

Digitálny prievan vo svete HR

Rozumieť digitálnym prístupom v HR je kľúčové a pre získavanie ľudského kapitálu a vykonávanie úspešného headhuntingu nevyhnutné. V každom segmente – či už v oblasti služieb alebo produktov pre HR – sa dejú väčšie či menšie zmeny. Prispôbiť sa pritom treba nielen novým technologickým trendom, ale aj zmenám v ľudskom správaní a návykoch. Firmy, ktoré nevyjdú zo zaužívaných koľají, budú väčšinou neúspešne bojovať najmä s identifikáciou talentu.

V digitálnej ére sa môže zdať, že samotný HR recruiting prechádza týmito zmenami ako jeden z posledných. Ako časť HR manažmentu robí mnohým organizáciám vrásky na čele: každý deň musia prichádzať s novými prístupmi a postupmi na hľadanie a prilákanie nových zamestnancov. Keďže inovácie v HR prichádzajú pomaly, ľudia si sami začali hľadať nové a alternatívne spôsoby, ako zaujať potenciálneho zamestnávateľa. Dnes silno cítiť, ako organizácie podporujú digitalizáciu a s ňou spojené inovácie, ktoré v HR pomáhajú zlepšiť a zmeniť zaužívané procesy. Jeden z takýchto doslova revolučných prístupov predstavuje CapaCV



(Capa – z anglického slova capability, teda schopnosť), ktorý je prvým nástrojom na vytvorenie digitalizovaného životopisu. A nielen to. V prvom rade je to jedinečná HR technológia, ktorá mení proces získavania ľudí, aby uchádzačom poskytla vyššiu šancu a interným aj externým HR recruiterom, headhunterom a konzultantom výrazne uľahčila prácu. Výhodou digitalizácie recruitingu je, že zamestnávateľia si môžu pohodlne pozrieť „online osobnosť“ kandi-

dáta bez toho, aby sa s ním stretli. Digitálne prístupy v každom smere – sociálne siete, články, individuálne blogy, web ako CV, jednoducho akákoľvek digitálna stopa – dnes poskytujú okno do osobného a profesionálneho životného štýlu kandidáta. Ich obrovskou výhodou je, že potenciálni kandidáti môžu používať digitálne životopisy na svoju prezentáciu. Pri uchádzaní o zamestnanie je dôležité predovšetkým urobiť čo najlepší dojem. Rovnako veľkú úlohu zohráva individualita a pocity.

CapaCV umožňuje získať jasný pohľad na schopnosti, nielen na skúsenosti uchádzača (ako je to pri papierových životopisoch) a zároveň nadobudnúť predstavu o jeho osobnosti ešte pred osobným stretnutím. Na pohovor nedostanú pozvanie desiatky kandidátov, ale len vybraní kandidáti, takže snaha zistiť, či sú vhodní alebo nie, si vyžiada oveľa menej času. Uchádzači tak môžu urobiť prvý dojem ešte pred osobným stretnutím.

Manažéri, ktorí sa zaoberajú náborom, potrebujú, aby ich recruiteri lepšie rozumeli biznisu. Rozumejú síce HR, no potrebujú pochopiť aj biznis svojich organizácií, aby vedeli vy-

hodnotiť budúci potenciál kandidátov nielen podľa mäkkých zručností. Ak má byť prijímanie nových ľudí v súlade s podnikateľskými cieľmi, vedieť sa orientovať v biznise je základná podmienka. Len tak možno zabezpečiť, aby sa do tímu dostali správni kandidáti – dnes a zároveň aj na pozície budúcnosti.

V HR nie je nič lepšie než ľudský kontakt, lebo ľudia ľuďom rozumejú. Netreba si myslieť, že umelá inteligencia raz pretransformuje prístup k hodnoteniu a nahradí interakciu s kandidátmi. Technológia, ktorá pomôže recruiterom rýchlo sa orientovať v biznise spoločnosti najmä z pohľadu stratégie najímania nových pracovníkov, však bude veľkou zmenou a prínosom.

Marek Hradilek

Client Partner, Amrop Jenewein



Amrop.digital

