

IDBC

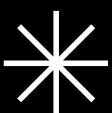
BEST.BRAINS.DELIVERED



`<div class="title">`

Sikerre kódolva

`</div>`



idbc.hu
contact@idbc.hu



Cheat sheet az IT munkaerőpiachoz

KEDVES OLVASÓ!

Az elmúlt években erősen érezhető volt az IT piacon fellépő egyre kiszámíthatatlanabb munkaerőigény, ami nem befolyásolta azt a tényt, hogy továbbra is kihívásokkal nehezített megtalálni a megfelelő tech szakembereket.

A következőkben először részletesen bemutatjuk a jelenlegi **IT munkaerőpiaci trendeket**, hogy általános piaci háttérrel és értelmezési kerettel biztosítsunk a későbbiekben. Elmondjuk azt is, mi az, és miért fontos a **jelöltélmény**, valamint hogyan fejleszthető egy céges környezetben.

Ezt követően arra is kitérünk, konkrétan milyen módszerekkel lehet a **leghatékonyabban megszólítani az IT szakembereket**, milyen kérdéseket érdemes feltennünk az interjúk során, és hogyan tudunk a bértárgyalások alkalmával egy **reális bérben megállapodni** a szakemberekkel.

Szakértői guide-unk végén pedig arról is adunk tanácsokat, hogyan lehet **hosszútávon megtartani az IT szakértőket**, elkerülve a sokszor igen magas fluktuációt.



Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS

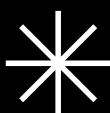
I. IT MUNKAERŐPIACI TRENDEK

II. MI AZ A JELÖLTÉLMÉNY, ÉS HOGYAN LEHET VELE FOGLALKOZNI?

III. LEGJOBB IT SZAKEMBEREK MEGSZERZÉSE

IV. INTERJÚKÉRDÉSEK ÉS A BÉRTÁRGYALÁS

V. IT SZAKEMBEREK MEGTARTÁSA



idbc.hu
contact@idbc.hu

Miért fogadd meg tanácsainkat?



Molnár-Szabó Zsuzsa

ITS üzletágvezető

Az IT toborzás az IDBC-nél nem csak egy terület a sok közül, hanem ez a **fő kompetencia**: az IDBC IT tanácsadó és contracting céggé indult, **10 év alatt vezető toborzó céggé** vált a tech munkaerőpiacon.

Nem csak tároljuk a jelöltek önéletrajzát az adatbázisunkban, hanem folyamatosan tartjuk a kapcsolatot: a jelöltek jövedelemvárásaival, kulcs kompetenciáival, elérhetőségével képből vagyunk. **Stratégiai tech content marketingünknek** köszönhetően ott kommunikálunk a jelöltekkel ahol tartalmat fogyasztanak, az IT-hoz kapcsolódó aktuális tartalomgyártás a mindennapjaink része.

Tudjuk tehát, hogy az ilyen jelöltközpontú piacon kiemelkedően fontos a vállalati oldal fejlesztése mind folyamatokban, mind minőségben, valamint a kiváló **IT szakemberek hatékony megszólítása és megtartása**. Ezt az útmutatót pedig éppen azért hoztuk létre, hogy évtizedes tapasztalatunkat, és **szakértőink legjobb tanácsait átadjuk neked**.

I. Így találd meg a legjobb IT szakembereket

Az IT munkaerőpiac egy összetett és dinamikusan változó terület, de mi most összeszedtük a legfontosabb tendenciákat, amikkel HR és toborzó oldalon számolni kell.

Az első részben a következő toborzói tapasztalatokat fogjuk végigvenni:



- **Specializálódó toborzók és automatizáció**

- **Hosszútávú bővülés és minőségi nyomás**

- **Legjobb recruiting eszközök az IT-szektorban**

- **Legkeresettebb és legnehezebb IT pozíciók**

- **Z generáció a munkaerőpiacon**

I./1. Hosszútávú bővülés és minőségi nyomás

IT munkaerőpiaci trendek

1. Hosszútávú bővülés

Az **IT-munkaerőpiac** turbulens jellege mit sem változott az elmúlt években.

Az általános iparági vélemény szerint a szektort érintő legfontosabb trend, hogy összességében még **mindig bővülésre, továbbfejlődésre lehet számítani**. A digitális iparnak még mindig egyre több munkaerőre lesz szüksége. Ez a munkaerőigény az innovatívabb országokban nagyobb tempóban fog bővülni, mint a foglalkoztatási ráta, tehát elhúzódó munkaerőhiányos állapotra lehet számítani, világszerte, noha ennek a dinamikája az utóbb időszakban jelentősen mérséklődött globális és hazai szinten is.

Vannak megingások és átstrukturálódások, de a **Big Tech leépítési hullámok csak felszíni mozgásokat jelentenek** egy továbbra is erősödési tendenciát mutató szektorban. Az IT menetelésének még nem látszik a vége, az egyensúlyi helyzet elérése még nincs a horizonton, a globális digitalizációs folyamatok, illetve az emergens technológiák és kihívások még évekre igényelnek új kapacitásokat.

2. Előtérben a minőségi jelöltek és az innovatív recruiting megoldások

Magyarországon a cégeken **minőségi nyomás** van. Egyre jobban megválogatják, hogy kit vesznek fel, a **rightsizingolás** pedig a munkaerőpiacra is kihat. A kereslet némileg csökkent a közelmúlthoz képest, ezért több vállalatnál megingott a hajlandóság a toborzóügynökségek, külső partnerek bevonására. Többen próbálják saját kapacitásban megoldani a toborzást, mint akár egy évvel ezelőtt. Ez viszont azzal kockázattal jár, hogy figyelmen kívül hagyja a folyamatosan nyíló szakértelmi ollót.

I./2. Specializálódó toborzók és automatizáció

Az **IT-toborzásra** ugyanis extra nyomás nehezedik, ami innovációra és magasan specializált szakértők alkalmazására sarkallja a cégeket. A recruitingnak többet és jobban kell teljesítenie, de a gazdasági konjunktúra leáldozásával erre kevesebb erőforrást lehet fordítani, tehát extra fontossá válik a **hatékonyságnövelés**. Ebben a szakterület segítségére lehet a folyamatoptimalizálás és az automatizálás.

A toborzásra specializált cégek olyan módszereket alkalmaznak, amelyek nem könnyen elérhetők a szakmán kívüli vállalatok számára. Az **IDBC** tanácsadói a legújabb technológiákat használják: automatizált adatbázist építünk, és egyszerre 10 platformon is toborzunk, valamint AI szoftvereket is alkalmazunk a sourcing folyamat során.



Ezek a fejlesztések olyan **kapacitásokat szabadítanak fel**, amelyek egy átlagos vállalat HR-osztályán nem érhetőek el, hiszen sokszor nem jut kapacitás minden megkeresésre válaszolni, adott esetben többször is felvenni valakivel a kapcsolatot. A jelölt számára viszont természetesen az a pozitív élmény, ha odafigyelnek rá, nem feledkeznek meg róla. Ez azért is kiemelkedően fontos, mert sokszor egy önéletrajzból nem derül a teljes kép, vagy a pontos technológiai és üzleti tudás és tapasztalat, de ezt a megfelelő kommunikációval a fejadászok, tanácsadók hamar feltérképezik.

Az **automatizáció, a friss technológiák elősegítik, hogy minden egyes jelölt személyes figyelmet kapjon** – ezek a digitális megoldások nem személytelenné teszik a kommunikációt, hanem éppen ellenkezőleg, felgyorsítják a pontos, testreszabott üzenetek küldését.

Így garantáltan pozitív élmény lesz a kiválasztási folyamat mindenki számára, akivel a cég kapcsolatba lép.

```
<div class="IDBC tipp">
Fókuszálj a
hatékonyságnövelésre,
folyamatoptimalizálásra!
```

I./3. Z generáció és az önképzés fontossága

3. A fiatalok mindenhez érteni akarnak

A Nemzetközi Munkaügyi Szervezet előrejelzése szerint **2025-re a Z generáció teszi ki a munkavállalók több, mint egynegyedét (27%) világszerte.**

A Gartner 2022 és 2023-ban végzett, 7000 munkavállalót bevonó kutatása során azt találta, hogy a jelöltek 59%-a lemondana 10%-kal magasabb fizetésről egy jobb munka-magánélet egyensúlyért, 53%-a egy érdekesebb karrierútért vagy új készségek elsajátításának lehetőségéért.

A tendencia tehát nem kizárólagosan generáció-specifikus, de az mindenképp elmondható, hogy a Z generáció olyan munkahelyet keres, ahol **értékelik a véleményüket, ahol fejlődhetnek és tanulhatnak, ahol rugalmasan dolgozhatnak, és ahol összhangban vannak a cég értékeivel és küldetésével.** Egy 2018-as Gallup felmérés szerint a Z generációs alkalmazottak azt várják egy szervezettől, hogy **törődjön az alkalmazottak jólétével, etikus legyen a vezetés, a munkahely pedig sokszínű és befogadó legyen.**

4. Nem kell a papír

A fokozódó verseny miatt már évek óta elértéktelenedettnek számítanak a hagyományos, a presztízsértékű vagy szimbolikus szempontok, mint például bizonyos diplomák. Előfordul már, hogy inkább az igazolható, üzleti környezetben gyűjtött konkrét szakmai tapasztalatot keresik a cégek, a jól demonstrálható szaktudás. **Felértékelődik a portfóliók szerepe,** azok az eszközök és megoldások, amiket a fejlesztők fel tudnak mutatni a szakértelmük demonstrálására. Ezeket pedig már akár otthon, külső segítség nélkül is meg lehet tenni, például a [roadmap.sh oldal](https://roadmap.sh) segítségével, ami pozíciók és skillek alapján teszi lehetővé új készségek elsajátítását.

I./4. Legkeresettebb és legnehezebben betölthető pozíciók

A nehezebben betölthető tech pozíciók kihívásai sokszor abból fakadnak, hogy nem régóta létező területekről és szaktudásról van szó, továbbá hogy sok IT pozíció folyamatosan változik a technológiákkal együtt. Tapasztalataink alapján a legnichebb és legnehezebben betölthető pozíciók a következők:

- 1. Cyber Security:** A kiberfenyegetések egyre összetettebbé válnak - gondoljunk akár csak a bankszektorban lévő ilyen típusú incidensekre, amit akár az ember a saját bőrén is tapasztal - ezért növekszik az igény az ilyen típusú szakemberekre, akik képesek érzékeny adatokat és hálózatokat védeni.
- 2. Data Scientist, Machine learning mérnökök:** Ahogy az adatalapú döntéshozatal egyre fontosabbá válik minden vállalati kultúrában, ezért a nagyméretű adatkészletek és machine learning modellek fejlesztésére specializálódott szakemberek egyre keresettebbek.
- 3. Cloud Architects and Engineers:** A piacon egyre nő a felhőalapú infrastruktúra és szolgáltatások tervezésére, megvalósítására és kezelésére való igény. A piacon növekszik az ilyen típusú szakemberek száma, azonban még mindig kicsit a merítés az igényekhez képest. Ezen a területen az IT-soknak széleskörű ismeretekkel kell rendelkezniük a különböző felhőszolgáltatásokról, infrastruktúra tervezésről, biztonságról és összehangolt rendszerek kialakításáról. Ezek a szakértelemek speciális képzést és tapasztalatot igényelnek, ami nem mindenki számára könnyen elérhető.

I./4. Legkeresettebb és legnehezebben betölthető pozíciók

4. DevOps Mérnökök: A DevOps szemléletmód népszerűsége növekszik, és sok vállalat áttér az ilyen típusú munkafolyamatokra. Emiatt nagyobb a kereslet a DevOps mérnökök iránt, mint amennyi képzett szakember áll rendelkezésre. Továbbá a terület folyamatosan fejlődik és változik. Ez azt jelenti, hogy a DevOps mérnököknek lépést kell tartaniuk az új technológiákkal, eszközökkel és gyakorlatokkal, ami további kihívást jelenthet a munkáltatók számára. A DevOps mérnököknek széleskörű ismeretekkel kell rendelkezniük a fejlesztés, az infrastruktúra és az üzemeltetés területén. Sokszor nehéz olyan szakembereket találni, akik ezt a három területet egyesítik a megfelelő szinten.

A fentiekben csak pár példát fejtettünk ki, azonban lehet folytatni a sort fullstack fejlesztőkkel, BIG data engineer-ekkel vagy akár az AI és robotika szakembereivel.

Összességében a fenti pozíciókat betölteni nehézségekbe ütközhetnek a szakemberhiány, a kereslet és kínálat egyensúlya, a szakértelem hiánya és a folyamatos változások miatt. Ennek eredményeként a vállalatoknak kreatív és hatékony módszereket kell alkalmazniuk a megfelelő szakemberek felkutatására és megtartására. A nagyobb vállalatok és technológiai cégek versengenek a legjobb IT-s szakemberekért. Ez azt jelenti, hogy a kisebb vagy kevésbé ismert cégeknek nehezebb lehet versenyezni a tehetségekért, különösen akkor, ha korlátozott a költségvetésük vagy az ismertségük. A vállalatoknak proaktívan kell megközelíteniük a tehetségek felkutatását és megtartását a fenti területeken, valamint meg kell vizsgálniuk a képzési és fejlesztési lehetőségeket annak érdekében, hogy saját belső szakértelmet fejlesszenek ki ezen a területen.

I./5. A legjobb recruiting eszközök az IT-szektorban

Az aktuális helyzet felvázolása után nézzük meg, mik a legjobban működő módszerek a jelöltek megszólítására.

1. Saját nevelés

Sok cégnél dolgoznak ki saját **gyakornoki programot**, hogy már az iskolai évek alatt lépéselőnyre tegyenek szert néhány fiatalnál, és korán elkezdjék az összehangolásukat a vállalati kultúrával. Ez egy széles körben alkalmazott megoldás, jellemzően diákszövetkezeteken keresztül bonyolítják le a gyakornoki pozíciók betöltését a cégek.

Ez a megoldás persze **hosszútávú befektetés**, nem egy konkrét megoldás egy akut staffing problémára. A kifejezetten seniorhiányban szenvedő magyar piacon főleg nem. Ha arra számítunk, hogy ez az állapot nem fog gyorsan megváltozni (és a jelek erre utalnak), akkor érdemes lehet kiépíteni a „saját nevelés” alapjait a cégnél, vagy bővíteni a meglévő programokat. Kiváltképp, hogy az IT területen való utánpótlás egy kiemelkedően fontos téma lesz pár éven belül, amivel érdemes már most elkezdni foglalkozni minden vállalatnak.

Eljöhét az az idő, hogy a cégek egyfajta **tehetségkutató-közösségépítő központként** is gondolnak magukra, hasonlóan a sportklubok működéséhez. A tizen- és huszonévesek számára egy identitásadó pillérként is funkcionálhatnak a cégek, ha organikus, összetartó közösségeket tudnak építeni, és olyan értékrendszerből szőnek hálót, amivel egy fiatal nyugodt lélekkel, sőt, akár némi büszkeséggel tud gondolni.

Egyelőre viszont azt látjuk, hogy **nem minden IT-cég kiemelkedő az employer brandingben**, sem pedig a támogató környezet megteremtésében (nagy általánosságban, akadhatnak pozitív ellenpéldák). Egyszerűen hiányzik, vagy lassan épülnek ki az emberi kapcsolatokat szakmailag jól kezelő kapacitások, a people management.

I./5. A legjobb recruiting eszközök az IT-szektorban

2. Belső ajánlóprogram

Akit egy kolléga ajánl felvételre, az jellemzően tovább marad a cégnél, ezt mondja a statisztika. Az IDBC saját adatai szerint mintegy **2x-10x hatékonyabban helyezünk el ajánlott jelölteket, mint az egyéb csatornáról** (Profession.hu, LinkedIn, weboldal, stb) érkezőket.

Nyugat-Európában a dolgozók felvételének **30 %-a** belső ajánlás eredménye, Magyarországon ez általában 20 %, tehát még lehet fejlődni. Az ajánlást általában **pénzjutalommal** ösztönzik a cégek: ha a próbaidejét kitölt az ajánlott jelölt, az ajánló bónusszal gazdagodik. Viszont nem tudhatjuk, hogy későbbi pozícióra nem fog-e megfelelni az adott szakember, így nálunk már a **CV-beküldést is honoráljuk kiemelt pozíciók esetén**. Az utánkövetés és visszamérés tehát kifejezetten fontos, hiszen jövőbeli elhelyezéseket biztosíthatunk általuk.

3. A LinkedInen túl

A **LinkedIn nem lehet kizárólagos eszköze** a recruitingnak. Tendenciaként tapasztaljuk, hogy ez a platform nem minden típusú keresésnél célravezető és a leghatékonyabb az IT szektorban. Az okok teljesen érthetőek: a keresett szakértőknek már elege van az állandó megkeresésekből, és mivel alapvetően nem sokan motiváltak arra, hogy aktívan érdeklődjenek az álláslehetőségek iránt, ezért sokan hosszú ideig meg sem nyitják a LinkedIn-t, nem érik el őket az onnan érkező üzenetek és értesítések.

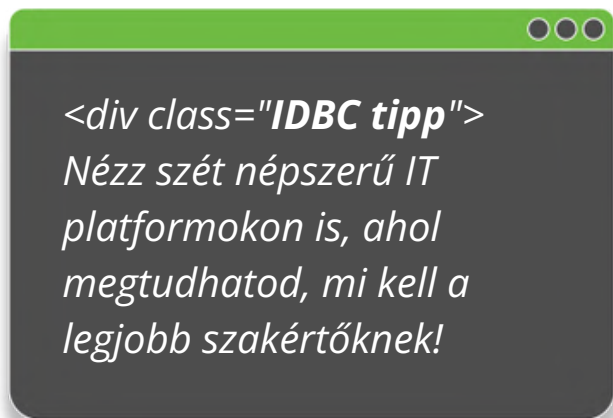
Az IDBC eleve **multiplatform megközelítést** használ. A legfontosabb csatornánk, amire a fókuszot helyezzük, elsősorban a telefon, másodsorban email – ezek a régi, bevált kommunikációs formák maradtak a legmegbízhatóbbak, ha sikerül az elérhetőséget megszerezni. A megkeresésnek mindig pontosnak, relevánsnak és hatékonynak kell lennie, hiszen mindenki idejét tiszteletben szeretjük tartani.

I./5. A legjobb recruiting eszközök az IT-szektorban

Még ha nincs is jelentős forrásod más platformok használatára, szerintünk érdemes néhány releváns alternatívát megfontolni:

- Reddit fórumok, specifikusan adott IT problémákra, programnyelvekre
- kapcsolódó Quora kérdésekre adott válaszok- a témában nagy befolyással bíró szakértők Twitterjének követői és az interakciók
- IT Facebook csoportok
- online és offline IT szakmai konferenciák
- TopTal, Upwork, és szabadúszó IT szakértők által preferált freelance platformok
- kódversenyek, kihívások
- GitHub, Stack Overflow aktivitások

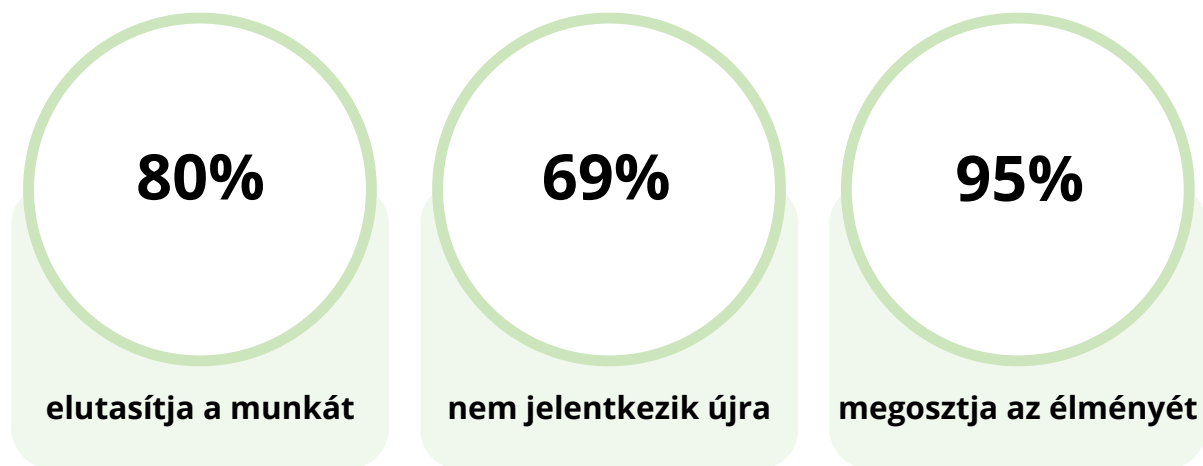
Ez a kutatómunka elmélyültebb és kicsit kreatívabb hozzáállást igényel, mint LinkedInen és adatbázisokban kereséseket futtatni, ezért nyilván drágább, erőforrásigényesebb is, de ha kellő odafigyeléssel és empátiával közelítjük meg a szakmai fórumokon megjelenő szakértőket, azzal messzebbre juthatunk, mint egy hideg emaillel!



II. Élmény a toborzásban

Mi az a jelöltélmény, és hogyan lehet vele foglalkozni?

A **candidate experience**, vagyis a jelöltélmény, az a benyomás, amit egy álláskereső szerez egy munkáltatóról a toborzási folyamat során. Ez magában foglalja a jelentkezés, az interjú, a visszajelzés, az ajánlat és az onboarding szakaszait. Ez a benyomás befolyásolhatja a jelölt döntését arról, hogy elfogadja-e az állásajánlatot, illetve, hogy milyen véleményt alakít ki a cégről. Egy jó jelölti élmény nemcsak a **sikeres felvételt segíti elő, hanem a munkáltatói márka erősítését is**. Ebben az útmutatóban bemutatjuk, hogy miért fontos a jelölti élmény, és hogyan érdemes fejleszteni.



A candidate experience fontosságát számos kutatás igazolja. **A kutatások szerint például a jelöltek 80%-a elutasítja a munkát, ha rossz élményt él át a toborzási folyamat során**, 69%-a pedig nem jelentkezik újra egy céghez negatív tapasztalatok után. Ezek a vélemények pedig gyorsan is terjednek: Az Indeed szerint a jelöltek 95%-a megosztja a candidate experience-ét másokkal, akár online, akár személyesen.

Ezek az adatok azt mutatják, hogy a candidate experience nemcsak a jelöltek, hanem a cégek számára is kulcsfontosságú. Egy jó candidate experience **növeli a munkáltatói márkaértéket, csökkenti a fluktuációt, javítja a munkavállalói elkötelezettséget, és vonzza a tehetségeket**. De hogyan érhetjük el ezt?

II./1. Hogyan fejleszd?

Íme 5 tipp, amelyek segítenek ennek javításában:

1.

Tegyük egyszerűvé és gyorsá a jelentkezést

A jelentkezés az első lépés a candidate experience útján, ezért fontos, hogy pozitív benyomást keltsünk. A **jelentkezési folyamatnak egyszerűnek, gyorsnak**, és mobilbarátnak kell lennie. Kerüljük a hosszú és bonyolult űrlapokat, a felesleges kérdéseket és a technikai problémákat. A Workable szerint a jelöltek 60%-a feladja a jelentkezést, ha túl hosszú vagy bonyolult. A jelentkezési folyamatnak legfeljebb 5 percet kellene igénybe vennie, és legfeljebb 10 kérdést kellene tartalmaznia.

2.

Kommunikáljunk hatékonyan és rendszeresen

A kommunikáció az egyik legfontosabb tényező a candidate experience szempontjából. A jelölteknek szükségük van arra, hogy tudják, mi történik a toborzási folyamat során, mikor várhatnak visszajelzést, és milyen lépéseket kell tenniük. A **kommunikációnak hatékonyan, rendszeresen, és személyre szabottan kell történnie**. Használjunk automatizált üzeneteket, e-maileket, telefonhívásokat, és videókat, hogy tájékoztassuk a jelölteket az állásukról, és adjunk nekik hasznos információkat a cégünkről és a munkakörükről.

A jelöltek 81%-a azt szeretné, hogy a cégek gyakrabban kommunikáljanak velük a toborzási folyamat során.

3.

Tegyük vonzóvá és relevánssá az álláshirdetéseket

Az álláshirdetések az első kapcsolatfelvétel a jelöltek és a cég között, ezért fontos, hogy **vonzóak és relevánsak** legyenek. Az álláshirdetéseknak tükrözniük kell a cég kultúráját, értékeit, és céljait, valamint bemutatniuk kell a munkakör előnyeit, kihívásait, és elvárásait. Az álláshirdetéseknak **világosnak, pontosnak és frissnek** kell lenniük, és kerülniük kell a sablonos, unalmas, vagy félrevezető formulákat.

A jelöltek 83%-a azt mondja, hogy fontos számukra az álláshirdetések minősége a jelentkezési folyamat során.

II./1. Hogyan fejleszd?

4.

Adjunk gyors és konstruktív visszajelzést

A visszajelzés az a szakasz, ahol a jelöltek megtudják, hogy sikeresek voltak-e vagy sem, ezért fontos, hogy gyorsan és **konstruktívan adjunk visszajelzést**. A visszajelzésnek nemcsak arra kell szolgálnia, hogy értesítsük a jelölteket az eredményükről, hanem arra is, hogy elismerjük az erőfeszítéseiket, és segítsünk nekik fejlődni. A visszajelzésnek **pozitívnak, őszintének, és hasznosnak** kell lennie, és konkrét példákat és javaslatokat kell tartalmaznia. A visszajelzést lehetőleg személyesen vagy telefonon adjuk, és ne hagyjuk a jelölteket sokáig várni. Ezek természetesen néha nagy plusz terhet tudnak róni a belső HR osztályra, így érdemes lehet tapasztalt toborzói gárdával dolgozni, akik **erőforrást** tudnak erre allokálni.

A jelöltek 94%-a szeretné, hogy a cégek adjanak nekik visszajelzést a toborzási folyamat során.

5.

Tegyük mérhetővé és fejleszhetővé a candidate experience-t

A candidate experience-t nem elég csak megteremteni, hanem mérni és fejleszteni is kell. A candidate experience-t mérni lehet különböző módszerekkel, például kérdőívekkel, interjúkkal, tesztekkel, vagy analitikai eszközökkel.

A Workramp szerint a cégek 70%-a nem méri a jelöltélményt, és csak 30%-a fejleszti azt. A candidate experience-t fejleszteni lehet különböző módon, például a **folyamatok optimalizálásával, a technológia alkalmazásával, a visszajelzések figyelembevételével, vagy a legjobb gyakorlatok megosztásával**. A candidate experience-t mérni és fejleszteni kell rendszeresen, hogy folyamatosan javítsuk a jelöltek és a munkavállalók elégedettségét, és növeljük a cég versenyképességét.

III. Így szerződtesd le a legjobb IT szakembereket

Legjobb IT szakemberek megszerzése

Azt már végig vettük, milyen lépcsőkben tudunk figyelni a jelöltélményre, de ennek egy konkrétabb lépése az IT szektorban a szakemberek tényleges leigazolása. Ehhez pedig érdemes néhány ipárgspecifikus tényezővel is számolnunk, hogy megtarthassuk a legjobb jelölteket.

Hogyan keltsük fel az IT-s figyelmét?

Egy jó álláshirdetéssel! Hogy hogyan?



1. Közvetlen hangnem

A jelölteket direkt szólítja meg, tehát egyes szám második személyben fogalmaz („ön, önnek” / „te, neked” / „You, for you”).

Ezzel a hirdetés megfogalmazójaként tudomásul vesszük és tisztázzuk, hogy itt direktben az olvasó személyéhez beszélünk. Az álláshirdetés már nem egy „közlemény”, ne „a jelölt”-ről beszéljünk benne, mint valami fiktív, idealizált karakterről, hanem szólítsuk meg magát az olvasót!

A cég saját magáról pedig többes szám második személyben fogalmaz („mi, nekünk, szerintünk”), felvállalva itt is a direkt kommunikációt, azt a tényt, hogy a cégben alkalmazott hús-vér kollégák szólnak szintén lélegző és létező emberekhez, akikkel potenciálisan együtt dolgoznának.

2. A konkrét feladatkör részletezése

Nagyon nagy különbséget jelent egy IT-szakember számára, ha az állás leírása pontos projektleírásokat tartalmaz a programnyelvekkel és fejlesztői környezetekkel dobálózás helyett. A titulus legyen pontos és realiztikus, ne valami, ami „jól hangzik”.

III./1. Mitől lesz vonzó egy álláshirdetés?

3. Az alapfeladatok legyenek egyértelműen kilistázva.

Az álláshirdetésben ne homályos célkitűzéseket fogalmazzunk meg, hanem próbáljuk érthetően és konkrétan leírni, hogy a napi munka során pontosan mit fog csinálni, milyen feladatokat fog végrehajtani a sikeres pályázó.

4. Őszinte és releváns cégbemutató szekció

Ne bízzuk a jelöltre, hogy a weboldalunkon kutakodjon, és pláne ne hagyjuk, hogy az előítéletekre, esetleg pletykákra támaszkodjon, amikor meglátja a cég nevét! Az állásleírásban legyen egy „rólunk”-jellegű szekció, ahová nem márkaértékeket és divatos buzzwordöket, jelmondatokat zsúfolunk be, hanem egy szikár, pontos leírást a cégről:

- *termékek / szolgáltatások*
- *küldetés*
- *a cég aktuális státusza*

Miért éppen ez a pozíció van meghirdetve, miért most, milyen életszakaszban jár a cég, mibe fog csatlakozni az újonnan érkező? Ez lehet külföldi terjeszkedés előkészítése vagy lebonyolítása, IT-infrastruktúra modernizálása, akvirált vállalat integrálása, új termék fejlesztése, új üzletág elindítása, régi üzletág átszervezése.

- *a jelölt konkrét feladata és szerepköre*

Hogyan fog illeszkedni a státuszban leírt helyzethez az a munka, amit a pozíciót sikeresen betöltő személy végezni fog?

- *Eszközök és technológiák*
- *Kulcsügyfelek*
- *Legutóbbi sikerek, mérföldkövek*

```
<div class="IDBC tipp">  
Iratkozz fel, hogy  
álláshirdetés útmutatónkat  
is megkapd!
```

III./2. Követelmények az álláshirdetésekből

5. Követelmények pontosítása

A követelmények listája legyen tömör és fókuszált, ezzel csökkentjük az esélyét annak, hogy egy valóban releváns jelölt „lepattan”, illetve precízebbé, feszebbé tesszük a szöveget.

Fontos lenne, hogy a hirdetés megfogalmazásakor valóban alaposan gondoljuk át, hogy a követelmények között **mi az, ami feltétlenül szükséges, és mi jelent előnyt.** Egy őszintén összerakott nice-to-have / must-have lista csökkenteni tudja a sikeres toborzáshoz szükséges időt.

Kerüljünk minden követelményt, ami bármilyen szempontból diszkriminatív, és itt nem csak az értelemszerű faji, vallási és egyéb megkülönböztetésre gondolunk, hanem a „fiatalos” munkakörökre és egyéb jelzőkre. Ne feledjük, hogy sokfélék vagyunk, egy adott feladatkört néha olyan módszerekkel is jól el lehet látni, amire mi alaptól nem gondolnánk.

Ha összeraktunk egy jó állásleírást, ami minden szempontnak megfelel, világosan fogalmaz, jó a szerkezete, akkor érdemes vázlatot készíteni belőle, és **konzisztensen használni.** Ez egyrészt jó hatást kelt kívülről, professzionálissá teszi a kommunikációt, másrészt hasznos is, gyorsítja a munkát az újabb pozíciók előkészítése során.

Fontos: a folyamat során **kérjük visszajelzést** a jelöltektől! Mi tetszett nekik az alapinformációkban, mi nem, mire lettek volna még kíváncsiak? Ezekkel az értékes visszajelzésekkel továbbfejleszthetjük a konkrét hirdetést és az alapul szolgáló szerkezetvázlatokat is.

```
<div class="IDBC tipp">  
Helyezkedj a jelölt  
szemszögébe, fókuszálj  
arra, ami neki fontos lehet!
```

III./3. Az előnyök kihangsúlyozása

Ezen a ponton kikristályosodik, hogy a jó álláshirdetés létrehozásába fektetett munka impliciten segíti a pozíció pontos kialakításának és rendszerbe illesztésének folyamatát is. A két dolog egymásra is hat, és ezzel azt érzük el, hogy a jelöltek nagyobb érdeklődéssel fordulnak hozzánk. Ugyanis az IT-szakemberek szakmai vágyainak toplistáján előkelő helyen szerepel az, hogy **a pozíció feladatkörei és követelményei, a siker mércéje legyen világos és egyértelmű.**

Ezt vehetjük a „nulladik” szempontnak, amit egy IT-s jelölt mérlegel, és most ezzel át is térhetünk arra, mi számít „nyerő” tartalomnak egy álláshirdetésben, azaz mire vágyik manapság egy jó IT-s, a munkáját illetően?

6. Szakmai fejlődési út vázolója

Tapasztalataink szerint az IT-sok lételeme a fejlődési lehetőség, ami ezen a pörgős, folyamatosan innováló szakterületen valahol elemi érdekük is. Ez azt jelenti, hogy a jó szakemberek kifejezetten keresik a kihívást. Érdemes proaktívan megtervezni és bemutatni, hogy az akár már eleve jól képzett és tapasztalt kolléga előtt **milyen további fejlődési lehetőségek** fognak állni, ha úgy dönt, hogy csatlakozik a céghez.

Szinte minden vállalatban van kapcsolódás valamilyen korszerű, a szakmát izgalomban tartó technológiához vagy területhez, mint a **gépi tanulás vagy az adattudomány** – ha a munkakörben vannak ilyen kapcsolódások, azt kommunikálni kell. De ha éppen a mi vállalatunk nem annyira „szexi”, akkor is érdemes egy belső audittal, körkérdéssel kikutatni, hogy az itt dolgozó IT-s kollégák számára mi adja meg a szakmai fejlődéssel járó kihívásokat a napi munkában, majd ezt büszkén felvállalni.

III./4. Értékteremtés a fókuszban

7. Komolyan vett küldetés

Egy megkönnyebbült sóhaj hagyhatja el a jelölt ajkát, amikor egy olyan mission statementtel találkozik, **amivel azonosulni tud**. A küldetés legyen egy tömör mondatban összefoglalható, írjuk bele az álláshirdetésbe, fejtjük ki, hogy a munkakör hogyan támogatja azt. Mivel egy jó szakember válogathat a lehetőségek között, ezért olyat fog választani, ahol a közegben jól érzi magát, ennek pedig egyik alapfeltétele, hogy a **munkájának legyen értelme**. Ez alatt nem csak a mikroszintet értjük, hanem a cég hatását a világra, a szektorra, a szegmensre, az emberek életére azzal, amilyen **problémákat kíván megoldani**. Ha a szeker szimpatikus irányba megy, akkor szívesebben tolja az ember.

8. A valódi közreműködés lehetősége

A küldetéssel való azonosulás után a sikerélmény kulcsa az, hogy a szakember maga is **hozzátegyen a cég sikeréhez**. A cég célja, hogy a küldetés szellemisége mentén tegyen meg újabb lépéseket, tevékenységével valamit alakítson a világon. A kollégák célja az, hogy egyértelműen hozzájárulhassanak ennek a lépésnek a megtételéhez. Egy jó szakember látni akarja, hogy a **munkája előremozdította a céget**. Ez egy fontos érték karrierszempontról, egy jó sztori, és nagyszerű érzés és kézzelfogható siker.

A szakértők ezért olyan cégnél dolgoznak szívesen, ahol tisztán látható a sikerhez való hozzájárulás útja.

```
<div class="IDBC tipp">  
Próbáld meg megérteni a  
jelölt személyes motivációit,  
céljait, preferenciáit, és szabd  
akár személyre a pozíciót!
```

III./5. Előremutató tervek

9. Precízen menedzselt projektek

Minden tech szakértő vágyálma a megfelelő projektvezetés. Olyan munkakörnyezet, ahol nem változtatgatnak a célkitűzéseken, ahol **egyértelműek az elvárások, nincs felesleges üresjárat**. Ahol ismerik és elismerik a képességeiket, amiket ki tudnak használni. Ehhez jó projektmenedzserek kellene, és a projektmenedzserek számára pedig tiszta iránymutatás, jó kapcsolat a felsővezetéssel, aminek köszönhetően az üzleti prioritások összhangba kerülnek az IT fejlesztési tervekkel.

Szerencsére az IDBC Bulletproof címen külön podcast-sorozatot indított az IT-projektmenedzsment világról, így minden cégvezető könnyed modorban, de szilárd szakmaisággal tud képben maradni a projektvezetés optimalizálásával kapcsolatban.

10. Felelősségvállalás

Az általunk megkérdezett szakértők arról számolnak be, hogy annál a cégnél igazán jó dolgozni, ahol a felső vezetés legalább időnként személyesen is beszél velük, aktívan érdeklődik a tapasztalataik iránt. Emellett pedig nagyon fontos, hogy a vezetés avassa be az IT-csapatot a **döntések háttérébe, okaiba, és vállalja a felelősséget érte**. Ez tiszta viszonyokat és inspiráló közeget teremt, ahol mindenki együtt dolgozik a sikerért, jóban-rosszban.

11. Visszajelzés, proaktivitás

Összhangban az összes eddigi ponttal, fontos tényező, hogy legyen platformja, lehetősége a szakértőknek arra, hogy **javaslatokat tegyenek, visszajelzéseket fogalmazzanak meg**, és ezzel aktívan hatást gyakorolhassanak a cég működésére. Ha egy szakértő úgy érzi, hogy nem tudja kibontakoztatni a képességeit, ha nincs nyitottság a meglátásaira, akkor könnyen átmehet máshová, ahol a tapasztalata jobban hasznosul.

III./6. Csapatépítés IT módra

12. Értékteremtő csapatépítési aktivitások

Az IT-sek különösen érzékenyek a szabadidejük hasznos eltöltésére, és **nem fognak szívesen munkaidő után kollégákkal jópofizni**, akkor sem, ha ingyen van a pizza. A csapatépítés fontossága viszont jellemzően nem kétséges a számukra, viszont elvárják, hogy ez értelmes, izgalmas tevékenységekkel történjen!

A teambuilding jellegű események körében népszerűek a lehetőségek, amikor egymástól tanulhatnak, akár a munkához nem szorosan kapcsolódó dolgokról is, de persze szívesen **workshopoknak izgalmas szakmai kihívásokról**. Ezeket rendszeres munkareggelik, közösen töltött ebédszünetek formájában szokás megszervezni.

A klasszikusabb csapatépítő események az általános vélemény szerint legyenek ritkák, de jók, izgalmasak, tartsák őket offsite helyszínen, illetve szuper megoldás a kollégák saját érdeklődésére alapozva szervezni eseményeket (társasjáték, kirándulás), teret engedni az ilyen kezdeményezéseknek.

```
<div class="IDBC tipp">  
Kérdezd meg a kollégákat a  
véleményükről, hogy részt  
vehessenek a döntésben!
```

IV. Interjúkérdések és bértárgyalás

1. Így tegyél fel kérdéseket IT szakembereknek

Az IT szakmai interjúk között soha nincs két egyforma, ezt minden nap tapasztaljuk munkánk során. Sokat számít a jelöltek személyisége, motiváltsága és preferenciája, valamint a senioritás. De mindig van egy sor alapkérdés, jellemzően a beszélgetések elején és végén, hoztunk ezekből pár példát:

Tapasztalat

A munkával töltött évek számán túl felmérjük a jelölt technológiai tudását, iparágakra vonatkoztatva:

- *Hány éve használod aktívan front-end oldalon az Angulart?*
- *Hány éve dolgozol autóiipari területen?*
- *Emelj ki egy projektet, amin dolgoztál és mutasd be nekünk!*
- *Mi az, amin most dolgozol, vagy legutóbb dolgoztál?*

Programnyelvek

- *Milyen programnyelvekben vagy jártas? Miket használsz jelenleg aktívan?*
- *Van-e olyan technológiai tudás, amiben szívesen fejlődnél?*
- *Tervezed-e teljesen új nyelv elsajátítását?*

Munkaerőpiaci státusz

- *Mivel lehetnél elcsábítható a jelenlegi pozíciódból?*
- *Jelenleg milyen lehetőséget keresel?*
- *Milyen az idegennyelv-tudásod? Van-e igénye az aktív használatára munkakörnyezetben vagy inkább olyan lehetőségek érdeklik, ahol magyarul tud dolgozni*
- *Mi lenne az a juttatási csomag, ami miatt szívesen elfogadnál egy számodra vonzó lehetőséget?*
- *Milyen felmondási idő kötelezettséged van jelenleg?*

Személyes motiváció

- *Mi fontos számodra egy munkáltatóban?*
- *Milyen számodra egy ideális vezető és csapat?*
- *Milyen vállalati kultúrában tudod elképzelni magad?*
- *Milyen munkarendben szeretnél dolgozni? (HO)*

IV./1. A legfontosabb alapelvek

A bérigény viszont önmagában is, a jelenlegi gazdasági viszonylatban az infláció miatt pedig kiváltképpen olyan kérdés, amivel sok cég küzd. Nehéz megfelelni a piaci igényeknek, vagy meglátni azt, miben tudunk rugalmasak lenni ahhoz, hogy **elérjünk egy reális bérsávot**.

2. Így vezess IT-s bértárgyalást

Az IT-s interjúztatása, megkeresése, és azon belül a bértárgyalás egy olyan klasszikus helyzet, mint az „elevator pitch”. Gyorsan, hatékonyan, a lényegét. Amint megüti a fülüket a sallang, már ki is léptek a beszélgetésből. Ez természetesen nem azt jelenti, hogy egy fekete öves recruiter ne tudná meggyőzni még a legjobb, inaktívan álláskereső jelölteket is a váltásra. De ehhez tartalom is kell? Mire figyeljünk tehát oda?

Mit tegyek, ha nem a legjobb a bér?

Őszinteség

A bérsávról, ha tudunk, már az elejétől fogva nyíltan kommunikáljunk, a ködösítés ugyanis gyorsan érdektelenné teszi a jelöltet. Természetesen az az optimális, ha már az **álláshirdetésben közzé tesszük** a reális bérsávot, ez bizonyos iparági hírek szerint ugyanis pár év múlva még kötelező is lesz, így jobb előre felkészülni a belső folyamatainkkal erre.

Képzések

Ne csüggedj, azért az IT szakembert sem csak az anyagiak motiválják. Toborzóink tapasztalatai alapján kiemelten fontos számukra a szakmai fejlődés, képzések megléte. Ebben az esetben ezeknek a **skilleknek az elsajátításához** szükséges feltételek biztosítása is monetáris értéket képvisel: a továbbképzésnek magánemberként más anyagi vonzatai lennének. Itt fontos érv lehet az is, ha a csoport vezetője egy sikeres szakember, akitől szintén tanulni lehet.

IV./2. Alternatív tárgyalási alapok

Specialista-generalista

Nagyon fontos, hogy értsük, mi a különbség az egyes területek között, és tudjuk, pontosan milyen kompetenciákkal rendelkezik az adott szakemberünk, ha ugyanis egy back-endesnek front-endes pozit viszünk, azonnal elveszítjük. Itt tehát az is fontos, hogy felmérjük az egyéni preferenciákat, ki az, aki a tudása skáláját akarja szélesíteni, és ki szeretne inkább elmélyülni egy adott területen.

Foglalkoztatottsági konstrukció

Fontos meghatározni, hogy alkalmazotti, alvállalkozói státuszban, vagy projektre keresel embert, lehet, hogy valakinek ugyanis megvannak a saját igényei ezen belül, és ha egy alkalmazotti pozícióra nem is, máshogy projektbe be tudod vonni az IT-sodat.

Rugalmasság

Az IT szakértőknek fontos az, hogy azt érezzék, gyorsan, hatékonyan és eredményesen tudnak végigmenni az egész folyamaton, hiszen általában nincsenek rákényszerítve munkahelyváltásra. Ha tehát a céged például tud teljes home office-t biztosítani, az latba vethető egy hibrid munkavégzés helyett.

Innováció

Fontos, hogy egyértelmű legyen a keretrendszer és infrastruktúra, amiben az új kollégának dolgoznia kell majd. És mint mindig: itt is lényegre törően, de szakmailag relevánsan és részletesen.

Juttatások

Vannak olyan egészségügyi biztosítási csomagok, bejárástámogatás, home office supply ellátás, amik relevánsak lehetnek a jelöltünk számára. Nagy általánosságban azonban a céges rendezvények, csocsó, kávé és gyümölcsnap a jelenlegi munkaerőpiacon már kissé kiüresedett fogalmak.

Tudjuk, hogy nehéz eligazodni az IT munkaerőpiac rengetegében, de a szektorra specializálódott szakértői csapatunk bármilyen nehéz pozíciót betölt, bármilyen bértárgyalást lefolytat, és bármilyen szakembert megtalál. Csapatban könnyebb, vedd fel velünk a kapcsolatot, és dolgozzunk együtt!

V. Így tartsd meg hosszútávon a legjobb IT szakembereket!

IT szakemberek megtartása

1. A jelölt, az ügyfél és a recruiter szerepe az elhelyezés sikerességében

A jelölt szerepe kiemelkedően fontos a folyamatban. Nagyon sok múlik azon, hogy milyen mentalitással lép ki a munkaerőpiacra, mik az egyéni céljai és mik a motivációi. Ennél azonban még fontosabb, hogy ebből mit oszt meg a toborzási szakértőjével, illetve a felvételi eljárás során a cég képviselőivel. Ezek a tényezők persze sosem szilárdulnak meg, mindig mozgásban, változásban vannak. Ahogy a jelölt egyre több információhoz jut, úgy alakul az elképzelése az új pozícióról, és ennek megfelelően a hozzáállása, stratégiája is.

Az elmúlt évtizedben a jó IT-szakember igazán keresett portéka lett a magyar piacon. Az idei évben az IDBC specialistái a legkülönbözőbb pozícióknál, de különösen a vezetői vagy **senior kategóriákban egyre gyakrabban szembesültek azzal, hogy a szakemberek „halásszák”, „tesztelgetik” a piacot.** A váltás komoly szándéka nélkül jelentkeznek állásokra, és rendkívül magas kompenzációs igényekkel próbálkoznak (akár 30-50 százalékkal a jelenlegi fizetésük fölé célozva), hátha „beakad” a hálóba egy jó ajánlat. De ha sikerül is az extrém bérigényt kiharcolni a pozíciót felkínáló cégnél, még ez sem jelent semmit, mert az ajánlatot aztán sokan beviszik a jelenlegi munkaadójukhoz, és ezzel érnek el egy ellenajánlatot a jelenlegi munkaadójuknál. A toborzó hoppon marad: munkája kizárólag a jelölt számára teremtett értéket, a megbízó cég pedig folytathatja a felvételi folyamatot egy másik jelölttel. Statisztikák erősítik meg, hogy a **'counter offer' után a jelöltek átlagosan 1 évig maradnak tovább az eredeti munkáltatójuknál.**

Sokféle oka lehet a jelöltnek arra, hogy ne legyen teljesen őszinte – ezzel együtt természetesen a felelős karrierdöntések meghozatalához erre lesz szükség, a munkaerőpiacot nem igazán lehet egykönnyen „átverni” – a jó hírnév, a szakmai tapasztalat, a megfelelő referencia olyan felhajtóerőt jelentenek, ami nélkül lehetetlen igazán sikeres pályát befutni.

V./1. Hogyan segít egy toborzó ügynökség?

Az IDBC end-to-end recruiting folyamatai során az egyik legfontosabb célkitűzés, hogy **hosszan tartó, kétirányú, bizalmi kapcsolatot építsünk ki** a jelöltekkel. A recruiternek az a célja, hogy ha az aktuális pozícióra esetleg nem is lesz sikeres az elhelyezés, a jelölt később újra hozzá forduljon. Őt keresse meg, amikor szeretné felmérni, hogy mik a karrierlehetőségei, ha nyitottá válik a váltásra, ha értesülni szeretne az új lehetőségekről. Egyfajta karriercoachinggá erősödhet ez a szakmai kapcsolat, a recruiter éveken és pozíciókon átívelően is társa maradhat a szakembernek. Ezzel a **stabilitással** lehet kivédekezni az aktuális piaci anomáliákat, és olyan lehetőségekkel összehozni a jelöltet, amelyek valóban és pontosan illeszkednek az aktuális igényeihez, életpályájához. Ha a recruiter pontosan képben van a háttérével, motivációval, akkor jobban tudja képviselni (a valódi) érdekeit a cégekkel folytatott tárgyalások során is.

A korábbiakban részleteztük, hogy a cégek mit tehetnek a sikeres toborzásért. Ez a rész a sikeresen felvett jelöltek megtartására koncentrál, és ennek a kulcsát úgy lehetne összefoglalni, hogy a cég legyen konzisztens és hiteles: **a transzparens és őszinte felvételi folyamat csökkenti a csalódás lehetőségét** az új kolléga számára. Fontos, hogy minél pontosabban írjuk le a pozíció és a cég hétköznapi életének sajátosságait, és tartsuk hozzá magunkat. Ebbe az előnyök és sikerek mellett beletartoznak az aktuális kihívások, a cég előtt álló legfontosabb feladatok, akár nehézségek is. A profi IT-sokat ugyanis a feladat érdekli, a lehetőség a tehetségük további csiszolására. Ha a személyes fejlődés útja jól látható, ha világos az, hogy a cégnél pontosan mit értékelnek sikerként, akkor a jelölt motiváltan tud hozzálátni a munkához.

Változások, eltérések a kommunikált helyzetekhez képest természetesen mindig előfordulhatnak, néha egészen rövid távon is – fontos, hogy ezek okait mindig aktívan kommunikáljuk, magyarázzuk el. Ezzel megőrizve a partneri, bizalmi viszonyt.

V./1. Hogyan segít egy toborzó ügynökség?

A toborzás és a megtartás ebben az értelemben nem „csak” marketing és kommunikáció egy cég számára, inkább egy belső, „önismereti” munka eredményének feltárása, közreadása.

A **recruiter szerepe ebben a folyamatban a közvetítés, a két oldal érdekeinek összehangolása.** A feladat nem csak annyit jelent, hogy jó illeszkedéseket keresünk (matching), hanem azt is, hogyan lehet ezeket még jobbá tenni, és elősegíteni a felvétel sikerét hosszabb távon is. Az IDBC egyik előnye, hogy a jelöltek és a cégek visszajelzéseit is be tudjuk építeni, ennek köszönhetően folyamatosan egyre jobbak leszünk és alkalmazkodunk a legaktuálisabb piaci viszonyokhoz.

A jelöltek számára jól megfogalmazott és diplomatikus, ugyanakkor empatikus és célracionális visszajelzéseket tudunk adni a kommunikációs stílusáról, az interjúkon mutatott teljesítményéről. Ezek egyrészt az általános tapasztalatainkon alapszanak (tudjuk, hogy mi működik, és mi nem), másrészt konkrétan a jelöltről is kérünk visszajelzéseket az ügyfélcégtől, felvételi folyamaton dolgozóktól. Tehát ha egy jelölt jelentkezik hozzánk, azzal automatikusan és ingyenesen növeli a saját munkaerőpiaci értékét.

Az ügyfelek számára pedig a jelöltigényekről, illetve az általunk megismert belső felvételi folyamatról tudunk visszajelzést adni. Változó, hogy a cég működésének alakításában mennyi a mozgástér, de ha egy cég hajlandó és képes gyorsan reagálni, azzal rövid távon is sikereket érhet el egy-egy fontos pozíció betöltésekor.

<div class="IDBC tipp">

*Kérj ingyenes tanácsadást, és
bízz meg egy recruitment
ügynökséget sikerdíjas alapon!*

V./2. Mi számít a béren kívül?

2. A pénz fontos, de nem minden

A bérspirál pörgése miatt felerősödik a jó juttatások jelentősége is. Ha egy cég a munkakörnyezetbe, a munkavégzés körülményeibe jól fektet be, azzal pozitívan különböztetheti meg magát a piacon.

A juttatások sajátossága, hogy sokszor csak a „gyakorlatban” jön ki a jelölt számára, hogy mi mennyire értékes. Ezért ezeknek a **szerepe a megtartásban akár fontosabb is lehet, mint a toborzásban.**

Az utóbbi években nagyon felértékelődött a magánegészségügyi ellátás, és mára a jelöltigények listájának élére ugrott. Néhány éve még sokan úgy álltak hozzá, hogy nem kell semmi, a cég „inkább adja nekik” azt a pénzt, amit ilyesmire költ. A legutóbbi években viszont a béren kívüli juttatások listáján az aljáról az élére katapultált ez a juttatási forma. Ahogy egyre többen ismerkednek meg az ingyenes éves szűrővizsgálatokkal, amelyeket hosszas várakozás nélkül, időpontra, prémium környezetben, tömbösítve lehet elvégeztetni, úgy válik egyre inkább alapelvárássá. **Ha valaki egyszer megtapasztalta, akkor általában a munkahelyváltás során az új helyen is elvárja, így egyre jobban terjed.**

Jelenleg úgy látjuk, hogy a különböző sportelőfizetések, ingyenes vagy támogatott sportolási lehetőségek is népszerűek. Ezenkívül fokozódik az ingyenes nyelvórák vonzereje, népszerűsége, valamint a Tech továbbképzések fontossága is.

V./3. Az onboarding élmény fontossága

3. Az erős kezdés jó alapot biztosít

Felértékelődött a jól kidolgozott onboarding-folyamatok jelentősége az új kollégák megtartásában. Az első néhány hónap kulcsfontosságú lehet nem csak abban, hogy kitölti-e a próbaidejét az új belépő, hanem, hogy egy évnél tovább marad-e, sikerül-e a csapat meghatározó tagjává tenni őt.

Az új belépés ne csak egy hivatalos eljárás legyen, amely során átadjuk a szükséges infókat és felszereléseket az új érkezőknek. **Az onboarding során vegyük végig az interjúfolyamatban említett tényezőket, mutassunk be mindent alaposabban, és részletezzük, ez hogyan kapcsolódik az új kolléga napi munkájához.**

- *Milyen gyakorlati dolgokban nyilvánul meg a vállalat küldetése?*
- *Mi támasztja alá a legfontosabb értékeket?*
- *Hogyan lehet aktívan elősegíteni az új kolléga beilleszkedését, támogatni a természetes folyamatot korszerű eszközökkel?*

Ezeket a kérdéseket átgondolva érdemes folyamatosan fejleszteni az onboardingot, beépítve a 6-12 hónapja felvett kollégák visszajelzéseit is.

V./4. Hogyan tartsd fenn a munkahelyi flowt?

4. A folyamatos szakmai fejlődés áramlásának ellenállhatatlan a vonzereje

Csíkszentmihályi Mihály világszerte ismert alapműve, az Áramlat óta tudjuk, hogy a tágabb értelemben vett boldogság kulcsa a képességeinknek éppen megfelelő kihívásokkal szembeni folyamatos, kemény küzdelem, aminek köszönhetően az új tapasztalatok miatt folyamatosan javulunk, fejlődünk. A munkahelyen optimális esetben ugyanez történik... A cég alapvető célja a helytállás és a fejlődés – azt kell megtalálni, hogy az egyén ebben hogyan tud legjobban közreműködni.

Meglepően egyszerű módja a **munkahelyi flow fenntartásának**, ha a szakmai vezetők időnként megkérdezik, mivel szeretnének dolgozni, miben látják saját erősségeiket, illetve miben szeretnének továbbfejlődni? E beszélgetések eredményeként pedig közösen lehet formálni, tervezni a következő feladatokat.

Mindig vannak divatos, „szexi” témák, felkapott irányok, mint például manapság a gépi tanulás, a modellépítés, az adattudomány, az automatizáció. Még ha ezek nem is tartoznak szorosan a core businesshez a cégnél (amit egyébként egyre nehezebb elképzelni...), akkor is érdemes kapcsolódási pontokat keresni, hogy a kollégák az aktuális iparági fejleményekkel kapcsolatban lehessenek és így relevánsnak érezzék a tapasztalatot, amit gyűjteni tudnak. És **mindig érdemes az új technológiákba fektetni** – nemcsak a cég eszközeinek hatékonysága miatt, hanem az emberi képességek frissen tartása, az inspiráció miatt is. A befektetés alatt persze nem csupán eszközberuházásokat értünk, hanem lehetőséget is a tanulásra, gyakorlásra képzésekkel, tanúsítványok megszerzésének lehetőségével.

V./5. A munkáltató szerepe

5. Odafigyelés, értékelés, visszajelzés

Említettük tehát, hogy érdemes nyomon követni a kollégák szakmai elképzeléseit, támogatni a fejlődésüket, lehetőséget teremteni arra, hogy konkrét sikerekkel mozdítsák előre a céget.

Amikor valami sikerül, akkor pedig azt meg is kell ünnepelni – vagy legalábbis megemlíteni, nem pedig ignorálni, mintha ez „magától értetődő” lenne. („Ez a munkája!”)

A jó munkát időnként el kell ismerni, még hozzá személyesen. A bónusz kiutalása még nem elég, nagyobb hatást kelthetünk a kollégákban, ha négy szemközti beszélgetésekben és nyilvánosan is kommunikáljuk a jó eredményeket. Ez **fokozza a lojalitást**, és elismertség érzetét ébreszti az emberekben. Nem mellesleg minden kollégát motivál, mert egyértelműen jelzi, hogy mi számít sikernek, mi a jó irány.

Nem arról van szó, hogy mindenkit el kell halmozni dicsérettel, azért is, ha ügyesen kötötte be a cipőfűzőjét, vagy elsőre megtalálta a megfelelő villanykapcsolót! A valódi érdemek elismerésétől még nem fogja „rózsaszín köd” burkolni az irodát. Ha jól adagoljuk, akkor **az elismerés az egész cégekultúra előnyére válhat**, javítja a belső kommunikációt, a kezdeményezőkézséget, és terjeszti a cég jóhírét, ami újabb tehetségek sikeres megszólítását és szerződtetését is eredményezheti!

Természetesen ennyire nem szűkíthető le a munkáltató szerepe a megtartásban, a következőkben kiemelünk pár további kulcsfontosságú tényezőt, amit a vállalatoknak érdemes szem előtt tartani:

- kommunikáció fontossága,
- szervezetfejlesztés,
- karrierút biztosítás/fejlődési lehetőség, tréningek, nyelvoktatás,
- elégedettségi felmérések,
- fakultatív programok, csapatépítők,
- munka-magánélet egyensúly, HO lehetőségének a fenntartása még abban a szervezetben is, ahol ez szigorúbban működik.

V./6. Szervezetfejlesztés az IT szektorban

Nem titkoljuk, és valószínűleg nem is vagyunk egyedül azzal a benyomással, hogy a hazai IT-cégek, illetve IT-részlegek jellemzően még nem annyira jeleskednek a munkaerő „szoft” menedzselésében.

Ha szaktudásban nem is maradnak el a világszínvonaltól a hazai műhelyek, a **kulturális változások némileg lassabban jönnek át**, mint a techvilág újdonságai. Az agilitás mellett a cégekultúra fejlesztésére is érdemes törekedni – **az early adopterek lépéselőnybe kerülhetnek** ezzel a piacon.

Nem érdemes azzal takarózni, hogy „nincs rá igény” – a meglehetősen férfias és „matekos” tech-szektorban természetesen nem fogják azzal bombázni a vezetést a senior kollégák, hogy több odafigyelést szeretnének kapni, vagy hogy szívesen megosztanák lelki folyamataikat a főnökeikkel! Ettől még ezek fontos dolgok, amik bizonyítottan elősegítik azt, hogy otthon érezzék magukat a cégnél az alkalmazottak – akkor is, ha ezt jelen pillanatban még ők maguk sem látják tisztán, ha még nem fogalmazódott meg bennük igényként.



Összefoglalás

Ahogy egy **toborzási folyamat lezárultakor**, úgy egy útmutató végén is mindig érdemes pár mondatban **rögzíteni a fő tanulságokat**, hiszen saját tapasztalatainkból tanulunk a legjobban. Hogy megkönnyítsük a dolgod, listába szedtük az anyag legfontosabb állításait:

1. A munkaerőpiaci kihívások ellenére az IT szektorban még mindig növekedésre lehet számítani
2. A munkaerőhiány miatt felértékelődtek a minőségi jelöltek, előtérbe kerültek az innovatív recruiting megoldások
3. A Z generáció munkavállalói igényeivel foglalkozni kell, hiszen nagy gondot okoz az utánpótlás hiány az IT szakemberek között
4. A jelöltélményt az álláshirdetéstől kezdve az onboardingig a toborzás minden állomásánál szem előtt kell tartani
5. A megkeresésekben a bér, fejlődési és képzési lehetőségek, illetve a munka hasznossága, a cég versenyképes és innovatív jellege számít leginkább meggyőző érvnek.
6. A kommunikációban fontos a transzparencia, következetesség és őszinteség.
7. A technológiai fejlettség kulcsfontosságú ezen a területen, ezért mindig érdemes a legújabb fejlesztésekbe fektetni.
8. A visszajelzéseknek mind a jelöltek megszerzésében, mind már kollégaként a megtartásukban jelentős szerepük van.
9. Az IT-s munkavállalók közvetett módon, kevésbé tudatosan értékelik a munkáltatói employer branding tevékenységeket, mindig meg kell mutatnunk, mi a hasznuk ebben.
10. Egy toborzó ügynökségnek széles, pozícióspecifikus tudása és akár évtizedes tapasztalata van ezekben, és a fentiek átvállalása mellett plusz szakértői tudást biztosít, valamint személyre szabott tanácsadást tud végezni.

Ha igazán jól akarod csinálni:

Azt már ismerjük tehát, hogyan tudjuk szervezetten belül kihozni az IT toborzásból a maximumot. Ennek azonban vannak korlátai, a céges kapacitások végesek, az idő és a szakértelem pedig kulcsfontosságú. Mivel tud ehhez hozzátenni egy olyan toborzó ügynökség, mint az IDBC?

Munkaerő-közvetítés

Ha több vagy speciális pozíciót hirdetnél, esetleg nagyobb szervezeti átalakításon mész keresztül, vagy leterhel a jelöltek keresése, interjúztatása, kiválasztása és a folyamatos kapcsolattartás, akkor bízunk ránk a teljes toborzási folyamatot. Munkaerő-közvetítés szolgáltatásunkkal szakembereket keresünk és választunk ki megbízóink részére egyszeri, sikerdíj alapú konstrukcióban, reális áron, így csak akkor kell fizetned, ha az általunk hozott jelölt sikeresen munkába áll.

ÉRDEKEL

Contracting

IT és projekt menedzsment contracting szolgáltatásunkat azoknak a közepes és nagyvállalatoknak ajánljuk, akik időszakosan, projektekben, ráfordítás alapon vennének igénybe külső szakértőket. Nincs adminisztratív teher, ezzel időt és pénzt spórolunk az üzletednek: az alvállalkozót érintő adminisztrációs feladatokat, szerződtetést, kifizetést, onboarding-ot és offboarding-ot is mi végezzük el.

ÉRDEKEL

Lépj velünk kapcsolatba:



idbc.hu
contact@idbc.hu