

Möt 13 erfarna ledare i samtal om digitaliseringens möjligheter inom rekrytering.

Nämnen en industri som idag som inte berörs av den snabba förändringstakt som digitaliseringen medför? Det är svårt..

Ny teknologi och människor inspirerar nästa generation av digitalt smarta företagare, utmanar gamla traditioner, exempelvis hur en rekrytering ska gå till. För att förstå och kunna anpassa sina processer träffades 13 smarta personer ur vårt community för ett rundabordssamtal, faciliterat av Media Evolution, på initiativ av Academic Search. Samtalet väckte tanken om morgondagens rekryteringsprocesser och vilket behov framtidens rekryteringsföretag kan fylla.

Med utgångspunkt i digitaliseringens påverkan på rekrytering diskuterades utmaningar, behov och möjligheter.

Digitaliseringen: Vilka implikationer ger det för vår bransch? Vilka utmaningar ställer det vårt företag inför?

Frågan diskuterades flitig och tillsammans kom deltagarna fram till 5 insikter, varför vi behöver tänka nytt kring rekrytering och kompetensförsörjning.

1. Det är svårt att hitta och behålla kompetenser.
2. Värderingar styr valet av jobb. Företagets värderingar måste matcha individens egna värderingar.
3. Snabbrörlighet, rekryteringsprocesserna måste vara snabba.
4. Företag och organisationer konkurrerar om och lockar till sig personer från andra branscher än tidigare.
5. Viktigt att hitta rätt personer, inte bara titta på kompetenser.

Jenny Berg Nilson från Massive Entertainment nämnde att det är svårt att hitta personer som gått en utbildning inom spelutveckling, så det gäller att tänka annorlunda. En bra fråga att ställa sig är exempelvis vem en kan anställa och lära upp? Emma Kronqvist från SVT tog upp problematiken att medarbetare kan gå till vilken annan bransch som helst, så det gäller att arbeta med företagets värderingar och erbjuda något mer, en digital kompetens kan exempelvis jobba i fler branscher, en konkurrerar inte om kompetens enbart med andra TV organisationer längre.

Exempel på vad nya rekryteringsmetoder möjliggjort

Inspirerade av människors beteenden och nya sätt att agera har flera företag redan börjat med alternativa rekryteringsprocesser. Deltagarna delade med sig av exempel, vilka sammanfattas nedanför er som inte var med vid samtalet.

PwC använde sig av gamification som inslag i rekryteringen berättar Emma Hammarfors. På en studentmessa förra året utmanades studenter att genomgå

olika aktiviteter. Två och två gick de in i ett uppbyggt rum, en box. Inne i boxen fanns instruktioner för att lösa problem, aktiviteter följde för att studenterna skulle kunna ta sig till nästa nivå. Vinnaren var en management student, vanligtvis hade PwC inte sökt nya medarbetare från just denna utbildning, men det visade sig vara ett bra sätt att bredda PwCs rekryteringar.

Några andra sätt som lyftes fram:

1. Workshops eller case istället för traditionella intervjuer
2. Praktikanter, så att både framtida medarbetare och arbetsgivare får en chans att utvärdera varandra.
3. Avkoda ansökningar som skickas in för att utmana sina fördomar.

Vilka är de viktigaste digitala stegen för att möta utmaningarna?

Utifrån insikterna och delade exempel sammanfattades tips och idéer för att möta digitaliseringens möjligheter.

1. Processerna som kandidater genomgår i rekryteringen ska väljas för att ge rätt bild av företaget som anställer, spegla företagets värderingar och vara en del i berättelsen. Rekryteringsprocessen bör vara en del av narrativet, berättelsen om företaget som förmedlas från första stund.
2. Alltid ta utgångspunkt i kandidaternas upplevelse och behov. I alla led.
3. Balansera digitala kanaler och digital interaktion med det fysiska mötet. Låt digitala lösningar bidra till att frigöra tid till mötet, inte omvänt.

Mikael Lindh från Ustwo betonar vikten av att designa sin rekryteringsprocess utifrån företaget, de metoder som väljs berättar om företaget och vilka de är. Redan vid skapandet av annons börjar narrativet ta form.

För att lyckas med rekryteringen nämndes flera gånger förmågan att förmedla företagets värderingar. Några ansåg att det är så viktigt att det inte går att sköta via rekryteringsföretagen. Ett behov som kvarstår är förmågan att analysera och göra research, förstå vilken data som är relevant att ta del av vid en rekryteringsprocess och vart den finns. Där finns det potential för rekryteringsbranschen att visa vägen och utveckla sina kunskaper och erbjudanden.

Vidare diskuterades att förhållandet mellan arbetssökande och arbetsgivare förändras. Villkor för traditionella anställningar förändras, till mer flexibla och rörliga. I stället för att rekryteringsföretag företräder arbetsgivare kanske de i framtiden företräder kandidater. Agerar likt agenter till kandidater som letar efter utmaningar i näringslivet, efter potentiella arbetsgivare som matchar kandidatens värderingar och intressen.

Sammanfattningsvis innebär den snabba förändringstakten som digitaliseringen medför nya kompetensbehov hos rekryterare, kommunikationsfärdigheter i processen och nya affärsmodeller för rekryteringsföretag.

Academic Search kunde gå hem med nya insikter och förståelse för sin bransch och deras kunders behov, de andra deltagarna fick möjlighet att vädra sina tankar och funderingar med likasinnade. Sammantaget gick alla hem med inspiration och nya idéer för att fortsätta sitt arbete med rekrytering.

Medverkande:

Daniell Drottsäter, Digital Affärsutvecklare på Egmont Publishing Kids
Emma Kronkvist, TV-chef på SVT Syd
Emma Hammarfors, Human Capital Specialist på PwC
Anders Nyhagen, branschstrateg på Arbetsförmedlingen
Kajsa von Geijer, Senior vice President HR Thule

Jeanette Nilsson, chef för rekrytering på Eon
Jenny Berg Nilsson, Senior Vibe Manager på Massive Entertainment
Mikael Lindh, Design Specialist och ansvarig för rekrytering på Ustwo
Brune Tavell, VD, Academic Search International
Marcus Kleine, vVD, Academic Search International
Kristian Presists, Business area manager Talent Management, Academic Search International
Johan Ericsson, CFO, Academic Search International
Marika Treschow, Chairman & Founder, Academic Search International

Moderator: Emma Estborn, Media Evolution
Dokumentation: Natalia Brynte, Futency