

Czego możesz dowiedzieć się od kandydatów? Badanie Candidate Experience w igus

W dzisiejszych czasach każdy z nas – HR-owców zdaje sobie sprawę z tego, jak ważne są opinie osób biorących udział w procesach rekrutacyjnych do naszej firmy. Subiektywne doświadczenia Kandydatów bez wątpienia wpływają na ich postrzeganie naszych produktów i usług. Rekrutacje prowadzone w sposób nieodpowiadający ich oczekiwaniom mogą doprowadzić do spadku rynkowej wartości całej organizacji. Niezatrudnione osoby są dla nas zarówno kapitałem do przyszłych procesów, jak i potencjalnymi Klientami podejmującymi współpracę z naszą firmą. Niestety w dalszym ciągu bardzo mało organizacji decyduje się wprowadzić badanie Candidate Experience. Jest to spowodowane różnorodnymi czynnikami, począwszy od braku czasu przez zbyt niski budżet po niedostępność narzędzi.

Obecnie możemy obserwować odejście od Rynku Pracodawcy i przejście na Rynek Kandydata. Już teraz coraz więcej Rekruterów boryka się ze zbyt małą liczbą aplikacji w ogóle oraz ze zbyt małą liczbą aplikacji dobrych jakościowo. W takiej sytuacji każdy Kandydat jest na wagę złota. Z [najnowszego raportu Candidate Experience 2017](#) wynika, że aż 33% osób, które wyniosły negatywne wrażenia z procesu rekrutacyjnego nie zaaplikuje więcej do tej firmy... czy w dzisiejszych czasach możemy pozwolić sobie na utratę aż tylu Kandydatów? Odpowiedź brzmi NIE, a przynajmniej nie w firmie technologicznej, w której pracuję. W tym artykule chciałabym Wam przedstawić, jak wdrożyliśmy autorskie badanie CX w igus Sp. z o.o., jak wyglądał proces jego implementacji oraz w jaki sposób z miesiąca na miesiąc udaje nam się usprawniać nasze procesy rekrutacyjne.

Jak zainicjować badanie Candidate Experience?

Projekt zaczęliśmy od rozmowy z biznesem. W związku z dynamicznym rozwojem firmy zaproponowaliśmy rozpoczęcie weryfikacji, jakości prowadzonych przez nas procesów rekrutacyjnych. Zarówno Prezes Zarządu jak i biznes uznali, że jest to bardzo dobry pomysł i nikt nie stawiał oporu. Grunt to przedstawić trafne argumenty, bo przecież wszystkim nam zależy na pozytywnych opiniach naszych Kandydatów, którzy mogą stać się naszymi Klientami i ciągłym ulepszaniem praktyk rekrutacyjnych. Po konsultacjach z biznesem stworzyliśmy narzędzie on-line badające opinie Kandydatów. Kwestionariusz ankiety składał się z 13 pytań zaprojektowanych metodą 0-1. Poprzez uzupełnienie kolejno wszystkich pytań kwestionariuszowych raz jeszcze przeprowadzamy Kandydatów przez cały proces rekrutacyjny.

Rozpoczynamy od pytania „Czy ogłoszenie rekrutacyjne zawierało według Ciebie wszystkie niezbędne informacje?”. Następnie pytamy o odczucia z rozmów i

spotkań rekrutacyjnych, pytamy m.in. o to „**Czy zdarzały się niemerytoryczne pytania podczas rozmowy rekrutacyjnej?**”. Tę część kwestionariusza zakończyliśmy pytaniem o ogólne odczucia z całego procesu formułując je w następujący sposób: „**Czy poleciał/-a byś znajomemu udział w procesie rekrutacji do naszej firmy?**”.

Bez wątplenia, każdy z nas chce jak najlepiej dla swoich bliskich, dlatego bardzo cenimy sobie odpowiedzi na to pytanie. Kandydaci zaznaczają czy zgadzają się z danym stwierdzeniem, czy też nie. Przy każdym pytaniu jest również dodatkowe pole, gdzie Kandydaci mogą wpisać swoje uwagi. Ostatnie dwa pytania są opisowe (nieobowiązkowe). Sprawdzają subiektywne odczucia Kandydatów nt. całego procesu rekrutacyjnego, – co wzbudziło ich negatywne odczucia oraz czy coś szczególnie pozytywnie wyróżnia nasz proces. Badanie jest w pełni anonimowe. Stworzyliśmy jedynie metryczkę, w której respondenci określają województwo, z jakiego pochodzą. Jest to niezbędne, aby dokonać rzetelnej analizy wyników, ponieważ prowadzimy procesy rekrutacyjne na terenie całej Polski. Badanie skierowane jest do wszystkich Kandydatów (niezatrudnionych jak i tych, którzy podjęli z nami współpracę), z którymi mieliśmy bezpośredni kontakt. Badanie prowadzone jest w sposób ciągły i na bieżąco weryfikujemy wyniki ankiet. Uznaliśmy, że nasze praktyki rekrutacyjne należy badać nieustannie, tak abyśmy mogli cały czas usprawniać nasze procesy i natychmiastowo reagować na informacje zwrotne od naszych Kandydatów.

Po zakończeniu procesu rekrutacyjnego bądź po odrzuceniu Kandydata Dział HR wysyła do Kandydatów, drogą mailową, coraz częściej za pośrednictwem programu eRecruiter, podziękowanie za udział w procesie oraz prośbę o uzupełnienie kwestionariusza. Niezwykle istotne jest, aby zaproszenie do wypełnienia kwestionariusza była wysłane po zakończeniu procesu rekrutacyjnego, tak, aby opinie były niezależne. Nie dopuszczamy sytuacji, aby kwestionariusz był wysłany do Kandydatów, którzy nadal uczestniczą w procesach, ponieważ mogłoby to wpłynąć na otrzymane wyniki.

Czego możesz dowiedzieć się od Kandydatów?

Do tej pory kwestionariusz wysłaliśmy do 97 osób, z którymi mieliśmy bezpośredni kontakt. Wypełniło go 26 osób – 27% Kandydatów zaproszonych do badania. Uzyskaliśmy informacje na temat tego należy poprawić w naszych procesach oraz tego, co pozytywnie nas wyróżnia.

Poprawy wymagał czas trwania procesów. Respondenci zwrócili także uwagę, że zdarzały się nie merytoryczne pytania od Managerów. Z analizy wynika, że salka, w której prowadzimy spotkania jest miejscem nieprzyjaznym, z czego nie zdawaliśmy sobie sprawy. Kandydaci skarżyli się, że jest przeszklona, co rozprasza ich uwagę. Nie zawsze przekazywaliśmy też informację zwrotną w zadeklarowanym terminie. Co ważne otrzymaliśmy też dużo pozytywnych komentarzy od Kandydatów, którzy doceniają przyjazną atmosferę, transparentność oraz to, że „nie trzymamy ich w

niepewności”. Badanie jest bezkosztowe – pytania stworzyliśmy samodzielnie używając darmowego narzędzia. Koszty to czas zespołu HR oraz biznesu poświęcony na przygotowanie narzędzia, rozesłanie kwestionariuszy i analiza wyników.

Jaki zysk płynie z poznania opinii Kandydatów?

Wszyscy jesteśmy świadomi konsekwencji, jakie niosą za sobą procesy rekrutacyjne prowadzone w sposób nieodpowiadający potrzebom Kandydatów. Dlaczego więc nie chcemy zweryfikować swoich praktyk rekrutacyjnych? Powodów jest kilka, natomiast głównym jest obawa przed oceną. Jesteśmy przyzwyczajeni do tego, że to my – Rekruterzy oceniamy Kandydatów w procesach rekrutacyjnych, a teraz role się odwracają. Zdajemy sobie sprawę, że prowadzone przez nas procesy rekrutacyjne nie są realizowane w sposób idealny i boimy się przejrzeć w lustrze, jakim są Kandydaci.

Kolejnym powodem może być brak wiedzy jak stworzyć narzędzie, na jakiej metodologii je oprzeć oraz jak w następstwie badania zinterpretować wyniki. Nasz przykład ukazuje, że powyższe obawy są zbędne. Musimy przygotować się jednak na krytykę, nie tylko tą konstruktywną i wyciągać z niej wnioski na przyszłość, aby nasze procesy były ciągle usprawniane.

Reasumując zachęcam wszystkich HR-owców do mierzenia zadowolenia Kandydatów z prowadzonych przez Was procesów rekrutacyjnych! Jak widzicie, nie jest to ani czasochłonny, ani drogi proces. Dzięki niemu możemy każdego dnia otrzymywać cenne informacje i usprawniać nasze działania. Warunkiem jest konsekwencja w działaniu i rzetelne wyciąganie wniosków. Nie bójmy się krytyki, nawet, jeśli w jej konsekwencji, będziemy musieli zrewolucjonizować nasze dotychczasowe praktyki rekrutacyjne. Bądźmy otwarci na sugestie naszych Kandydatów, to oni są naszym największym kapitałem na przyszłość.

Gdybyście chcieli dowiedzieć się więcej nt. realizowanego przez mój zespół badania zachęcam do kontaktu ze mną [dmichalowska\[at\]igus.pl](mailto:dmichalowska[at]igus.pl) numer kontaktowy: 692 495 838.



Dorota Michałowska

HR Manager w igus Sp z o.o.

Odpowiedzialna za tworzenie strategii personalnej oraz koordynację działań rekrutacyjnych, onboardingowych, szkoleniowych jak i wizerunkowych dla firmy igus. Swoją karierę zawodową miała możliwość rozwijać w dużych korporacjach między innymi w takich firmach jak: Accenture, Manpower oraz RUCH S.A.