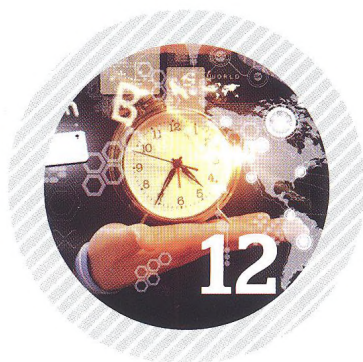




^ Kam kráčí moderní HR v době digitálních technologií?



^ Jak školit time management?

5 otázek, na které hledáme V TOMTO čísle ODPOVĚDI



^ Proč miluje HR ředitel v Alze čísla a jak s nimi pracuje?



^ Proč si pronajímat roboty?



^ Jak zaměstnávat cizince z Ukrajiny?

Ze zákulisí

Internet může posloužit dobrým i méně dobrým činům. Záleží na konkrétní osobě nebo instituci, jak s informacemi naloží. U nás klidné dovolenkové vody zčeřil fenomén plagiátorství. Potvrdil, že lež má krátké nohy. V politice prostě etika a profesionální personalistika neletí. Nechci ale psát o politické kultuře. Mně zajímá, jak na tom je s etikou v éře internetu byznys. Věřím, že v době, kdy se tak horko těžko shání lidi, si jen málokdo dovolí nepřesvědčit se o tom, co je ten který kandidát zač, zda má potřebnou kvalifikaci, vzdělání, praxi. Je samozřejmostí zjistit v behaviorálním pohovoru, co má uchazeč za sebou, co opravdu umí, a prověřit si to testem nebo řešením případové studie. Nekupovat zajíce v pytli. A platí to i opačně: v době sociálních sítí si firmy nemohou dovolit o své kultuře mlžít. Minimálně vlastní zaměstnanci lež zpochybní

Alena
Kazdová



na Facebooku nebo LinkedInu či na jiné síti. Silný argument pro to, aby se firmy o své kultuře vyjadřovaly transparentně. Navíc budování Employer Brandingu, který hýbe trhem práce poslední roky, nutí firmy, aby o sobě sdělovaly pravdivé údaje. Jinak nenajdou nové lidi a ti stávající kývnou na jiné nabídky. Ovšem moderní technologie nabízejí v náboru personalistům další šanci – měření kvality náboru a HR marketingu. Podle průzkumu společnosti BrandBakers, která sleduje trendy v Employer Brandingu, se ale ukazuje, že i když je nábor nových zaměstnanců pro 78 procent firem vysokou prioritou a 51 procent firem deklaruje už dva roky zvýšení investic do HR marketingu a Employer Brandingu, tak 56 procent firem stále neměří a neanalyzuje výsledky těchto aktivit. Škoda, neboť právě to je v době digitalizace ohromná výzva.