

KLÍČOVÉ POZICE ZŮSTÁVAJÍ NEOBSAZENY ŘADU MĚSÍCŮ. ČASTO ZBYTEČNĚ.

text: red ■ foto: Recruit CZ

KVŮLI CHYBĚJÍCÍM MANAŽERŮM A EXPERTŮM UTÍKAJÍ FIRMÁM MILIONY. ŘADA POZIC BY PŘITOM MOHLA BÝT OBSAZENA MNOHEM DŘÍVE, POKUD BY SE INTERNÍ HR NEZDRÁHALI SPOLUPRACOVAT S EXTERNISTY. BĚŽNÝMI NÁBOROVÝMI METODAMI SE TOTIŽ TOP MANAŽEŘI A NEJHLEDANĚJŠÍ SPECIALISTÉ ZÍSKAJÍ JEN STĚŽÍ.

ČÍM DÉLE SE
HEADHUNTER
POHYBUJE NA
TRHU, O TO
VÍCE Z TOHO
PROFITUJE
A PRACUJE
EFEKTIVNĚJI.

Žádný životopis. Žádný profil na LinkedIn. A nulové reakce na jakkoli lákavý inzerát. To je běžná praxe většiny top manažerů i nezbytných firemních specialistů. Ti všichni jsou buď spokojeni v současném zaměstnání, nebo zvyklí, že za nimi práce přijde sama. Co to znamená pro lidi z HR? Že ty nejhledanější pozice běžnými metodami – tedy inzercí na pracovních portálech, oslovováním na LinkedIn ani pročítáním profilů na Jobs.cz – většinou nelze najít. „Přesto se na tyto metody spousta HR business partnerů a firemních personalistů spoléhá ve víře, že takto ušetří zaměstnavatelé peníze, které by jinak musel zaplatit headhunterům,“ říká přední expertka na executive search Markéta Šveda, ředitelka firmy Recruit CZ, která letos oslavila 20 let na trhu.

Markéta, v čem je největší přidaná hodnota externího HR servisu pro firmy?

Jde hlavně o čas, kdy se firemní personalista může věnovat i jiným prioritám, než jen náboru. Externí HR má také širší záběr hledání a přináší firemním personalistům možnost výběru z více kandidátů, kteří již prošli prvním sítím, a jsou

tedy všichni relevantní. Headhunter se hledání věnuje naplno, je to jeho jediná práce, může pročesat trh, kde získá spoustu informací, které následně analyzuje. Získá zprávy o konkurenci, sleduje reakce kandidátů na aktuální nabídku, všimá si povědomí o značce a renomé firmy. Headhunter tedy vedle dodání samotných lidí reportuje firemnímu HR oddělení cenná data z trhu. A ty lze zase využít pro to, aby následující hledání byla efektivnější.

Jaké výhody přináší takto nastavená spolupráce kandidátovi?

Určitě servis a diskrétnost, možnost zvážit v klidu nabídku na základě mnohem detailnějších informací, než by kandidát případně našel v inzerátu a na webu firmy. Kandidát má možnost vnitřně se utvrdit ve své motivaci ještě před setkáním s potenciálním zaměstnavatelem a jde na první schůzku dobře připraven.

Jaké jsou ty „zvláštní“ metody náboru headhunterů?

Opět zmíním diskrétnost, a také cílené zaměření hledáčku. Čím déle se headhunter pohybuje na trhu, o to více z toho profituje a pracuje efektivněji. Pracujeme podle zadání klienta, tedy zaměstnavatele, hledáme konkrétní profil, pro konkrétní lokalitu, s konkrétním budgetem na plat. My jdeme ke kandidátovi proaktivně, nečekáme, až nám pošle životopis.

Za jak dlouho dodáte takového člověka a kolik to firmu stojí?

V případě, že má firma s headhunterem první zkušenost, se může proces „dodání“ zdát poměrně



MARKÉTA ŠVEDA

Přední česká headhunterka, zakladatelka společnosti Recruit CZ, která letos slaví 20 let na trhu. Dodala do firem stovky top manažerů a nejžádanějších specialistů. Původně profesně působila na obchodně manažerských pozicích v oblasti FMCG a retailu.

dlouhý, zvláště pokud ho měří datem nástupu kandidáta do firmy. Proces hledání závisí na obtížnosti zadání a dostupnosti uchazečů s profilem, který definuje firma. Ve většině zadání jsme schopni představit kandidáty do čtyř týdnů. Pak většinou následuje vícekolové výběrové řízení, které může trvat až měsíc – záleží na časových možnostech lidí z firmy i kandidáta. Když jde vše podle tohoto scénáře, může koncem měsíce vybraný kandidát podat výpověď v dosavadním zaměstnání, a ta trvá až dva měsíce. Suma sumárum, od podpisu smlouvy s headhunterem můžete mít nového člověka do čtyř měsíců ve firmě. Tento proces se samozřejmě radikálně krátí v případech, kdy najdeme kvalitního kandidáta bez závazků, protože i takoví na trhu jsou a my o nich díky pravidelnému monitoringu a kontaktům víme.

Proč by měla firma hledání důležitých lidí svěřit headhunterům, a nikoli běžné náborové agentuře, která inkasuje platbu pouze při úspěšném obsazení pozice?

Headhunter i běžná náborová agentura mají své místo na trhu, svou důležitou roli pro zaměstnavatele. Liší se metodou práce i záběrem na rozdílné úrovně pozic a kandidátů, a ve finále i finanční odměnou. Musím přiznat, že my nenabízíme práci náborových agentur, a když mi někdo zavolá, že potřebuje obsadit pozici, kterou právě pracovní agentura obsadit umí, ráda i některou doporučím. My se naopak věnujeme vyhledávání lidí, kteří nejsou běžně evidováni ani v agenturách, ani na pracovních portálech, nebo když je potřeba kandidáty oslovit naprosto diskrétně. Tento rozdíl lze přirovnat k nákupu nové kuchyně: Buď zajedu do DIY, vyberu kuchyň, která se mi líbí, a zaplatím na pokladně. Anebo zavolám do studia, někdo přijede „pro brief“, probere se mnou mou představu, navrhne design, ergonomické uspořádání spotřebičů a materiál, vše tak, aby se vešel do prostoru a rozpočtu. Když se mi to líbí, zaplatím první částku za zpracování projektu, druhou částku na nákup materiálu a třetí po dodání a montáži kuchyně, s tím, že na ni mám několikaměsíční záruku. Příklad „studio“ je headhunter.

Představme si situaci: Firma má vlastní HR oddělení, které je ale plně vytížené běžnou agendou, zároveň potřebuje nutně obsadit klíčovou pozici, a zároveň má napjatý rozpočet na HR. Jak byste přesvědčila vedení firmy, aby přesto najalo externího dodavatele, tedy vás?

Já jsem racionální člověk, nohama na zemi. Když mi zavolá potenciální klient s tím, že nás potřebuje ale že na nás nemá peníze, hledáme řešení, vždy je cesta. Pokud je to pozice, kterou opravdu

umíme kvalitně obsadit, budu mít argumenty a důkazy z praxe, že to zvládneme. Klient si musí sám spočítat, jaké ztráty mu generuje prázdné místo a co mu může přinést nový kolega, který se své role zhostí tak, jak je potřeba, a tím se klientovi vrátí investice vložená do našich služeb. ■



HEADHUNTER I BĚŽNÁ NÁBOROVÁ AGENTURA MAJÍ SVÉ MÍSTO NA TRHU, SVOU DŮLEŽITOU ROLI PRO ZAMĚSTNAVATELE. LIŠÍ SE METODOU PRÁCE I ZÁBĚREM NA ROZDÍLNÉ ÚROVNĚ POZIC A KANDIDÁTŮ, A VE FINÁLE I FINANČNÍ ODMĚNOU.