

Столкновение интересов

Почему кадровым агентствам бывает нелегко с клиентами

Елена Логачева,

заместитель генерального директора рекрутинговой компании Delogys Group



Сотрудничество с внешними рекрутерами – это не просто покупка услуги, а полноценное партнерство, основанное на взаимовыгодных условиях и нацеленное на единый результат. К сожалению, эффективность работы с кадровыми агентствами остается достаточно низкой и зачастую приводит к неудовлетворенности клиента. Однако это не значит, что рекрутер действовал непрофессионально. Скорее всего, проблема заключается в отсутствии грамотно оформленных правил игры для обеих сторон.

Ситуация, когда поиск по вакансии, переданный кадровому агентству, параллельно ведется и внутренней службой персонала компании-клиента, остается стандартной на рекрутинговом рынке. Причем нередко речь идет о позиции, на которую необходимо найти одного-единственного сотрудника. Работодатель вправе решать свои задачи тем способом, который ему больше нравится, но такое кадровое соревнование не может не влиять на качество результата.

Ведь в итоге получается непродуктивная нагрузка сразу двух независимых подразделений (внутренней HR-службы и кадрового агентства), а значит, лишняя трата денег, ресурсов, времени. И внутренние, и внешние рекрутеры, как правило, просматривают одни и те же источники информации, ходят по примерно одинаковым информационным тропам. Разница лишь во внутренних базах данных, которые у агентств объемнее, и в использовании методики прямого выхода/переманивания сотрудников, не находящихся в активном

поиске работы. И тут возникает масса вопросов. Зачем заказчики так поступают? Проявление ли это недоверия к агентству? И что именно клиент хочет получить от рекрутинговой фирмы, подписывая с ней договор? Можно понять работодателей, которые только начинают пользоваться услугами кадровых агентств и таким образом выбирают наиболее компетентного провайдера. Но какой смысл в таком дублировании для компаний, имеющих успешный многолетний опыт работы с определенными кадровыми агентствами? Ведь гораз-

ФОТОБАНК

до проще подобрать адекватного бизнес-партнера, доверить ему подбор персонала и заняться решением других задач – тех, которые нельзя никому перепоручить. Возможно, проблема кроется в привычке эйчаров воспринимать рекрутинговое агентство исключительно как «дублера» или же в непонимании того, как контролировать процесс, которым занимается сторонняя компания.

Готовим вместе

Услуги кадрового агентства – это аутсорсинг в чистом виде. Наибольшего успеха в предоставлении внешних услуг, на мой взгляд, добились IT-фирмы. Попробуем провести аналогии. Для внедрения ERP-системы компания обращается к системному интегратору. Вряд ли одновременно с этим она будет пытаться своими силами внедрить ту же систему, чтобы посмотреть, кто это сделает лучше или быстрее. В такой ситуации команды заказчика и интегратора работают вместе и каждая выполняет свою часть проекта.

Когда же процесс подбора персонала отдается на аутсорсинг, оплата идет только за результат. В итоге гонорар кадрового агентства, скорее всего, не превысит сумму затрат на подбор специалиста своими силами. При этом внешний провайдер освобождает клиента от необходимости решать дополнительные проблемы, связанные с организацией внутреннего процесса рекрутмента, и нивелирует большее число рисков, в том числе замену кандидата в случае его увольнения. Не стоит забывать и о том, что договор с кадровым агентством может регламентировать любые нюансы оказываемой услуги. Тогда как многие детали просто невозможно



внести в трудовой договор внутреннего рекрутера.

Правильные игры

Если все же душа к аутсорсингу не лежит, то есть ряд базовых правил, позволяющих минимизировать потерю времени и сил и повысить эффективность взаимодействия с кадровым агентством. В первую очередь стоит разделить задачи, чтобы не дублировать функционал друг друга. Прежде чем отдать вакансию в работу, стоит проверить собственную базу на наличие подходящих кандидатов. Если же рекрутеры все-таки предоставили подходящего специалиста, который есть в базе компании, но работодатель не обратил на него внимания при первичном поиске, это не повод не оплачивать услугу, ведь заказ агентство выполнило.

Если клиент ставит ограничения по внешним источникам информации – например, кадровым онлайн-порталам, то нужно четко оговорить эти нюансы в начале проекта и внести их в договор. Также стоит заранее обсудить возникновение ситуации, когда консультанты кадрового агентства могут

найти необходимого кандидата где угодно, например на закрытом банковском мероприятии, и при этом он может быть и в HeadHunter, но с резюме пятилетней давности.

Дефицит персонала в нашей стране сегодня велик как никогда. Стоимость его подбора возрастает. В таких условиях от сотрудников и внутренних служб персонала, и кадровых агентств требуется максимальный профессионализм и слаженность действий. Для того чтобы их обеспечить, заказчикам необходимо четко понимать, что именно они хотят получить от кадрового агентства, и ставить перед ним конкретные цели. Рекрутинговым компаниям нужно стремиться выполнять поставленные цели с максимальным уровнем качества. **HR**

Услышать друг друга



Андрей Чулахваров,

руководитель отдела по поиску и подбору персонала кадровой компании Coleman Services

Я бы хотел выделить несколько проблемных зон, которые появляются у нас при работе с компаниями-клиентами.

Во-первых, заказчики периодически медлят с предоставлением обратной связи, что очень важно при выполнении поставленных требований. Во-вторых, клиенты не всегда четко понимают и соотносят свои пожелания с реальной рыночной ситуацией. Например, просят предоставить список из четырех-пяти кандидатов на позицию, на которую сложно найти даже одного человека. Данные трудности объясняются спецификой внутренних процедур работодателей. Чем крупнее организация, тем больше бюрократических процедур, что может привести к потере кандидата. Важно понимать, что кандидатская логистика должна быть максимально быстрой.

Также HR-менеджеры не всегда четко понимают специфику позиции. Зачастую взаимодействие с линейным менеджером оказывается более эффективным. Но тут возникает другая опасность: линейные менеджеры редко ориентируются на реалии кадрового рынка и иногда требуют невозможного. Поэтому кадровое агентство в идеале должно донести реальное положение дел до эйчаров и сообща воздействовать на лайн-менеджеров.