

توظيف إلكتروني؟ افعل ذلك كما ينبغي

يشهد التوظيف الإلكتروني ازدهاراً كبيراً. ازداد عدد السير الذاتية المعروضة على الإنترنت من 100.000 في 1995 إلى 2.5 مليون في 1998. في أثناء المدة نفسها، ارتفع عدد المواقع الإلكترونية التي تستضيف طلبات عمل من 500 إلى 20.000، وفقاً لشركة استشارات التوظيف بزنس نيتورك Business Network.

تذهب الشركات إلى حيث يحتشد موظفون محتملون. هناك نحو 2000 رب عمل يعرضون قرابة 35.000 وظيفة في أي وقت على Careers.wsj.com، وهو موقع لعرض وظائف تمتلكه صحيفة ول ستريت، ويعد واحداً من أفضل ثلاثة مواقع في البلاد. بحلول 2003، قدّرت فورريستر Forrester للأبحاث أن 124.000 شركة ستبحث عن موظفين على الإنترنت. إذا كانت شركتك تبحث أصلاً عن موظفين على الإنترنت، فاربت على كتفك: أنت متقدم على الباقين.

هل أنت كذلك؟ يقول طوني لي، رئيس تحرير ومدير عام Careers.wsj.com: «عندما أذهب إلى شركات، وأقول: (هل تستخدمون الإنترنت

للتوظيف؟) ، تقول الأغلبية العظمى: «نعم». لكن عندما أسأل ما الذي يفعلونه؟ يكون الجواب: (آه، نعرض بعض الوظائف على Monster.com) ، أو (نضع إعلانات في كل صحف الأحد، وتظهر على موقعنا الإلكتروني أيضاً). لا يعد ذلك في حقيقة الأمر استخداماً للإنترنت في التوظيف.

تفشل الشركات التي تستخدم الإنترنت كإضافة فقط لأساليب توظيف ورقية في استغلال قوة الوسيلة الجديدة. يسمح الموقع الإلكتروني للمديرين بالوصول إلى عدد كبير من المرشحين المحتملين، بطرق لم تكن متوافرة في الماضي. يسمح أيضاً للشركات بتسليط الضوء على جهودها في التوظيف، ويميزها عن منافسين عبر تكتيكات إلكترونية مبتكرة. إليك بعض المعلومات والتحذيرات بهذا الصدد.

توسيع مجموعة المرشحين

في سوق العمل الصعب هذا، ينبغي أن تستخدم الشركات الإنترنت للوصول إلى كل من المرشحين «الإيجابيين» و«السلبيين»، كما يقول تيري ويليامز، متخصص في التوظيف في مجال التقانة العالية الذي يرأس ت. ويليامز للاستشارات. المرشحون الإيجابيون هم أولئك الذين يضعون سيرهم الذاتية على لوحات طالبي العمل الإلكترونية. يكون المرشحون السلبيون -موظفون مؤهلون جيدون سعداء بالعمل في أماكن أخرى- مجموعة عمل أكبر وأكثر جذباً لأرباب العمل. يقول ويليامز: «بالرغم من ذلك، سأقول: إن 90 إلى 95% من كل شركات التقانة العالية تفشل في وضع إستراتيجية سابقة فاعلة للاستفادة من مواقعها الإلكترونية».

للوصول إلى مرشحين سلبين، يقترح ويليامز تأهيل فريق متخصص بتلك المهمة. يقول: «عين عدداً من الأشخاص في الموارد البشرية، وأبعدهم عن العملاء - لا سير ذاتية يعالجونها، ولا مرشحين يقابلونهم. اجعلهم يقومون بدراسات ديمغرافية عن أنواع الأشخاص الذين ترغب في توظيفهم». بعد الحصول على البيانات، يمكن لفريق التوظيف الإلكتروني البحث في مواقع إلكترونية يتردد عليها مرشحون محتملون.

إذا كانت شركتك توظف عبر الإنترنت،

فستكون متقدماً على غيرك. هل أنت كذلك؟

إذا كانت شركتك بحاجة إلى مبرمجي جافا، مثلاً، ففكر في أعمارهم المحتملة وما يفضلونه. تتراوح أعمار معظمهم بين 22 و29 سنة، ويتصفحون الإنترنت بكثافة. من المحتمل أن يزوروا مواقع عدة بحثاً عن معلومات عن جافا - JavaWorld.com، صحيفة مطور جافا (www.javadeveloperjournal.com)، و Gamelan.com. قد يتفقدون CMPnet.com لمعرفة أخبار التقانة، CNet.com لمعلومات تفصيلية عن التقانة، Tunes.com لتحميل وشراء موسيقا، ESPN.com لمعرفة أنباء الرياضة، و CNN.com للاطلاع على الأخبار. تقبل كل تلك المواقع الإلكترونية وضع إعلانات - لكن ليست هناك شركات كثيرة تعلن عن فرص عمل عليها.

استفد من أفضل المصادر

حتى في عصر الإنترنت دوت-كوم dot-com، لاتزال بعض الشركات تفشل في ذكر فرص العمل أو إجراءات تقديم الطلبات على مواقعها الإلكترونية. (مثال: شركة كوكاكولا Coca-Cola). يقول لي: «يشير ذلك فعلاً إلى التطور التقني للشركات. تكافح الكثير من الشركات للاستفادة إلى أقصى حد ممكن من الإنترنت في عملية التوظيف. إنه ليس شيئاً سهلاً».

أحد الدروس التي ستتعلمها مبكراً: وحده إدراج فرص العمل على موقع شركتك الإلكتروني أو لوحات إعلانية تجارية كبيرة، مثل Monster.com، أو CareerMosaic.com، أو Career-Patch.com، لن يجعلك تحصل على المرشحين المناسبين بسرعة كافية - أو توظفهم أصلاً. يقول ويليامز: «قواعد البيانات الكبيرة تلك مثل محيط». إحدى الطرق لإحداث فرق كبير هي باستهداف بركة أصغر. يركز عدد متزايد من المواقع الإلكترونية على أنواع معينة من الوظائف في مواقع محددة. يقدم Careers.wsj.com نفسه، مثلاً، على أنه الموقع رقم واحد للحصول على مديرين من المستوى المتوسط وأعلى.

وفيما يتعلق بالفريق الفني، هناك ميزة أخرى للإنترنت مفيدة لكن غالباً ما يتم تجاهلها: يوزنت Usenet. يوزنت نظام عالمي لمجموعات الدردشة يوازي الإنترنت، ويمكن أن تكون لوحات إعلاناتها دقيقة للغاية فيما يتعلق بواجبات العمل ومكانه. مثلاً، لا تقدم (fl.jobs.computers.programming) سوى فرص عمل لمبرمجي

الحواسيب في فلوريدا. يضمن منسق أن تتوافق طلبات العمل مع معيار الموقع. فيما يخص شركات التقانة العالية على وجه الخصوص، هناك فائدة أخرى لعرض فرص العمل على يوزنت هي أنها تجذب تاريخياً المهتمين بها. يلاحظ لوغان روتس، مدير شركة إنتاج الرسوم التصويرية الرقمية إنروت إيميغنج Enroute Imaging: «أي مغفل يعرف طريقة استخدام المتصفح يمكن أن يصل إلى موقعك الإلكتروني، لكن الوصول إلى يوزنت يتطلب بعض الخبرة». (لم يعد الأمر صعباً كما كان سابقاً، بأي حال. توفر شركات خدمات استضافة المواقع مثل Intellines.com دخول مستخدمين مقابل رسم مالي).

مَيِّز نَفْسَكَ

يخرج أرباب العمل بأفكار ذكية عن استخدامات الإنترنت لتمييز أنفسهم عن المنافسين. تربط بعض الشركات موقعي Datamasters.com و Relonetworks.com بمواقعها الإلكترونية مباشرة، وتسمح من ثم لمرشحين محتملين في مناطق أخرى بمقارنة تكاليف المعيشة وتقدير نفقات الانتقال إلى مكان آخر. تعرض بعض الشركات الأخرى فرص عمل على مواقعها الإلكترونية. تعرض كاتربلر Caterpillar نموذجاً لطلب عمل يمكن تعبئته عبر موقعها الإلكتروني (www.cat.com) ويشجع طالبي العمل على تقديم معلومات محددة عنهم بدلاً من كتابة، وطباعة وإرسال سيرة ذاتية عبر البريد الإلكتروني. يسمح النموذج أيضاً لشركة كات بتحديد المعلومات التي تريدها من طالبي

العمل، بتخصيص حقل، مثلاً، لـ «مهارات تقنية، أو تصنيفية، أو تتعلق بالحاسوب». يرتبط بصفحة تقديم السيرة الذاتية عادة قائمة من المواقع المتوافرة في كات، مصنفة حسب المكان، والوظيفة، والقسم.

إبقاء التوظيف الإلكتروني في إطاره الصحيح

هناك الكثير من المواقع المخصصة لسير طالبي العمل الذاتية أو الفرص التي يعرضها أرباب العمل، ولهذا فإن الإنترنت هو المكان الذي تتطلع إليه عندما تبحث عن موظفين، صحيح؟ ليس بالضرورة. يعدّ شكل انخفاض الكمية والجودة لمعلومات التوظيف على الإنترنت الجانب السلبي من الموقف الحالي بشأن التوظيف إلكترونياً.

الكمية

بالرغم من أن 2.5 مليون سيرة ذاتية -الرقم الذي يُقال: إنه معروض إلكترونياً اليوم- قد يبدو رقماً كبيراً، إلا أنه جزء صغير من 140 مليون شخص يكوّنون قوة العمل الأمريكية. تقدّر شركة أوديسي Odyssey لأبحاث التسويق، في سان فرانسيسكو، أن 12% فقط من 102 مليون أسرة في الولايات المتحدة فيها شخص كان قد بحث عن عمل عبر الإنترنت. يقول طوني لي من Careers.wsj.com: «السبب الذي يجعلك تسمع عن التوظيف الإلكتروني هو أن اللاعبين في هذا المجال يشتررون إعلانات كبيرة.

يحب الناس أن يتوقعوا الطريقة التي ستتغير بها الأمور، ويشيرون إلى الأشخاص الذين يبنون علامات تجارية هناك.

لكن الأمر لا يختلف عن التجارة الإلكترونية؛ وإذا أُلقيت نظرة على مبيعات التجزئة إلكترونياً، فستجد أنها لا تزال تكون نسبة صغيرة جداً من إجمالي المبيعات».

سينمو التوظيف الإلكتروني بالتأكيد، لكن معظم أعمال التوظيف الآن تتم في مكان آخر. تقدر فورستر Forrester للأبحاث أن 15.000 فقط من كل الشركات الأمريكية توظف إلكترونياً حالياً، ولا يتجاوز معدل إنفاق الشركة على ذلك 7000 دولار سنوياً.

الجودة

الإنترنت غير انتقائية؛ لأن معظم الناس يستخدمونها. عروض العمل التي تقدمها متوافرة للجميع، بغض النظر عن المؤهلات أو الموقع. يقول لوغان روتس، مدير شركة الرسوم التصويرية إنروت إيمجنج Enroute Imaging: «الإنترنت نظام بث؛ تنشر شبكة كبيرة، ومن يعرف ماذا استصطاد. بعضها رائع، وبعضها سيئ. ليست هناك ضمانات أن تزودني Monster.com بأي شيء عدا إضاعة ساعات كثيرة في تدقيق سير ذاتية لا تناسبني».

أفضل مصدر للعثور على أشخاص جيدين لشركتك، كما يظن روبرتس، هو الطريقة قديمة الطراز: مرشحون عن طريق موظفين حاليين. يوافق تيري ويليامز: «لا يزال المصدر رقم واحد هو ترشيحات الموظفين. ينبغي أن تستخدم الإنترنت لتعزيز تلك الطريقة».

كيف؟ يوصي ويليامز بنشر إعلانات عن فرص العمل المتوافرة في شركتك على موقعها الإلكتروني - ثم التحقق أن الموظفين الحاليين يتابعون احتياجات التوظيف. يفضل روبرتس رسائل البريد الإلكتروني غير المعقدة. يقول: «يعد نقل الأخبار شفاهاً شيئاً يشبه البريد الإلكتروني، وليس الإنترنت».

في وادي السليكون، «عالم مهندسي الحواسيب صغير بما يكفي، وإذا كنت تعرف هؤلاء الأشخاص، يمكنك العثور على ما تريده. والطريقة التي تفعل بها ذلك هي البريد الإلكتروني».

جائزة الإبداع في التوظيف الإلكتروني ربما تذهب إلى دي-في-سي-آي DVCi للتقانات، وهي وكالة تسويق تقانة معلومات في مدينة نيويورك، التي وضعت آلة تصوير مرتبطة بالإنترنت في مكاتبها في تشرين الأول الماضي من أجل الحصول على موظفين محتملين. تعرض آلة التصوير، المرتبطة بموقع www.recruitcam.com، كيف تبدو مكاتب دي-في-سي-آي بالضبط وكيف يتفاعل موظفوها مع بعضهم. يقول نائب الرئيس ومدير الحاسبة حاييم أرياف: «لدينا مكتب ومكان رائع مسلحاً حقاً. فكّرنا: (لماذا لا نحاول الاستفادة من ذلك؟) أظن أن الكثير من شركات الإنترنت الناشئة تلك تعمل في أماكن ضيقة أو مكاتب مؤقتة».

كانت ردة الفعل مذهلة، كما قال أرياف: يزور الموقع 40 إلى 50 شخصاً يومياً، بمعدل وسطي، وشاهد موظفان حالياً ما تبثه آلة

التصوير في أثناء مفاوضاتهما مع دي-في-سي-آي. يقول آرياف: «كان أحد أسباب عملها [مصممنا الجديدة] معنا هو آلة التصوير، وقد قالت: إنها أظهرت أننا مبدعون».

ينبغي أن تتبع مهارات عبر شركتك، وطريقة فعل ذلك هي الإنترنت. كانت اللعبة كلها قد انتقلت إلى المواقع الإلكترونية».

قد تكون أو لا تكون آلة تصوير الإنترنت لك - لكن إذا كانت شركتك بطيئة، ينبغي أن تتحرك بسرعة. يقول تيري ويليامز: «كانت لعبة التوظيف قد أصبحت لعبة تسويق».