

TALENTY-2

Zháňanie ľudí

Odcloňte

Na počiatku stojí definovanie toho, aký typ uchádzača chceme-**odclonenie**. Úspešný náborár otvor clony rozšíri a do svojho hľadáča tak dostane aj iných ako obvyklých podozrivých. Priekopník superpočítačov Cray úmyselne prijímal neskúsených ľudí, pretože tí „spravidla nevedia, že niečo je nemožné“.

Marissa Mayerová vymyslela program „**Pomocný produktový manažér**“, ktorého cieľom je najímať tých **najšikovnejších počítačových vedcov**, ktorí práve vychádzajú zo škôl. Ťažšie je zveriť im v projektoch zodpovedné úlohy, s ktorými je spojený priamy vplyv na produkt.

Jedným zo spôsobov, ako „odcloniť“, je posudzovať uchádzačov podľa **trajektórie**. Najlepší ľudia sú spravidla tí, ktorých **kariéra rastie**, pretože ak si spravíte projekciu ich ďalšieho vývoja, je tam **potenciál na veľký rast a úspechy**.

Existuje mnoho schopných a skúsených ľudí, ktorí narazili na strop. Pri týchto kandidátoch viete presne, čo dostanete., avšak majú oveľa menší potenciál na niečo mimoriadne.

Čím vyššiu pozíciu obsadzujete, tým je ťažšie odcloniť. Výber na manažérske pozície je takmer vždy založený na **skúsenostiach kandidáta**.

Každý pozná niekoho výnimočného

Zháňanie ľudí je úlohou pre každého a túto povinnosť je nutné vnieť do DNA firmy. Náborári môžu manažovať celý proces, avšak každý musí byť najatý na najímanie.

Najjednoduchší spôsob, ako dostať zháňanie ľudí do náplne práce každého zamestnanca, je merať to. Počítajte referencie a a pohovory.

Žiadajte zamestnancov, aby vám pomohli s náborom a sledujte, ako často sa zapoja. A potom to vyhodnoťte pri posudzovaní výkonnosti a povýšeníach. **Nábor je úloha pre každého**.

Stádový efekt

Mať za zamestnancov **skvelých ľudí** vedie nielen k skvelým výsledkom, ale priťahuje tiež ešte viac skvelých ľudí. Najlepší zamestnanci sú ako stádo: **idú jeden za druhým**. Získate zopár a máte istotu, že ďalší ich budú nasledovať. Väčšina šikovných kreatívcov neprišla do Googlu pre zamestnanecké výhody (obedy zadarmo, dotované masáže, lepšie pracovné miesto, kancelárie ústretové k psom). Prišli preto, **že chceli pracovať s tými najlepšimi šikovnými kreatívcami**. Ak dáte dokopy skvelých ľudí, vznikne prostredie, kde sa budú navzájom deliť o nápady a pracovať na nich.

Stádový efekt je však dvojsečná zbraň. Zatiaľ čo Áčka najímajú Áčka, Béčka neprijímajú len Béčka, ale aj Céčka a Déčka. Preto, ak zľavíte zo svojich štandardov, alebo omylom prijmete Béčko, budete mať o chvíľu vo firme Béčka, Céčka a Déčka.

Na začiatku **nastavte vysoko latku** a potom to **vykričte do sveta**. Dvojnásobne to platí pri zamestnancoch, ktorí majú na starosti produkt, pretože **majú obrovský vplyv**. Dajte si dobre záležať na ich výbere, a ak sa vám podarí uchovať kvalitu, tá sa rozšíri z produktového tímu aj do ostatných častí spoločnosti.

Literatúra

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