

Recruitment Report

SITE MANAGER
ASSISTANT

KATOWICE 2021

Przygotowany przez:



Słowo wstępne

Dziękujemy za zainteresowanie naszymi usługami. Bardzo sobie cenimy naszych partnerów i liczymy, że w przyszłości uda nam się nawiązać współpracę.

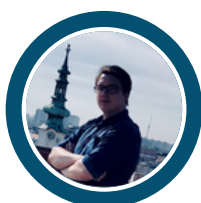
Jak już Państwo wiedzą - Uppeo to mała agencja rekrutacyjna. Jej początek to czerwiec 2019, kiedy jako specjaliści z obszaru zasobów ludzkich i marketingu zdecydowaliśmy utworzyć podmiot, który łącząc te dwie branże, pomoże zbudować transparentną, silną i godną zaufania markę wśród potencjalnych kandydatów i partnerów biznesowych.

Naszym celem jest wsparcie zarówno osób poszukujących pracę, jak i zainteresowanych ich zatrudnieniem pracodawców. Do każdego projektu podchodzimy z wielką otwartością, empatią i profesjonalizmem. Prowadzimy zespół, który nieustannie poszukuje nowych rozwiązań bieżących wyzwań, jednocześnie otwarcie mówiąc o zagrożeniach projektu, sugerując adekwatne, możliwe rozwiązania.

Liczymy, że docenią Państwo nasze starania i w przyszłości będziemy mogli wspólnie stawić czoła nowym wyzwaniom, aktywnie wspierając Państwa działalność.



PAWEŁ NIEDZIELSKI
Managing Partner | Marketing



ANNA BĘDKOWSKA
Managing Partner | Rekrutacja



Opis projektu

TŁO PROJEKTU

Naszym klientem jest międzynarodowa grupa, specjalizująca się w dostarczaniu rozwiązań dla branży motoryzacyjnej. W związku z rozpoczęciem projektu w Gliwicach firma zgłosiła zapotrzebowanie na Site Manager Assistant, który miał(a) być wsparciem Site Managera przy koordynacji projektu i organizacji pracy.

CEL PROJEKTU

Znalezienie odpowiedniego pracownika, o określonych cechach dostępnego w przeciągu nadchodzących 3 tygodni na okres maksymalnie 6-8 miesięcy.

WYMAGANIA PROJEKTU

Kandydat musi:

- posiadać wykształcenie wyższe,
- być wielozadaniowy ze względu na duże spiętrzenie zadań,
- posiadać czynne prawo jazdy kat. B,
- płynnie posługiwać się w j. angielskim lub włoskim,
- posiadać doświadczenie w zarządzaniu projektami,
- mieć wysokorozwinięte umiejętności organizacyjne,
- być dyspozycyjnym do pracy 6 dni w tygodniu po 10h dziennie,
- być biegłym w programach MsOffice, w szczególności MsExcel,
- być dyspozycyjny do podjęcia pracy w przeciągu 3 tygodni,
- być gotowym do pracy tymczasowej na okres 6-8 miesięcy,
- posiadać wysokorozwinięte umiejętności komunikacyjne.

WYZWANIA PROJEKTU

- krótki czas realizacji zlecenia,
- znalezienie pracownika o wysokich kwalifikacjach do pracy tymczasowej,
- bardzo duża ilość godzin pracy,
- gotowość do podjęcia pracy w krótkim czasie.

Realizacja projektu

OKREŚLONIE GRUPY DOCELOWEJ

Przed rozpoczęciem rekrutacji musieliśmy ustalić personę, która pomoże w ustaleniu grupy docelowej, aby móc precyzyjniej trafić do potencjalnych kandydatów oszczędzając czas oraz koszty związane z marketingiem.

KANAŁY POZYSKANIA LEADÓW

Na podstawie osoby wybrano następujące kanały: networking, publikacje ogłoszeń online oraz offline, social media marketing. Skorzystano z portali płatnych oraz bezpłatnych dobranych pod potencjalnych kandydatów. Przygotowano również kampanię social media.

WYBRANE METODY REKRUTACYJNE

Do przeprowadzenia rekrutacji wybrano następujące metody: search & selection, networking (rekomendację naszej sieci kontaktów).

UZASADNIENIE

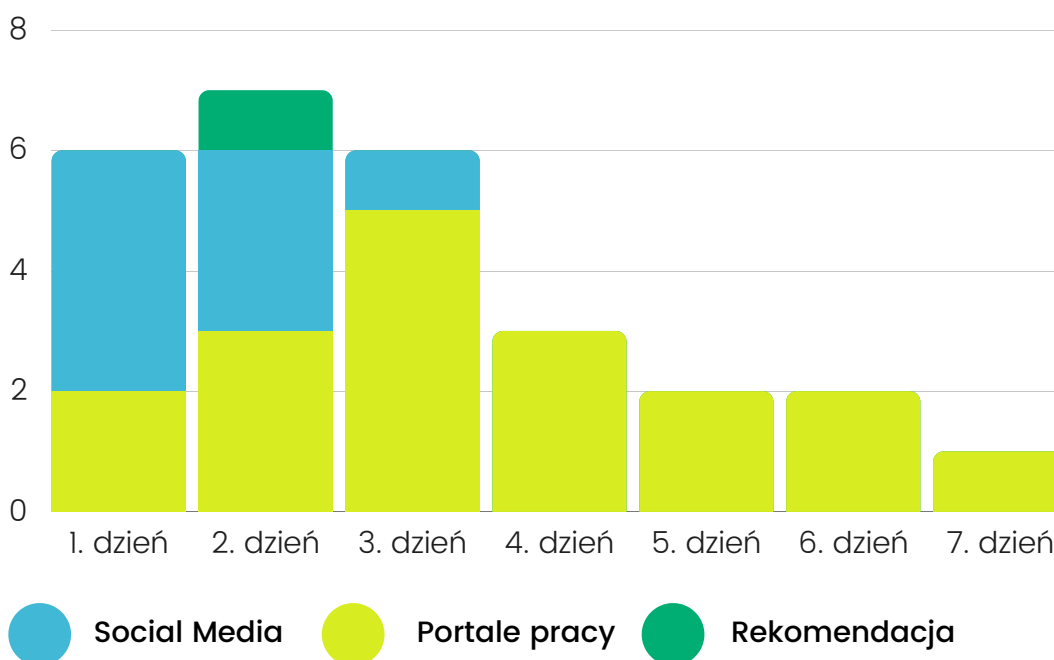
Specyfika projektu wykluczyła możliwość skorzystania z Direct Search. W minimalnych zakresie skorzystano z dostępnej bazy kontaktów, które nie zostały zaliczone jako leady, ze względu na brak zainteresowania kandydatów. Głównym powodem odmówienia wzięcia udziału w rekrutacji był zbyt krótki czas zatrudnienia.

Wyniki (1/4)

CZAS REALIZACJI PROJEKTU

2 tygodnie od rozpoczęcia rekrutacji

DYNAMIKA WZROSTU LICZBY KANDYDATÓW



OBJAŚNIENIE

Kampania marketingowa została uruchomiona w dzień i o godzinie, w którym ustalona grupa docelowa jest najaktywniejsza. Korzystaliśmy z kilku wiodących portali pracy* oraz Social Media*.

Z wykresu wynika, że kampania w Social Media przynosi natychmiastowy efekt w postaci nowych leadów, natomiast portale pracy działają najlepiej w kolejnych dniach od publikacji.

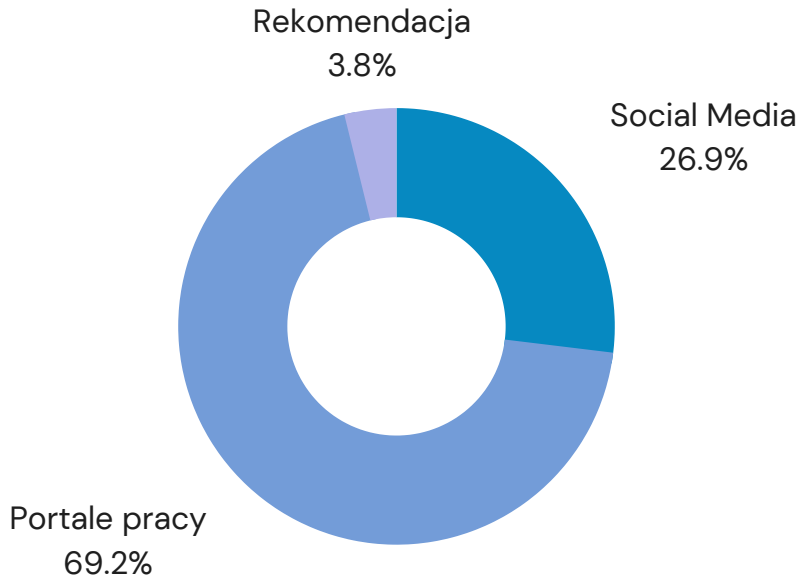
Rekomendacje otrzymujemy od znajomych firm, sieci kontaktów, lecz również byłych kandydatów, polecających swoich znajomych.

Content został dostosowany do grupy docelowej.

*dokładne źródła zostały dostosowane do grupy docelowej

Wyniki (2/4)

KANAŁY POZYSKANIA KANDYDATÓW



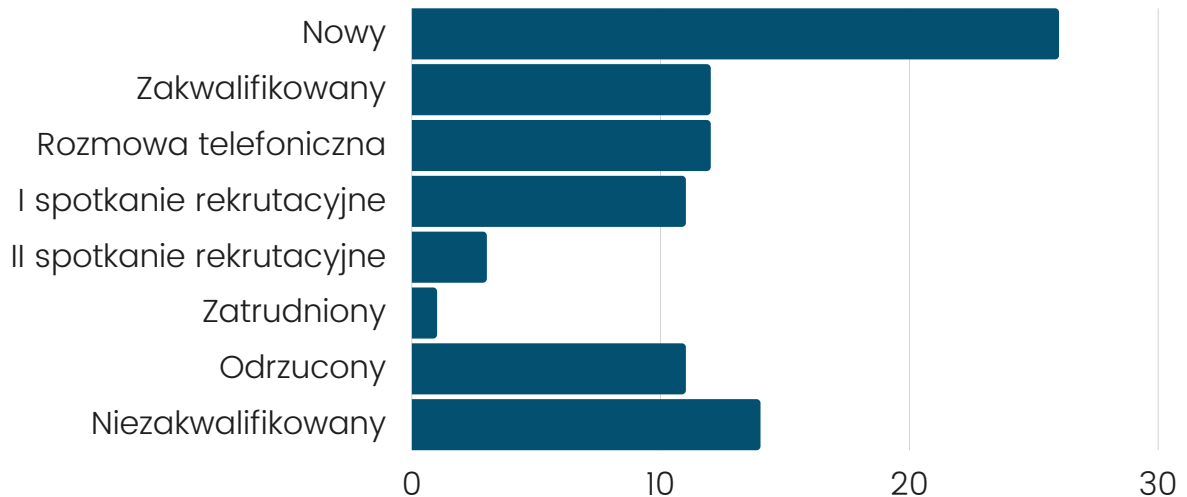
OBJAŚNIENIE

Metody rekrutacji oraz źródła leadów zostały dobrane pod projekt i grupę docelową. Tym razem została wykorzystana jedynie metoda Search&Selection. W przypadku braku wystarczających leadów lista potencjalnych kandydatów zostałaby uzupełniona o wyniki Direct Search. Jednak w tym przypadku nie była to metoda wiodąca, ze względu na specyfikę projektu, z góry narzucony, określony czas zatrudnienia oraz formę zatrudnienia. Istniała obawa, że kandydaci pasywni, zatrudnieni w firmach o podobnym profilu, mogliby nie być zainteresowani pracą tymczasową, tym samym stracilibyśmy czas na ich próbę pozyskania.

Metoda **Direct Search** jest jedną z najbardziej efektywnych metod rekrutacyjnych, ponieważ pozwala ona bardzo precyzyjnie i bezpośrednio dotrzeć do kandydatów z wymaganym doświadczeniem, umiejętnościami oraz cechami.

Wyniki (3/4)

PRZEPŁYW KANDYDATÓW MIĘDZY ETAPAMI



OBJAŚNIENIE

Łącznie pełną kandydaturę zgłosiło 26 kandydatów. Tylko 12 z nich zostało zakwalifikowanych do dalszych etapów rekrutacji. Głównymi powodami niezakwalifikowania kandydatów były:

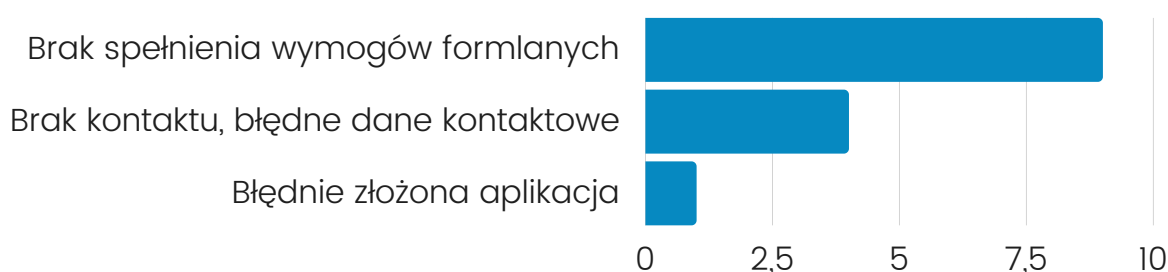
- brak spełnienia wymogów formalnych,
- zbyt długi okres wypowiedzenia,
- zbyt wysokie oczekiwania finansowe względem posiadanych kwalifikacji,
- niedokładne zapoznanie się z ogłoszeniem - brak dyspozycyjności do pracy w dużej ilości godzin,
- brak kontaktu, błędne dane kontaktowe.

Wyniki (4/4)

POWODY ODRZUCENIA KANDYDATÓW



POWODY NIEZAKWALIFIKOWANIA KANDYDATÓW



OBJAŚNIENIE

Większość niezakwalifikowanych kandydatów to osoby, które złożyły aplikację mimo niespełnienia wymogów formalnych, np.:
brak znajomości języków obcych,
brak doświadczenia, brak prawa jazdy kat. B.

Po rozmowie rekrutacyjnej najwięcej osób zrezygnowało ze względu na nadgodziny. Pomimo, że złożyły aplikację, po przemyśleniach odmówiły chęci kontynuowania rekrutacji.

Wiele osób zmieniło również oczekiwania finansowe podczas I spotkania, które nie mieściły się w budżecie klienta, ani do nie były adekwatne do posiadanych kwalifikacji.

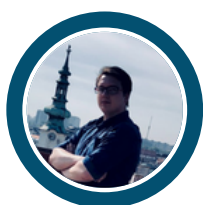
Podsumowanie

W przeciągu już 1. tygodnia trwania rekrutacji pozyskaliśmy odpowiednich kandydatów. Kampanie marketingowe nie zostały zakończone ze względu na konieczność utrzymywania odpowiedniej ilości kontaktów, w przypadku konieczności uzupełnienia listy kandydatów. Dane te nie zostały dołączone do raportu.

Trzy wybrane osoby zostały zaproszone na rozmowę z hiring managerem. Jedna z nich została wybrana w przeciągu kolejnego tygodnia - została ona wskazana przez nas, jako kandydat najlepiej pasujący do profilu.

Cała rekrutacja została zamknięta w trzech tygodniach. 1. tygodnia rozpoczęły się kampanie marketingowe, jednocześnie trwał etap selekcji kandydatów wraz z umawianiem ich na spotkanie rekrutacyjne. 2. tygodnia odbywały się rozmowy rekrutacyjne oraz były tworzone karty oceny kandydatów, które następnie otrzymywał nasz klient wraz z rekomendacją. 3. tygodnia odbyły się rozmowy z hiring managerem u naszego klienta, który podjął decyzję o zatrudnieniu jednej osoby.

DANE KONTAKTOWE



PAWEŁ NIEDZIELSKI

+48 794 177 228

pawel.niedzielski@uppeo.com.pl

info@uppeorecruitment.com



ANNA BĘDKOWSKA

+48 519 111 669

anna.bedkowska@uppeo.com.pl

info@uppeorecruitment.com



Uppeo s.c.

AL. W. KORFANTEGO 2
40-004 KATOWICE

WWW.UPPEO.COM.PL

Przygotowany