

Часть 1. Возьми эту работу!

Алгоритм поиска и получения

Где искать «жирные» вакансии

Весь процесс поиска соответствующей вакансии условно можно разделить на две разновидности: активный поиск, пассивный поиск.

При активном поиске вы являетесь инициатором первого контакта с потенциальным работодателем. Вы обзваниваете фирмы, где, по вашему мнению, могут быть необходимые вам вакансии, рассылаете туда свои резюме, осуществляете последующий контакт, чтобы узнать, дошло ли оно, и т. д.

Рассмотрим этот процесс подробнее.

На стадии появления первых мыслей о поиске новой работы вы должны четко себе представить, что есть ваша нынешняя работа и чем она вас не устраивает. Также необходимо сформулировать основные характеристики работы, которую вы хотели бы найти (график работы, условия, заработная плата, основные обязанности и т. д.).

От этого и будем отталкиваться.

Составляем список:

- ☐ газет, журналов, в которых можно узнать о существующих вакансиях, разместить информацию о себе;
- ☐ знакомых, у которых можно узнать об открывшихся вакансиях;

- ❑ кадровых агентств и агентств по трудоустройству, бирж труда;
- ❑ потенциальных работодателей, у которых возможно появление интересных вакансий.

Когда список составлен, начинаем действовать.

Шаг 1. Просматриваем все возможные вакансии в газетах и журналах. Параллельно по возможности размещаем информацию «о себе любимом» (мини-резюме, объявления).

К ним менеджеры по персоналу обращаются, когда в компании много позиций, которые нужно закрыть в короткие сроки. На рынке представлено достаточно много специализированных изданий. У каждого из них есть своя ниша.

Газеты надо покупать еженедельно, отмечать те вакансии, которые вас заинтересовали, и отсылать резюме. Как правило, одинаковые объявления появляются в разных газетах, они могут быть от компании и от кадрового агентства или даже от нескольких агентств. Лучше всего направить информацию о себе по всем адресам.

Еще один малозатратный способ поиска сотрудников — просмотр мини-резюме. Для менеджера по персоналу это очень удобно: в таком резюме излагается самая необходимая информация, и можно сразу из десятка мини-резюме выбрать три-четыре подходящих и переговорить по телефону. Они легко читаются в газете и не изобилуют излишними подробностями.

К сожалению, соискатели почему-то мало используют этот простой способ поиска работы. Во-первых, он достаточно эффективен: возможности факса ни в какое сравнение не идут с тиражом газеты. Во-вторых, часто психологически проще, когда не вы рассылаете резюме, а звонят вам с каким-то конкретным предложением.

Однако такой способ хорош для рядовых работников и специалистов. Когда мини-резюме размещают квалифицирован-

ные сотрудники, создается впечатление, что они испытывают сложности с поиском работы, и их профессиональный статус падает.

При публикации мини-резюме необходимо придерживаться следующих правил.

1. Публикуйте несколько объявлений. Опубликовав только одно мини-резюме, вы вряд ли достигнете желаемого результата. Лучше, если вы будете присутствовать на рынке труда некоторое время (1,5–2 месяца).

Конечно, надо быть готовым к тому, что вам могут позвонить представители сетевого маркетинга или предложить работу с оплатой меньшей, чем вы рассчитывали, но все равно выбор останется за вами: никто не лишает вас возможности поблагодарить за звонок и повесить трубку.

2. Постарайтесь не перечислять через запятую сразу несколько позиций, лучше дайте несколько объявлений. Чем больше разноплановых позиций вы заявляете, тем меньше доверия вызывает ваш профессионализм в одной из этих областей.

Так уж складывается, что, несмотря на то что мы выросли в культуре, где принято быть разносторонним специалистом и все занимаются всем, первоначальные требования к соискателям исповедуют западный подход — узкую специализацию.

3. Менее успешны в поисках работы люди, которые ищут работу под рубрикой «любая». Они-то как раз и получают больше всего предложений сетевого маркетинга.
4. В нескольких фразах сумейте охарактеризовать себя как профессионала.

Шаг 2. Прежде всего, когда появляется новая вакансия, работодатель старается оповестить сотрудников; может быть, среди чьих-то знакомых и знакомых знакомых окажется нужный человек. Плюсы очевидны: затрат никаких и есть профессиональные рекомендации.

Поэтому, начиная поиск работы, оповестите своих знакомых, бывших коллег, сокурсников о том, что вы планируете подыскать новое место работы. Это прекрасная возможность обновить свои контакты. При этом лучше составить список тех, с кем вы выйдете на связь. Сначала может показаться, что такой список лишний. Однако после второго десятка звонков все усложнится. Кто-то не ответит с первого раза, с кем-то перенесли разговор «на потом» и... забыли.

Шаг 3. Посещаем сайты, заполняем онлайн-анкеты кадровых агентств своего города, рассылаем туда резюме.

При этом необходимо помнить, что они работают на заказчика, то есть на компанию, и руководствуются ее интересами, представлениями о том, какого сотрудника они хотели бы видеть на той или иной должности.

Для того чтобы агентство вами заинтересовалось, вы должны иметь профильное образование, опыт работы по требуемой специальности, желательно в компаниях со звучными именами, владеть компьютером.

К сожалению, выпускники и те, кто решил сменить профессию, вряд ли будут представлять интерес для рекрутеров. Однако пренебрегать такой возможностью не стоит.

Кстати, многие агентства не приветствуют повторную рассылку резюме или повторное заполнение анкет в их агентстве. В таком случае необходимо узнать телефон контактного лица, ответственного за исправление и дополнение анкет и резюме, и связаться с ним при необходимости корректировки ваших данных.

Шаг 4. Используем потенциал центров занятости и агентств по трудоустройству. Результативность центров занятости невелика. Их можно использовать лишь как дополнительный способ поиска интересных вакансий.

Про агентства по трудоустройству и их отличие от кадровых агентств я подробнее расскажу чуть позже.