



Тенденции рекрутинга в России за 2016 год

Информация о том, чего ожидают кандидаты от будущего работодателя





Информация, нужная вам, чтобы нанять лучших специалистов

Отличная новость для рекрутеров. Подавляющее большинство российских специалистов (83%) хотят узнавать о вакансиях от вас. Вам лишь нужно транслировать правильное сообщение по правильным каналам коммуникации, чтобы возбудить их интерес.

Но даже в нынешнюю информационную эпоху кандидаты испытывают недостаток информации. Ведь главное препятствие, с которым они сталкиваются – это недостаток знаний о том, что представляет собой ваша компания и их будущая работа.

Ежегодно мы проводим опрос, посвящённый тенденциям рекрутинга, чтобы узнать, чего ожидают кандидаты от будущего работодателя и каким образом вы можете привлечь их внимание.

Прочтите – вас ждёт много интересного. Удачного рекрутинга!

Содержание

- 1 Практически все хотят узнавать о вакансиях от вас
- 2 Что они хотят узнать о вас
- 3 Где искать кандидатов на каждом этапе процесса найма

Краткий обзор

1

Ваши вакансии интересны почти всем.

Абсолютное большинство российских специалистов (83%) заявили, что хотят узнавать о новых вакансиях.

2

Но кандидаты мало знают о вашей компании и вакансиях.

Кандидаты заявляют, что главное препятствие, с которым они сталкиваются при смене работы – это недостаток знаний о вашей компании и вакансиях. Им требуется конкретная информация о культуре и ценностях вашей компании, а также о возможностях карьерного роста.

3

Когда вы подготовите правильное сообщение, вам нужно будет правильно донести его.

Лучшие рекрутеры – это ваши собственные сотрудники. Чаще всего соискатели впервые узнают о новой работе, успешно проходят отбор и получают её благодаря рекомендации.

Сведения о ежегодном отчёте о тенденциях рекрутинга LinkedIn

Кто принял участие в опросе:

725

российских
специалистов

X%

граждан России

148

россиян, сменивших
работу в период с
февраля по март
2016 г.

Какие вопросы были заданы:

?

Интересовали ли их
новые карьерные
возможности

?

Что они хотели знать о
вашей компании и
вакансиях

?

Какие ресурсы они
использовали, чтобы
сменить работу

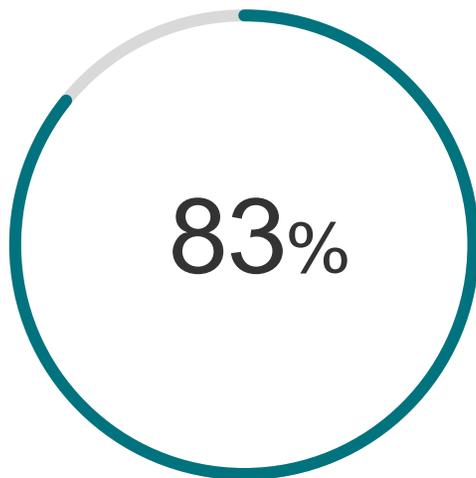


Часть 1.

Практически
все хотят
узнавать о
вакансиях от
вас

Практически все хотят узнавать о вакансиях от вас

Вам нужно лишь транслировать правильное сообщение, чтобы привлечь их внимание



83% специалистов хотят узнавать о новых вакансиях

“ Со мной связался рекрутер. Он сказал: “Меня заинтересовал ваш профиль в LinkedIn”. И сослался на мою магистерскую диссертацию, посвящённую Олимпийским играм в Лондоне. Он решил, что я – идеальный кандидат на эту должность. Кончилось тем, что я устроилась на эту работу ”



[Émilie Gauthier](#)

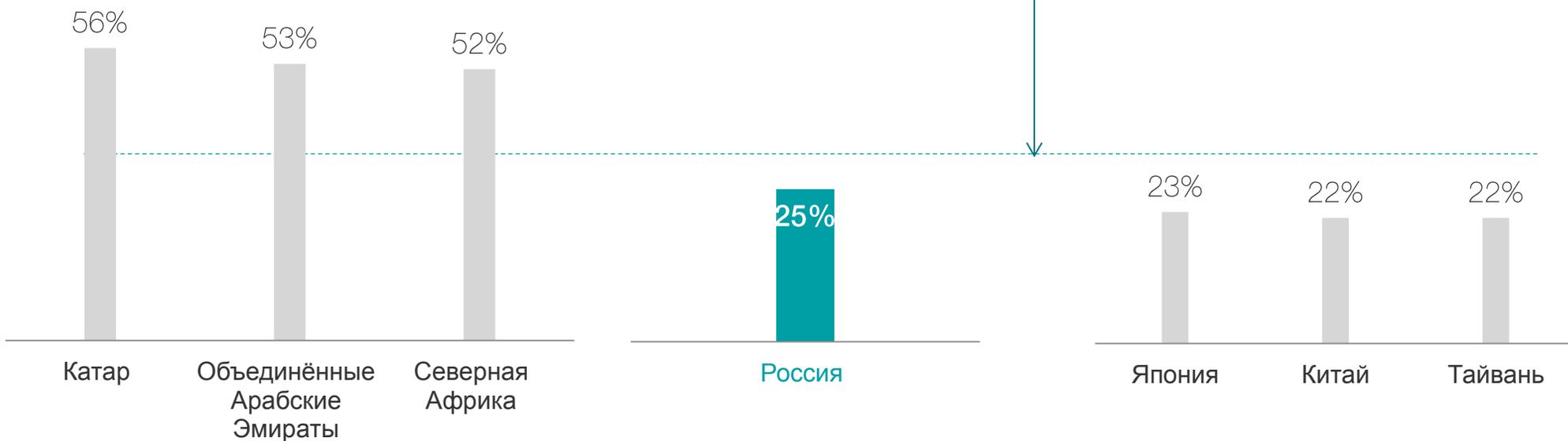
Former Assistant to the Executive Director of Sport, Canadian Olympic Committee

В России уровень активных кандидатов ниже среднего

Наиболее активные кандидаты:

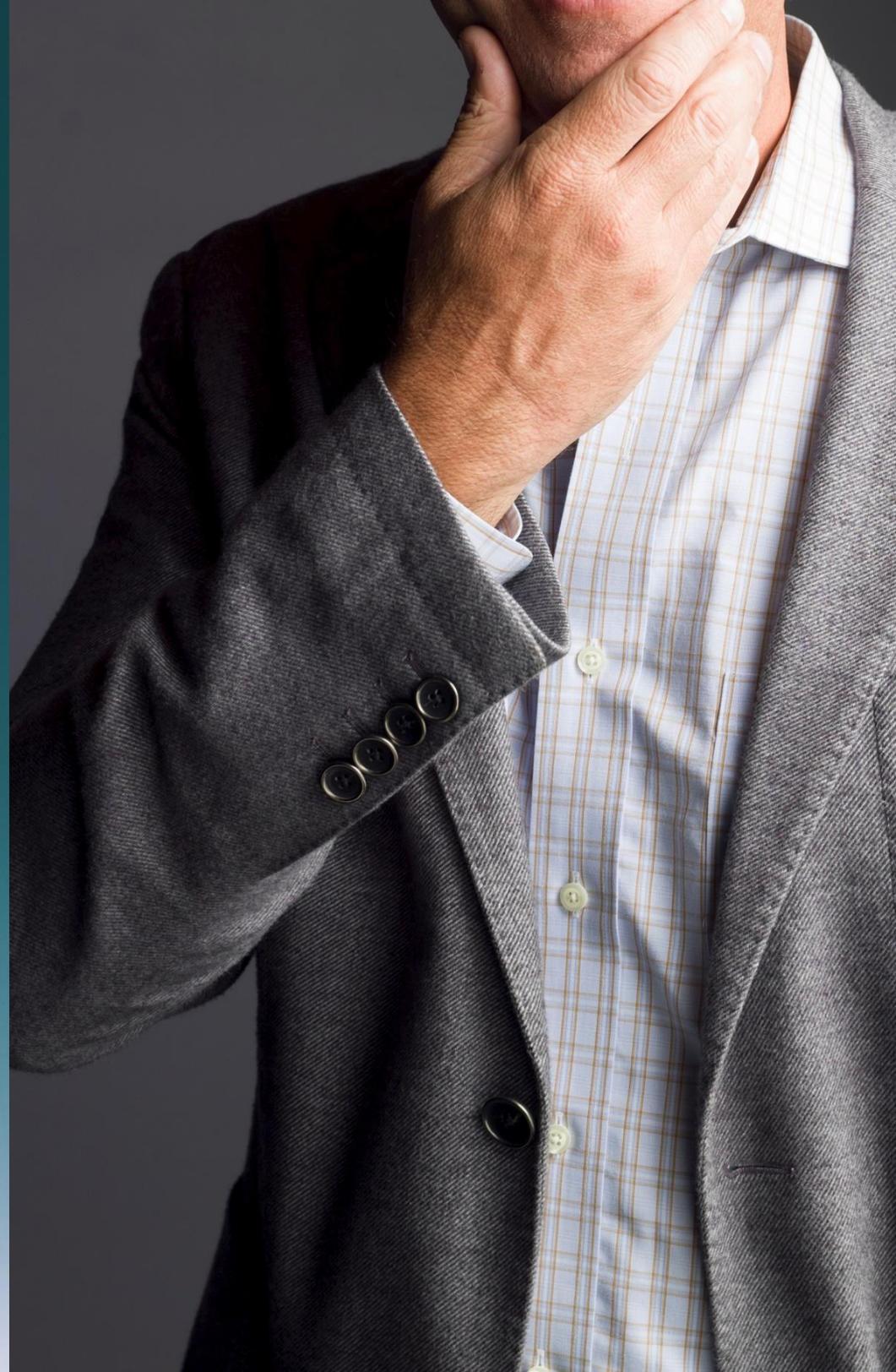
36% – среднее значение по миру

Наименее активные кандидаты:



Часть 2.

Что они ХОТЯТ
узнать о вас

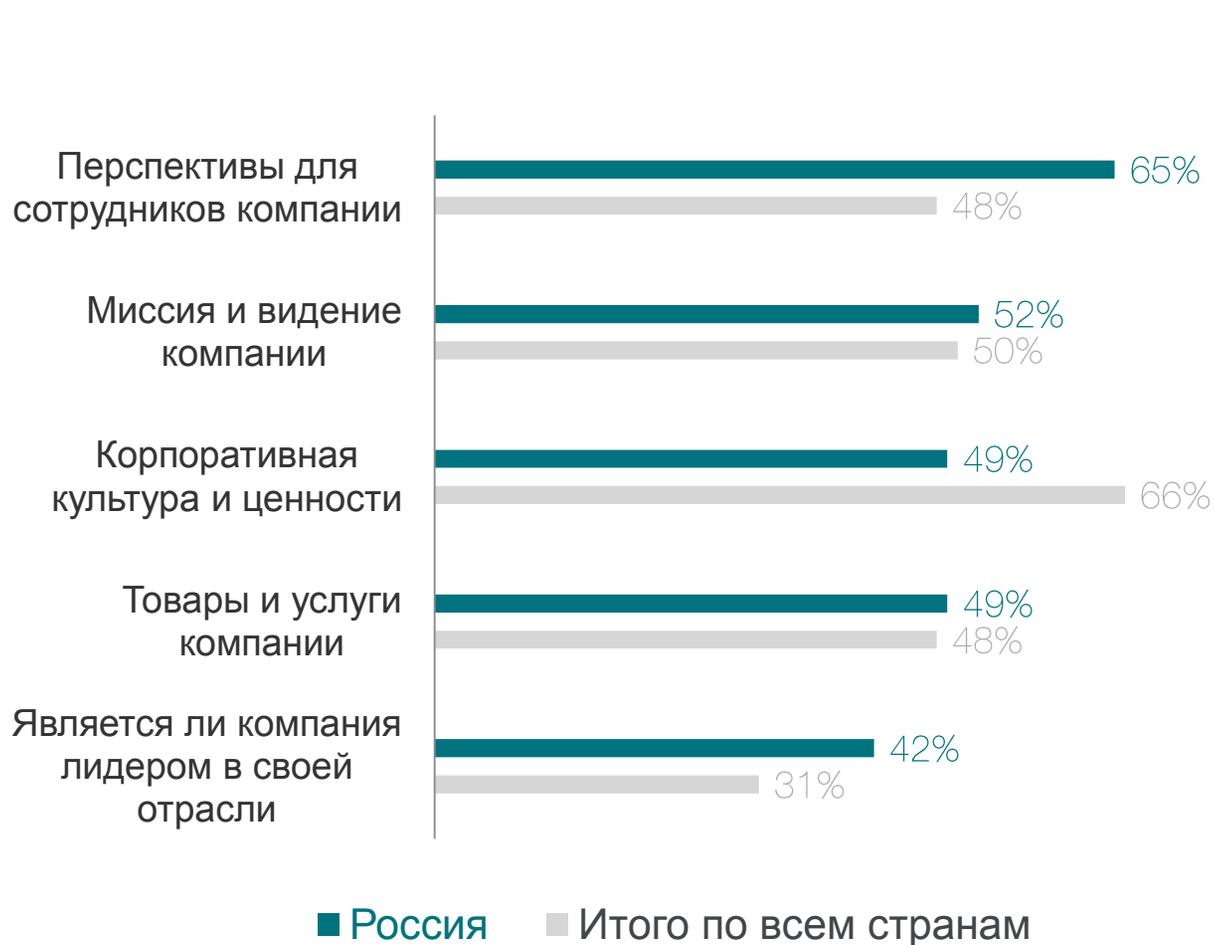


Главные трудности, с которыми сталкиваются кандидаты при смене работы:



Российские специалисты реже своих зарубежных коллег сталкиваются со стандартными для других стран препятствиями при смене работы.

Когда кандидатам требуется информация о вашей компании, чаще всего их интересуют



Российские специалисты чаще своих зарубежных коллег интересуются перспективами для сотрудников и положением компании на рынке. Убедитесь, что размещённые вашими топ-менеджерами в сети Интернет [материалы о бренде работодателя](#) включают [правдивое описание перспектив для сотрудников компании](#) и [сведения об интеллектуальном лидерстве, призванные укрепить репутацию вашей компании как одного из лидеров в отрасли](#).

А что хотят узнать о вашей компании кандидаты?

Правдиво описывайте перспективы

«Описывайте реальные условия работы в компании, а не набившие оскомину райские кущи».

Публикуйте мнения сотрудников

«Мне бы хотелось услышать о преимуществах и недостатках компании от штатных квалифицированных специалистов вместо того, чтобы читать дифирамбы, сочинённые отделом маркетинга или подписанные генеральным директором. Реальные люди. На реальных должностях».

Расскажите о видении и стратегии компании

«Информация о стратегии/видении и устремлениях компании – не просто броские заголовки, а то, КАК она планирует реализовывать свои устремления/видение».

Не скрывайте информацию о текучести кадров

«Расскажите честно, как обстоят дела с текучестью кадров. Почему освободилась эта вакансия (расширение бизнеса или увольнение/уход)? Почему занимавший эту должность сотрудник покинул компанию?»

Точно указывайте местоположение

Людям нужно знать, куда именно придётся ездить на работу, какова ситуация с парковкой и получится ли добираться до работы общественным транспортом. Такие «мелочи» имеют значение.

Не забывайте, что специалистам нужна не просто работа, но и карьерный рост

Почему люди уходят с работы:

Не сложились отношения с непосредственным начальником

Не устраивала оплата труда/социальный пакет

Желание найти более перспективную работу

Россия



Итого по всем странам



Российские специалисты существенно чаще своих зарубежных коллег уходят с работы, если на новой работе больше перспектив, лучший компенсационный пакет и отношения с руководством. Чтобы у мотивированных специалистов возникло желание подать заявку, чётко изложите главные цели и частные задачи в [описании вакансий](#). [Подготовьте ваших менеджеров по найму к собеседованиям](#) и предоставьте кандидатам широкие возможности для общения со своими менеджерами по найму.

А что хотят узнать кандидаты о карьерных перспективах в вашей компании? Предоставим слово им самим

Возможности карьерного роста

«Скажите мне, как это отразится на моей карьере и насколько быстро растут ваши сотрудники».

Ожидания и объём работы

«Избегайте штампов в описании вакансии/компании. Честно и прямо рассказывайте о ваших ожиданиях и объёме работы».

Рабочий день

«Правдиво опишите обычный рабочий день в этой должности. Плюсы и минусы. Идеальных вакансий не бывает. Но есть минусы, с которыми я готов мириться».

Отзывы сотрудников

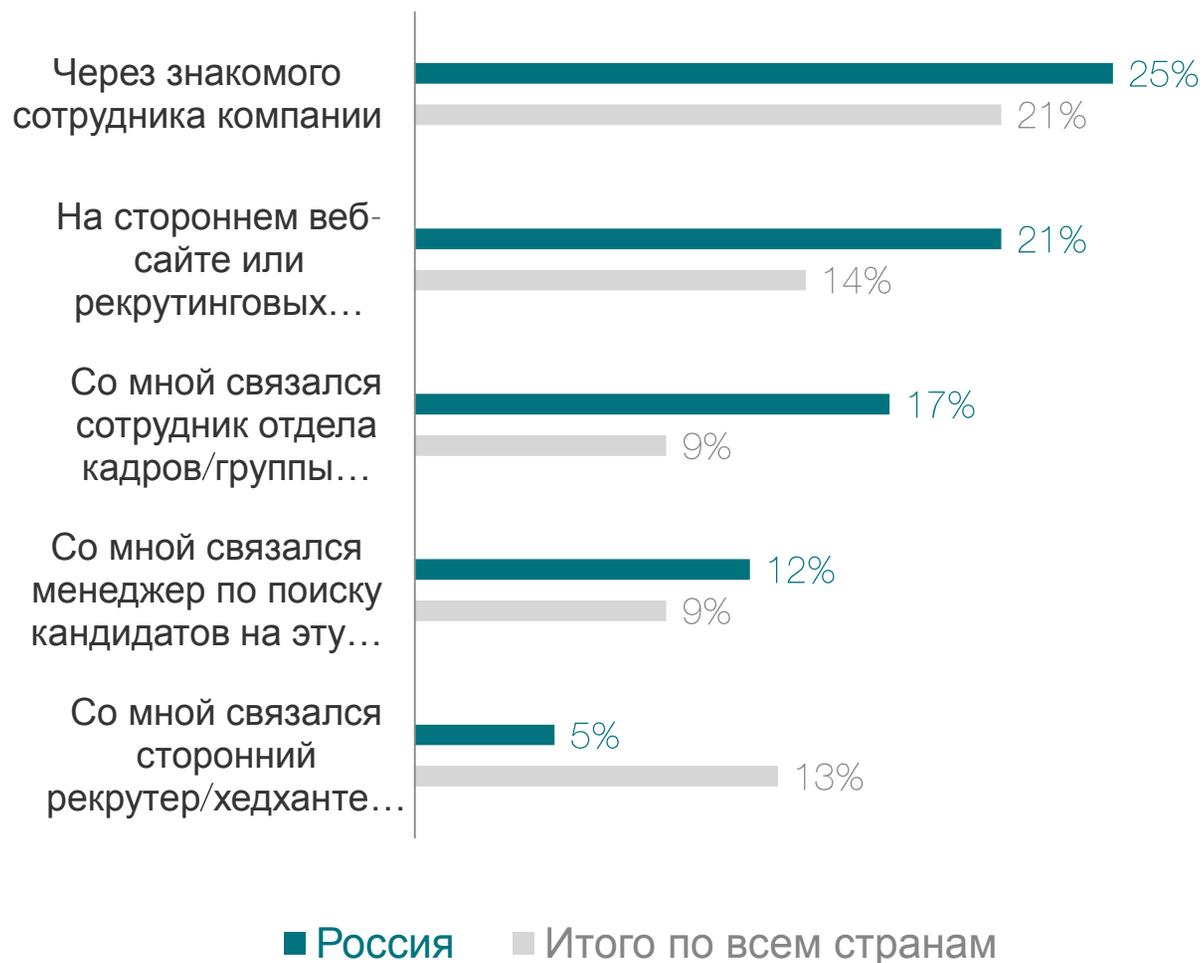
«Дайте мне контакты сотрудников компании – ничто не заменит сведения из первых рук».



Часть 3.

Где искать
кандидатов на
каждом этапе
процесса найма

Когда люди меняют работу, сначала они узнают о новой работе следующим образом:



Российские специалисты существенно чаще своих зарубежных коллег находят новую работу с помощью рекрутингового портала или рекрутера будущего работодателя.

Узнав о вакансии, они не сразу подают заявку. Сначала они:



Российские специалисты существенно чаще своих зарубежных коллег связываются с сотрудниками будущего работодателя, если их заинтересовала вакансия. Заручитесь поддержкой ваших сотрудников в процессе найма, чтобы они стали [представителями бренда работодателя](#).

Кандидаты успешно получают новую работу, используя следующие каналы



Российские специалисты существенно чаще своих зарубежных коллег находят свою будущую работу на рекрутинговом портале.

Действия кандидата в LinkedIn на пути к получению предложения о работе

Мы изучили поведение миллионов участников в LinkedIn и пришли к выводу, что наиболее типичный путь к получению предложения о работе выглядит так:



3 способа использовать эти тенденции в вашей стратегии рекрутинга

Помогите кандидатам лучше узнать о вас до подачи заявки

Поиск кандидатом работы – это долгий путь с множеством этапов. Вкладывайте силы и средства в [обычные каналы](#), которыми пользуется кандидат перед тем, как подать заявку на вашу вакансию: веб-сайт вашей компании и веб-сайт вакансий, статьи в Интернете, собственных сотрудников и т. д.

Привлекайте к процессу найма своих сотрудников

Ваши сотрудники – это первая и последняя точка контакта в процессе трудоустройства кандидата в вашу компанию. Ознакомьте ваших сотрудников с открытыми вакансиями. Расскажите им, как работает [программа рекомендаций](#) сотрудников в вашей компании. [Развивайте в сотрудниках навыки, которые позволят им стать представителями вашего бренда](#).

Давайте конкретную информацию о культуре и ценностях вашей компании и о возможностях карьерного роста

Даже в нынешнюю информационную эпоху кандидаты мало знают о вашей компании и вакансиях. Предоставьте вашим сотрудникам возможность создавать контент, который будет отражать их взгляд на [культуру и ценности компании](#), а также поручите им подготовить текст о своем обычном рабочем дне. Измените [описания вакансий](#), включив в них описание работы, цели и задачи, а также показатели эффективности, не ограничиваясь списком необходимых навыков и достижений. [Научите свой отдел кадров](#) полностью раскрывать карьерные перспективы в вашей компании, не заикливаясь на конкретной вакансии, которую рекрутеры стремятся заполнить.

Узнайте, как меняется профиль кандидата во всём мире

Теперь, когда вы ознакомились с отчётом о тенденциях рекрутинга в вашем регионе, узнайте, как меняется процесс поиска работы во всём мире. Загрузите отчёт о глобальных тенденциях рекрутинга, чтобы понять, чего ожидают кандидаты от будущего работодателя.

[Получить отчёт о глобальных
тенденциях](#)

Методология

Результаты этого анализа представляют картину мира сквозь призму данных LinkedIn. В силу этого, на них влияет манера участников использовать сайт, которая, в свою очередь, зависит от профессии, социального положения и региона.

С января по март 2016 года мы опросили 725 российских участников LinkedIn. Большинство респондентов оказались работниками с полной и частичной занятостью. Мы интересовались их отношением, мнениями и поведением в связи с различными аспектами поиска работы.

Теоретический предел погрешности для этого опроса

составил +/- 0,61% при 95% доверительном интервале (для подгрупп – выше).

Мы также опросили 148 российских участников LinkedIn, которые в феврале–марте 2016 года устроились на работу в другую компанию согласно информации, опубликованной ими в своих профилях в LinkedIn и подтверждённой в ходе опроса. Опрос проводился только на английском языке, не предусматривал поощрений и взвешивания данных.

Теоретический предел погрешности для этого опроса составил +/- 1,19% при доверительном интервале 90%–95% (для подгрупп – выше).



Авторы



[Allison Schnidman](#)

Strategic Research Consultant,
LinkedIn



[Lorraine Hester](#)

Senior Market Research Associate,
LinkedIn



[Esther Lee Cruz](#)

Global Marketing Manager, LinkedIn



[Charlene Nee](#)

Content Marketing Specialist, LinkedIn



[Maria Ignatova](#)

Global Content Marketing Lead,
LinkedIn



[Emma Fortune](#)

Associate Marketing Manager

О решениях для найма от LinkedIn

Привлекайте, нанимайте и
наделяйте полномочиями лучших
специалистов для процветания
вашего бизнеса с помощью
LinkedIn. Получайте доступ к
квалифицированным специалистам
– активным, пассивным, внешним и
внутренним кандидатам – в
крупнейшей сети
профессиональных контактов,
объединяющей более 433 млн
участников.

[Подробнее](#)



The Talent blog
talent.linkedin.com/blog



SlideShare
slideshare.net/linkedin-talent-solutions



Twitter
[@hireonlinkedin](https://twitter.com/hireonlinkedin)



YouTube
youtube.com/user/LITalentSolutions



LinkedIn
linkedin.com/company/3519575

