



Sprawne procesy rekrutacyjne

Jak w praktyce wykorzystać metodę OKR, Scrum i Service Design w rekrutacji?

PARTNERZY PUBLIKACJI:

**NATALIA
URBAŃSKA**

TEAM UP
IT RECRUITMENT

F FUZERS

Cześć, świetnie, że tutaj jesteś :)

W TRAFF:T nieustannie dążymy do polepszania doświadczeń kandydatek i kandydatów.

Wiemy, że odpowiednie *candidate experience* można osiągnąć tylko dzięki wsparciu rekrutek i rekruterów w codziennych wyzwaniach. Rozumiemy, że Twoja praca na co dzień nie jest łatwa, dlatego staramy się podsuwać nowe rozwiązania i inspiracje, które pomogą Ci efektywniej wykonywać swoje obowiązki i rozwijać się w tej wymagającej branży.

Oddajemy w Twoje ręce praktyczny poradnik, który powstał dzięki współpracy z ekspertką i ekspertami. Natalia Urbańska, Mateusz Smoczyński i Krzysztof Ożóg podzielili się swoim doświadczeniem i przykładami wziętymi z życia, aby pokazać Ci, jak w praktyce zespoły rekrutacyjne mogą wykorzystywać OKR-y, metodykę Scrum oraz Service Design.

Brzmi interesująco? Zapraszamy na kolejne strony naszego e-booka!

SPIS TREŚCI

Metoda OKR w rekrutacji	4
Czym są tak naprawdę "OKR-y" i jak przełożyć je na świat HR / rekrutacji?	5
Jak zaplanować OKR-y?	7
W jaki sposób OKR-y mogą ułatwić pracę zespołów HR i rekrutacji?	8
Przykładowe OKR-y w HR i rekrutacji	9
Jakie narzędzia zastosować do pracy z OKR-ami?	11
Podejście Agile: czy rekrutacja może być zwinna?	13
Team sourcing inspirowany metodyką Scrum	14
Struktura i role w zespole	15
Case study: jak wyglądał jeden z naszych sprintów?	16
Komunikacja z Hiring Managerami czyli „No sugarcoating”	17
Narzędzia do zwinnej rekrutacji	18
Czy to działa?	19
Service Design: jak zaprojektować spójny i skuteczny proces rekrutacyjny?	21
Jak w praktyce wykorzystać Service Design w rekrutacji?	22
Narzędzie: Service Blueprint	23
O czym musisz pamiętać, projektując swoją ścieżkę rekrutacyjną w organizacji?	26

01.

Metoda OKR w rekrutacji

Pracując w branży HR, a szczególnie w rekrutacji na pewno zdarza się, że działasz pod presją czasu, a multitasking opanowujesz do perfekcji. Codzienne wyzwania rekrutek i rekruterów nie mogą jednak przesłonić celów organizacji. Metoda OKR została stworzona, aby w zwinnych organizacjach wyznaczać konkretne i mierzalne cele i pomagać zespołom do nich dążyć. Natalia Urbańska, Konsultantka i Strateżka HR, czerpiąc ze swojego wieloletniego doświadczenia, opisała wykorzystanie metody OKR właśnie w branży HR. Rozpisała też dla nas przykładowe cele i zadania, które mogą być wdrożone w zespołach HR.





NATALIA URBAŃSKA

HR CONSULTANT & STRATEGIST

Śmiało łap mnie na LinkedIn! 

Z wrocławską branżą IT związana od 10 lat. Doradza w zakresie projektowania strategii i procesów HR. Przez 6 lat kierowała działem HR w Divante, który zbudowała od podstaw. Bliskie jej jest podejście Agile HR, a największą satysfakcję daje rozwijanie ludzi i zespołów. Kiedy tylko ma okazję, lubi dzielić się wiedzą i networkować, a po godzinach gotuje i spaceruje z ogromnym, długowłosym malamutem o imieniu Dago.

Czym są tak naprawdę “OKR-y” i jak przełożyć je na świat HR / rekrutacji?

Określenie “OKR” często używane jest jako synonim słowa “cel” (mówi się wręcz “okaery” = “cele”), co nie oddaje prawdziwej istoty tego podejścia do definiowania i realizacji celów strategicznych, opracowanego w Intel, a spopularyzowanego m.in. przez Google i wiele innych firm w Polsce i na świecie. Skrót OKR skrywa bowiem dwa elementy: *Objective* (cel jakościowy) i *Key Results* (kluczowe rezultaty), do których realizacji prowadzą *Tasks / Subtasks* (zadania).

OBJECTIVE

co chcemy osiągnąć? (**cel jakościowy** wspierający realizację misji i bieżącej strategii firmy, np. wsparcie wejścia firmy w nową technologię)

KEY RESULTS

po czym poznamy, że osiągnęliśmy ten cel? (wskaźniki określone **liczbowo**, np. pozyskanie X programistów danej technologii lub **namacalne rezultaty**, np. zorganizowanie szkolenia z danej technologii)

TASKS

co zrobimy, aby osiągnąć zamierzony cel? (np. **zadania** w obszarze rekrutacji i zadania zmierzające do organizacji szkolenia, od badania potrzeb po followupy i pomiar rezultatów)

Pierwszy element, czyli **Objective** odpowiada na pytanie “**co chcemy osiągnąć?**” pod względem jakościowym (*qualitative*), np. podniesienie jakości Candidate Experience. Jest to najczęściej określenie celu zbieżnego z misją firmy i jej aktualną strategią. Cel powinien być ambitny, ale osiągalny; ma poprawić działanie, podnieść jakość, wspierać realizację celów biznesowych.

Natomiast **Key Results**, których może być kilka (3-5) dla pojedynczego *Objective*, to wskaźniki, które powinny pozwolić zmierzyć ten nadrzędny cel. Odpowiadają na pytanie “**po czym poznamy, że udało nam się osiągnąć ten cel?**”. Innymi słowy mówiąc, jest to “definicja sukcesu” (*definition of success*), która ma charakter policzalny (*quantitative*), np. podniesienie/osiągnięcie określonego wyniku NPS (*Net Promoter Score*) dla procesu rekrutacji lub w inny sposób namacalny, np. wdrożenie nowego formularza aplikacyjnego odpowiadającego potrzebom kandydatów i kandydatek.

Następny krok to **Tasks**, czyli zadania przypisane poszczególnym członkom zespołu, które muszą się wydarzyć, aby osiągnąć zamierzony rezultat. Układając listę zadań, odpowiadamy na pytanie “**co zrobimy, aby osiągnąć założony cel?**”. Zadania mogą być współdzielone przez więcej niż jedną osobę z zespołu, a jeśli jest taka potrzeba, można je dalej dzielić na podzadania (*Subtasks*), z których każdy może mieć inny deadline.

Jak zaplanować OKR-y?

Najlepiej, jeśli planowanie “OKR-ów” poprzedzone jest zebraniem potrzeb od zarządu, managerów i managerek, ale też pracowników i pracownic (wywiady / ankieta / warsztat strategiczny). Koniecznie weź też pod uwagę analizę poprzedniego okresu, aby wyciągnąć wnioski, co jest dla organizacji najważniejsze w danym momencie i adekwatnie określić cel(e).

Wyposażony w taką wiedzę zespół podczas sesji planowania definiuje *Objective*, który będzie wspólny dla zespołu. Takich celów może być kilka, jednak optymalnie nie więcej niż 3 na kwartał. Następnie zespół przekuwa je na mierzalne *Key Results* i potem na *Tasks* dla poszczególnych członków i członkiń.

Dobłą praktyką jest, jeśli “OKR-y” (co najmniej *Objective* i *Key Results*, zadania niekoniecznie) są jawne, nie tylko dla warstwy *top management*, ale wszystkich pracowników i pracownic. Buduje to transparentność i wzmacnia świadomość, czym zajmują się różne działy. Przed upublicznieniem warto jeszcze “zderzyć” naszą wizję z zarządem, aby upewnić się, że się co do niej zgadzamy.



W jaki sposób OKR-y mogą ułatwić pracę zespołów HR i rekrutacji?

Praca działów HR / rekrutacji jest często zdominowana przez realizację powtarzających się, rutynowych czynności (rekrutacja, onboarding, umowy, *exit interviews*). W tych zespołach *Objective & Key Results* może przynieść następujące korzyści:

- ➔ koncentracja na 1-3 nadrzędnych w danym okresie celach, które powinny zostać zrealizowane poza standardowym zestawem obowiązków,
- ➔ jasne określenie celów i namacalne wyniki, zwiększające motywację zespołu,
- ➔ wykazanie, jak HR wspiera realizację celów biznesowych,
- ➔ ciągła optymalizacja i podnoszenie jakości świadczonych usług,
- ➔ aktywna analiza i wybór najistotniejszych biznesowo celów, uniknięcie rozproszenia,
- ➔ wzmocnienie pracy zespołowej,
- ➔ transparentne wykazanie efektów pracy zespołu.

Przykładowe OKR-y w HR i rekrutacji

Zobacz przykładowe cele i zadania, które można wdrożyć w zespołach HR i rekrutacyjnych.

OBJECTIVE: Podnieść jakość Candidate Experience (CX)

KEY RESULTS	TASKS	ASSIGNEES	DEADLINE	STATUS
KEY RESULT 1: Wdrożyć regularne badanie CX	<ul style="list-style-type: none"> → Sprawdzić benchmark z rynku → Wybrać narzędzie → Zaprojektować kwestionariusz ... 			
KEY RESULT 2: Wdrożyć nowy formularz aplikacyjny	<ul style="list-style-type: none"> → Sprawdzić benchmark z rynku → Zebrać feedback od pracowników → Zaprojektować mockup ... 			
KEY RESULT 3: Wdrożyć 3 proste mechanizmy budujące CX	<ul style="list-style-type: none"> → Zebrać inspiracje ze społeczności HR → Zebrać inspiracje od pracowników → Przeprowadzić burzę mózgów z grupą fokusową ... 			

OBJECTIVE: Usprawnić sposób realizacji strategicznych dla biznesu celów w HR

KEY RESULTS	TASKS	ASSIGNEES	DEADLINE	STATUS
KEY RESULT 1: Określić 3 strategiczne cele HR na Q3 2021	<ul style="list-style-type: none"> → Zebrać potrzeby managementu → Wybrać 3 najważniejsze cele jakościowe → Rozpisać cele w metodologii OKR ... 			
KEY RESULT 2: Wdrożyć narzędzie do monitorowania celów	<ul style="list-style-type: none"> → Przeprowadzić research nt. narzędzi → Wybrać narzędzie do testów → Rozpocząć testowanie wybranego narzędzia ... 			
KEY RESULT 3: Wdrożyć zwinne elementy zarządzania zespołem	<ul style="list-style-type: none"> → Podzielić bieżące zadania na sprinty → Wprowadzić Daily → Wprowadzić spotkania sprint review & planning ... 			

Jakie narzędzia zastosować do pracy z OKR-ami?

Najprostsze narzędzie do zarządzania “OKR-ami” to **tabela**, najlepiej **na dysku współdzielonym** przez zespół (może być np. **Google Spreadsheet**). Może być zorganizowana jak powyżej, a status zadań można oznaczać kolorem i/lub wg Kanbana (*to do / in progress / done*).

Bardziej interaktywną formę tablicy kanbanowej “OKR-om” można nadać w **Trello**, stosując albo klasyczny trójpodział (*to do / in progress / done*), albo dodając dodatkowe kolumny (np. *backlog / current sprint / review / done*). Trello pozwala odznaczać *subtaski*, dodawać notatki i przypisywać osoby w obrębie jednego zadania.

Jeszcze więcej możliwości niż Trello odnośnie podziału zadań, monitorowania i współpracy członków i członkiń zespołu daje **Asana**. Dla bardziej zaawansowanych nada się oczywiście **Jira**.

Jeśli zespół pracuje hybrydowo bądź stacjonarnie i dzieli razem przestrzeń biurową, tablicę kanbanową z “OKR-ami” można zaaranżować offline. Do tego celu świetnie się sprawdzi **tablica suchościeralna** albo przyklejone na ścianie **karteczki typu post-it**. Taki zabieg sprawi, że cele, nad którymi pracuje zespół będą codziennie widoczne, a progres zauważalny wraz z przenoszeniem zadań. Zadania odnoszące się do tego samego key result mogą mieć dla ułatwienia ten sam kolor, dzięki czemu będzie widać, ile jeszcze zadań pozostało do osiągnięcia danego rezultatu.



Pomocne materiały

Radical Focus: Achieving Your Most Important Goals with Objectives and Key Results – książka autorstwa Christiny Wodtke

- [🔗 *The Ultimate OKRs Playbook*](#) – “najlepszy przewodnik po OKRach” od Gtmhub
- [🔗 *OKRy.pl*](#) – blog Tomasza Bieniasa o OKRach
- [🔗 *OKRs. Planowanie strategiczne w SentiOne w oparciu o metodę rekomendowaną przez Google*](#) – post autorstwa Olgi Springer na blogu Product Vision

Ciekawym uzupełnieniem (albo alternatywnym podejściem) do metody *Objective & Key Results* jest 4DX, czyli podejście oparte na książce *4 Disciplines of Execution: Achieving Your Wildly Important Goals* autorów Seana Covey’a, Chrisa McChesney’a i Jima Hulinga, która również zakłada skupienie na realizacji kluczowych celów niezależnie od codziennych, bieżących obowiązków (*whirlwind*). Książka dostępna jest także w języku polskim (*4DX, czyli 4 Dyscypliny Realizacji*).

02. **Podjęcie Agile: czy rekrutacja może być zwinna?**

Agile kojarzy się głównie z branżą IT, jednak zwinne podejście wykorzystują także inne działy i organizacje. Zasady Agile zaadaptować można do niemal każdego rodzaju projektu. W tej krótkiej publikacji pokażemy Ci, jak zwinnie rekrutować w branży IT i nie tylko. Powstał nawet Manifest Agile zaadaptowany przez praktyków HR.

MANIFEST DLA ZWINNEGO ROZWOJU HR

Odkrywamy lepsze sposoby rozwijania angażującej kultury pracy, robiąc to i pomagając innym to robić. Dzięki tej pracy doceniamy:

*Sieci współpracy ponad strukturami hierarchicznymi
Transparentność ponad tajemniczość
Adaptacyjność ponad normatywność
Inspiracje i zaangażowanie ponad zarządzanie i retencję
Wewnętrzną motywację ponad zewnętrznymi nagrodami
Ambicję ponad zobowiązanie*

*Elementy wypisane po prawej stronie są wciąż ważne,
jednak bardziej cenimy te umieszczone po lewej stronie.*

[🔗 Przeczytaj oryginał](#)

Taki manifest możesz podpisać online i tym samym przyczyniać się do rozwoju zwinnego podejścia w rekrutacji. Sam podpis jednak nie wystarczy! Najważniejsze jest wprowadzenie przedstawionych powyżej zasad do codziennej pracy. Jak to zrobić? Podpowiadamy na kolejnych stronach ;)



MATEUSZ SMOCZYŃSKI
CO-FOUNDER TEAM UP
IT RECRUITMENT

m.smoczyński@teamuprecruitment.com

Od 2008 roku zawodowo zajmuje się rekrutacją IT. Wierzy w siłę zespołu i autentycznej komunikacji. Współzałożyciel Team Up – pierwszej zwinnej agencji rekrutacyjnej IT w Polsce w pełni bazującej na rekrutacji zespołowej. W wolnej chwili maluje latte art w filiżankach kawy specjality, miesza klasyczne koktajle dla swoich przyjaciół, bądź biega po łódzkich parkach.

Team sourcing inspirowany metodyką Scrum

W [Team Up](#) stawiamy na realną współpracę rekruterów i rekruterek oraz wierzymy w zwinne podejście do rekrutacji. Wiemy też, że większość metodyk pracy Agile, takich jak Scrum, stworzono z myślą o wytwarzaniu oprogramowania. Dlatego trudno jest skutecznie przenieść książkowy, zwinny proces ze świata IT na grunt branży HR.

Mając to na uwadze, stworzyliśmy własny, inspirowany Scrumem [model team sourcingu](#), czyli rekrutacji zespołowej. Żeby w procesie twórczym nie odejść zbyt daleko od głównych założeń zwinności, opieraliśmy się o najważniejsze zasady zawarte w [Agile for HR Manifesto](#). Braliśmy też pod uwagę tak kluczowe czynniki jak wspólny cel zespołu, jasny podział odpowiedzialności, facylitacja wymiany wiedzy, określone ramy czasowe oraz czytelny wgląd w postępy na projekcie. Dzięki kilku miesiącom pracy i eksperymentów powstała metodyka, która pozwala nam efektywnie koordynować rekrutacyjne grupy projektowe w taki sposób, aby zespół wspierał się nawzajem, a nie wchodził sobie w drogę.

Struktura i role w zespole

Do każdego projektu powołujemy zespół rekrutacyjny, który składa się z rekrutek i rekruterów oraz Project Leada odpowiedzialnego za to, aby zespół dostarczył zakontraktowany z klientem rezultat. W spotkaniach podczas sprintu może też brać udział opiekun lub opiekunka klienta, dzięki czemu są w stanie na bieżąco informować hiring managerów o efektach i wyzwaniach kolejnych rekrutacyjnych sprintów. Nie mamy u siebie typowego stanowiska Scrum Mastera, ale autorzy naszej metodyki dbają o częste przeglądy i jakość „eventów”, takich jak planowanie sprintu czy retrospektywa.

Na poniższym przykładzie konkretnego projektu możesz zobaczyć, jak wyglądają nasze rekrutacyjne sprinty.



Case study: jak wyglądał jeden z naszych sprintów?

PROJEKT: Lead IT System Administrator w Katowicach dla holenderskiej firmy z branży internetowej

11.01, PONIEDZIAŁEK

Stworzyliśmy 3-osobowy zespół projektowy – 1 Project Lead + 2 rekruterów IT oraz przeprowadziliśmy spotkanie „Sprint Planning Meeting”, na którym ustalaliśmy cel sprintu, najlepszą strategię do realizacji tego celu i harmonogram sprintu.

Na bazie strategii zespół ustalił konkretne zadania, które trafiły do backlogu i zostały przypisane odpowiednim osobom – zespół sam decyduje o wyborze tasków.

18.01

Zespół odbył przegląd sprintu, gdzie zweryfikowaliśmy realizację celu sprintu i ustaliliśmy, że do pełnej realizacji założeń potrzebujemy uruchomić kolejny sprint. Z związku z tym cały cykl się powtórzył w kolejnym tygodniu.

Po pierwszym przeglądzie Project Lead poinformował klienta o odbiorze oferty przez kandydatów i sytuacji na rynku.

→

08.01, PIĄTEK

Otrzymaliśmy prośbę o wsparcie i przeprowadziliśmy zespołowy briefing z klientem na temat stanowiska

13.01

Zespół spotkał się na „Daily Scrum”, gdzie sprawdziliśmy postępy w realizacji celu, omówiliśmy wyzwania projektu, podzieliliśmy się dalszymi pomysłami i wyciągniętymi wnioskami.

Wyjaśnienie: choć sam pomysł, aby „Daily” nie odbywało się codziennie (jak przecież sugeruje nazwa) wydaje się kontrowersyjny, to w toku eksperymentów zespół rekrutacyjny opowiedział się za spotkaniami co drugi dzień. Wynika to między innymi z faktu, że w Team Up jedna osoba bierze udział nawet w 3 projektach w tym samym czasie, co powodowałoby spiętrzenie liczby spotkań, gdyby odbywały się codziennie.

→ 25.01

W trakcie przeglądu drugiego sprintu zapadła decyzja, że pipeline kandydatów jest dobry i zakończyliśmy aktywny sourcing. Przygotowaliśmy i przesłaliśmy do klienta nasz standardowy raport z dwóch sprintów, w którym przedstawiliśmy nasze działania, wyzwania, rezultaty i sprawozdanie z rynku.

Efekt: W trakcie dwóch rekrutacyjnych sprintów (łącznie 2 tygodnie) wysłaliśmy do klienta 6 profili kandydatów, z czego 4 zostało zaproszonych na rozmowę kwalifikacyjną. Jeden z nich otrzymał ofertę pracy i został zatrudniony.

Komunikacja z Hiring Managerami czyli „No sugarcoating”

Dobrze prowadzone tablice scrumowe i częste spotkania zespołu dają opiekunce czy opiekunowi klienta dostęp do bieżących informacji dotyczących statusu realizacji projektu, oczekiwanych efektów lub pytań od rekruterów i rekrutek. Zgodnie z zasadą transparentności ważne jest, aby szczerze komunikować wszelkie napotkane trudności. W komunikacji blokerów, czyli sytuacji, w których coś uniemożliwia nam robienie postępów, staramy się używać języka rozwiązań, żeby nie zostawiać managera samego z kłopotliwą rekrutacją.

Poza bieżącą komunikacją, klient otrzymuje raporty zbiorcze ze sprintów, opisane już powyżej na linii czasu projektu.

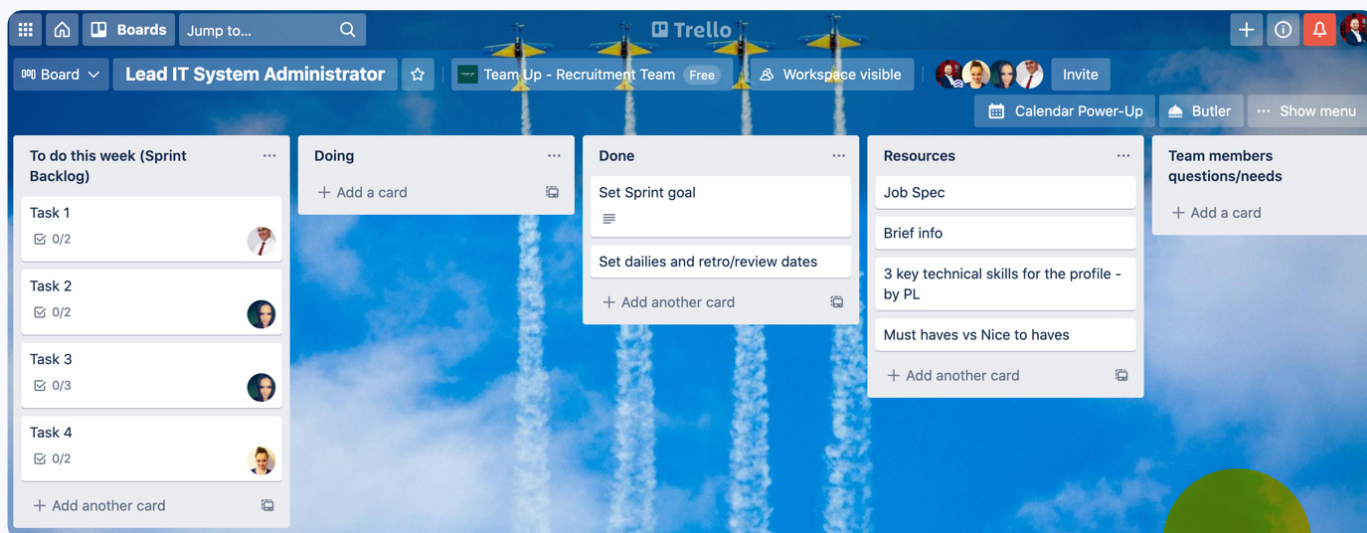


Narzędzia do zwinnej rekrutacji

Do koordynacji pracy podczas sprintu wykorzystujemy tablice w Trello, ale z powodzeniem można działać na wielu innych, podobnych narzędziach, takich jak dostępny w pakiecie Office 365 MS Planner, czy bardziej zaawansowana Jira.

Z naszej perspektywy, niezależnie od wybranego narzędzia, bardzo ważne jest, żeby wszystkie członkinie i członkowie zespołu korzystali z niego w ten sam sposób. Jeśli tablica nie będzie regularnie odświeżana i nie będzie odzwierciedlać realnego stanu projektu, to szybko stanie się bezwartościową wydmuszką.

Odkąd TRAFFIT wprowadził możliwość integracji swojego systemu z Trello poprzez Zapier, pojawiły się nowe możliwości zautomatyzowania niektórych czynności związanych z utrzymywaniem porządku na naszych tablicach.



Przykładowa tablica, jaką wykorzystujemy w swoich rekrutacjach

Czy to działa?

Znamy przykłady nieskutecznych i fasadowych implementacji zwinnych praktyk do rekrutacji. Naszym celem nie było skopiowanie na siłę rozwiązań znanych z IT, ale zapewnienie naszym rekruterom struktury, która umożliwi efektywną rekrutację zespołową.

Na każdym kroku zadawaliśmy sobie pytanie – „czy ten element daje jakąś wartość klientowi bądź rekruterom?” Jeśli nie, to czy jest nam potrzebny? Po dwóch latach retrospektyw i ciągłego doskonalenia naszego modelu możemy powiedzieć, że nasze rekruterki i rekruterzy bardzo go cenią, co ostatnio wyrazili w anonimowych ankietach:

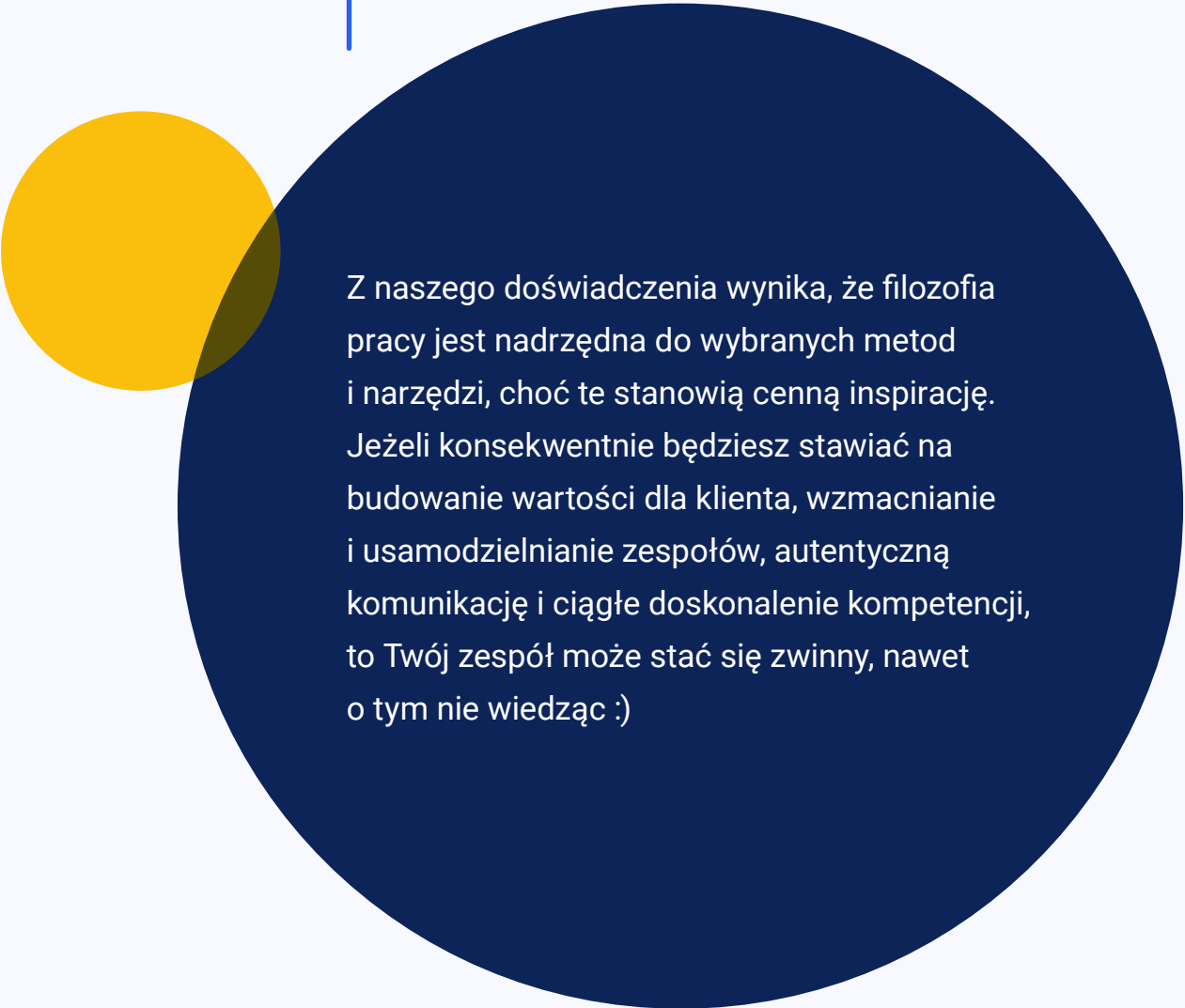


Team Up's "Scrum" based Team sourcing brings true value to the company
■ Strongly agree: 100%

Dzięki systemowemu przepływowi wiedzy i wspólnemu mierzeniu się z wyzwaniami, obserwujemy szybki rozwój naszej kadry.

Co na to nasi klienci? Z przeprowadzanych w tym roku ankiet wynika, że hiring managerki i managerowie bardzo cenią sobie dobry dostęp do szczerzej informacji o statusie projektu. Widzą wartość w otrzymywanych raportach. Ponadto, doceniają możliwość poznania zespołu rekrutacyjnego podczas briefingów, co przekłada się na dobre zrozumienie przez nas poszukiwanego profilu i wysokiej jakości aplikacje.

Najlepszym dowodem skuteczności jest fakt, że klienci chętnie przekazują nam projekty na wyłączność, co oznacza wysoki poziom zaufania do rekrutacji prowadzonej w ten sposób.



Z naszego doświadczenia wynika, że filozofia pracy jest nadrzędna do wybranych metod i narzędzi, choć te stanowią cenną inspirację. Jeżeli konsekwentnie będziesz stawiać na budowanie wartości dla klienta, wzmacnianie i usamodzielnianie zespołów, autentyczną komunikację i ciągłe doskonalenie kompetencji, to Twój zespół może stać się zwinny, nawet o tym nie wiedząc :)

03.

Service Design: jak zaprojektować spójny i skuteczny proces rekrutacyjny?

W nowoczesnych organizacjach coraz częściej zwraca się uwagę na całościowe doświadczenia osób korzystających z produktów i usług. Spójne doświadczenia rekrutacyjne wymagają zwrócenia uwagi nie tylko na te elementy, z którymi ma styczność kandydat(ka), ale także z jakimi wyzwaniami mierzą się w tym czasie rekruterki i rekruterzy. Projektowanie procesów rekrutacyjnych jak usług pozwoli Ci spojrzeć na nie z szerszej perspektywy i dopracować współpracę pomiędzy osobami odpowiedzialnymi za poszczególne etapy i zadania.





KRZYSZTOF OŻÓG

SERVICE DESIGNER W [FUZERS](#)

krzysztof.ozog@fuzers.com

W pracy skupia się na projektowaniu dla zmian społecznych i stara się robić to z użytkownikami końcowymi. Wierzy, że wciąż możemy uratować naszą planetę. Dlatego coraz więcej swojej uwagi kieruje w stronę designu społecznego i urbanizmu eksperymentalnego. Współpracował z takimi klientami jak: IKEA, Credit Agricole BP, Santander Consumer Bank, SKANSKA, PARP, PZU, mBank.

Jak w praktyce wykorzystać Service Design w rekrutacji?

W Polsce coraz częściej obok znanego już pojęcia “customer experience”, odwołującego się do doświadczenia użytkownika/użytkownicy, czy klienta/klientki firmy, spotkać się można z terminem “employee experience” – czyli doświadczenia pracownika/pracownicy. Świadome zarządzanie doświadczeniem pomaga wyróżnić się na rynku i generować wyższe przychody. Proces Service Design to bazujący na Design Thinking (zbiorze dobrych praktyk projektowych) sposób zderzenia perspektyw użytkowników z organizacją w celu uzyskania jak najlepszych efektów. To framework pracy, który wykorzystujemy do zbudowania nowej usługi/procesu lub usprawnienia już istniejących.

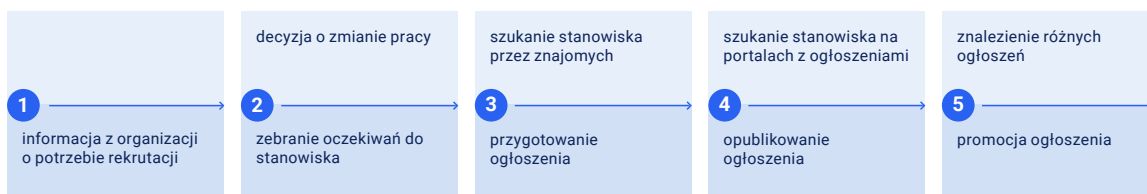
Jego uniwersalność pozwala na użycie go zarówno w stosunku do klientów jak i pracowników. A skoro tak, to świetnie sprawdzi się w sytuacji, kiedy projektujemy z myślą o rekrutacji. Nie ma jednego właściwego sposobu budowania procesu rekrutacji (ani żadnej innej usługi czy procesu), ponieważ każda organizacja jest inna i w każdym przypadku dysponujemy innymi możliwościami oraz kierujemy proces rekrutacji do innych osób. Dlatego poniżej znajdziesz przykładowy proces rekrutacji, który śmiało możesz potraktować jako punkt wyjścia do dyskusji w swoim zespole.

Narzędzie: Service Blueprint

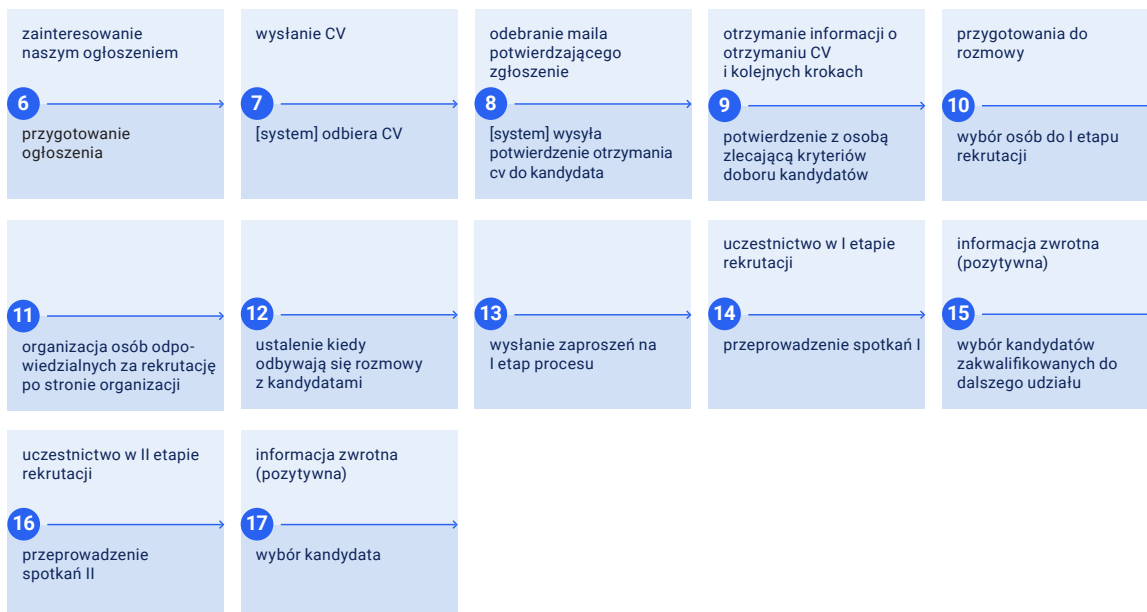
Nieocenioną pomocą w zrozumieniu obu perspektyw (użytkownika/ użytkowniczk i organizacji) jest **service blueprint**. Tak samo jak ścieżka użytkownika (ang. *customer journey*) pokazuje przebieg procesu krok po kroku. Zestawia jednak ze sobą działania klienta i systemów, czy osób z firmy.

Zobacz, to jest cały proces w miniaturze. Na kolejnych stronach możesz się z nim zapoznać krok po kroku.

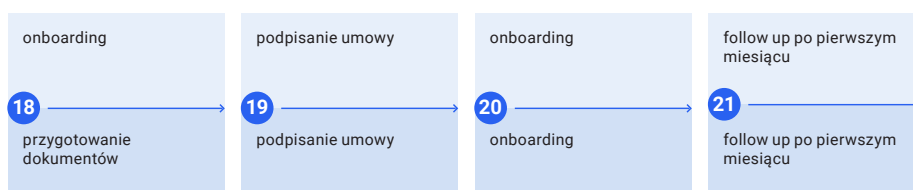
1 → 5 To są kroki przed zaangażowaniem w proces kandydata:



6 → 17 To są kroki w trakcie zaangażowania kandydata:



18 → 21 To są kroki po zaangażowaniu kandydata:



PRZYKŁADOWY SERVICE BLUEPRINT DLA PROCESU REKRUTACJI

Na planie usługi (ang. service blueprint) znajdziesz też przykładowe wnioski z jego wstępnej analizy

■ Perspektywa kandydata ■ Perspektywa organizacji

1 → 5 To są kroki przed zaangażowaniem w proces kandydata:

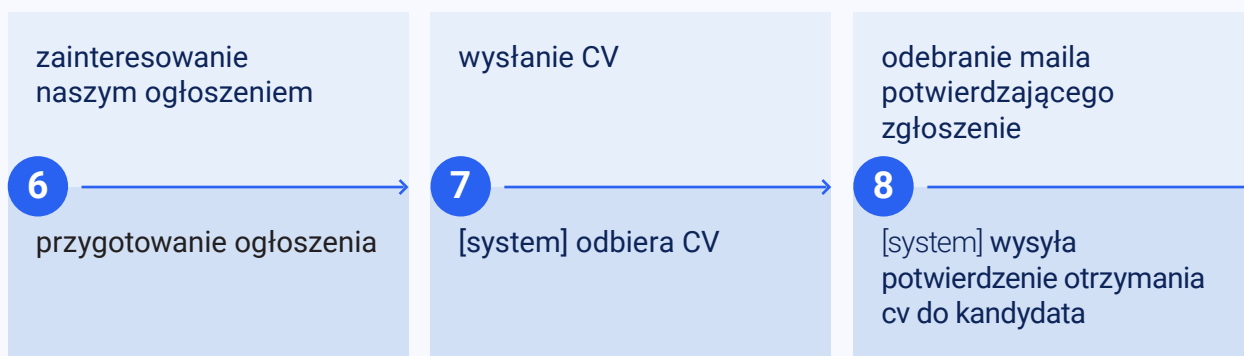
Kandydat zaczyna myśleć o zmianie pracy zanim będzie miał kontakt z naszą marką – jak możemy to zmienić?

Proces rekrutacji przedstawiony w tym materiale to tylko przykład. Zmapowanie Twojego procesu to ważny krok w poprawie doświadczenia pracowników.

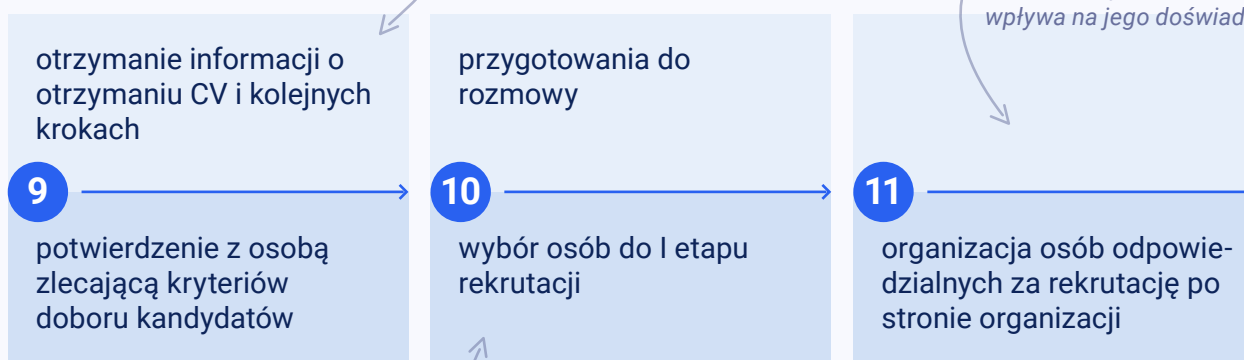


6 → 17

To są kroki w trakcie zaangażowania kandydata:

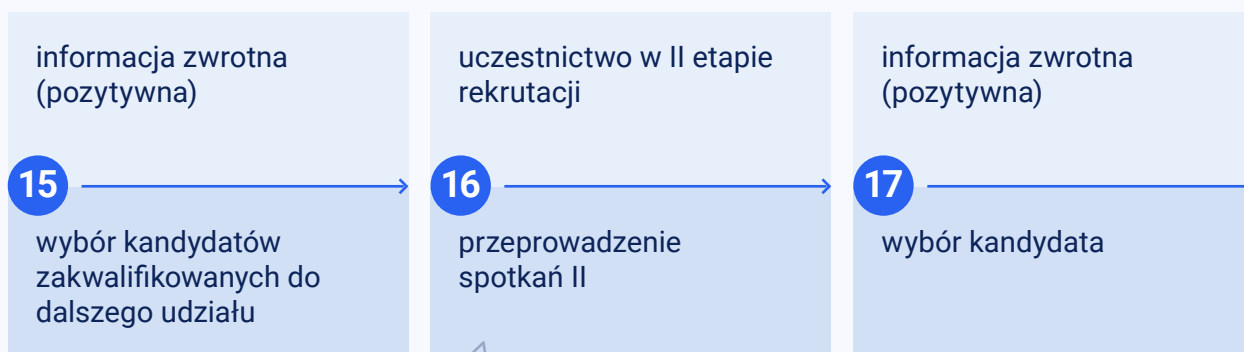
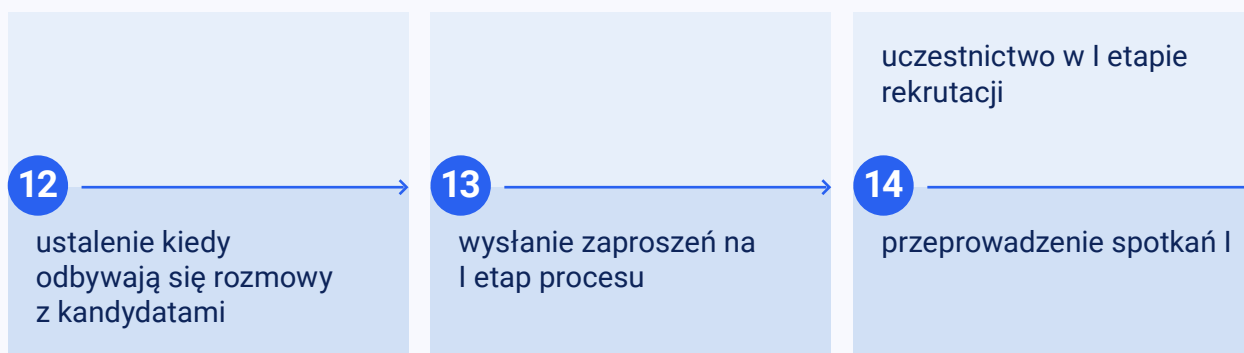


To ważne, żeby powiedzieć kandydatom na samym początku jak wygląda proces i jak rozkłada się w czasie



Widzisz tę przestrzeń? W tym czasie kandydat czeka – jak to wpływa na jego doświadczenie?

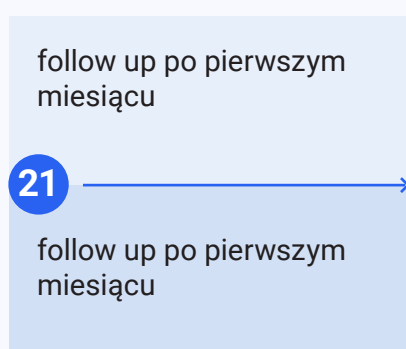
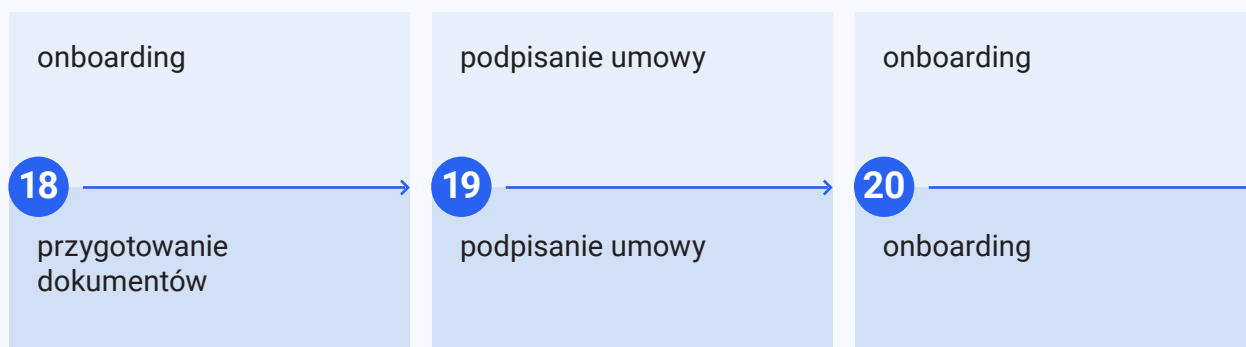
To jest potencjalne wąskie gardło w procesie – co możesz z nim zrobić?



Jak możesz wesprzeć osoby na tym kroku jako dział HR?

18 → 21

To są kroki po zaangażowaniu kandydata:



Proces rekrutacji to część większej całości, która buduje doświadczenie pracowników (ang. *employee experience*).

Zadbaj o nie!

Rekrutacja zaczyna się zanim kandydat odpowie na Twoje ogłoszenie i kończy się później niż informacja o zatrudnieniu. Pamiętaj o tym!

O czym musisz pamiętać, projektując swoją ścieżkę rekrutacyjną w organizacji?

01 Poznaj swoje kandydatki i kandydatów

To dla nich proces powinien być zrozumiały i przyjemny. Im lepiej poznasz ich perspektywę, tym łatwiej Ci to przyjdzie.

02 Przyjrzyj się procesowi z dwóch perspektyw

- jakie działania podejmuje kandydat(ka)?
- jakie działania podejmuje organizacja?

03 Usprawniaj proces

Po każdej rekrutacji porozmawiaj z kandydatem/kandydatką o tym, co i jak możesz usprawnić. Takie samo pytanie zadaj osobom w organizacji, które brały udział w procesie. Wyciągnij wnioski i wprowadzaj zmiany!



TRAFFIT

Sprawne rekrutacje wymagają zwinności,
dobrej organizacji, współpracy w zespole
i holistycznego spojrzenia na procesy.
Mamy nadzieję, że zebrane przykłady i porady
zainspirują Cię do działania!

Koniecznym zadaniem jest też o **bezpieczny i niezawodny system ATS**, który ułatwi Ci pracę i pozwoli zadbać o doskonałe *candidate experience*.
Możesz bez opłat i zobowiązań sprawdzić, czy **TRAFFIT** spełni Twoje oczekiwania.

Wypróbuj za darmo

POZOSTAŃMY W KONTAKCIE!

