

## Direct Search czyli polowanie na menadżera

Dla współczesnych firm jednym z głównych celów jakie sobie stawiają, jest dążenie do ciągłej poprawy efektywności działania, a przez to do uzyskiwania coraz lepszych wyników. Wymaga to pozyskania takich ludzi, którzy w danych warunkach i w konkretnym przedsiębiorstwie będą w stanie sprostać tym wyzwaniom i poprowadzą firmę ku przyszłości; ludzi, którzy wniosą nowe pomysły, rozwiązania i idee oraz wykorzystają swój potencjał przyczyniając się do rozwoju i sukcesu organizacji.

Poszukiwanie wysokiej klasy profesjonalistów i specjalistów nie odbywa się przy użyciu tradycyjnych metod stosowanych w rekrutacji i selekcji, lecz za pomocą Direct Search (DS). Po polsku *direct search* (ang.) oznacza „bezpośrednie szukanie, poszukiwanie” – i tym właśnie jest ta metoda. Polega ona na bezpośrednim poszukiwaniu skutecznych menedżerów średniego szczebla i kluczowych specjalistów o umiejętnościach rzadko spotykanych na rynku pracy. Menedżerowie odnoszący znaczące sukcesy zazwyczaj nie są aktywni w zakresie poszukiwania nowej pracy, dlatego też Direct Search stwarza realne szanse sukcesu w obsadzaniu najbardziej wymagających stanowisk.

Istotą tej metody jest wspomniane wcześniej bezpośrednie poszukiwanie odpowiednich kandydatów według ustalonego profilu kompetencyjnego i psychologicznego, w precyzyjnie określonym otoczeniu. Zakłada ona identyfikację odpowiednich osób poprzez analizę właściwych grup zawodowych i penetrację firm o podobnym profilu, strukturze i organizacji. Kluczowymi źródłami informacji o potencjalnych kandydatach są najlepsi specjaliści z danej branży, jak również osoby znające dobrze firmy bezpośrednio konkurujące z firmą klienta. Istotnym w tej metodzie jest *target*, czyli cel – wspomniany idealny kandydat. Osoby te najczęściej nie poszukują aktywnie nowego zatrudnienia – dlatego tak ważne jest dotarcie do nich dzięki pracy zespołu realizującego dany projekt rekrutacyjny. Warto dodać, że z reguły poszukiwania mają charakter poufny, bez ujawniania nazwy organizacji szukającej pracownika.

Usługa ta kierowana jest do firm chcących dotrzeć do najwartościowszych kandydatów na stanowiska kierownicze średniego szczebla, menedżerów, jak i innych specjalistów posiadających bardzo wysokie kwalifikacje zawodowe.

Sposób realizacji metody Direct Search jest na ogół jednakowy dla wszystkich firm, które ją wykorzystują/stosują.

Na początku poszukiwań ustalany jest razem z klientem profil kandydata, w którym brane są pod uwagę kwestie formalne tj. wykształcenie, doświadczenie zawodowe, znajomość języków obcych itp. jak i kompetencje miękkie związane z typem osobowości, cechami charakteru.

Następnie, poprzez penetrację konkretnych grup zawodowych identyfikowane są konkretne osoby aktywne zawodowo. Charakterystyczną cechą tej metody jest to, że następuje tutaj bezpośredni kontakt pomiędzy rekruterem a poszukiwanymi osobami pełniącymi analogiczne funkcje w innych firmach, a jednocześnie spełniającymi wymagania klienta. Po bezpośrednim dotarciu do interesujących kandydatów researcher (poszukiwacz) stara się wstępnie zainteresować ich ofertą swojego klienta. Najbardziej odpowiednie i zainteresowane osoby zapraszane są na spotkania mające formę ustrukturalizowanego wywiadu, który pozwala ocenić doświadczenie zawodowe kandydatów, ich kwalifikacje merytoryczne, predyspozycje osobowościowe oraz zweryfikować aktualny poziom motywacji do podjęcia pracy dla **nowego pracodawcy**. W wyniku tych działań zostaje wyłoniona grupa docelowa (od 2 do 5 osób), która najlepiej spełnia wymagania klienta.

Kolejnym krokiem jest przygotowanie prezentacji opisującej kandydatów i przekazanie jej klientowi. Zawiera ona:

- dostępność i warunki zmiany zatrudnienia (okresy wypowiedzenia, ewentualnie klauzule o zakazie pracy u konkurencji itp.);
- kompetencje;
- motywację do zmiany pracy;
- oczekiwania finansowe;
- opinię i uwagi na temat kandydatów;
- rys osobowościowy;
- zebrane referencje zawodowe.

Po zapoznaniu się z tymi informacjami, klient rozpoczyna spotkania ze wskazanymi kandydatami.

Dzięki tej metodzie firmy poszukujące wysokiej klasy specjalistów mają możliwość:

- 1) utajnienia własnych, korporacyjnych działań rozwojowych (działania DS są w większości przypadków poufne),
- 2) otrzymania wsparcia przy tworzeniu profilu stanowiska (wymagania, obowiązki, warunki zatrudnienia),
- 3) redukcji kosztów związanych z utrzymywaniem rozbudowanych zespołów rekrutacyjnych (weryfikacja napływających zgłoszeń, danych osobowych, referencji oraz ocena poszczególnych kandydatów są niezwykle czasochłonne),
- 4) dokonania kompleksowej i precyzyjnej weryfikacji rynku (proces rekrutacji metodą DS nie trafia do wąskiej grupy osób zmuszonych do poszukiwania pracy, ale głównie do aktywnych zawodowo),
- 5) dokonania wnikliwej, obiektywnej i profesjonalnej oceny kandydatów (profil psychologiczny, kompetencje, referencje, osiągnięcia itp.),
- 6) otrzymania informacji zwrotnej z rynku pracy (wynagrodzenia, warunki zatrudnienia i czynniki motywacyjne u konkurentów oraz sposób postrzegania firmy przez rynek pracy),
- 7) szybszego i bardziej owocnego zakończenia procesu rekrutacji (metoda bierna - ogłoszenia, działania typu "success fee" – co można przetłumaczyć jako płatność po zatrudnieniu kandydata - przynoszą rezultaty z dużym opóźnieniem lub wcale).

Dodatkowo firmy świadczące usługi Direct Search ponoszą odpowiedzialność za wskazanych przez siebie kandydatów. W przypadku zatrudnienia pracownika, który nie spełni oczekiwań klienta, firma zobowiązuje się do ponownego przeprowadzenia poszukiwań bez pobierania żadnych należności.

Działaniem związanym z metodą Direct Search dotyczącym werbowania pracowników przez wyspecjalizowane agencje jest zachęcanie zatrudnionych do zmiany miejsca pracy, przejścia do konkurencyjnych przedsiębiorstw. Tego typu działania mogą budzić obiekcje natury etycznej, a nawet sprzeciw tych firm, które tracą zdolnych pracowników, w których rozwój wcześniej zainwestowały – opłacając chociażby ich szkolenia.

Ze względu na swą specyfikę (pracochłonność, stosunkowo wysokie koszty jednostkowe), Direct Search nie jest metodą rekomendowaną do realizacji projektów rekrutacyjnych na stanowiska o dużym potencjale rynku kandydatów, o jawnej, masowej charakterystyce.

Uznane na rynku rekrutacyjne firmy doradcze oferują swoim potencjalnym klientom projekty Executive Search – projekty tego typu realizowane są przy pomocy metody Direct Search. Różnica polega na poszukiwanym kandydacie – Executive Search to szukanie i dotarcie do najwartościowszych kandydatów na stanowiska kierownicze wysokiego szczebla. W ramach takich projektów skutecznie poszukiwani są liderzy, których kompetencje pozwalają przesądzać o realizacji kluczowych celów biznesowych firm. Projekty tego typu są zawsze realizowane przez konsultantów z dużym doświadczeniem wyniesionym z wieloletniej pracy w branży doradztwa personalnego i pośrednictwa pracy. Pozwala w sposób ukierunkowany dotrzeć do osób najlepiej odpowiadających wymogom określonym przez zleceniodawcę. Executive Search umożliwia klientowi wpływ na określenie strategii poszukiwań i zapewnia całkowitą poufność.

Opracowanie: Małgorzata Sych, Bartłomiej Babczyński

Netografia (strony dostępne 23.05.2012r.):

[www.gazetapraca.pl](http://www.gazetapraca.pl)

<http://www.innovation.pl/blog>

<http://www.psipolska.pl>

[www.pracuj.pl](http://www.pracuj.pl)