

KDE BRÁT NOVÉ LIDI V DOBĚ KRIZE

DOBA S COVIDEM ZMĚNILA STRUKTURU TRHU PRÁCE, NĚKTERÉ SEGMENTY SE OCITAJÍ NA SAMÉM DNĚ, JINÉ, ZEJMÉNA E-COMMERCE, STRMĚ ROSTOU.

„Boom v e-commerce vedl k posilování pozic hlavně v digitálním marketingu, IT, logistice, category managementu. Čím dál častěji se mezi požadavky na kandidáty, kromě požadovaných specifických znalostí a praxe, objevují flexibilita, dobrá adaptace na rychlé změny, kreativita,“ říká Markéta Šveda, Managing Director, executive search společnosti Recruit CZ. „Tlak na obsazení pozice v krátkém čase je vysoký. Setkáváme se s novými pozicemi, lovíme, pro nás, v nových vodách, hodně se učíme za běhu. Nicméně, z e-commerce dostáváme požadavky na hledání kandidátů i z „tradičních“ oborů jako jsou HR, finance či obchod a legislativa,“ doplňuje zkušenosti z praxe Markéta Šveda.

E-SHOPY SHÁNĚJÍ NOVÉ LIDI

„V podstatě rosteme ve všech funkcích, vzhledem k růstu zájmu zákazníků o naše služby a byznysu celého Rohlíku. Kromě provozu máme jako každý online

shop velkou poptávku po IT, online marketingu, CRM, datových analytících atp. Hledáme v ČR i v zahraničí s ohledem na expanzi Rohlíku – Maďarsko, Rakousko, Německo,“ říká Daniela Razimová, Head of HR, Rohlík Group. Uchazeče oslovují přes různé kanály, například přes vlastní kariérovou stránku, LinkedIn, Facebook, personální portály v ČR i v zahraničí. „Nově jsme na www.indexventures.com/startup-jobs/1, budeme součástí cocuma.com. Nejlépe nám funguje networking a doporučení od stávajících zaměstnanců. Rohlík má specifickou kulturu a kandidáti doporučení interním zaměstnancem se nejlépe osvědčí. Kandidáti se nám také hojně hlásí sami. Pro nás to znamená, že trávíme hodně času výběrem,“ vysvětluje Daniela Razimová.

LOGISTIKU TRÁPÍ NEDOSTATEK ŘIDIČŮ

Také logistické společnosti v souvislosti s rozvojem e-commerce zažívají velký

Společnosti působící v segmentu e-commerce hledají stále nové pracovníky, nábor u nich jede na plné obrátky takřka nepřetržitě a jistě bude pokračovat i dál.

nárůst poptávky, což zvyšuje nároky na personál a v některých profesích vzniká potřeba nábora nových lidí. „Situace je u nás stabilní, i přes to, že současná doba na nás klade vysoké požadavky. Nábor probíhá kontinuálně po celou dobu koronavirové pandemie, nejlépe obsazujeme pro nás klíčové pozice skladových manipulátů, pickerů a řidičů skupiny C+E. Na trhu je stále nižší počet řidičů nákladní dopravy, než bychom si představovali, ale to je situace, se kterou se umíme vyrovnat. U námi poptávaných pozic se stále můžeme spolehnout na tradiční cesty nábora, tedy na inzerci zejména na pracovních portálech. Také nám pomáhá oslovování uchazečů v lokalitách, kde máme největší projekty,“ říká Jaroslava Šindelářová, HR manažerka společnosti Geis CZ. Dodává, že před pandemií spolupracovali se školami zejména v oblasti studentských praxí.

JAK VYKRÝVAT NEMOCENSKÉ A KARANTÉNY

Nadstandardní nemocenské, karantény, ošetřovné, to jsou už víc než rok jevy, s nimiž se musí poprat všechny provozy, které nebyly uzavřené. Znamená to flexibilně zajišťovat obsazenost provozů a vykrývat výpadky lidí kvůli dopadům nemoci. „Každý náš provoz a projekt je velice adaptabilní, i při „normální“ situaci se musí umět přizpůsobit výkyvům v objemech práce v závislosti na poptávkách a zadáních klientů. Proto si umíme poradit i v situacích náhlých výpadků zaměstnanců. Zpravidla využíváme kombinaci stálých brigádníků, kteří jsou ochotni reagovat na naše potřeby na zavolání, výměny nebo úpravy směn zaměstnanců

a dalších cest. Tyto výkyvy jsou určitě organizačně náročnější pro vedoucí jednotlivých projektů, ale jsou to zkušenosti profesionálové,“ sdílí zkušenosti Jaroslava Šindelářová.

PŘÍLIV LIDÍ Z JINÝCH SEGMENTŮ SE NEKONÁ

Na trhu práce přibyli v souvislosti s propouštěním v nejpostiženějších sektorech noví uchazeči, kteří zkoušejí štěstí v nových pracovních příležitostech. Mohou být pro e-commerce dodatečným zdrojem, kde brát nové pracovníky? „Díky zavřeným hotelům jsme získali skvělou slečnu na recepci, ale žádný velký příliv lidí z jiných oborů jsme nezaznamenali. Vyjma práce kurýrů,“ říká za Rohlík Group Daniela Razimová. „Obecně nabíráme takové kandidáty, kteří jsou vhodní pro naši firemní kulturu. V tom neděláme žádné kompromisy. Při naší rychlosti expanze je expertíza většinou nezbytná. Je nesmírně těžké učit se v rychlosti našeho byznys modelu a způsobu fungování uvnitř firmy. To není úplně slučitelné se zaučováním do úplně nové profese,“ dodává. Ve společnosti Geis také mají zkušenosti s náborem a zaškolením lidí, kteří před epidemií pracovali v jiných segmentech ekonomiky. „Na některé pozice, například skladníků a pickerů je možné tyto volné zaměstnance využít. Narážíme ale na to, že styl práce je u nás oproti jiným segmentům odlišný, a ne každý je ochotný a schopný se mu přizpůsobit,“ komentuje situaci Jaroslava Šindelářová, HR manažerka Geis CZ. „Tendence přecházet do e-commerce z odlišných oborů úplně masová není, vždy tam musí být nějaká spojitost: a to konkrétní znalosti a praxe přenositelná z podobného oboru. Například finanční manažer z retailového řetězce má nejlepší předpoklady přestoupit na vedoucí pozici ve financích v e-commerce. Jinak prostor pro nováčky k zaškolení je zde úplně stejný jako v oborech jiných – firma na zaškolení nováčků musí mít časovou a finanční kapacitu a také volné místo po jejich zaškolení,“ potvrzuje Markéta Šveda.

DROGERIE SI VÁŽÍ LOAJÁLNÍCH ZAMĚSTNANCŮ

Nejen e-commerce zažívá mimořádné období. Po celou dobu pandemie jsou otevřeny drogerie. I tato obchodní síť je vystavena mnohem vyšší poptávce než dříve, což se odráží v potřebách nábora nových pracovníků a přesného plánování směn a jejich obsazení kvalifikovanými zaměstnanci. „Naši spolupracovníci, i když jsou v době pandemie vystaveni enormní zátěži a pracují s velkým nasazením, jsou loajální a fluktuace zůstává na poměrně nízké úrovni. Během prvních tří měsíců letošního roku jsme hledali zejména spolupracovníky pro doplnění pracovních týmů v provozu filiálek, a to do různých pozic, od pracovníků úklidu až po vedoucí prodejen. V současné době doplňujeme i tým administrativy a oblastních manažerů,“ říká Alena Střížová, vedoucí HR společnosti dm drogerie markt. Nové spolupracovníky do dm drogerie hledají prostřednictvím pracovních portálů jako např. prace.cz nebo pracezarem.cz. Pozice vedoucích a administrativních spolupracovníků inzerují na jobs.cz. „Všechny inzerované pozice jsou uveřejňovány na našich kariérických stránkách. Pro příležitostnou práci využíváme i portály www.fajn-brigady.cz nebo www.inwork.cz a kampaně na sociálních sítích,“ doplňuje Alena Střížová.

OSVĚDČUJE SE VZÁJEMNÝ RESPEKT

Podle ní není až takový problém „sehnat lidi“, ale najít správné lidi, na správném místě a ve správný čas – lidi kvalifikované, se zájmem pracovat a dále se vzdělávat v oboru. „Hledáme lidi, kteří chtějí cíleně uplatnit své znalosti a využít své zkušenosti právě v naší společnosti dm. Při náborech a výběrovém řízení se nám nejvíce osvědčuje vzájemný respekt, pravdivá odpověď na každou otázku a dodržení daného slova za každé situace,“ upřesňuje Alena Střížová. A osvědčuje se v dm drogerii nábor lidí z jiných segmentů? „Lidé z těchto

oborů se k nám hlásili i dříve. I když je na první pohled patrné, že gastro, hotelnictví a turistický ruch mají s maloobchodem hodně společného, zejména v péči o zákazníka, resp. klienta nebo hosta, ne vždy se nám podařilo dospět k dohodě o dlouhodobější spolupráci. Zaškolení je poměrně intenzivní a následné vzdělávání v drogistickém oboru vyžaduje nejen zájem o obor, ale také vytrvalost a vůli využít nové poznatky v praxi.“

ONLINE NÁBOR: MUSÍME SE UČIT NOVÝM DOVEDNOSTEM

Většina společností už více než rok využívá k náborech i onboarding online nástroje. Videopohovory, různé platformy, kde mohou kandidáti řešit zadané úkoly, case study, často se online nábor propojuje s telefonickým pohovorem a řada firem zvládá online i assessment centra. Například Ikea pořádá online assessment centra u každé pozice. „Recruitment v Ikea je založen na souladu hodnot kandidáta s hodnotami naší společnosti, proto jsme se nevzdali assessment center ani v době virtuální,“ říká Ladislav Onderka, Recruitment, Selection&Onboarding Leader. V online náborech používají v Ikea chatbota, který na webu komunikuje s uchazeči. V době od března 2020 do března 2021 nabrali v Ikea online formou 910 nových lidí, během této doby přes nástroj Hire Vue, který umožňuje nahrávat videodotazníky a o který před covidem zájem moc nebyl, do Ikea přišlo od uchazečů 1 357 videí. „Jsme v nové situaci, musíme se učit novým věcem i v náborech, chceme, aby nábor i v online režimu byl pro kandidáty nezapomenutelným zážitkem, proto vzděláváme naše náboráře v dovednostech online náborech. V tomto tréninku nám pomáhá platforma Socialtalent,“ dodává Ladislav Onderka.

Alena Kazdová

PRO STARŠÍ KANDIDÁTY NEMUSÍ BÝT ONLINE NÁBOR KOMFORTNÍ

