfikować płace w firmie.
2. Sprawdzić, jak się mają oferowane przez nas wynagrodzenia do stawek rynkowych. W internecie znajdują się raporty, które umożliwiają porównanie proponowanych przez nas stawek do średnich płac w regionie, w różnych branżach, na różnych stanowiskach.
3. Zniwelować duże rozbieżności płacowe na tych samych stanowiskach, o ile występują w naszej firmie, a także dostosować stawki do warunków rynkowych.
4. Uporządkować wynagrodzenia aktualnych pracowników, co umożliwi nam zamieszczenie w ofercie przedziałów. Warto jednak pamiętać, żeby nie obejmowały zbyt dużego zakresu, gdyż przestaną być pomocne dla kandydatów oraz ujawnią niewiedzę pracodawcy na temat stawek rynkowych.

Jak widać, wprowadzenie oferty płacowej wymaga sporo wysiłku. Jednak firmy decydują się na ten zabieg, ponieważ to się po prostu opłaca. Przede wszystkim umożliwia skrócenie okresu rekrutacji. Zawarcie w ofercie propozycji wynagrodzenia zwiększa zainteresowanie ogłoszeniem o 48%¹. Biorąc pod uwagę sytuację na rynku, jest to bardzo dużo.

Korzyści z podawania widełek płacowych

Dzięki zamieszczeniu kwot w ofercie ma się pewność, że kandydat, który się z nami kontaktuje, jest zainteresowany oferowanym wynagrodzeniem. Dzięki temu oszczędza się czas na jałowych spotkaniach, które nie przybliżają do zakończenia rekrutacji. Co więcej, rozmowa o wynagrodzeniu staje się mniej kłopotliwa, gdyż pracodawca jest w stanie w jasny sposób wyjaśnić kandydatowi, z czego wynika ostateczna oferta. Propozycja w zakresie górnego zakresu jest przeznaczona dla osób spełniających wszystkie wymagania zawarte w ogłoszeniu, oraz które wzorowo zrealizowały zadania rekrutacyjne. Z kolei najniższą kwotę można zaoferować osobom, które nie spełniają wszystkich warunków zawartych w ogłoszeniu, bądź jeśli nie ma pewności co do poziomu ich kompetencji. Należy jednak pamiętać, że część z nowo zatrudnionych pracowników po jakimś



Wprowadzenie oferty płacowej wymaga sporo wysiłku, ale się opłaca. Przede wszystkim umożliwia skrócenie okresu rekrutacji. Zawarcie w ofercie propozycji wynagrodzenia zwiększa zainteresowanie ogłoszeniem o 48%.

¹ Wewnętrzne dane OLX.



Wdrożenie porządku w wynagrodzeniach niewątpliwie wpłynie pozytywnie zarówno na motywację pracowników, jak i ich lojalność względem pracodawcy.

czasie zdecyduje się na podjęcie tematu podwyżki. Następuje to zazwyczaj po okresie próbnym – wtedy pracodawca zna już umiejętności pracownika.

Kolejną korzyścią, jaka wynika z prezentowania widetek płacowych, jest budowanie pozytywnego wizerunku firmy. Pracodawca jawnie prezentujący dane, które wciąż na rynku polskim są uznawane za tabu, jest uważany za gracza fair play. Wyróżnienie się wśród konkurencji jest tym, czego potrzeba każdej firmie planującej rekrutację. Wynika to z aktualnej sytuacji panującej na rynku pracy. W ten sposób można stać się pozytywnym przykładem dla firm z regionu, które będą chciały podążać za dyktowanymi przez przedsiębiorstwo trendami.

Brak kandydatów powoduje, że firmy często starają się zrekrutować osoby, które są aktualnie zatrudnione w innym przedsiębiorstwie. Prezentacja widetek płacowych może zachęcić potencjalnego pracownika do zaryzykowania i wzięcia udziału w procesie, mimo że posiada już pracę. Jednocześnie jest to ułatwienie dla rekrutera, który nie musi wymyślać argumentów przemawiających za tym, żeby kandydat zechciał porozmawiać na temat ewentualnej współpracy. Część osób uznaje, że informowanie o możliwym wynagrodzeniu jest okazaniem szacunku względem kandydata. Pracownik od początku wie, czy prowadzenie rozmów rekrutacyjnych ma sens.

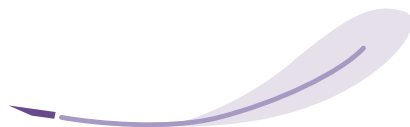
Znaczenie widetek dla obecnych pracowników

Wbrew pozorom wprowadzenie widetek ma wpływ nie tylko na potencjalnych pracowników, ale również na aktualnie zatrudnionych. Wdrożenie porządku w wynagrodzeniach niewątpliwie wpłynie pozytywnie zarówno na motywację pracowników, jak i ich lojalność względem pracodawcy. Jeśli traktuje się swoją załogę fair, można liczyć na to, że odwzajemni się tym samym. Świadomość możliwości dążenia

do wyższego wynagrodzenia wraz z poszerzaniem swoich kompetencji zachęca pracowników do doskonalenia się w swojej pracy. Osoba zarabiająca mniej będzie wiedziała, że może zmienić swoją sytuację poprzez samodoskonalenie. Liczne korzyści przemawiają za tym, że warto zamieścić w ofercie zakres płac. Mimo wysiłku, jaki trzeba włożyć w porządkowanie pensji, jest to proces, który wraz z rozrostem firmy i tak będzie trzeba przeprowadzić. Z kolei im szybciej zdecydujemy się na tę zmianę, tym bardziej wyróżnimy się na rynku.

Warto pamiętać, że mimo zapisów w umowie o zakazie prowadzenia rozmów o swoim wynagrodzeniu wielu pracowników nie przestrzega tego obostrzenia i wymienia się między sobą opiniami na ten temat. Zatrudnieni wiedzą (mniej więcej) bądź domyślają się, kto i ile w firmie zarabia. Tego rodzaju domysły często są jednak mocno wyolbrzymione, co powoduje frustrację u części zespołu. Transparentny dostęp do danych utnie wszelkie demotywujące dyskusje na temat płac.





MOC INSPIRACJI PRZEKAZAŁA SABINA BOREJSZA-WYSOCKA

NA CO DZIEŃ PRACUJE DLA LUDZI,
Z LUDŹMI. SPRAWDZA STAN AKTUALNY,
BADA MOŻLIWOŚCI, EKSPERYMENTUJE,
WPROWADZA ZMIANY, PROMUJE
– WSZYSTKO PO TO, ŻEBY PRACOWAŁO
SIĘ CORAZ LEPIEJ. SVOJE PASJE
REALIZUJE NA STANOWISKU
HR MANAGER W FIRMIE SETAPP,
POZNAŃSKIM SOFTWARE HOUSE.
Z WYKSZTAŁCENIA JEST PSYCHOLOGIEM.
W WOLNYCH CHWILACH SVOJĄ
WIEDZĄ I OBSERWACJAMI DZIELI
SIĘ ZARÓWNO Z CZYTELNIKAMI
NA PORTALACH I W LITERATURZE
BRANŻOWEJ, JAK I PODCZAS ZAJĘĆ
PROWADZONYCH NA SWPS. CO JAKIŚ
CZAS REALIZUJE RÓWNIEŻ SZKOLENIA
DOTYCZĄCE TEMATÓW ZWIĄZANYCH
Z PSYCHOLOGIĄ W BIZNESIE. PRYWATNIE
MÓL KSIĄŻKOWY I FAN PODRÓŻY
ORAZ NOWYCH DOŚWIADCZEŃ.



INSTYTUT BADAŃ EDUKACYJNYCH

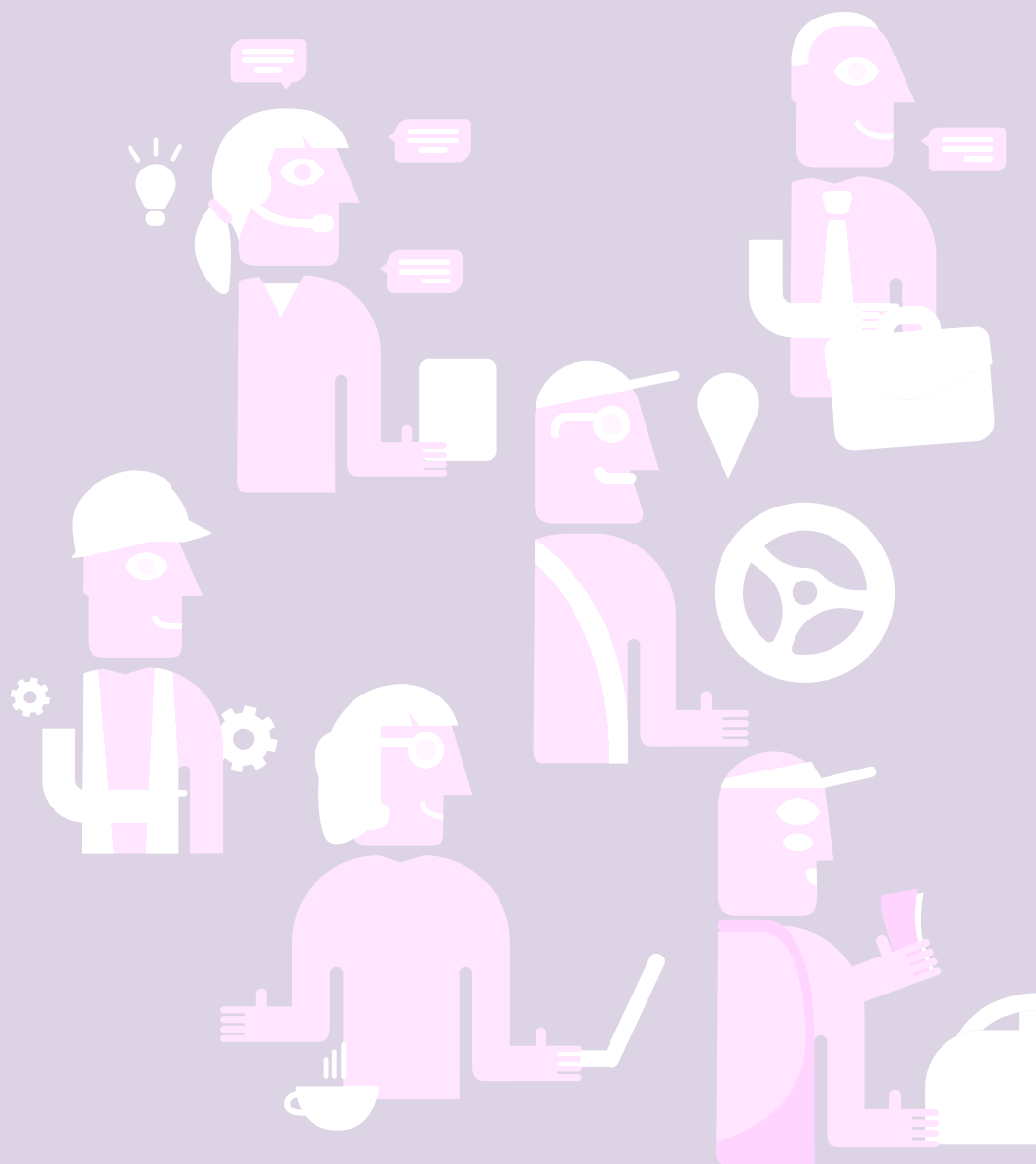
IBE JEST PLACÓWKĄ BADAWCZĄ WSPIERAJĄCĄ POLITYKĘ I PRAKTYKĘ EDUKACYJNĄ. INSTYTUT PROWADZI INTERDYSCYPLINARNE BADANIA NAUKOWE NAD FUNKCJONOWANIEM I EFEKTYWNOŚCIĄ SYSTEMU EDUKACJI W POLSCE. UCZESTNICZY W KRAJOWYCH I MIĘDZYNARODOWYCH PROJEKTACH BADAWCZYCH, PRZYGOTOWUJE RAPORTY I EKSPERTYZY ORAZ PEŁNI FUNKCJE DORADCZE. DZIAŁALNOŚĆ INSTYTUTU NADZOROWANA JEST PRZEZ MINISTERSTWO EDUKACJI NARODOWEJ. W RAMACH WSPÓŁPRACY Z OLX INSTYTUT BUDOWAŁ KONCEPCJĘ PROCESU BADAWCZEGO ORAZ BRAŁ UDZIAŁ W TWORZENIU NARZĘDZI POMIAROWYCH. GŁOSEM INSTYTUTU BYŁA NATALIA HIPSZ – DOKTOR NAUK SPOŁECZNYCH, Z ZAMIŁOWANIA I WYKSZTAŁCENIA METODOLOG BADAŃ SOCJOLOGICZNYCH, OD 11 LAT ZWIĄZANA Z BRANŻĄ BADAWCZĄ – MAJĄCA BOGATE DOŚWIADCZENIE W PROJEKTOWANIU I REALIZACJI BADAŃ SOCJOLOGICZNYCH, W TYM W PROJEKTACH Z ZAKRESU RYNKU PRACY.



VERY HUMAN SERVICES

W VHS WIERZYM, ŻE PRZYSZŁOŚĆ NALEŻY DO ORGANIZACJI, KTÓRE CHCĄ HUMANIZOWAĆ ROZWIĄZANIA W OBSZARACH FIRMA-KLIENT, USŁUGA-KLIENT, FIRMA-PRACOWNIK, PRACOWNIK-PRACOWNIK I DZIĘKI TEMU WCHODZIĆ NA WYŻSZY POZIOM PROWADZENIA BIZNESU. DLATEGO OBSERWUJEMY NOWE ZJAWISKA, INTERPRETUJEMY KIERUNKI, W KTÓRYCH ONE ZMIERZAJĄ, BY WE WSPÓŁPRACY Z KLIENTAMI PRZEKŁADAĆ JE NA ROZWIĄZANIA BARDZIEJ PRZYJAZNE LUDZIOM I WDRAŻAĆ INNOWACJE W ORGANIZACJACH.

JESTEŚMY TURKUSOWYM ZESPOŁEM OTWARTYCH, PRACOWITYCH LUDZI O WIELU KOMPETENCJACH: STRATEGÓW, PROJEKTANTÓW, BADACZY, ANALITYKÓW I PRAKTYKÓW BIZNESU Z KORPORACYJNYM DOŚWIADCZENIEM. OD 10 LAT PRACUJEMY I ROZWIĄZUJEMY PROBLEMY W OPARCIU O METODYKI HUMAN-CENTRED (SERVICE DESIGN, DESIGN THINKING). WYBRALIŚMY JE JAKO NASZĄ METODĘ PROJEKTOWANIA ZMIAN I UWALNIANIA POTENCJAŁU DO INNOWACJI W LUDZIACH ORAZ FIRMACH.







Praca

KNOW HOW
2019