**Jak szybko znaleźć pracownika sezonowego? Sprawdź, czy pamiętałeś o tych 4 punktach.**

**Liczba ofert dotycząca prac sezonowych w samym pierwszym kwartale b.r. była większa o ok. 38% w porównaniu do analogicznego okresu w 2021 roku[[1]](#footnote-1). A w samej branży gastronomicznej w okresie styczeń-maj 2022 r. pojawiło się ponad 50 tysięcy ogłoszeń (wzrost o ponad 92%). W sektorze hotelarskim w tym samym czasie nastąpił wzrost o 95%. „Bitwa o pracowników” zatem trwa. A jak ją wygrać? Odpowiadamy.**

**#1: Zaktualizuj opis stanowiska**

Poświęć trochę czasu, aby upewnić się, że opisy stanowisk dla pracowników sezonowych są dokładne, kompletne i aktualne. Zdarzają się bowiem firmy, które od kilku lat korzystają z tych samych opisów stanowisk. A przecież rynek i wymagania klientów (jak i pracowników) ulegają zmianom. Twoi klienci nie wybaczą słabej obsługi, tylko dlatego, że świadczy ją pracownik sezonowy. - Z drugiej strony „dobra atmosfera” to zbyt mało, aby przyciągnąć pracowników do firmy – mówi Sebastian Kopiej z agencji Commplace. - Potencjalni pracownicy szukają miejsca, które spójne będzie z ich wartościami i oczekiwaniami. A te są oczywiście różne w zależności od branży. Dlatego warto im się wcześniej przyjrzeć. – dodaje ekspert z Commplace.

**#2: Poświęć więcej czasu na onboarding**

Jeśli zatrudniasz wielu pracowników, warto rozważyć zwrócenie większej uwagi na to, w jaki sposób zostają przeszkoleni. Jednym z najczęstszych błędów jest rzucanie sezonowych pracowników na głęboko wodę przy minimalnym szkoleniu lub wdrażaniu. Postrzeganie ich jako „sposobu na wypełnienie harmonogramu”, a nie jako przedstawicieli firmy do obsługi klientów. To odbije się nie tylko negatywnie na wynikach finansowych pod koniec sezonu, ale także na podejściu obsługi do pracy, komforcie pracy, czy poziomowi stresu. Te czynniki z kolei mogą wpłynąć na opinie, jakie krążą o Twojej marce jako o pracodawcy.

**#3: Nastawienie przede wszystkim**

Większość prac sezonowych wymaga bycia elastycznym i szybkiej obsługi, a nie na wykorzystywaniu skomplikowanego zestawu umiejętności. Zwracaj uwagę na bezpieczeństwo obsługi klienta i daj szansę osobom po prostu chętnym do pracy (zaznacz to w ogłoszeniu o pracę).

**#4: Przeprowadź audyt wizerunku firmy jako marki pracodawcy.**

Czy pracownicy na pewno chcą u Ciebie pracować? Sprawdź, jakie opinie można znaleźć na Twój temat w internecie.

• Jakie działania prowadzą Twoi konkurenci?

• Jakie komunikaty wysyłasz poprzez obecność w sieci do kandydata?

• W jaki sposób je wysyłasz?

• Czy przesyłane komunikaty są spójne?

• Czy ich treść faktycznie jest skuteczna?

• Jakie działania należy wprowadzić, a z jakich zrezygnować?

• Co o firmie mówią inni – pracownicy?

Jak pokazują statystyki aż 63% kandydatów szuka informacji o firmie w serwisach internetowych z opiniami o pracodawcach. Dla 51% badanych to znajomi stanowią źródło informacji, a prawie 50% przeszukuje fora dyskusyjne.[[2]](#footnote-2)

-Jeśli działalność Twojej firmy stale lub czasowo opiera się na pracownikach sezonowych, ważne jest, aby pozyskiwać i zatrudniać osoby, które reprezentują to, co najlepsze w Twojej firmie i sprawią, że klienci powrócą do Ciebie w przyszłym roku. – komentuje przedstawiciel Dworu Korona Karkonoszy.

Przyciągnięcie ich to jednak wyzwanie. Powyższe 4 podpunkty to sprytna podpowiedź, o której możesz zacząć.

1. Źródło: Dane przekazane redakcji Bankier.pl przez grupę OLX [↑](#footnote-ref-1)
2. Źródło: Badania przeprowadzone przez portal GoldenLine, 2017 r. [↑](#footnote-ref-2)