

Shared Service Centre

Wiele agencji rekrutacyjnych pilnie poszukuje kandydatów do pracy w Shared Service Centre (SSC). W ostatnich czasach jest to coraz prężniej rozwijający się sektor usług na terenie Polski, który stale potrzebuje wsparcia wyspecjalizowanej kadry. O zjawisku Shared Service Centre rozmawiamy z dr Richardem Mbewe, niezależnym ekonomistą od lat zajmującym się analizami gospodarczymi.



dr Richard Mbewe, niezależny ekonomista

Na czym polega specyfika SSC?

Wiele osób ma wątpliwości, co dokładnie oznacza termin SSC i myli go z BPO (Business Process Offshoring). SSC, tłumaczone jako Centra Usług Wspólnych, to wydzielone oddziały oferujące usługi dla macierzystej spółki i jej oddziałów, komórek, departamentów, itd. Natomiast BPO to obsługa pewnych

niepodstawowych obszarów działalności firmy (tzw. *non-core business*) realizowana przez zewnętrzne podmioty. Zarówno SSC, jak i BPO dotyczą najczęściej działów IT, Obsługi Klienta, Finansów i Księgowości. Centra przenoszone są do krajów, gdzie można osiągnąć najwyższy poziom redukcji kosztów.

Jakie są światowe trendy w zakresie SSC?

Poza tradycyjnymi rynkami, jakimi są Indie i Chiny, największy potencjał ma Europa Środkowo- Wschodnia, szczególnie Czechy, Słowacja, Węgry czy Polska. Rozwijająca się gospodarka, dobra infrastruktura, wykwalifikowani pracownicy, względnie bliska odległość, a co najważniejsze - niskie koszty produkcji, przesądzą o wyborze tego obszaru jako docelowego miejsca tworzenia oddziałów SSC. Światowy kryzys spowodował, że firmy w dalszym ciągu będą poszukiwały kolejnych sposobów ograniczania wydatków i maksymalizacji swoich zysków. SSC będzie z roku na rok przybywało. Międzynarodowe przedsiębiorstwa, chcąc utrzymać dotychczasową płynność finansową, będą zmuszone przenosić część usług w rejony gwarantujące niższe nakłady pieniężne. cd. str 2 >>

W NUMERZE:

Shared Service Centre	1
Inwestycja w szkolenia pracowników kluczem do sukcesu firmy	2
Networking - sztuka rekomendacji	3
O trendach na rynku usług rekrutacyjnych	4
Przedstawiamy Boscha	5
„Warto dołączyć! O Stowarzyszeniu Agencji Zatrudnienia słów kilka”	6
O branży, karierze i sukcesie zawodowym	7

Drodzy Czytelnicy,

z radością oddajemy w Wasze ręce marcowe wydanie magazynu Rekruter. Jest to pierwszy na polskim rynku miesięcznik stworzony z myślą o sektorze usług rekrutacyjnych. Żywimy nadzieję, że nowy projekt firmy VeritaHR Polska stanie się wkrótce ulubioną lekturą specjalistów, kierowników i dyrektorów, na co dzień związanych z obszarem ZZL.

W ostatnim czasie zanotowano znaczny wzrost zapotrzebowania na specjalistów w branżach: finansowej, farmaceutycznej, medycznej i IT. Coraz więcej firm uwzględniła usługi agencji w planach dotyczących polityki personalnej na rok 2010 a intensywny rozwój centrów usługowych typu SSC/BPO tworzy miejsca pracy dla osób dobrze władających językami obcymi. Redukcje kosztów związanych z marketingiem i Public Relations spowodowały zwrot w kierunku organizacji profesjonalnych spotkań i nawiązywania nowych kontaktów biznesowych. Natomiast chęć poprawy jakości świadczonych przez agencje usług przyczyniła się do wzrostu zainteresowania szkoleniami doskonalącymi umiejętności i kwalifikacje pracowników.

Aktualne wydanie Rekrutera poświęcamy tematami związanym ze zmianami zachodzącymi obecnie na rynku usług rekrutacyjnych oraz przeglądowni trendów na rok 2010. Zapowiadamy również pierwszy konkurs honorujący firmy wyspecjalizowane w dostarczaniu szeroko rozumianych usług HR w Polsce - Perty HR.

Wszystkich Czytelników zachęcamy do wypełnienia ankiety na temat magazynu.

Pozdrawiam i życzę miłej lektury

Communication Manager, VeritaHR Polska

kobieta w pracy

Program zawodowej aktywizacji kobiet

- zrzeszenie kobiet aktywnych zawodowo oraz kobiet aktualnie poszukujących pracy
- wymiana wiedzy i doświadczenia
- organizacja cyklicznych spotkań, dyskusji i szkoleń
- promocja kobiet poszukujących nowych wyzwań zawodowych

Organizator: **CVO** FINANSOWE TECHNOLOGIE SALES & MARKETING

Patronat Medialny: **superJA** WYDAWCA I PROMOTER **Inzynierka.pl** WARTOŚĆ WIEDZY

Bo Kobiety mierzą wyżej!

>> str 1

Jakie ryzyka towarzyszą procesom tworzenia i zarządzania SSC?

Czynnikami mającym kluczowe znaczenie przy podejmowaniu decyzji o utworzeniu SSC jest obowiązujący na terenie danego kraju system prawny, system podatkowy, otoczenie biznesowe oraz długość okresu niezbędnego do dostarczenia produktu na rynek. Poza tym, należy brać pod uwagę ukształtowaną w konkretnym społeczeństwie kulturę pracy i przyjęte metody zarządzania organizacją. Także spore różnice czasowe między centralą a regionalnymi oddziałami mają niebagatelny wpływ na zarządzanie SSC. Ciężko współpracować i kontrolować personel, który pracuje, kiedy przełożeni śpią. Warto podkreślić, że przenoszenie SSC za granicę często napotyka uzasadniony opór ze strony dotychczasowych pracowników. Zamykanie miejsc pracy, zwolnienia i wizja bezrobocia prowadzą do niezado-

wolenia społecznego. Przy tworzeniu SSC mamy zatem do czynienia ze złożonym i wielowarstwowym procesem, w którym mogą pojawić się bariery gospodarcze, polityczne, geograficzne, społeczne. Dopiero wypadkowa wszystkich tych elementów przesądza o ostatecznym wyborze lokalizacji dla planowanego oddziału SSC.

Czy polskie regulacje prawne sprzyjają zakładaniu SSC?

Niskie koszty produkcji, konkurencyjne wynagrodzenie pracowników, wysoki poziom wykształcenia kadry - to niewątpliwie nasze atuty. Jednak, aby przyciągać kolejne zagraniczne inwestycje, rząd powinien zdecydować się na wprowadzenie do przepisów prawa podatkowego regulacji dotyczących tzw. *VAT grouping*. System ten umożliwi wspólne rozliczanie podatku przez różne podmioty należące do jednej grupy kapitałowej, ale zlokalizowanych w różnych krajach. Zastosowanie tego rozwiązania przyczyni się

do poprawy efektywności polskiego rynku jako atrakcyjnego miejsca dla funkcjonowania SSC.

Czy SSC mają trudności w pozyskaniu kandydatów do pracy w Polsce?

Główną przeszkodą, wynikającą ze specyfiki centrów, jest wymóg biegłego władania nietypowymi językami obcymi uważanymi w Polsce za dość egzotyczne, jak np. turecki czy grecki. Polacy przykładają jednak dużą wagę do nauki języków obcych, a przekwalifikowanie się i zostanie w krótkim czasie księgowym, nie stanowi dla młodego pokolenia problemu. Poważniejszym utrudnieniem jest ograniczona mobilność polskiego społeczeństwa, które niechętnie zmienia swoje miejsce zamieszkania w celu podjęcia nowej, nawet lepiej płatnej, pracy. Dodatkowo polskiego pracownika cechuje brak pewności siebie i wiary w swoje umiejętności, a co za tym idzie, lepiej czuje się w dobrze mu znanym środowisku i otoczeniu. ●

Inwestycja w szkolenia pracowników kluczem do sukcesu firmy

Duża konkurencyjność produktów i usług sprawiła, że cennym kapitałem każdej firmy stali się jej pracownicy. Dążenie do podnoszenia kwalifikacji personelu to obecnie niezbędny element dobrze funkcjonującego przedsiębiorstwa.

Coraz więcej firm inwestuje w rozwój zawodowy pracowników. Niezastąpionym instrumentem w tej materii są szkolenia. Skutecznie zwiększają satysfakcję zawodową, co w dłuższej perspektywie wpływa na zacieśnienie więzi i wzmożoną identyfikację z firmą.

Na rynku istnieje bogata oferta szkoleń dla branży HR. Jakich czynników należy brać pod uwagę przy ich wyborze? Przede wszystkim należy dostosować szkolenie do rzeczywistych potrzeb i oczekiwań pracowników. Znaleźć kursy, na których uczestnicy poznają narzędzia wspomagające procesy rekrutacyjne, zdobędą niezbędną wiedzę na temat kierowania podległym zespołem konsultantów oraz posiadają umiejętność zarządzania czasem i relacjami z kandydatem. Nie bez znaczenia są kompetencje trenera, oferta szkoleniowa, czas oraz miejsce odbywania danego kursu.

Najbardziej efektywną metodą przyswajania wiedzy są warsztaty połączone z dyskusją grupową. Umożliwia to wzmożoną interakcję uczestników oraz skutecznie wpływa na poziom koncentracji. Szkoleniowiec powinien być cenionym ekspertem w swojej dziedzinie, wykazywać się szczegółową znajomością branży oraz posiadać kilkuletnie doświadczenie w coachingu. Zakres tematyczny i warsztatowa formuła powinny dostarczyć rekruterowi wiedzy na temat prostych i szybkich narzędzi, możliwych do zastosowania w codziennej praktyce zawodowej.

Uwagę należy zwrócić również na certyfikaty. Każda profesjonalna firma szkoleniowa potwierdza nabyte umiejętności wystawiając odpowiednie zaświadczenia. Dla pracodawcy jest to gwarancja poszerzenia obszaru specjalizacji podwładnego, a dla pracownika motywacja do dalszego rozwoju. Bez względu na to należy sprawdzić referencje firmy szkoleniowej. Dzięki nim uzyskamy szczegółowe informacje zarówno o firmie, jak i o osobie prowadzącej trening.

Inwestycja w szkolenie pracownika powinna zwrócić się w dość krótkim czasie. Mniej wyspecjalizowany pracownik popełnia błędy podczas nauki i generuje dodatkowe koszty. Chcąc osiągnąć sukces w branży, należy postawić na spełnionych managerów, wykwalifikowanych specjalistów i profesjonalnych konsultantów. ●

Z przeprowadzanego przez VeritaHR badania potrzeb szkoleniowych wśród agencji rekrutacyjnych wynika, że większość konsultantów uczestniczy w szkoleniach kilka razy w ciągu całego roku. Agencje koncentrują się na szkoleniach mających na celu podniesienie kwalifikacji w zakresie metod rekrutacji i selekcji kandydatów, sztuki negocjowania oraz budowania trwałych relacji z klientami. O wyborze konkretnego kursu najczęściej decydują: aktualna potrzeba firmy, cena i renoma ośrodka szkoleniowego. Pytani o koszty, respondenci uzależniali je od rodzaju, tematyki i jakości szkolenia. Raport z badania zostanie opublikowany na stronie www.veritaHR.com w kwietniu 2010 roku.

Kryzys? Nie dla działów HR

HR|News
WWW.HRNEWS.PL



- ✓ profesjonalne szkolenia
- ✓ gotowe rozwiązania
- ✓ unikalne artykuły
- ✓ praca w HR

Networking - sztuka rekomendacji

Świat biznesu jest szczególnym miejscem, zwłaszcza jeśli chodzi o nawiązywanie i podtrzymywanie znajomości. Wszelkie działania są w nim zorientowane na przynoszenie zysku. Profesjonalne kontakty biznesowe działają na korzyść przedsiębiorcy, wspierając marketingowy przekaz słowny.

Networking, opierający się na obustronnym rekomendowaniu usług, staje się na świecie coraz bardziej popularny. Głównie za sprawą swoich orędowników, którzy doceniają siłę relacji międzyludzkich. Zainteresowany tymi kwestiami dr Ivan Misner już w 1985 r. założył w USA organizację biznesową o nazwie BNI (Business Network International), bazującą na wzajemnych referencjach, wymianie wiedzy

nie - każda kolejna obecność jest równoznaczna z przyjęciem do organizacji.

„Każdy, kto należy do BNI, nosi ze sobą wizytówki osób ze swojej grupy i kiedy rozmawia z klientem czy znajomym, stara się dostrzec, jakie potrzeby mogą być zaspokojone przez innego członka grupy. Następnie pomagają stronom w nawiązaniu kontaktu.”- dodaje Prezes BNI Polska.

”Dzięki członkostwu w BNI znajdujesz się w takiej sytuacji, jak gdyby kilkudziesięciu handlowców pracowało dla ciebie.”- twierdzi Grzegorz Turniak. Obowiązuje zasada, że w danej grupie może być tylko jeden reprezentant danej branży - np. jeden prawnik czy doradca podatkowy.”

oraz doświadczeń. Obecnie jest to największa tego typu organizacja na świecie, posiadająca grupy w wielu krajach, także w Polsce. 111 tys. członków zgromadzonych w 5 291 grupach na całym świecie - to imponujące wyniki.

„Idea BNI jest zwiększenie sprzedaży produktów czy usług każdego z członków dzięki poleceniom. Pomagamy członkom zbudować i wdrożyć strategię sprzedaży poprzez rekomendacje” - mówi Grzegorz Turniak, Prezes BNI Polska.

Jak teoria przekłada się na praktykę?

Szkolenia z networkingu oraz wymiana kontaktów odbywają się podczas śniadań biznesowych. Każde spotkanie przebiega według dwudziestopunktowego programu. W spotkaniach mogą regularnie uczestniczyć tylko członkowie BNI, opłacający składki członkowskie i identyfikujący się z ideą przyświecającą organizacji. Nowa osoba (np. zaproszona przez członka BNI), może pojawić się na śniadaniu dwukrot-

O randze BNI świadczą przede wszystkim liczby - tylko w 2007 r. jego członkowie przekazali sobie ponad 5,6 mln rekomendacji wartych ponad 1,7 mld euro. Oprócz korzyści finansowych, członkowie otrzymują podręczniki i płyty CD z informacjami na temat tego w jaki sposób budować sieci kontaktów oraz mogą bezpłatnie uczestniczyć w targach, konferencjach i spotkaniach izb gospodarczych. „Zasady i Kodeks Etyki BNI, agenda spotkania, szkolenia, coaching, spotkania „jeden na jeden” pomagają nawiązać relacje oparte na zaufaniu. Dzięki temu członkowie „otwierają” sobie nawzajem „drzwi” do znajomych i klientów.”- rekomenduje Grzegorz Turniak, jak na profesjonalnego networkingowca przystało.

Networking ma w sobie olbrzymi potencjał. Dzięki takim ludziom, jak Ivan Misner czy Grzegorz Turniak, nowe pokolenia biznesowe mogą przyswoić niezbędną wiedzę w zakresie efektywnej działalności na rynku i zacząć odnosić sukcesy. ●



Grzegorz Turniak - Prezes BNI Polska



**Młodzi
zdolni
atrakcyjni**

w samym centrum Warszawy
licencjat i magister
bezpłatne studia dzienne
do 31.07 wpisowe o 100 zł mniej

reklama * projektowanie
multimedialne * public relations
ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI
www.wsp.pl

Wyższa Szkoła Promocji, Al. Jerozolimskie 44 (przy Rotundzie), Warszawa, tel. 4337615, rekrutacja@wsp.pl



Tomasz Szpikowski, Prezes Stowarzyszenia Agencji Zatrudnienia,
Współwłaściciel agencji zatrudnienia Work Service

Trendy na rynku usług rekrutacyjnych

W 2009 roku widmo kryzysu gospodarczego spowodowało, że klienci byli bardziej ostrożni w podejmowaniu decyzji rekrutacyjnych. Odbiło się to na wynikach branży - po raz pierwszy spadła liczba pracowników tymczasowych i firm korzystających z tej formy zatrudnienia. Zmusiło to agencje do dużo większego zaangażowania w poszukiwaniu nowych rozwiązań, klientów i rynków zbytu. Dywersyfikacja wachlarza klientów, dzięki dostarczaniu usług firmom z różnych branż, ogranicza ryzyko całkowitej utraty przychodów. Z drugiej strony należy udoskonalać serwis, aby zadbać o wysoki poziom obsługi obecnych klientów, nie tylko strategicznych. Myślę, że w tym roku wiele firm będzie przywiązywać szczególną wagę do tych obszarów.

Zauważyliśmy, że klienci, którzy najmocniej ucierpieli w wyniku kryzysu, są bardzo zainteresowani rozwiązaniami z zakresu pracy tymczasowej i outsourcingu funkcji personalnej. Agencje są w stanie zaproponować im rozwiązania dające elastyczność w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Praca tymczasowa może być traktowana nie tylko jako odpowiedź na

niepewną koniunkturę w danej branży, ale także jako element procesu rekrutacji (tzw. try & hire), dzięki czemu klient zyskuje dodatkowy okres

sprawdzenia pracownika, zanim zdecyduje się zatrudnić go na stałe.

Wielkie nadzieje wiążemy ze zmianami w prawie, które odciążają agencje pracy tymczasowej od wielu zbędnych procedur i kosztów. Dzięki nowelizacji przepisów pracodawcy będą mogli dłużej korzystać z usług pracowników tymczasowych - do 18 miesięcy. Ustawa przewiduje też możliwość skorzystania z pracy tymczasowej przez firmy, które w ciągu ostatnich 6 miesięcy przeprowadziły zwolnienia grupowe. Otwiera to perspektywy współpracy z dużymi firmami, które ze względu na wcześniejsze ograniczenia w ustawie, nie mogły zatrudniać pracowników czasowych. Kolejna kwestia to zmiana zasad wystawiania świadectw pracy. Po nowelizacji pracodawca nie musi wystawiać ich po siedmiu dniach od rozwiązania umowy, ale dopiero po 12 miesiącach pracy. Liczymy również na nowe inwestycje związane z przygotowaniem do Euro 2012.

Jeśli chodzi o trendy na rynku agencji rekrutacyjnych w 2010 r. to wydaje się, że usługi agencji będą coraz częściej uwzględniane przez klientów. Będzie to kluczowe narzędzie polityki personalnej firmy przy planowaniu zatrudnienia ze względu na czynniki, które powodują potrzebę jego redukcji oraz ograniczenia kosztów funkcji kadrowych. Dlatego agencje będą ewoluować z usług czysto logistycznych na usługi doradcze w zarządzaniu kosztami personalnymi. Wyzwaniem dla agencji jest także stałe podnoszenie jakości swoich usług. ●



- to zawsze aktualna baza szkoleń
- to ponad 500 firm i trenerów
- to fachowa wiedza ekspertów
- to ważne i rzetelne informacje
- to artykuły i blogi branżowe
- to zespół profesjonalistów

to szkolenia dla Ciebie



Bosch starannie przygląda się potencjalnym pracownikom. Nie zatrudni, zanim nie przekona się, że został wybrany odpowiedni człowiek na odpowiednie miejsce. Nie lubi „skoczaków”, bo woli inwestować w długoterminowych pracowników. Na kogo czeka w 2010 r.?

Bosch zdobył tytuł Lidera Branży Inżynieryjnej w Ogólnopolskim Rankingu Idealny Pracodawca 2009. Studenci kierunków inżynieryjnych docenili stabilną pozycję firmy, zdefiniowane procesy, czytelne programy wspierające rozwój pracowników. Spółka Robert Bosch od jesieni zeszłego roku mieści się w nowym, nowoczesnym biurowcu i zatrudnia dzisiaj ponad 300 osób. Polski oddział obronił się przed światowym kryzysem, chociaż, podobnie jak inne firmy, szczegółowo analizuje sytuację na rynku. Małgorzata Hoheker odpowiedzialna w Bosch za rekrutację nowych pracowników, przyznaje, że świadomość powszechnego kryzysu wpływa na planowanie zatrudnienia i procesy rekrutacyjne. Dzisiaj wszyscy bacznie przyglądają się każdej decyzji dotyczącej zatrudnienia. - Nie planujemy zwiększenia liczby etatów w 2010. Będziemy rekrutować tylko w przypadku rotacji pracowników. Od początków działalności firmy stawiamy na zawodowy rozwój pracowników, którzy już w firmie pracują i na tym obszarze koncentrują się nasze obecne działania - mówi Hoheker. Nie oznacza to jednak, że w Bosch zapada stagnacja i nie powstają nowe projekty. Warszawski oddział został wyróżniony i wybrany jako jeden z trzech ośrodków odpowiedzialnych za rozwój i obsługę platformy SAP oraz wsparcie systemów CAD/CAM dla całego koncernu Bosch. Od 2007 r.



Małgorzata Hoheker, Absolwentka UW i SGH. Pracę w HR zaczęła w koncernie Procter and Gamble. W Cap Gemini TMN (następnie Cap Gemini Ernst & Young) pracowała jako kierownik personalny. Od 6 lat jest odpowiedzialna za rekrutację do spółki Bosch.

Przedstawiamy Boscha

trwa rekrutacja do powstającego Centrum Kompetencyjnego IT, którego docelowym zadaniem jest całkowite przejęcie opieki informatycznej nad systemem księgowo-finansowym koncernu. O wyborze polskiej spółki na siedzibę Centrum Kompetencyjnego IT zadecydowało kilka czynników m.in: wdrożone standardy i procedury dotyczące zarządzania projektami informatycznymi oraz, a może przede wszystkim, efektywność projektów prowadzonych do tej pory przez polskich pracowników i ich wysokie kwalifikacje. Docelowo do końca 2012 r. w Centrum Kompetencyjnym IT zatrudnienie powinno znaleźć

100 osób. W centrum jest już zatrudnionych 50 programistów i konsultantów. Wbrew pozorom nie było ich łatwo pozyskać. - Centrum kompetencyjne IT ma do czynienia z klientem wewnętrznym. Są to różnorodne projekty międzynarodowe realizowane nie tylko w Europie, ale też w Azji i Ameryce. Dlatego potrzebujemy osób mających nie tylko doświadczenie zawodowe, ugruntowaną specjalistyczną wiedzę, ale też bardzo wysokie kompetencje osobiste z zakresu komunikacji i orientacji na klienta. Zatrudnienie takich specjalistów to duże wyzwanie - tłumaczy Hoheker.

Bosch rzadko korzysta z usług agencji pośrednictwa pracy.

Zdaniem Małgorzaty Hoheker marka i renoma Boscha sprawia, że firma jest postrzegana jako atrakcyjny pracodawca. Ułatwia to samodzielne dotarcie do potencjalnych pracowników. Zdarzają się jednak sytuacje, kiedy Bosch korzysta z usług firm zewnętrznych. Tak było w przypadku rekrutacji do Centrum Kompetencyjnego IT. W krótkim czasie musieliśmy zapewnić dużą liczbę wykwalifikowanych osób. Wówczas - równoległe z własnymi poszukiwaniami - współpracowaliśmy z agencją pośrednictwa pracy, od której oczekiwaliśmy znajomości rynku IT, szybkiej wymiany informacji na temat kandydatów i dobrego zrozumienia naszych potrzeb - podsumowuje Hoheker.

Grupa Bosch w Polsce obejmuje pięć spółek. Dwa lata temu grupa odnotowała w Polsce obroty na poziomie 848 mln EUR. ●

Więcej o działalności koncernu Bosch w Polsce szukaj na: www.bosch.pl

http://www.veine.pl

strony, animacja, mal

aplikacje

WWW

HOSTING
POZYCJONOWANIE
projektowanie stron

WEB

POLIGRAFIA

FOTO
animacja

VIDEO

KREACJA

grafika
UŻYTKOWA
przygotowywanie
ofert

REKLAMA

VEINE

www.veine.pl

„Warto dołączyć! O Stowarzyszeniu Agencji Zatrudnienia słów kilka”

Stowarzyszenie Agencji Zatrudnienia to organizacja pracodawców od 5 lat zrzeszająca środowisko rekrutacji i doradztwa personalnego, pracy tymczasowej oraz outsourcingu.

Członkami SAZ jest już 47 agencji dostarczających usługi HR do ponad 7000 firm. Wśród nich są zarówno duże, ogólnokrajowe, działające na rynkach zagranicznych, jak również regionalne i niewielkie, lokalne agencje. Taki przekrój członków umożliwia postrzeganie zagadnień branży w sposób kompleksowy i prowokuje do rozszerzania działalności organizacji w bardzo różnych kierunkach. Nierzadko potrzeby agencji większych i mniejszych są odmienne, zależą od zakresu oferowanych usług, profilu klientów, regionu działania czy posiadanej wiedzy i doświadczenia.

SAZ funkcjonuje w oparciu o dwie sekcje:

- Sekcja Rekrutacyjna dedykowana jest agencjom rekrutacji i doradztwa personalnego, wyspecjalizowanym w dostarczaniu usług search and selection, direct search, outsourcingu, oceny wiedzy i zdolności, profilowania stanowisk pracy, analizy kompetencyjnej, AC/DC, szkoleń i wielu innych w obszarze consultingu HR
- Sekcja Pracy Tymczasowej dedykowana jest agencjom wyspecjalizowanym w obszarze usług leasingu pracowniczego i outsourcingu

Każda Sekcja działa pod własnym kierownictwem i jest reprezentowana w Zarządzie organizacji, ma zatem bezpośredni wpływ na cele i zakres podejmowanych przez SAZ działań.

Niezmiennie, od początku istnienia SAZ, najważniejszym obszarem działania organizacji pozostaje wspieranie i reprezentowanie członków oraz tworzenie platformy współpracy i wymiany informacji między nimi, a co za tym idzie, faktyczna i świadoma integracja środowiska agencji zatrudnienia.

SAZ zapewnia członkom organizacji dostęp do wiedzy i najbardziej aktualnych informacji z zakresu działania agencji zatrudnienia oraz z rynku pracy, realizowany przez e-mailing, branżowy Newsletter oraz przez indywidualny kontakt z biurem organizacji. Dla swoich członków SAZ prowadzi ponadto rozmaite działania edukacyjne np. seminaria realizowane we

współpracy z PIP, ZUS czy GİODO. Najnowszą inicjatywą organizacji w obszarze edukacji branży jest **Akademia Usług HR**, obejmująca cykl szkoleń specjalistycznych przeznaczonych dla personelu i osób zarządzających agencjami rekrutacyjnymi i pracy tymczasowej.

SAZ zapewnia również uczestnictwo w interesujących cyklicznych spotkaniach, t.j. „Śniadaniach HR z SAZ”, na których z ekspertami omawiane są aktualne sprawy branży, rynku pracy, współpracy z HR czy sektorem publicznym. Dzięki współpracy SAZ z innymi podmiotami członkowie SAZ uzyskują rabaty i zniżki na

udział w seminariach, szkoleniach, konferencjach, targach pracy, nad którymi organizacja obejmuje patronat branżowy.

Do korzyści z członkostwa z pewnością włączyć można promocję agencji członkowskiej w materiałach marketingowych i informacyjnych organizacji oraz jej partnerów, a także możliwość współpracy eksperckiej z mediami i innymi instytucjami. ●

Więcej informacji o Stowarzyszeniu Agencji Zatrudnienia: www.saz.org.pl

Szkolenia dla specjalistów branży rekrutacyjnej

Akademia Usług HR
Z myślą o rekrutacji

M-SAZ (szkolenie dla menedżerów i kierowników zespołów)

CR-SAZ (program dla specjalistów, konsultantów i pracowników związanych z branżą)

D-SAZ (szkolenie dla dyrektorów agencji)

Organizatorzy:

veritaHR

SAZ
stowarzyszenie agencji zatrudnienia



oferta dla agencji zatrudnienia i doradztwa personalnego

perly•HR
nagrody branży
usług rekrutacyjnych

KATEGORIE

Konsultant Roku

Manager Roku

Najlepszy system rozwoju Pracowników

Lider Sprzedaży

Kampania promocyjna Roku

HR Manager Roku

(nagroda przyznawana Klientom agencji)

www.perlyHR.com



Andrew Samu - Operations Director, VeritaHR Polska

O branży, karierze i sukcesie zawodowym

Gdy rozpoczynałem pracę w branży rekrutacyjnej, wiele rzeczy wydawało mi się skomplikowanych i niezrozumiałych. Odnalezienie się w nowym i nieznanym środowisku stanowiło dla mnie prawdziwe wyzwanie. Pełen nadziei, optymizmu i szczerego zapału ruszyłem na podbój brytyjskiej branży HR. Aż się wierzyć nie chce, że to było tak dawno.

Pierwszy dzień

Dostałem pracę w jednej z najlepszych agencji rekrutacyjnych w Wielkiej Brytanii. Już pierwszego dnia zostałem rzucony na głęboką wodę. Zadanie polegało na znalezieniu przedstawiciela handlowego z minimum pięcioletnim doświadczeniem w branży dostarczającej usługi dla telekomunikacji. Pilny projekt, mało czasu, stres, presja oczekiwań przełożonych. I poczucie, że muszę się wykazać. Wiedziałem, że szefowa bacznie przygląda

się mojej pracy, a ja muszę utwierdzić ją w przekonaniu, że zatrudniając mnie podjęła najlepszą decyzję.

Projekt okazał się wyjątkowo wymagający. Wyszedłem z pracy o 20.45 po wcześniejszym uporządkowaniu spraw z kandydatami i klientem oraz ustaleniu oczekiwań finansowych. W ciągu jednego dnia z prędkością światła poznawałem tajniki pracy rekrutera. Musiałem nauczyć się wszystkiego od podstaw - jakimi metodami i sposobami szukać kandydatów, na co zwracać uwagę, jak powinno wyglądać dobre CV i jak je profesjonalnie zmienić, jak pisać fachowe podsumowania zawodowe. Po dwunastu godzinach intensywnego przyrostu wiedzy, zdałem sobie sprawę, że teraz może być już tylko lepiej.

Młodszy konsultant

Po trzech miesiącach moje zaangażowanie zostało docenione. Awansowałem na młodszego konsultanta. W Wielkiej Brytanii jest to równoznaczne ze zwiększeniem liczby telefonów sprzedażowych i obowiązkiem pozyskania klientów. Od tej pory należałem do trzyosobowego zespołu. Spoczywała na mnie coraz większa odpowiedzialność. Nierzadko zdarzał się "trudny" klient, który wymagał pełnego poświęcenia będąc przy tym niezwykle wybrednym. Przez cały czas jednak pamiętałem, że najważniejsze to nie poddawać się i doskonalić swoje umiejętności każdego dnia.

Pierwszy klient

Może zabrzmieć to brutalnie, ale w branży rekrutacyjnej najważniejsze jest fakturowanie. Jeśli osiągasz przychód, jesteś cennym pracownikiem dla firmy. Pracując w Wielkiej Brytanii usłyszałem od szefowej tacińską maksymę, która diametralnie zmieniła moje nastawienie i stała się moim credo po dzień dzisiejszy: *Noli nothi permittere te terere*. Od tego momentu pozyskanie klienta było moim głównym celem. A im bardziej oporny i niechętny był klient, tym większą miałem motywację, aby przekonać go do podjęcia współpracy. Na swojego pierwszego klienta musiałem długo czekać. Przez trzy miesiące, co tydzień chodziłem do Office Managera z ciastem, próbując umówić się na spotkanie i przedstawienie oferty. Przypadek sprawił, że w końcu natknąłem się na prezesa. Siadając w fotelu powiedział: „Jeżeli jesteś wystarczająco dobry, żeby mnie przekonać, to nie powinno być problemu ze znalezieniem pracowników do mojej firmy”. W ten sposób w niedługim czasie na moje biurko trafiły trzy faktury. To była najpiękniejsza nagroda za pół roku ciężkiej pracy.

Sukces rzadko kiedy jest nam dany. W znacznej większości przypadków trzeba na niego ciężko zapracować. A droga do niego prowadzi przez wyzwanie, poświęcenie, nadgodziny i stoicką cierpliwość. Jednak poczucie wewnętrznej satysfakcji jest w stanie wynagrodzić wszelką ofiarność. ●



Wydawca: VeritaHR Polska Sp. z o.o., ul. Prosta 2/14, 00-850 Warszawa, tel.: +48 (22) 526 25 50, fax: +48 (22) 526 25 51, e-mail: veritaHR@veritaHR.com

Reklama: Karolina Bereza - Dział Sprzedaży i Marketingu, karolina.bereza@veritaHR.com

Zespół: Aleksandra Koczergo, Paulina Mediuch, Joanna Biszewska, Marlena Majewska, Karolina Bereza, Andrew Samu

Projekt graficzny/Skład:

Everythink Sp. z o.o., ul. Brukselska 17a, 03-973 Warszawa, tel. +48 22 382 52 83, e-mail. info@everythink.pl

