**10 sposobów na pozyskiwanie pracowników lokalnych. Sprawdź, czy wiedziałeś o nich wszystkich.**

**Jak podaje Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej, stopa bezrobocia rejestrowanego w ubiegłym miesiącu wyniosła 4,9%. To o 0,2 punktu procentowego mniej niż w maju. I jak każda informacja, ta również ma dwie strony medalu. Znalezienie pracowników staje się bowiem większym wyzwaniem, zwłaszcza dla firm lokalnych, rekrutujących wśród miejscowych społeczności. W jaki sposób można mu podołać? Odpowiadamy.**

**Sposób #1: Portale z ogłoszeniami**

W internecie znaleźć można co najmniej 10 dużych portali, które wspierają rekrutację. Wydzielić można wśród nich takie, które skierowane są do konkretnej grupy zawodowej, czy poziomu stanowiska. Jedno je łączy – istnieje możliwość zawężenia obszaru poszukiwania do danego regionu, czy miasta. Warto jednak pójść o krok dalej. Oprócz wykorzystania pozycji i wizerunku większych graczy umieścić ogłoszenia także na portalach regionalnych w sekcji „praca”. Dzięki działaniu dwutorowemu zwiększamy zasięgi naszego ogłoszenia. Tym samym zwiększając prawdopodobieństwo dotarcia do potencjalnego kandydata.

**Sposób #2: Social media**

Media społecznościowe to narzędzie, które wykorzystać możemy na wiele sposobów. Jednym z nich jest poszukiwanie pracowników. W przypadku samego Facebooka mamy kilka możliwości:

- dodanie ogłoszenia na profilu firmowym;

- dodanie ogłoszenia na grupach zawodowych (związanych z Twoją branżą);

- dodanie ogłoszenia na grupach regionalnych;

- dodanie ogłoszenia na grupach ogólnych związanych z pracą (warto zastosować odpowiednie hashtagi, aby potencjalni kandydaci szybko znaleźli ogłoszenie).

Osobną opcją jest kampania płatna, która odpowiednio skonfigurowana również pozwoli nam dotrzeć do osób w danym regionie np. interesujących się tematyką naszej branży.

**Sposób #3: Kampanie wizerunkowe w mediach**

Choć bardzo ważny jest w tym przypadku dobór odpowiednich mediów (prasa/Internet/TV/radio), to duże znaczenie ma tu też przekaz. *- Kampanie wizerunkowe wspierające rekrutację to szczególny rodzaj aktywności* – mówi Sebastian Kopiej z Commplace, agencji wspierającej firmy w działaniach budujących markę pracodawcy. - *Potencjalnego pracownika warto potraktować jak klienta. Zastanowić się, jakie ma potrzeby, oczekiwania, a także – co oferuje mu rynek. Dzięki temu pozyskamy informacje, które sprawią, że propozycja pracy będzie realnie konkurencyjna. A wysyłane przez firmę komunikaty pozwolą stać się jej numerem 1 w regionie* – dodaje ekspert z Commplace.

**Sposób #4: Weryfikacja opinii na temat firmy w internecie**

Aż 78% potencjalnych kandydatów zwraca podczas rekrutacji uwagę na opinię i rynkową renomę pracodawcy.[[1]](#footnote-1) Pracownicy niechętnie odpowiadają na ogłoszenia? Sprawdź, jaka opinia panuje na temat Twojej firmy w internecie. W jaki sposób?

- *Najprostszym sposobem będzie wpisanie w wyszukiwarkę frazy: „nazwa firmy + opinie”* – mówi Sebastian Kopiej z Commplace. - *To jedna z tzw. wrażliwych fraz, która pozwoli nam zweryfikować wizerunek firmy w sieci.* Czy możemy zrobić coś, jeśli nie jesteśmy zadowoleni z rezultatu wyszukiwania? Ekspert podpowiada: *Zdecydowanie. Istnieje szereg narzędzi, które można wykorzystać w takiej sytuacji, od działań SEO przez media relations.*

**Sposób #5: Optymalizacja zakładki kariera**

Jednym z kluczowych elementów strony internetowej, wspierającym poszukiwanie pracowników jest zakładka kariera. W niej warto dodać informacje o aktualnych wakatach, sposobie aplikowania, a co ważne – dalszych krokach po złożeniu aplikacji. Dobrą praktyką jest również dodanie zdjęć i krótkich opisów osób z działu HR. Odbiorca już na wstępie dowie się, kto jest odpowiedzialny za cały proces, i z kim będzie rozmawiał podczas przejścia do dalszego etapu rekrutacji.

**Sposób #6: Empoyee advocacy**

Employee advocacy to nic innego jak promocja firmy, w której pracuje dana osoba. W przypadku firm lokalnych ma bardzo duże znaczenie. Liderzy opinii w firmie odgrywają często tę samą rolę wśród swoich społeczności. Właśnie dlatego pozyskanie w nich sprzymierzeńców, czy też zrobienie z nich ambasadorów marki, sprawi, że firma wzmocni swój wizerunek wśród miejscowych.

**Sposób #7: Obecność firmy i jej ekspertów w internecie**

Czy Twoja firma powinna być widoczna w internecie? Liczby mówią same za siebie. Obecnie w Polsce ponad 90% polskich gospodarstw domowych ma dostęp do Internetu.[[2]](#footnote-2) Natomiast przynajmniej raz w tygodniu online jest 73% (wzrost o 5 pp. w porównaniu do wcześniejszego roku)[[3]](#footnote-3). Pozytywna obecność i widoczność Twojego brandu w internecie pozwoli upewnić się zainteresowanym pracą w słuszności swojej decyzji. A to przyspieszy rekrutację.

**Sposób #8: Profesjonalna komunikacja marki**

Czy komunikacja firmy jest regularna, profesjonalna, bez literówek? Zadbanie o te elementy pozwoli zwiększyć zainteresowanie potencjalnych pracowników, zwiększając jednocześnie jej prestiż w ich oczach. Ważna kwestia: Wśród odbiorców, którzy czytają opinie na temat marek, 89% chętniej współpracuje z podmiotami, które odpowiadają na nie.[[4]](#footnote-4). Warto zadbać także o ten aspekt.

**Sposób #9: Współpraca z lokalnymi liderami opinii**

Każda firma posiada w swoim otoczeniu grupy, które nie należą do grona klientów, partnerów biznesowych, pracowników. Wpływają jednak na realizację celów biznesowych. Mogą to być np. lokalne organizacje pozarządowe. Dobrym pomysłem jest stworzenie listy podmiotów, z którymi można nawiązać współpracę (np. przeprowadzić wspólne inicjatywy lokalne, zorganizować wydarzenia itp.). W ten sposób dotrzemy do potencjalnych pracowników, jednocześnie wzmacniając wizerunek firmy.

**Sposób #10: Weryfikacja oczekiwań lokalnej grupy potencjalnych pracowników**

Czy wiesz, jakie realne oczekiwania mają Twoi pracownicy? Być może Twoja firma znajduje się w specyficznej lokalizacji, którą wymaga zapewnienia dojazdu, czy chociażby wystarczającej liczby miejsc parkingowych/stacji do przypinania rowerów. Warto wziąć pod uwagę również tradycje lokalnych społeczności, zwyczaje, czy pochodzenie.

Poszukiwanie pracowników lokalnych, zwłaszcza w okresie niskiego bezrobocia może stanowić wyzwanie. Powyższe 10 podpowiedzi pozwoli jednak zwiększyć skuteczność rekrutacji, tym samym wspierając sprawne osiągnięcie celów biznesowych. Zacznijcie już dziś, by stać się firmą „z wyboru” dla potencjalnych kandydatów.

1. Źródło: badanie Pracuj.pl „Polacy w nowym środowisku pracy”, 2022r. [↑](#footnote-ref-1)
2. Źródło: GUS, badanie „Społeczeństwo informacyjne w Polsce”, 2020 r. [↑](#footnote-ref-2)
3. Źródło: CBOS, badanie "Korzystanie z internetu" CBOS-u, 2021r. [↑](#footnote-ref-3)
4. Źródło: Local Consumer Review Survey, 2022r. [↑](#footnote-ref-4)