

ТОП-5 СОВЕТОВ, КАК...

выстроить эффективное взаимодействие с предприятиями отдельных приоритетных отраслей

1 Разрабатываемый с работодателем План мероприятий должен быть Планом именно **СОВМЕСТНЫХ** мероприятий.

То есть в нем должны быть не только мероприятия ЦЗН, совместные мероприятия ЦЗН и Работодателя, но и собственные мероприятия работодателя, реализуемые им за счет имеющихся у него средств (например, платная реклама в СМИ и т.п.).



2 Информации о вакансии не должна рисовать образ «идеального работника».

В ситуации очевидного кадрового дефицита по работникам, востребованных на предприятиях ОПКП профессий, работодателю необходимо проявить максимальную гибкость и расширить «воронку» отбора кандидатов, максимально смягчив требования к ним и расширив их диапазон.

3 Экскурсии для карьерных и кадровых консультантов на предприятия ОПКП.

Это позволит специалистам, ведущим прием граждан (соискателей), стать действительно «агентами» продвижения вакансий работодателя при предложении работы гражданам, состоящим на учете.

4 Регулярно (еженедельно) проводить массовые отборы кандидатов, мини-ярмарки вакансий, выездные отделы кадров для таких работодателей.

Причем не только в клиентских офисах ЦЗН, но и в общественных местах большой проходимости - торговых центрах и т.п. (последнее важно, в т.ч. для расширения клиентской базы ЦЗН). Неплохой вариант также - когда представитель кадровой службы имеет постоянное рабочее место в клиентском офисе ЦЗН и весь день «зазывает» к себе и ведет прием посетителей ЦЗН. При этом представителей кадровых служб необходимо обучить навыкам самопрезентации, продвижения рабочих мест при общении с кандидатами (неумение «кадровиков» так работать - серьезная проблема, носящая массовый характер).

5 Предварительные кадровые отборы кандидатов, проводимые специалистами ЦЗН без участия представителей работодателя.

Это позволит избавить работодателя от немотивированных клиентов, приходящих на собеседование, только ради «отметки».

