

TALENTY-1

Náborový model

Od začiatku zakladatelia Googlu chápali, že ak chcú vždy najímať len tých **najlepších ľudí**, nemôžu sa pridržať klasického **výberového modelu**, ale musia naviazať na ten **akademický**. Univerzity spravidla neprepúšťajú svojich pedagógov, preto si dajú záležať na tom, aby prijali a povyšovali tých správnych ľudí a väčšinou na to využívajú **komisie**.

Preto sú presvedčení, že **prijímanie ľudí by nemalo byť hierarchické, ale rovnoprávne**. **Rozhodnutia by mali prijímať komisie**, ktoré by sa mali zameriavať na to, aby do firmy priniesli tých najlepších ľudí, aj vtedy, ak ich skúsenosti nezodpovedajú danej pozícii.

V rovnoprávnom **náborovom modeli** sa **dôraz kladie na ľudí, nie na organizáciu**. Šikovní kreatívci sú dôležitejší než pozícia, **spoločnosť je dôležitejšia než manažér**.

Naši ľudia sú našou najväčšou hodnotou, je otrepaná fráza. Vybudovať tím šikovných kreatívcov, ktorý tieto slová naplní, si vyžaduje viac: **musíte zmeniť spôsob, akým členov tímu prijímate**.

Kvalitný **proces výberu** zvládne každý. Vyžaduje si to ale veľa času a práce. Je to však **najlepšia investícia**, akú môžete urobiť. **Nábor je najdôležitejšou vecou, ktorú musíte urobiť**.

Ako nájdete a dostanete na palubu ideálneho kandidáta? V tejto dôležitej reťazi sa nachádzajú 4 ohnivé: **zháňanie, pohovor, najímanie a odmeňovanie**.

Literatúra

Eric Schmidt a Jonathan Rosenberg, Ako funguje Google, Ikar, 2015