

Omgaan met een snel veranderende rekruteringsmarkt

Overzicht

Organisaties moeten datatools gebruiken om trends te ontdekken, uitschieters te detecteren en efficiënte processen en strategische rekrutering te bevorderen. Dit alles is belangrijk om vooruit te komen in de arbeidsmarkt van de toekomst.

Harvard en Indeed hebben samen een leiderschapsprogramma van drie maanden ontwikkeld om te onderzoeken hoe talentmanagement kan worden verbeterd met cijfers en technologie. Hierbij bestudeerden leidinggevenden de rekruteringsmarkt, opkomende trends en de belangrijkste verstoringen met behulp van externe publicaties, discussies tussen experts en vergelijkingen tussen sectoren. Wat we hebben geleerd, is dat het belangrijker is dan ooit om een balans te vinden tussen people leadership en gegevensanalyses van talentmanagement. Zo kunnen we succes behalen in dit tijdperk van technologie en menselijk kapitaal.

Een 5-stappenproces om je talentmanagement te verbeteren met technologie

Samenvatting

Cognitieve technologieën hebben een enorme sprong gemaakt en zwakke punten blootgelegd in ons gedrag, onze systemen en onze workflows. Ook gaan er geluiden op voor het inzetten van technologie voor betere rekrutering, prestatiebeoordelingen en talentontwikkeling.

Belangrijkste conclusies

01

Invoering moet van leidinggevenden komen, niet van de directie

Technologieprojecten voor talent hebben meer kans van slagen als ze door leidinggevenden worden gestimuleerd in plaats van door de directie. Zij hebben immers meer zicht op de uitdagingen en knelpunten die dit soort technologie kan aanpakken.

04

Dringende behoefte aan talent en potentiële tekorten

Er is veel vraag naar AI-engineers en bedrijven worden steeds meer gedwongen tot een nieuwe benadering van talent, zoals contractspecialisten en flexwerkers. Deze agile methoden brengen hun eigen uitdagingen met zich mee, van een nieuwe kijk op inclusie tot de invloed van tijdelijke medewerkers op de organisatiecultuur.

Auteurs: Herminia Ibarra en Patrick Petitti (juli 2018)

02

Rekruteringsmanagers moeten samenwerken met hr

Als we deze nieuwe technologieën willen inzetten, moeten we ons werk op een andere manier benaderen. Hierbij moet hr er al in een vroeg stadium bij worden gehaald. Zonder ondersteuning en medewerking van hr kan deze programma's mislukken, bijvoorbeeld door tegenstrijdige bedrijfsprioriteiten.

05

Leidinggevenden moeten een leercultuur stimuleren

Als nieuwe technologieën hun intrede doen, moeten we altijd even experimenteren en ermee leren omgaan. Dat kan pas echt tot iets blijvends leiden als er in de bedrijfscultuur ruimte is voor leren en ontwikkeling, en voor projecten die mislukken.

03

Methoden voor snelle implementatie zijn essentieel

AI-technologietools voor talent kunnen niet zomaar worden geïmplementeerd. We hebben snelle feedback en prototypen, taakgerichte 'sprints' en andere agile methoden nodig om te bepalen wat wel en niet werkt. Deze leercurve kan een groot obstakel vormen voor de implementatie.

Hoe hogere lonen kunnen leiden tot meer winst

Samenvatting

Meer dan 7 miljoen medewerkers krijgen minder betaald sinds de COVID-19-pandemie en voor vele miljoenen meer zijn loonsverhogingen stilgelegd. Aan de andere kant konden sommige organisaties, zoals yoghurtbedrijf Chobani en online winkel Wayfair, het loon van hun medewerkers juist verhogen, ondanks de pandemie en economische crisis. Dat had een enorm effect.

Belangrijkste conclusies

01

Pleit voor hogere lonen met cijfers

Voor een goede loonstrategie moeten jouw cijfers op orde zijn. Anders is het vaak makkelijker en logischer om de loonsverhoging stil te leggen of lonen zelfs te verlagen.

02

Wees standvastig en consistent

Leidinggevenden moeten zich aan de visie van het bedrijf houden, investeren in training en begrijpen hoe waardevol loonsverhogingen kunnen zijn in de moderne arbeidsmarkt.

03

Integreer een data steward van hr

Een goede manier om deze aanbevelingen in de praktijk te brengen, is door een hr-data steward in jouw team op te nemen.

Auteurs: Ray Fisman en Michael Luca (januari 2021)

Conclusie

Al tientallen jaren volgen we ons instinct. We kennen ons bedrijf, onze klanten en de markt en konden op basis van die ogenschijnlijk robuuste fundering slimme, strategische beslissingen nemen. Nu kunnen we niet anders dan vertrouwen op de cijfers waar we tegenwoordig toegang toe hebben. We laten ons als marketeers, leidinggevenden en besluitvormers leiden door cijfers en kunnen hiermee de behoeften en wensen van onze doelgroepen zeer nauwkeurig voorspellen.

Het is belangrijk dat leidinggevenden in hr en talentacquisitie begrijpen hoe ze verhalen, cijfers en visualisaties kunnen combineren om iets overtuigends neer te zetten.

Onze dank gaat uit naar:

Ute Neher, Head of Client Engagements, Global Idea Center Program, Indeed; Chela White-Ramsey, Senior Manager, Training and Development, Indeed; en Kathy Green, Senior Global Moderator, Harvard Business School Publishing voor hun waardevolle bijdragen aan deze module.