"لينكد إن" تقدم نصائح مهنية للشركات لاقتناص أفضل العاملين

كتبه نور علوان | 25 يوليو ,2017

بسؤال أكثر من 14.000 من المحترفين المهنيين في أكثر من 20 دولة حول العالم، عن انطباعهم وسلوكهم وعاداتهم في أثناء بحثهم عن وظيفة لأنفسهم، وتكشف هذه الدراسة عن كيفية حصولهم على فرص العمل وما الذي يسعون إليه في كل مرحلة من مراحل مشوارهم المهني، وما الذي يبقيهم في حماس واندفاع لتحسين من ظروفهم الوظيفية والبحث عن أجواء أفضل في سوق العمل.

الخبر السار أن 90% من المحترفين المهنيين يبحثون عن فرص جديدة بشكل دائم، وهذا يعني أن هناك عددًا كبيرًا من الناس المستعدة للترشح للمنصب الوظيفي المعروض من قبل الشركات الموظِفة، وقال 63% منهم إنهم يتمتعون بخوض نقاشات مع رؤساء العمل بشأن فرصهم في العمل، و56% يفضلون أن يستمعوا إلى رأي المدير بشكل مباشر ونهائي دون مفاوضات.

والهدف من هذه الدراسة، تتبع خطى المحترفين المهنيين وفهم رؤياهم حتى تستطيع الشركات فهم رغباتهم وتوقعاتهم من العمل في هذه الشركات.

أولاً: المعلومات كاملة ودقيقة

الباحثون عن العمل منفتحون لاقتناص الفرص المتاحة، لكنهم لا يريدون أن يضيعوا اوقاتهم في

البحث عن معلومات المنصب الوظيفي المعروض، لذلك يرغبون في الحصول على المعلومات بالتفاصيل الدقيقة في أول مرحلة من المراسلة، فتكون تفاصيل مهام الوظيفة بنسبة 89%، وما يخص الراتب الشهري بنسبة 72%، 69% معلومات عامة عن تاريخ الشركة، 54% لماذا تم اختيارهم لهذا المنصب، و54% المسمى الوظيفي، وقوانين الشركة 40%، ومهمات الشركة بنسبة 27%.

> نسبة الذين يبحثون عن عمل بالاطلاع على موقع الشركة 53%، اما على موقع لينكد ان بنسبة 38%، و35% عبر محركات البحث، وأخيرا 12% عبر موقع فيسبوك.

وتقول الدراسة في حال قرر المرشح للمنصب أن يبحث عن معلومات تخص الشركة، فإنه عادة ما يلجأ إلى موقع الشركة، أو موقع لينكد إن، أو محركات البحث الاعتيادية. إذ قال 49% منهم أن يقوموا بالاطلاع على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات الشركة. وفي هذا الحال يمكن للشركات أن تسهل على الباحثين عن العمل المعلومات والبيانات التي يتطلعون إلى الحصول عليها.

وكانت نسبة الذين يبحثون عن عمل بالاطلاع على موقع الشركة 53%، أما على موقع لينكد ان بنسبة 38%، و35% عبر محركات البحث، وأخيرا 12% عبر موقع فيسبوك.

> يمكن تنفيذ هذه الخطوة عن طريق المقاطع المصور لعرض الخطط المستقبلية للشركة أو الأهداف السنوية، وهي أداة قوية ورسالة مباشرة للباحثين عن عمل توضح لهم طبيعة العمل داخل الشركة

وبما أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة للبحث، تقترح الدراسة أن يتم تجميع طواقم العمل في الشركة داخل حسابات الشركة على منصات السوشيال ميديا، وإشراكهم على هذه الواجهات حتى ينتشر اسم الشركة على نطاق واسع ويكون مستوى التفاعل عليها كبير حتى يعلم العالم الخارجي عما يحدث من إنجازات ونجاحات وتجديدات داخل منظومة الشركة، ويمكن تنفيذ هذه الخطوة عن طريق المقاطع المصورة لعرض الخطط المستقبلية للشركة أو الأهداف السنوية، وهي أداة قوية ورسالة مباشرة للباحثين عن عمل توضح لهم طبيعة العمل داخل الشركة بشكل واضح وقوي وحقيقي.

ثانيا: السرعة

لا يحبذ الباحثون عن عمل أن تدوم عملية التوظيف طويلا وأن تكثر الاتصالات وتجهيزات الأورق الرسمية بحيث لا تستغرق عملية التوظيف أكثر من شهرين مع 3 مقابلات تقريبا. كما يقول 65%

من القادمين لمقابلة عمل يقولون إنهم يفقدون اهتمامهم في المنصب بسبب تجاربهم السيئة في المقابلات.

لذلك ينصح الشركات بأن تركز على عملية المقابلات وخاصة في المرحلة الأولى من اللقاءات الرسمية، ومن المهم أن تسير هذه المقابلات على مستوى عال من الكفاءة والتأكد من أهمية المعلومات المقدمة.

إذ يفضل المرشحين للوظيفة أن يحصلوا على المعلومات الخاصة بدورهم المهني بنسبة 70% من المعلومات المشاركة في المقابلة، و31% معلومات عن الترقية بعد تأدية المهام المطلوبة، وأن تكون 39% من المعلومات عن المقابل المادي و 42% عن رؤية الشركة المستقبلية.

ثالثا: التعويض

لا يبحث الموظفون فقط عن فرصة عمل، بل يفضلون منصب وظيفي يمكنهم من خلاله تطوير أنفسهم وتحقيق إنجازات تعود بالفائدة المادية عليهم، والأهم أن تكون نقلة نوعية في تاريخهم الوظيفي، ولهذا السبب يلجأ البعض إلى تغيير وظائفهم، وهذا ما أقر به 47% من الموظفين، وقال 37% منهم أن تطوير المهارات هو الدافع وراء تغييرهم لوظائفهم، أما 36% أشاروا إلى رغبتهم في الخوض في مغامرات مهنية جديدة، وآخرين للحصول على فرص للنمو كبيرة في المجال المهني وكانت نسبتهم 36%.

> ينوي 37% من الموظفين البقاء في نفس منصبهم الوظيفي ولمدة تصل إلى أكثر من 3 سنوات.

أما القسم الآخر من الموظفين يفضل أن يبقوا في وظائفهم الحالية لأسباب مختلفة، إذ قال 56% من الموظفين أنهم يفضلون البقاء في منصبهم الحالي لتطوير مهاراتهم، و37% لأنهم واثقين من مستقبل الشركة، و36% لأن وظيفتهم الحالة تمنحهم توزان مع حياتهم الشخصية، و29% لأنهم يأملون بفرصة الترقية، و26% لأنهم يتمتعون بساعات دوام مرنة في الشركة الذي يعملون فيها. إذ ينوي 37% من الموظفين البقاء في نفس منصبهم الوظيفي ولمدة تصل إلى أكثر من 3 سنوات.

هذه الدراسة تبين أن هناك سوقا عريضا من المهنيين والمنفتحين على الفرص الجديدة التي قد تضيف إلى مسيرتهم المهنية، والتركيز على الشفافية الكاملة والواقعية لإشراك أفضل المرشحين في العمل.

رابط المقال : https://www.noonpost.com/19041/