

praca.pl

www.praca.pl

Projekt Praca.pl:  
**EKSPERCI HR**

**KOMUNIKACJA  
Z KANDYDATEM**





## CZY TO WAŻNE?

Istotność procesów komunikacji w ocenie pracodawców, rekruterów

„Komunikacja jest **pra** przyczyną zarówno **większości sukcesów** jak i **większości porażek** w projektach w ogóle, nie tylko projektach rekrutacyjnych.”

MARCIN GRALEWSKI

„Komunikacja musi działać w **dwie strony**, a kandydat powinien mieć poczucie, że jest dla nas **partnerem** do rozmowy.”

KAROLINA WIECZOREK

„Komunikacja z kandydatami zawsze odgrywała **kluczową** rolę. Należy pamiętać, że ten proces zaczynamy już na etapie pierwszego kontaktu z przekazem marki, na poziomie **oferty pracy** lub znalezienia jakichkolwiek informacji o firmie. Od tego momentu **skuteczna komunikacja z jednej strony ułatwia kandydatowi odnalezienie się w procesie i podjęcie decyzji o złożeniu CV**, a z drugiej pomaga znaleźć kolejne informacje.”

MICHAŁ DZIERMAŃSKI

„Komunikacja **służy budowaniu relacji, wyrażaniu emocji, a nawet wywieraniu wrażenia**. Dla nas, HR-owców komunikacja to również **narzędzie do kształtowania wizerunku pracodawcy**.”

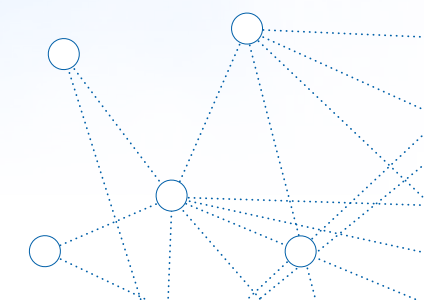
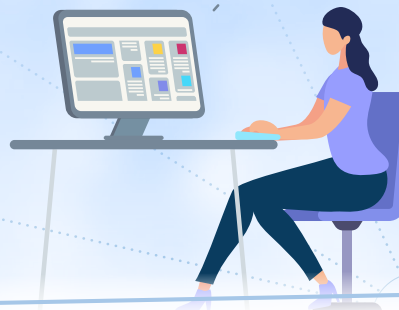
KATARZYNA FLORYN

„Komunikacja to również **spełnianie obietnic**.”

GABRIELA MACHAJEK

„Kandydat zawsze doceni **szczerą komunikat**, ale także **konsekwencje działań**. Komunikacja jak zawsze staje się **słowem-kluczem**. Ci, którzy to rozumieją – wygają.”

RAFAŁ JATCZAK





## KTO STOI NA STRAŻY PROCESÓW

Ważna misja do spełnienia

„Rola rekrutera nie jest tylko prowadzenie rekrutacji, ale także **edukowanie klientów i biznesu.**”

RAFAŁ JATCZAK

„**Poprzez wszystkie nasze działania komunikacyjne**, i mam tu na myśli zarówno kontakt z działem HR, jak i działania brandingowe, staramy się przybliżyć proces rekrutacji i pokazać warunki pracy.”

KAROLINA WIECZOREK

„Tu rekruterzy, a w zasadzie cały HR ma do odegrania **dużą rolę w procesie edukowania rynku** – zarówno w swoim gronie, jak wśród kandydatów. Nad procesami komunikacji warto nieustannie pracować.”

MARCIN GRALEWSKI

„Nie chodzi tylko o jednostronny kontakt w relacji kandydat-firma; ważne, **by kandydat wiedział, kto opiekuje się jego procesem rekrutacji**, z kim może się kontaktować i w jakim terminie może się spodziewać kontaktu, co, jeśli zmieni zdanie lub ma wątpliwości, czego może się spodziewać na rozmowie, kto go poprowadzi przez kolejne etapy rozmów itp.”

GABRIELA MACHAJEK

„Kreowanie przyjaznej **atmosfery** z kandydatem, dawanie **przestrzeni** na zadawanie pytań.”

KATARZYNA KOMOROWSKA

„Słuchamy i **badamy potrzeby** naszych kandydatów, a także zbieramy i dajemy informację zwrotną. (...) jako firma technologiczna, stawiamy na **automatyzację**. Przygotowujemy **nowe narzędzia** dla rekruterów, które sprowadzą cały proces przekazywania i zbierania feedbacku do kilku kliknięć.”

JUDYTA KRZYŻANOWSKA

„Ta sytuacja [pandemia] wymusza na nas podejmowanie coraz to nowych działań z zakresu optymalizacji procesów, otwarcia na nowe, innowacyjne sposoby działania, a z poziomu postaw – **wzmocnienie krytycznej autorefleksji, szybkiego reagowania na zmiany w otoczeniu i dużej dynamiki** we wdrażaniu zmian w organizacji.”

MARZENA CIEŚLAK-ŻOŁĄDEK



## COŚ WIĘCEJ NIŻ TROCHĘ TREŚCI?

TEKST, OBRAZ, PRZEKAZ – większa troska o punkt styku kandydata i pracodawcy

„Obecne czasy wymusiły na marketerach i rekruterach bardziej holistyczne podejście. To, co jeszcze kilka lat temu mogło pozostawać w sferze domysłów – jak **zachowania kandydata na stronie z ofertą pracy, czy sposób odbierania samej jej treści** – teraz musi zostać dokładnie zbadane.”

MICHAŁ DZIERMAŃSKI

„W wielu ogłoszeniach obserwuję bardzo luźny i bezpośredni język, **większą dbałość o atrakcyjną stronę graficzną, a także transparentność dotyczącą zarówno oferowanych stawek, jak i form zatrudnienia**, co jest ważną zmianą jakościową w komunikacji.”

MARZENA CIEŚLAK-ŻOŁĄDEK

„Dłuższe treści stają się mniej czytelne dla odbiorców, w przekazach wzrasta więc **udział obrazu i dźwięku**.”

GABRIELA MACHAJEK

„W dobie, kiedy tak wiele wiadomości i powiadomień absorbuje naszą uwagę, warto poszukać najskuteczniejszego kanału komunikacji oraz zadbać o **jakość** przygotowywanych materiałów. Pomocna jest także ich różnorodność oraz **odpowiednie przedstawienie wizualne, które nie tylko zwróci uwagę, ale pomoże błyskawicznie „przeskanować” ofertę** bądź komunikat, który kierujemy do kandydatów.”

JUDYTA KRZYŻANOWSKA







## CZY TO MA AŻ TAK DUŻE ZNACZENIE?

Wpływ na #candidateexperience

„Wartość feedbacku jest nie do przecenienia, a w czasie pandemii zyskuje dodatkową moc i stanowi ogromną wartość dla uczestników rekrutacji i ich komfortu psychicznego. Ostatnie rozmowy z osobami szukającymi pracy pozwoliły mi zrozumieć jaki wielki stres może generować brak feedbacku ze strony potencjalnego pracodawcy w tak niepewnych czasach.”

MARZENA CIEŚLAK-ŻOŁĄDEK

„Brak feedback’u = brak kandydata = brak rekrutacji!”

RAFAŁ JATCZAK

„Kluczowa jest informacja zwrotna, zwłaszcza jeżeli zawiera w sobie elementy merytoryczne, które mogą pomóc kandydatowi w rozwijaniu kompetencji przed kolejną próbą aplikacji.”

JUDYTA KRZYŻANOWSKA

„Czasem każdy dzień zwłoki w informacji robi dużą różnicę kandydatowi, który jest skłonny jako pierwszą przyjąć ofertę pracy, która pojawiła się wcześniej od innej, przy czym niekoniecznie jest ona dla niego lepsza.”

GABRIELA MACHAJEK

„Nadal spotykam się z informacjami/opiniami od kandydatów o braku informacji zwrotnej w związku z procesem rekrutacyjnym. Niewyobrażalne jest dla mnie jak można nie wracać do danego kandydata chociażby z informacją, że rekrutacja jest już zakończona.”

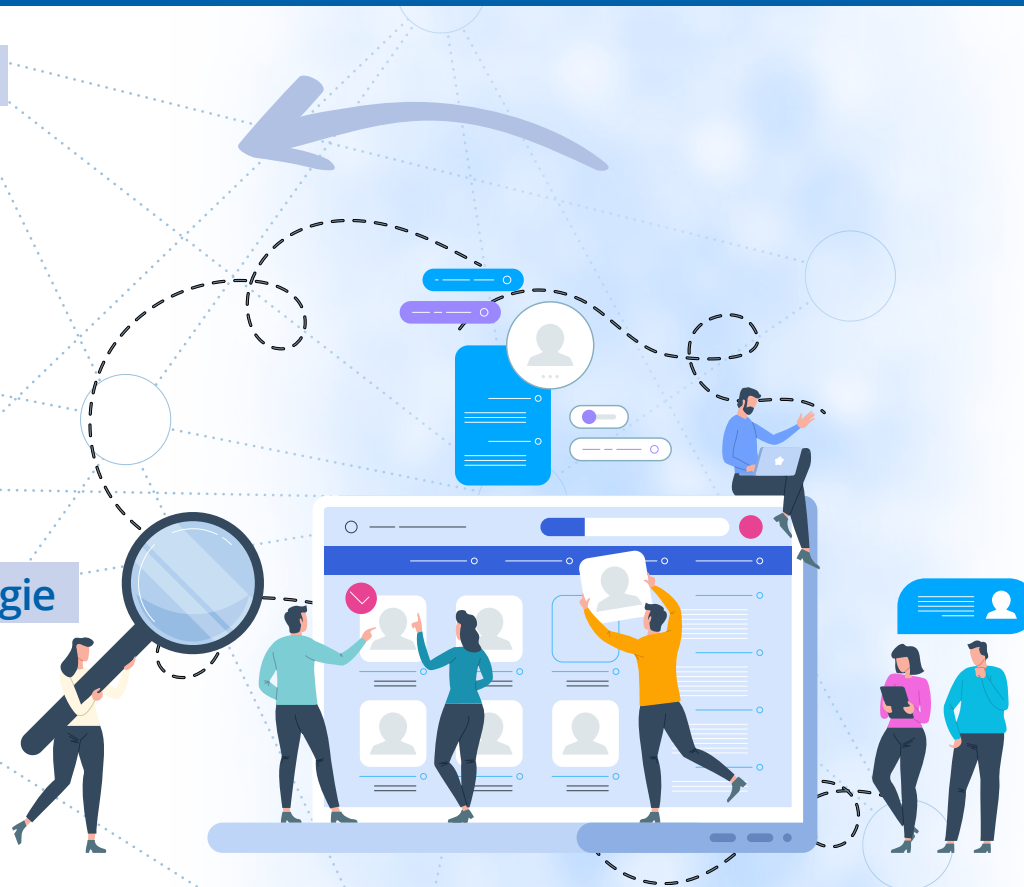
KAROLINA KOMOROWSKA



## CHECK-LISTA

O czym warto pamiętać konstruując procesy komunikacji?

- ✓ **Analiza posiadanych informacji o grupie docelowej**  
Do kogo kierujemy przekaz EB, ogłoszenie, wpis w social media itp.?
- ✓ **Harmonogram rekrutacji**  
Kto i w jakim terminie odpowiada za poszczególne etapy
- ✓ **Kanały i formuła dotarcia do kandydata – równoległe do publikacji ogłoszeń**  
Gdzie i w jaki sposób komunikujemy się z naszą grupą docelową?  
Czy grafika w social mediach wystarczy?
- ✓ **Kontakty z rekruterem – formuła, kanały, technologie**  
Gdzie można znaleźć kontakt? W jakiej sytuacji kandydat może się kontaktować i uzyskać więcej informacji o firmie?
- ✓ **Konstrukcja ogłoszenia rekrutacyjnego**  
Treść, obraz, przyjazna zawartość
- ✓ **Feedback**  
Ustalenie etapów, odpowiedniego tempa i formuły udzielania informacji kandydatom
- ✓ **EB w każdym punkcie styku kandydata z marką pracodawcy**  
Stworzenie zestawu działań – to może być lista w punktach lub obszerna strategia.  
Warto podejmować każde, odpowiednio dobrane do możliwości pracodawcy działania EB.





„Przede wszystkim stawiałabym na jasne, klarowne i wyczerpujące komunikaty oraz utrzymywanie bieżącego kontaktu.”

**KATARZYNA FLORYN**

„Zwróćmy uwagę na kreowanie przyjaznej atmosfery z kandydatem, dawanie przestrzeni na zadawanie pytań. Co często obserwuje to fakt, że kandydaci boją się zadawać pytania lub po prostu nie wiedzą czy mogą. Warto ich do tego zachęcać.”

**KATARZYNA KOMOROWSKA**

**TOP WSKAZÓWKI  
DLA HR**

„Trendy są stałe: komunikować się precyzyjnie, coraz krócej i trafiać do grupy docelowej. Odkryć rekruterów - pokazać twarz, imię, nazwisko, formę skontaktowania się - i powiedzieć wprost, czego można się spodziewać aplikując do danej firmy.”

**GABRIELA MACHAJEK**

„Najważniejsza jest praca nad skutecznymi metodami sourcingu kandydatów, budowanie relacji z kandydatami, w tym wysoki poziom komunikacji oraz poprawny proces udzielania feedbacku.”

**RAFAŁ JATCZAK**

„Czas bywa elementem pozornym i trzeba na ten element uważać. Pracodawcy chcą jak najszybciej poznać kandydatów, żeby zorientować się jak wyglądają możliwości rynkowe i dostępność pożądaných do zespołu osób. Po tym etapie często tempo projektu zwalnia. Jest to zazwyczaj związane ze złożonością procesu decyzyjnego u pracodawcy, wynikającą m.in. z ilości osób, z którymi kandydat musi się spotkać, czy też podjęcia trudnej decyzji przez pracodawcę. To jest moment kiedy kandydaci się niecierpliwiają, natomiast tłumaczymy, że tak wygląda proces i jest on naturalny.”

**MARCIN GRALEWSKI**





DZIĘKUJEMY ZA MERYTORYCZNY UDZIAŁ W PROJEKCIE  
WYMENIONYM OSOBOM ORAZ ZESPOŁOM



**Katarzyna Floryn**  
HR Specialist

**Katarzyna Komorowska**  
Talent Acquisition Specialist,

ARLA Global Shared Services



**Marzena Cieślak-Żołądek**  
HR Business Partner  
BPO International



**Karolina Wieczorek**  
Recruitment Team Leader  
Capgemini



**Judyta Krzyżanowska**  
Communications Specialist  
**Katarzyna Zalewska**  
HR Specialist  
**Michał Dziermański**  
Communications Specialist  
ING Tech Poland



**Gabriela Machajek**  
Kierownik Zespołu Rekrutacji  
Play



**Marcin Gralewski**  
Partner Zarządzający  
Talent IN



**Rafał Jatzczak**  
autor bloga  
*Sposoby na zasoby*

