

## Poszukiwanie pracy: poznaj potrzeby pracodawcy

02.02.2011, 13:56

**Niezależnie od tego, czy szukasz nowej pracy czy chcesz w przyszłości awansować u obecnego pracodawcy. Zanim podejdziesz do planowania swoich działań związanych z dalszą karierą zawodową, warto dobrze poznać potrzeby zarówno obecnego pracodawcy, jak i tego, do którego wysyłamy swoje CV.**

Rozpoznanie potrzeb pracodawcy jest kluczowym elementem skutecznej kampanii poszukiwania pracy, jak również bardzo istotnym elementem w trakcie planowania swojej kariery u obecnego pracodawcy. Cel jest ten sam, ale sposób podejścia do tego zadania różnorodny, jak również źródła, z jakich możemy czerpać informacje mogą być różne. Brak znajomości potrzeb pracodawcy przez kandydata szukającego pracy jak i pracownika chcącego w przyszłości zajmować wyższe stanowisko w firmie można porównać do sytuacji z obszaru handlowania dowolnymi produktami lub usługami. Niezwykle trudno jest sprzedać cokolwiek osobie lub firmie, jeśli nie znamy ich potrzeb i rozwiązań, jakie idą za sprawą nabycia naszych produktów lub usług. Np. groteskowym przykładem nierozpoznania i nieznajomości potrzeb klienta przez handlowca, jest próba sprzedaży usług rekrutacyjnych firmie będącej w upadłości lub posiadającej rozpoczęte procedury związane z grupowymi zwolnieniami.

Mając takie informacje handlowiec mógłby znacznie szybciej sprzedać w takich firmach usługi związane z outplacementem. Innym przykładem nierozpoznania potrzeb klienta tym razem spoza branży HR, może być próba sprzedaży usług sprzątających firmie, która wynajmuje biura i już w czynszu za wynajem mają zagwarantowane usługi sprzątania realizowane w całym budynku. No cóż, może uda się sprzedać usługi sprzątania tej firmie, ale może to być zupełnie nieopłacalne zarówno dla jednej jak i drugiej strony.

Przykładów związanych z nierozpoznaniem potrzeb pracodawcy, u którego już pracujemy może być mnóstwo. Z logicznego punktu widzenia, jest to wręcz nie do pojęcia, jak wiele osób pracujących nie zdaje sobie sprawy, jakie potrzeby może mieć ich pracodawca. Wszyscy najczęściej skupiają się w pierwszej kolejności na swoich potrzebach, następnie na potrzebach klienta a na samym końcu swojego pracodawcy. Nie będę tu poruszał potrzeb ekonomicznych pracodawcy. Tzn. że musi mieć dochód, aby nam wypłacić wynagrodzenie, że nasza wypłata bierze się z naszej pracy i jeśli pracodawca nie ma dochodu z naszej pracy, to nie będzie ona zaspakajała potrzeby zysku dla pracodawcy.

Niewiele firm i pracodawców może pozwolić sobie w obecnych czasach na daleko idącą filantropię i zatrudnianie ludzi nieprzynoszących wymiernych korzyści dla firmy. Realizacja tej potrzeby pracodawcy jest dla pracownika kluczowa. Dopiero po udowodnieniu swojej przydatności dla pracodawcy możemy szukać kolejnych potrzeb pracodawcy, które umożliwią nam awans, większe zarobki, lepsze przywileje, rozwój kariery zawodowej.

Rozpoznając potrzeby pracodawcy warto skupić się na odpowiedzi na następujące pytania:

- W jakim etapie rozwoju jest firma?
- Jakie ma możliwości rozwoju?
- Jakie mogą być w najbliższym czasie zapotrzebowania kadrowe?
- Jacy pracownicy i na jakich stanowiskach zbliżają się do wieku emerytalnego lub planują zmianę

firmy?

- Kim jest i co ceni w pracy nasz bezpośredni przełożony?
- Jakie czynniki muszą zaistnieć abyśmy zostali awansowani lub przesunięci na stanowisko, o jakim marzymy?
- Co łączyło i co wyróżniało osoby, które w ostatnim czasie awansowały?
- Jakich pracowników w chwili obecnej pracodawca poszukiwał i jakie rekrutacje skończyły się sukcesem?
- Jaką mają strukturę zatrudnienia podobne firmy w naszej branży, a przede wszystkim skuteczniejsza konkurencja?
- Jakie występują trendy na rynku w naszej branży?

To są tylko wybrane pytania, od których można zacząć. Tak naprawdę im więcej informacji zbierzemy i przeanalizujemy, tym większa szansa na odkrycie potrzeb naszego pracodawcy. Po odkryciu tego, jakie potrzeby personalne, rozwojowe, ekonomiczne może mieć nasz obecny pracodawca, należy popatrzeć na to wszystko i zastanowić się czy jesteśmy w stanie dopasować się do tych potrzeb. Nie mówię tu o tym, że my musimy się teraz drastycznie zmieniać, iść na nowe studia, kursy i szkolenia. Mowa jest o tym, że należy popatrzeć teraz na potrzeby pracodawcy przez pryzmat naszych potrzeb i wizji naszej ścieżki kariery. Taka analiza może dać odpowiedź, w jakich obszarach powinniśmy się rozwijać i na co zwrócić uwagę, jeśli chcemy awansować lub czy w najbliższym czasie należy ewakuować się z tego pokładu, gdyż tonie coraz bardziej i nie ma szans na poprawę lub nie daje nam możliwości na wykorzystanie naszych talentów i predyspozycji.

W dzisiejszych czasach sam pracownik musi zadbać o swoją karierę, rozpoznając potrzeby pracodawcy. Musi nauczyć się dostrzegać możliwości w tych potrzebach dla siebie, jak również wyczuwać zagrożenia, które mogą spowodować utratę pracy. Osoba, która stale monitoruje potrzeby swojego pracodawcy nigdy nie będzie zaskoczona, że dostaje wypowiedzenie, bo będzie umiała rozpoznać takie zagrożenie i zawniczasu poszukać sobie alternatywy zatrudnienia. Taka osoba, będzie też umiała dostrzec możliwości awansu i to właśnie ona znacznie częściej znajdzie się w odpowiednim czasie, miejscu i będzie przygotowana.

Gdzie zbierać informacje wskazujące na potrzeby pracodawcy. Wszędzie? Odradzam jedynie łamanie prawa związanego z wydobywaniem tajnych informacji czy naruszanie prywatności. Jednak o tym, jakie osoby są poszukiwane, jakie są kierunki rozwoju, jak wygląda struktura zatrudnienia, można dowiedzieć się od współpracowników, od klientów, przełożonych. Takie informacje, które mogą nam się przydać nie są zwykle ściśle tajne. Ma do nich dostęp większość pracowników, jednak ta większość ignoruje je w nadziei, że złe informacje ich nie będą dotyczyły a te dobre to nie ich sprawa.

**Śledź na bieżąco potrzeby swojego pracodawcy. Umożliwi ci to, wyprzedzenie konkurencji w wyścigu o awans oraz pomoże zawniczasu znaleźć nową pracę.**

Potrzeby potencjalnego pracodawcy w procesie rekrutacyjnym są najbardziej istotnym elementem skutecznej rekrutacji. Bo przecież za nic w świecie nie przekonamy pracodawcy, aby nas zatrudnił, jeśli to, co możemy zrobić nie zapewnia realizacji jego potrzeb.

Np. jeśli firma jeszcze nie ma działu handlowego, a jej możliwości produkcyjne są dużo większe niż w chwili obecnej to, jeśli tylko chce wykorzystać swój potencjał będzie musiała zwiększyć sprzedaż, a co za tym idzie zbudować dział handlowy. Taki dział handlowy może zaczynać się od jednej osoby, ale jeśli jest potencjał może to być nawet kilkadziesiąt osób. Pracodawca chcący zrealizować potrzebę zwiększenia sprzedaży, będzie szukał nowych pracowników w tym dziale.

**Czytanie wskazówek:**

**Wskazówka nr 1**

Pracodawca szukając nowego menedżera szuka osoby, która obejmując stanowisko dyrektora handlowego będzie musiała zajmować się dodatkowo obowiązkami związanymi z zarządzaniem całą firmą pod nieobecność dyrektora zarządzającego.

**Wskazówka nr 2**

Fakt, że poprzedni dyrektor został zwolniony ze względu na nadużywanie alkoholu jest również przesłanką o możliwych ukrytych potrzebach przyszłego pracodawcy.

Pierwsza wskazówka mówi nam o tym, że pracodawca może szukać kogoś, kto będzie miał doświadczenia w zarządzaniu nie tylko działem handlowym, ale i innymi działami lub całym przedsiębiorstwem. Druga przesłanka może mówić o potrzebie znalezienia kogoś, kto w porównaniu do swojego poprzednika całkowicie nie korzysta z alkoholu.

Tu obowiązuje ta sama reguła jak w przypadku, kiedy rozpoznajemy potrzeby pracodawcy, u którego już pracujemy. Tzn. im więcej wiemy o potencjalnym pracodawcy, jego branży, firmie, osobach pracujących, toczących się i zakończonych rekrutacjach, zwolnieniach i sytuacji ekonomicznej, tym większe szanse na poznanie potrzeb pracodawcy i zakończenie rekrutacji z sukcesem.

Najbardziej podstawowe informacje na temat potrzeb pracodawcy można znaleźć w ogłoszeniu o pracę. Wymagania, jakie stawia pracodawca w ogłoszeniu są kluczowe. Brak znajomości wymagań z ogłoszenia, na jakie aplikujemy skazuje nas z góry na porażkę. Dlaczego?

1. Jeśli odpowiadamy na ogłoszenie o pracę, w którym wymagane jest przysłanie listu motywacyjnego to zawsze należy to zrobić. Pracodawca najwidoczniej ma potrzebę poznania jak bardzo pracownikowi zależy na pracy u niego i czy pisze list skierowany do niego.
2. W liście motywacyjnym należy odnieść się do wymagań, jakie stawia w ogłoszeniu pracodawca. Opisać, w jakim stopniu spełniamy jego wymagania i dlaczego zależy nam na pracy właśnie u niego. Bardzo wielu pracodawców odczuwa potrzebę dowartościowania swojej firmy i chce wiedzieć o tym, że pracownicy chcą pracować właśnie u nich. Więc kiedy widzą, że przez pomyłkę został zaadresowany list motywacyjny do innej firmy lub w ogóle nie ma danych, do kogo jest adresowany, najczęściej taki list nie jest czytany a aplikacja odrzucana.
3. Jeśli dojdzie mimo wszystko do rozmowy rekrutacyjnej i zostaniemy zapytani, dlaczego aplikowaliśmy na to stanowisko mimo, że nie spełniamy wymagań co do kierunkowego wykształcenia jakie było wymienione w ogłoszeniu, to nie znając tego wymagania również tracimy punkty. Dodatkowo inni kandydaci mogą znać te wymagania znacznie lepiej, przez co mogą pokazać większe zaangażowanie.

Innym źródłem wszelkich informacji jest oczywiście Internet. Solidne przygotowanie do procesu rekrutacyjnego, zakłada obranie jednego kierunku poszukiwań i zawężenie go do konkretnej branży. Dzięki temu można dokładniej zebrać informacje i rozpoznać znacznie lepiej potrzeby pracodawców poprzez poznanie branży, jej specyfiki, rodzaju grup klientów, sytuacji ekonomicznej, rotacji na danych stanowiskach i ruchach na skalę makro w gospodarce.

Oczywiście nie jesteśmy w stanie przewidzieć wszystkiego. Nie jesteśmy w stanie dowiedzieć się tego wszystkiego. Co więcej, nie jesteśmy w stanie poznać wszystkich potrzeb naszych obecnych i potencjalnych pracodawców. Jednak im lepiej się przygotujemy i przeanalizujemy te potrzeby, a następnie rozpoznamy nasze możliwości i zagrożenia, tym większe szanse mamy na świadome zarządzanie zmianą w swojej karierze zawodowej. Tym samym zmniejszamy ryzyko utraty pracy i zwiększamy szanse na awans.

