



Noví lidé už sami nepřijdou. Hledat se musí jinak, hlásí majitelé 4Person

4. 10. 2023

4 PER SON
 AdVoice společnosti 4Person
 Co je AdVoice?

Sdílet článek

„Pravidla náboru zaměstnanců, na která jsme byli zvyklí ještě před pěti lety, jsou dnes úplně jiná. Podobně jako chování a nároky uchazečů.“ říká Robert Lazna. S manželkou Marlen vlastní personální agenturu 4Person, která se postarala už o více než 700 firemních klientů.

Opustili zastarálé metody vyhledávání kandidátů pomocí zadání inzerce a specializují se na aktivní, až o 85 procent efektivnější personální kampaně.

Klasické hledání je peklo a lepší už to nebude

„Hledáme zaměstnance mnoha firmám, a tak to zažíváme z první ruky.“ říká Robert Lazna. Podle něj dnes většina kandidátů práci vlastně nechází. Soudí jí a testuje možnosti a nabídky agentur. Zajímá je, kam až jsou schopny zajít v jejich přesvědčování, podbízení se firemními bonusy a zaměstnaneckými výhodami.

„Je to rostoucí trend, jehož dnes už běžnou součástí jsou přemrštěné nároky, jako našuknuté mrzdové požadavky, neochota dojíždět do práce více než dvacet minut nebo neoprávněně požadavky na kratší pracovní dobu a home office.“ vysvětuje sér personálky.

„Hláška „chtěl bych si liznout alespoň kilo“ už je jen třešinkou na personálním doru.“ dodává sarkasticky.

S generací sněhových vloček, tedy lidí narozených po roce 95, prý přichází neochota udělat cokoliv navíc. Naopak striktní dodržování takzvaného work-life balance bývá jejich nedotknutelnou podmínkou.

Když klasická inzerce nefunguje

Jak se prodírat personálním trhem a získat pro firmy ty nejlepší uchazeče?

„Doufám, že klasickou inzerci obsadíte střední a vyšší pracovní pozici a ještě si budete moci vybrat, je úplně mimo realitu. Na klasickou inzerci zapomeňte. Dost často se vám neozvou ani ten nevyhýjecí uchazeč.“ popisuje nefungující inzertní model i rostoucí sebevědomí kandidátů spolumajitelka agentury **4Person** Marlen Laznová.

Podle ní klasické pracovní inzerce nedávají v době rekordně nízké nezaměstnanosti smysl. Její efektivita je totiž mizivá a výsledky žalostné.

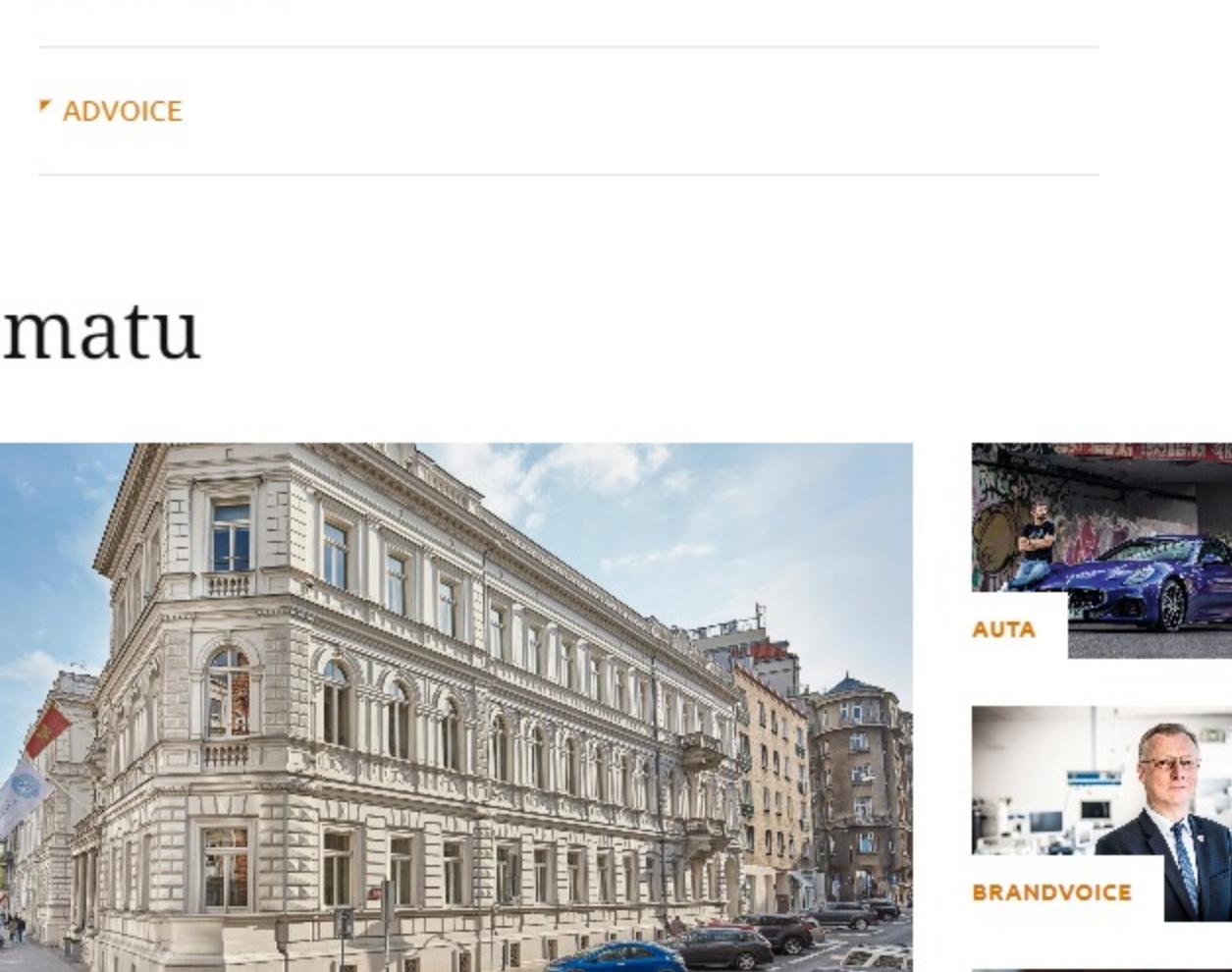
„Když už se vám náhodou někdo z inzerce ozve, tak většinou odpovídám emailom, ale dopisovat si o nabízeném místě, pracovní příležitostí nebo pohovoru je pro dnešní uchazeče „obtěžující“. Zpravidla to výjde do ztracená,“ dělí se o zkušenosti. Zaměstnancem se specifickou zkušeností a dovedností je prý třeba hledat aktivně.

Fungují pouze „aktivní“ cesty hledání a osobní přístup

A právě na vyhledávání vhodných kandidátů formou aktivních personálních kampaní se ve **4Person** specializují. Jedenaté firmy vysvětlují, jak taková služba probíhá a co pro potenciálního klienta proti klasické inzerci přináší:

„Zásadní je, že „nedáváme inzeráty“, protože touto cestou bychom našim klientům pouze vyhazovali peníze, čekali na záchraku a dělali práci, kterou si mohou udělat sami.“

Uchazeče vyhledáváme aktivně v externích i interních databázích, na sociálních sítích a v dalších zdrojích. Oslovíme také zaměstnáni uchazeče, a díky tomu jsou nás záběr a možnosti úspěšného náboru daleko efektivnější.



Výsledek našich aktivních kampaní je rychlý, hmatatelný a cenově srovnatelný s dlouhodobou (a neúspěšnou) personální inzercí. Největší plsem naší služby je, že každého vhodného uchazeče telefonicky kontaktujeme, povídáme s ním a to za vás žádná inzerce neudělá.

Hledání kandidátů si nepěstujeme žádný „kindermanagement“, ale máme team kvalitních profesionálních náborářů se zkušenosími – jde přeci jen o činnost, kterou nejdé svěřit brigádníkům nebo juniorům bez dostatečné praxe.

Ke každému klientovi máme osobní přístup, z našeho zákazníka se stává partner, a proto se k nám rád i vraci. V náboru našim klientům doveďeme poradit, a díky konzultacím s nimi modifikujeme průběh aktuálního náboru tak, aby byl jeho výsledek co nejefektivnější.“

Jak to funguje?

Aby aktivní kampaň **4Person** byla co nejefektivnější a klientům šetřila čas i náklady, předchází startu pečlivá online konzultační s budoucím klientem.

„Představíme způsob našeho fungování, s klientem si důkladně specifikujeme nároky na kandidáta, kterou chceme obsadit. Stejně jako si společně „vymodelujeme“ ideálního zaměstnance, kterého hledá. Poté následuje uzavření objednávky na jeho kampaň a naše práce začíná.“ usmívá se Robert Lazna a přihlásuje další bonus:

„Pokud klient z naší kampaně nezaměstná žádného vhodného uchazeče, automaticky ji prodlužujeme na naše náklady o další dva týdny hledání.“

Kvalitní kandidát stačí i jeden

Současnou službu **4Person** jsou pravidelné reporty. Klienti ten první obdrží už týden po spuštění vyhledávací kampaně a každý týden dostávají pravidelný report s dalšími předvybranými kandidáty. Kampaně v průměru trvá čtyři až osm týdnů a standardním výsledkem jsou, dle stavu na personálním trhu a v dané lokalitě, kvalitní kandidáti v každodenním reportu.

Zatím totiž klienta desítkami kandidátů už se dnes nenosí. „Kvalitně vybraný a prověřený kandidát stačí klidně jeden.“ zdůrazňuje Robert Lazna.

„Zároveň se právě klientům na zpětnou vazbu a v případě potřeby kampaně i nabídku uchazečům modifikujeme během kampaně. Na klientech je už pouze finální výběr a povídání s uchazeče, kteří splňují jejich požadavky.“ uzavírá s úsměvem.

Je cesta bez inzerce správná?

O tom, že metoda **4Person** funguje efektivně a dobré, svědčí podle jejího majitele stále rostoucí počet klientů (nežiročně o sedmadesát až sto procent), které Laznovi od založení firmy v roce 2019 potkali a opakovaně jim při náboru zaměstnanců pomohli.

Nejdále se pouze o velké firmy nebo prestižní znáčky, ale i střední a menší podniky, které už pochopily že klasická inzerce jim nepomůže – není výhodná finančně ani časově. „Nejlepší vztah máme s firmami, které si umí spočítat, že naše služba v ceně jednoho průměrného platu, je ve finále rychlejší a levnější než třímičí neúspěšná inzerce a čekání na záchraku nebo předražené násobkové hledání,“ prozrazuje Robert Lazna.

„Jsme dostatečně malá společnost na to, abychom se k každému klientovi zachovali individuálně a osobně přístup, ale zároveň jsme dostatečně velcí, abychom mohli komukoliv garantovat nejvyšší možnou kvalitu u všech námi poskytovaných služeb. Nejsme žádný startup ani přerostlý kolos, ale esence toho nejlepšího, co můžete na personálním trhu potkat a efektivně použít,“ dodává.

„Představíme způsob našeho fungování, s klientem si důkladně specifikujeme nároky na kandidáta, kterou chceme obsadit. Stejně jako si společně „vymodelujeme“ ideálního zaměstnance, kterého hledá. Poté následuje uzavření objednávky na jeho kampaň a naše práce začíná.“ usmívá se Robert Lazna a přihlásuje další bonus:

„Pokud klient z naší kampaně nezaměstná žádného vhodného uchazeče, automaticky ji prodlužujeme na naše náklady o další dva týdny hledání.“

Kvalitní kandidát stačí i jeden

Současnou službu **4Person** jsou pravidelné reporty. Klienti ten první obdrží už týden po spuštění vyhledávací kampaně a každý týden dostávají pravidelný report s dalšími předvybranými kandidáty. Kampaně v průměru trvá čtyři až osm týdnů a standardním výsledkem jsou, dle stavu na personálním trhu a v dané lokalitě, kvalitní kandidáti v každodenním reportu.

Zatím totiž klienta desítkami kandidátů už se dnes nenosí. „Kvalitně vybraný a prověřený kandidát stačí klidně jeden.“ zdůrazňuje Robert Lazna.

„Zároveň se právě klientům na zpětnou vazbu a v případě potřeby kampaně i nabídku uchazečům modifikujeme během kampaně. Na klientech je už pouze finální výběr a povídání s uchazeče, kteří splňují jejich požadavky.“ uzavírá s úsměvem.

Je cesta bez inzerce správná?

O tom, že metoda **4Person** funguje efektivně a dobré, svědčí podle jejího majitele stále rostoucí počet klientů (nežiročně o sedmadesát až sto procent), které Laznovi od založení firmy v roce 2019 potkali a opakovaně jim při náboru zaměstnanců pomohli.

Nejdále se pouze o velké firmy nebo prestižní znáčky, ale i střední a menší podniky, které už pochopily že klasická inzerce jim nepomůže – není výhodná finančně ani časově. „Nejlepší vztah máme s firmami, které si umí spočítat, že naše služba v ceně jednoho průměrného platu, je ve finále rychlejší a levnější než třímičí neúspěšná inzerce a čekání na záchraku nebo předražené násobkové hledání,“ prozrazuje Robert Lazna.

„Jsme dostatečně malá společnost na to, abychom se k každému klientovi zachovali individuálně a osobně přístup, ale zároveň jsme dostatečně velcí, abychom mohli komukoliv garantovat nejvyšší možnou kvalitu u všech námi poskytovaných služeb. Nejsme žádný startup ani přerostlý kolos, ale esence toho nejlepšího, co můžete na personálním trhu potkat a efektivně použít,“ dodává.

„Představíme způsob našeho fungování, s klientem si důkladně specifikujeme nároky na kandidáta, kterou chceme obsadit. Stejně jako si společně „vymodelujeme“ ideálního zaměstnance, kterého hledá. Poté následuje uzavření objednávky na jeho kampaň a naše práce začíná.“ usmívá se Robert Lazna a přihlásuje další bonus:

„Pokud klient z naší kampaně nezaměstná žádného vhodného uchazeče, automaticky ji prodlužujeme na naše náklady o další dva týdny hledání.“

Kvalitní kandidát stačí i jeden

Současnou službu **4Person** jsou pravidelné reporty. Klienti ten první obdrží už týden po spuštění vyhledávací kampaně a každý týden dostávají pravidelný report s dalšími předvybranými kandidáty. Kampaně v průměru trvá čtyři až osm týdnů a standardním výsledkem jsou, dle stavu na personálním trhu a v dané lokalitě, kvalitní kandidáti v každodenním reportu.

Zatím totiž klienta desítkami kandidátů už se dnes nenosí. „Kvalitně vybraný a prověřený kandidát stačí klidně jeden.“ zdůrazňuje Robert Lazna.

„Zároveň se právě klientům na zpětnou vazbu a v případě potřeby kampaně i nabídku uchazečům modifikujeme během kampaně. Na klientech je už pouze finální výběr a povídání s uchazeče, kteří splňují jejich požadavky.“ uzavírá s úsměvem.

Je cesta bez inzerce správná?

O tom, že metoda **4Person** funguje efektivně a dobré, svědčí podle jejího majitele stále rostoucí počet klientů (nežiročně o sedmadesát až sto procent), které Laznovi od založení firmy v roce 2019 potkali a opakovaně jim při náboru zaměstnanců pomohli.

Nejdále se pouze o velké firmy nebo prestižní znáčky, ale i střední a menší podniky, které už pochopily že klasická inzerce jim nepomůže – není výhodná finančně ani časově. „Nejlepší vztah máme s firmami, které si umí spočítat, že naše služba v ceně jednoho průměrného platu, je ve finále rychlejší a levnější než třímičí neúspěšná inzerce a čekání na záchraku nebo předražené násobkové hledání,“ prozrazuje Robert Lazna.

„Jsme dostatečně malá společnost na to, abychom se k každému klientovi zachovali individuálně a osobně přístup, ale zároveň jsme dostatečně velcí, abychom mohli komukoliv garantovat nejvyšší možnou kvalitu u všech námi poskytovaných služeb. Nejsme žádný startup ani přerostlý kolos, ale esence toho nejlepšího, co můžete na personálním trhu potkat a efektivně použít,“ dodává.

„Představíme způsob našeho fungování, s klientem si důkladně specifikujeme nároky na kandidáta, kterou chceme obsadit. Stejně jako si společně „vymodelujeme“ ideálního zaměstnance, kterého hledá. Poté následuje uzavření objednávky na jeho kampaň a naše práce začíná.“ usmívá se Robert Lazna a přihlásuje další bonus:

„Pokud klient z naší kampaně nezaměstná žádného vhodného uchazeče, automaticky ji prodlužujeme na naše náklady o další dva týdny hledání.“

Kvalitní kandidát stačí i jeden

Současnou službu **4Person** jsou pravidelné reporty. Klienti ten první obdrží už týden po spuštění vyhledávací kampaně a každý týden dostávají pravidelný report s dalšími předvybranými kandidáty. Kampaně v průměru trvá čtyři až osm týdnů a standardním výsledkem jsou, dle stavu na personálním trhu a v dané lokalitě, kvalitní kandidáti v každodenním reportu.

Zatím totiž klienta desítkami kandidátů už se dnes nenosí. „Kvalitně vybraný a prověřený kandidát stačí klidně jeden.“ zdůrazňuje Robert Lazna.

„Zároveň se právě klientům na zpětnou vazbu a v případě potřeby kampaně i nabídku uchazečům modifikujeme během kampaně. Na klientech je už pouze finální výběr a povídání s uchazeče, kteří splňují jejich požadavky.“ uzavírá s úsměvem.

Je cesta bez inzerce správná?

O tom, že metoda **4Person** funguje efektivně a dobré, svědčí podle jejího majitele stále rostoucí počet klientů (nežiročně o sedmades