

# Ищем сотрудников через социальные сети

«50 идей для поиска сотрудников через социальные сети» – так названа книга рекрутера Ильгиза ВАЛИНУРОВА (Business Connection Publishers 2011). В предисловии автор отмечает: «Эта книга написана, как справочник рекрутера. А рекрутер – это каждый, кто участвует в поиске и найме персонала. Здесь вообще нет теории и долгих введений о значимости человеческого фактора в эпоху конкуренции и т.д. Вы и сами знаете, что люди вам нужны, и знаете, как проводить собеседования. Здесь мало примеров, потому что их сбор затянул бы издание минимум на полгода, а информация вам нужна уже сегодня. Примеры вы получите сразу, как начнете использовать этот инструмент». Сегодня мы знакомим читателей с фрагментами из книги.

## СЕМЬ СЛУЧАЕВ, КОГДА ВАМ НЕ НУЖНЫ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ДЛЯ ПОИСКА СОТРУДНИКОВ

1. Вам нужен один сотрудник в год. Или два. Не тратьте время на изучение всех возможностей соц. сетей, просто разместите объявление. Сами знаете где. Или поищите на рабочем сайте. Их много – выбирайте любой. Обратитесь в кадровое агентство – тем более знаете, в какое!

2. В соц. сетях пишут, что ваша компания – полный «ацтой». Изменить компанию сложно, а мнение о ней – практически нереально. Поэтому ищите людей, которые редко бывают в социальных сетях. В ближайшие пару лет вы еще сможете найти таких. Потом – навряд ли.

3. Вы целый день в поездках, встречах, командировках, полях. В Интернете смотрите почту раз в день или неделю? Еще есть случаи, когда секретарь распечатывает вам письма, приходящие на e-mail, и вы их просматриваете утром в красной папке «Входящие», после просмотра папки

«На подпись». Если это ваш случай, то ничего не выйдет. Соц. сети требуют мгновенной реакции, быстрых обсуждений и принятия решения. На сегодняшний пост в Фейсбуке завтра точно никто не ответит.

4. Вы ищете супер-топ-менеджера. Не все они есть в соц. сетях. Попробовать можно. Но не рассчитывайте на 100-процентный результат.

5. Вы увлекающийся человек – кликаете на все красивые баннеры и участвуете во всех супер-акциях? Соц. сети заберут все ваше время, оплаченное работодателем. Этот инструмент не для вас. На поиск информации по одному кандидату вы должны тратить не более 10 минут. Если больше – забудьте об эффективности вашего рабочего дня.

6. Главный сотрудник в вашей компании сисадмин. И соц. сети в вашей компании – табу. Мы вам сочувствуем, вы асоциальная компания, меняйте работу. Сегодня!

7. Вы стесняетесь своего работодателя и никогда не рассказываете родственникам и друзьям, где и кем

вы работаете. С таким настроением соц. сети вам не помогут, и слона (вакансию) вы не продадите. Свою работу и компанию надо любить!

### **ДЕВЯТЬ ИНДИКАТОРОВ ДЛЯ ПОНИМАНИЯ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНУЮ СЕТЬ, НУЖЕН ЛИ ВАМ ЭТОТ СОТРУДНИК?**

1. Посмотрите активность сотрудника в сети. Если он постит каждые 5 минут, или даже каждый час, то о нем как хорошем сотруднике можно забыть. Социальные сети – это зависимость, только в отличие от табака и алкоголя убивает не жизнь, а время. Хотя это одно и то же в итоге.

2. Почитайте его записи на форумах, в соц. сетях. Особенно откровенничают люди в ЖЖ. Являются ли его настроение, культура коммуникаций адекватными вашей корпоративной культуре? Поймет ли ваш главный бухгалтер, если на просьбу предоставить справку 2 НДФЛ с предыдущего места работы ваш «ацкей» кандидат ответит «Аффор жжет»?

3. Кандидат не укажет в резюме о собственном бизнесе, верно? Но в профессиональной сети он общит, что готов подрабатывать на фрилансе или даже является «управляющим партнером» компании «XXX-супер-консалтинг». Готов ваш генеральный директор, чтобы сотрудник работал не только на вашу компанию? Обязательно уточните это вопрос.

4. В своем профиле в соц. сети человек обычно пишет реально, где и когда он работал. А делая резюме, человек «медленно превращается, превращается» в «успешного кандидата»... и начинает приукрашивать действительность. Сверьте резюме

с профилем. Все ли совпадает? Есть ли «белые пятна»? Обратите на них внимание при личном собеседовании.

5. В своем профиле часто кандидаты сообщают и о своих местах отдыха. Вас не удивит, что, запрашивая заработную плату всего в 40–50 тысяч рублей, он отдыхает на Мальдивах и состоит в группах дорогих ночных клубов?

6. Среди его «френдов» наверняка есть бывшие коллеги. Свяжитесь с ними и задайте нужные вам вопросы. Будьте осторожны, связываясь с сегодняшними коллегами. Это может навредить ему на настоящем месте работы и дискредитирует вас, как опытного рекрутера.

7. Обратите внимание, как точно он описывает свое предыдущее место работы и обязанности. Это может говорить о его организованности и пунктуальности. Но не «покупайтесь» на резюме и не впечатляйтесь «ореолом» кандидата. Решение всегда надо принимать после грамотного личного собеседования. Помните, слишком хорошо «упакованный» кандидат легко «транспортируется». В том числе и из вашей компании... к конкурентам.

8. Если вы найдете в сети «презрительное» отношение кандидата к предыдущему работодателю, то, скорее всего, и о себе прочитаете такое через год. Оставьте таких конкурентам.

9. Почитайте, что именно пишет ваш кандидат в форумах и своих постах. Если он «эксперт» во всем и дает советы от маркетинга, рекрутинга, финансов до логистики, то такого «всезнайку» я бы не стал брать.

## ВОСЕМЬ ДЕЙСТВИЙ ПОСЛЕ СОБЕСЕДОВАНИЯ

1. Если вы встретились с кандидатом, с которым контактировали через соц. сеть, то необходимо завершить или продолжить контакт так же – через сеть. Это будет выглядеть органично и упрочит ваш статус и, как профессионала, и как «френда».

2. Напишите ему в случае отказа, что на данный момент не можете предложить работу и будете рады контактам в будущем.

3. Если вы готовы предложить работу в вашей компании, сделайте ему поздравление через сеть! Это ему запомнится и выделит среди ваших конкурентов в борьбе за его «мозги» или «руки-ноги».

4. Предложите успешному кандидату зафрендить других ваших коллег. И пусть ваши коллеги тоже поздравят его с новой работой через сеть.

5. Оцените эффективность поиска такого типа кандидатов через именно эту сеть. Сообщите коллегам о вашем соц. опросе, пусть это будет «достоинством» компании.

6. Задайте вопрос кандидату о том, какими еще соц. сетями пользуются он и его коллеги, в каких группах и сообществах принято состоять специалистам их профессии? Это позволит ускорить процесс выхода на нужных кандидатов и улучшит результаты рекрутинга в будущем.

7. Если кандидат вам нравится, но именно сейчас у вас нет возможности предложить работу в вашей компании, – поддерживайте с ним контакт, он может вам скоро пригодиться. Если кандидат не подходит вам принципиально, но является потенциальным

профессионалом, тоже поддерживайте контакт. Он может пригодиться вам, когда и вы перейдете на другую работу. По статистике, рекрутеры и HR-менеджеры работают в компании не более 2–3 лет. Вы уже сколько на нынешнем месте работы?

8. Если кандидат после собеседования не «вписался» в вашу компанию, отправьте ему советы по поиску работы. В идеале, если это будет ваш пост в ЖЖ, заметка в Facebook или другой соц. сети. Так вы станете не только «рекрутером», но и «добрым человеком», который готов помочь.

## СЕМЬ СПОСОБОВ ВЫЙТИ НА КАНДИДАТА

1. Самый простой способ – разместить объявления в сетях. Это мало отличается от размещения на рабочих сайтах. Но вы сможете получить отклик от кандидатов, которых или нет на job-сайтах, или они не рассматривают сейчас вакансии активно.

2. Попросите порекомендовать интересного кандидата на вашу вакансию. Это не самый эффективный способ. Во-первых, вам нужно обладать определенной репутацией, чтобы люди это сделали. Во-вторых, рекомендуют обычно тех, кто ищет работу. А это не всегда лучшие сотрудники. В-третьих, редко рекомендуют действительно того, кто нужен. Проверено!

3. Вы точно знаете профиль нужного вам кандидата и места, где он может работать. Тогда ищите его в соответствующих профессиональных группах, по ключевым словам, названиям компаний и должностей. Если нашли – связывайтесь. Если нет – связывайтесь с теми, с кем он

может общаться, и просите помочь выйти на нужного человека. Помогут не все, но кто-то точно найдется, кто его знает и решит вашу проблему. И это не только его коллеги, это могут быть клиенты, поставщики, сотрудники конкурирующих компаний, члены профессиональных клубов и сообществ, организаторы конференций, журналисты.

4. И, есть экстремальный, но работающий способ. Дайте объявление – ищете контакты Иванова Иван Ивановича из супер-компании «Супер-компания». Или так: «Иван Иванович, позвоните мне, пожалуйста, на номер +7 xxx xxx xxxx. Кто-нибудь из его знакомых точно это увидит и передаст вашу просьбу. С таким креативом и настойчивостью вам сложно будет отказать. А дальше зависит от того, насколько действительно у вас стоящее предложение.

5. Прикиньтесь клиентом и попросите совета: «Нужно проконсультироваться по вопросу использования технологического оборудования бла-бла-бла... Посоветуйте адекватного специалиста». Наверняка вам подскажут кого-то. При этом на 99,99 процента этого кандидата нет на рабочих сайтах. Минус в том, что это способ нельзя использовать часто. Но ведь есть и другие, традиционные варианты, верно?

6. Модераторы и создатели групп в социальных сетях обычно знают о своих участниках больше, чем другие представители сообщества. И даже знают тех, кого нет в сети. Обратитесь к ним, как к «эксперту», и вы получите нужную информацию. Хорошо бы перед этим запостить в этой группе

что-нибудь адекватное и позитивное. Будьте уверены, прежде чем отвечать, вас «пробьют» через сеть.

7. Организуйте дискуссию в сети о значимости IPO для госкомпаний. Не факт, что в обсуждении сразу примут участие нужные вам кандидаты на позицию финансового директора, в нужной вам отрасли, с необходимым опытом, но точно будут те, кто этих кандидатов знает. Дальше вы уже знаете, как с ними общаться...

## **ТРИ ЗАПРЕТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

1. В соц. сетях нельзя пить.

2. Запрещено курить.

3. И не надо мусорить. Если первые два – шутка (хотя можете и попробовать), то на третье обратите внимание. То, что вы напишете сегодня, может храниться в архивах поисковых систем годами и десятилетиями. Вам будет приятно увидеть то, что вы написали, через много лет, когда вы станете президентом или просто «уважаемым» человеком? А вашим внукам?

За счет анонимных «никнов» в социальных сетях часто пользователи выражаются так, как в жизни не вышпечешь. Не уподобляйтесь им, вы же культурный и реальный человек, которому сейчас надо найти сотрудника, а не непризнанный гений, дораввавшийся до свободы слова в сети Интернет.