

Gondolatok a munkatárs-kiválasztásról

# Második lépés

**Milyen a megfelelő munkatárs?** Legyen korrekt, megbízható, precíz, önálló, jó problémamegoldó, **kreatív, ápoltságú, jó megjelenésű, nagy munkabírású, ahogyan az álláshirdetésben szerepel?** Biztos, hogy ez a legjobb út a megfelelő ember megtalálásához? A válasz nem, **egyáltalán nem biztos.** Ha valaha is foglalkoztak munkatárs-kiválasztással, pontosan tudják, hogy időnként, hogyan néz ki valójában a „jó megjelenésű” vagy „ápoltságú”, esetleg „jó kommunikációs képességekkel rendelkező” jelentkező...

Megdöbbenő képeket láthatnak maguk előtt az állásinterjúknál! Kérdés tehát, hogy érdemes-e egyáltalán ezekben, vagy ezekhez hasonló jelzőkben gondolkodni, amikor munkatársakat keresünk? A válasz: nem.

## Milyen legyen az új munkatárs?

- 1. Termelő:** Képes legyen a tőle elvártakat folyamatosan jó minőségben és megfelelő mennyiségben teljesíteni.
- 2. Csapatjátékos:** Akarjon egy közös cél elérése érdekében, a cégben kialakított játékszabályok alapján a többiekkel együtt sírni és nevetni.
- 3. Akarjon maradni:** Találjon a cégben valamilyen hosszú távú együttműködési célt.

## A jelölt felkutatása

- Ha jók vagyunk, **jó a hírünk, a „nagy Ő” magától keres meg minket.**
- Megbízunk** valakit (fejvadász, ismerős és így tovább).
- Személyes csatornákon** keresztül is keresgélhetünk (rokon, ismerős). Az ő felvételük azonban veszélyes, mert egyrészt nem foglalkozunk a negatív tulajdonságaikkal, másrészt ők úgy gondolják, hogy joguk van olyan kiváltságokban részesülni, amit mások ugyanabban a munkakörben nem kapnának meg. Figyelem: a munkahelyen a feleség is **csak munkatárs, és nem rokon!** (A „főnök fe-

lesége” beosztás nem létezik egy jól működő szervezetben.)

- 4. Hirdetés:** újság, internet, iskolák, egyetemi tanszékek, saját telephely, vagy akár a gyár falára is kifüggeszthetjük hirdetésünket.
- 5. Más munkahelyről is átcsábíthatunk** embereket, de csak akkor, ha ott már nincs előrelépési esély, cél, esetleg nem becsülik a munkatárs értékeit, ám pénzért soha! Mert ez esetben itt is hamarosan zsoldossá válik.

## A jó hirdetések megfogalmazása

Mindenkit érdekel valami, mindenki „ugrik valamire”. **Úgy kell fogalmazni, hogy felhívják a figyelmet** a hirdetésre. Próbáljuk meg magunkat beleképzelni az olvasó helyzetébe: mi az, ami érdekelheti, mire vágya, miért keres új munkahelyet. Majd válaszoljunk a nehézségeket, azaz húzódjunk vissza, zárjuk ki azokat, akikkel nem szeretnénk találkozni (talán még egy kicsit lehet túlozni is).

Minimum hároméves gyakorlat, diploma, nyelvtudás, jogosítvány, gépkocsi stb. szükséges. Végül adjunk célt a jelentkezőnek. **Miért jó neki, ha hozzánk csatlakozik?** (Fred-



Czébely-Lénárt László

értékesítési és vezetői tanácsadó

ményes munkáját folyamatos képzésekkel stb. honoráljuk.)

## Hová kerüljön a hirdetés?

Gondoljuk át, hogy a leendő munkatárs **mit olvas, merre jár**, milyen hírek érik el. Speciális munkakörök esetében számíthatunk a **többszöri hirdetésre.** A megjelentetés után, a hatékonyság javítása érdekében elemezzük az eredményeket, kik, hányan, milyen napokon, melyik hirdetésre jelentkeztek.

## A jelöltek kiválasztása

Ha visszajelzett valaki, **érdemes gyorsan reagálnunk**, nehogy a konkurencia „elhalássza” előlünk. Az **önéletrajz** csupán **tájékoztató** funkciót töltsön be, ne legyen döntő szempont.

Hány munkahelye volt, mi a képzettsége, dolgozott-e hasonló területen, milyen a szakmai háttere, külföldi tapasztalatai,

vannak-e kizáró tényezők? Ha megvannak a kiválasztottak, jöhet a legnehezebb: az interjú, a kiválasztás, erről a következő számban írunk.

A cikk Árpádi László, cégünk munkatárs-kiválasztási szakértője ötletei alapján készült. A fentiéknél többet megtudhat a munkatárs-kiválasztásról (is), ha jelentkezik a [www.emtrek.hu](http://www.emtrek.hu) honlapon díjtalan konzultációra. ■

*A „főnök felesége” beosztás nem létezik egy jól működő szervezetben.*