

# REKRYTERA SMART MED VIDEO

AV MALIN ANDERSON

**ALLT FLER FÖRETAG SER FÖRDELARNA MED ATT FÅ IN JOBBANSÖKNINGAR PER VIDEO ISTÄLLET FÖR DEN TRADITIONELLA CV:N OCH DET PERSONLIGA BREVET. DET KAN SPARA BÅDE TID OCH PENGAR OCH GE EN TYDLIGARE BILD AV KANDIDATERNAS FÖRMÅGOR OCH PERSONLIGHET.**

**FÖRETAGET TOPSHOP/TOPMAN** använde sig av videorekrytering i samband med att de öppnade en ny stor butik på Sergelgatan i Stockholm.

– Vi ville testa ett nytt sätt att rekrytera i samband med att vi öppnade butiken. När vi öppnade en stor butik i Stockholm 2007 fick vi in cirka 1200 ansökningar per post. Det var en näst intill ohanterlig mängd ansökningar. Videorekrytering kändes modernt och passar den målgrupp vi riktar oss till. De flesta unga har tillgång till en webbkamera eller har en kamera i sin mobil och det är vad som krävs för att kunna spela in en ansökningsvideo, säger Eva Boije, HR Manager på Topshop/Topman.

## SE PERSONLIGHETEN OCH UNDVIK FÖRDOMAR

Tjänsten som Topshop/Topman sökte via videorekrytering var butikssäljare och det hela organiserades och genomfördes av videorekryteringsajnt Ishine.

– En av fördelarna med videorekrytering är att olika förmågor kan visas bättre. Det blir också enklare att få en känsla för personligheten på en video än i ett brev och man undviker fördomar kring namn och bakgrund, säger Mattias Fredriksson, grundare av Ishine.



MATTIAS FREDRIKSSON, FOTO: DAVID KAUJSER

En del kan dock tycka att det är jobbigt att ställa sig framför kameran.

– I serviceorienterade yrken fungerar det helt klart bäst, och det går ofta hand i hand då självförtroende och förmågan att ta för sig är egenskaper arbetsgivaren letar efter hos den som söker jobb. Till vissa tjänster krävs det att vi hjälper till lite mer och då bjuder vi in personer till oss eller Arbetsförmedlingen för att hjälpa till med presentationen, säger Mattias Fredriksson. Man kan också spela in sig själv tusentals gånger om man vill, tills man blir nöjd. Till slut slappnar man av och får fram sin personlighet bättre.

I Topshop/Topmans fall var responsen mycket god och de fick in cirka 600 videoansökningar.

– Alla de sökanden som vi tog in på intervju har varit mycket positiva. De upplevde att de verkligen fick en chans att visa vilka de var, på ett mycket bättre sätt än ifall de skickat in en traditionell ansökan på papper, berättar Eva Boije.

## SPARA VÄRDEFULL TID

Videorekryteringen ledde till att Eva Boije och hennes kollegor kunde anställa 16 nya butikssäljare.

– För oss var videorekrytering väldigt effektivt. Vi har sparat mycket tid i rekryteringsprocessen. Det går väldigt snabbt att bilda sig en uppfattning om vem den sökande är när man får chansen att både se den sökande och höra henne/honom uttrycka sig. Det är väldigt svårt att skapa sig en uppfattning med bara ett personligt brev och cv. En person som är duktig på att uttrycka sig i skrift är inte alltid en bra säljare, säger Eva Boije.

Hon framhåller att den främsta fördelen med videorekrytering är den tid man sparar och när det gäller rekrytering av butikssäljare kan hon inte se några nackdelar med metoden.

– Öppnar vi en ny butik kommer vi att använda oss av videorekrytering igen. Eventuellt kommer vi också att göra ett upplägg för att hantera alla de spontanansökningar vi får in. ■■■



FOTO: DAVID KAUJSER



## SÅ LYCKAS DU MED REKRYTERINGEN

- **GÖR EN GRUNDLIG** behovsanlys och befattningsbeskrivning. Vad vill du ha? Hur ser verksamheten ut idag och hur vill du att den ska se ut framöver? Hur ser affärsplan och budget ut?
- **SÄTT UPP** en kravprofil som noggrant och utförligt beskriver vad som egentligen krävs av personen som ska ha tjänsten. Skilj på ska-krav och bör-krav.
- **SE TILL** att platsannonserna når ut till de kandidater som är intressanta och som du vill ska söka tjänsten.
- **UNDER URVALET** och intervjuerna, titta på kompetens och bedöm personligheten och beteenden. Var kreativ i valet och bejaka mångfald, och se till helheten så att kandidaten kompletterat resten av arbetsgruppen.
- **TITTA PÅ** hur kandidaten fungerar tillsammans med resten av arbetsgruppen.
- **LÅT KANDIDATEN** beskriva situationer ur arbetslivet eller livet, har han eller hon hanterade situationen, vad man försökte åstadkomma och vad man åstadkom.
- **TÄNK PÅ** att rekryteringskampanjen och intervjun är marknadsföring och det är lika mycket du som företag som ska visa upp dig från din bästa sida och charma kandidaten.
- **EN LYCKAD REKRYTERING** är när man har lyckats matcha krav och förväntningar. När man har gjort ett professionellt urval och när kandidaten har gjort ett aktivt val och känner att detta är rätt, säger Anna Blomquist HR konsult på Vitavia.