

## Trei din zece companii mici angajeaza prin targurile de joburi online

2008-07-28 de [Raluca Lipan](#)

**Targurile de joburi online reprezinta o modalitate de recrutare rapida si ieftina pentru IMM-uri, care se poate dovedi mai eficienta decat celelalte metode de recrutare online. De altfel, aproximativ 30% dintre companiile care participa la targuri online de joburi sunt IMM-uri, restul fiind companii mari si multinationale, apreciaza Constantin Fersetu, marketing manager pentru Neogen, companie care detine site-ul de recrutare bestjobs.ro.**

Ioana Moholea, proiect manager pentru Perspective Group, este foarte multumita de rezultatele obtinute in urma participarii companiei de recrutare la targuri online de joburi. 'Eficienta metodei vine, in primul rand, din rapiditatea cu care circula informatia catre publicul-tinta, dar si prin faptul ca ofera ocazia unei prime selectii a candidatilor, dupa informatiile inscrise in CV si in mini-interviuri', explica aceasta. Ca modalitati de recrutare, compania utilizeaza baza de date interna, dar si anunturile online si networkingul, realizat cu ocazia diverselor evenimente pe care le organizeaza.

Pentru targul online de joburi Absolvendum.ro, majoritatea angajatorilor sunt IMM-uri, spune Madalin Visan, reprezentant al Etowers Media, organizator al targului. Procentajul IMM-urilor participante scade la 15%, in cazul Targului Online pentru Absolventi, organizat de compania de consultanta Catalyst Solutions, dar asta pentru ca targul se adreseaza absolventilor cu maximum sapte ani de experienta si celor mai mari companii din fiecare industrie, dupa cum precizeaza Nicoleta Anton, Marketing&PR manager pentru Catalyst Solutions.

In ultimul an, in Romania s-au organizat in jur de 10-12 targuri online. 'Daca, in urma primei editii a targului online de joburi, organizat de MyJob in 2006, candidatii erau preponderent din Bucuresti, prin avantajele oferite de sistemul online si datorita promovarii, urmatoarele targuri au avut impact la nivel national?', spune Mariana Frincu, proiect manager pentru site-ul de recrutare MyJob. Participarea la un targ de joburi online este mai avantajoasa decat simpla postare a joburilor vacante pe un site de recrutare, pentru ca evenimentul se bucura de o 'campanie de promovare organizata, coerenta si care atrage atentia candidatilor, in mod sistematic, asupra oportunitatilor pe care companiile participante le ofera?', spune Nicoleta Anton.

Astfel, numarul celor care aplica este mai ridicat decat ar fi cazul simplei postari a anuntului pe site. Vizibilitatea crescuta a companiei este asigurata si de posibilitatea de a-si crea, in cadrul targului, o pagina personalizata, in care poate oferi informatii despre companiile si despre nevoile de angajare.

'In cadrul unui targ online de joburi, este garantat un nivel mai mare de interes al candidatului fata de postul respectiv, lucru diferit comparativ cu o simpla cautare de CV-uri, pe care o companie o poate face. Mai mult decat atat, cresc foarte mult sansele ca persoanele care aplica la un job sa aiba si calificari necesare pentru pozitia respectiva, intrucat aplica in cunostinta de cauza?', explica reprezentantul Catalyst Solutions.

Fata de participarea la un targ fizic de joburi, targul online este mult mai ieftin, iar rentabilitatea investitiei este mult mai buna: 'companiile isi fac in doua minute un stand, costurile unui stand sunt zero, fata de cateva mii la

un stand offline, si nu necesita oameni blocati in perioada targului?, considera Constantin Ferseta. Participarea la targuri online este, de cele mai multe ori, gratuita, dar exista si cazuri in care participarea se plateste, doar accesul candidatilor fiind gratuit, cum este cazul Targului Online pentru Absolventi, organizat de Catalyst Solutions. Astfel, fiecare companie care se inscrie la targ trebuie sa plateasca intre 300 si 500 de euro, in functie de pachetul pe care il alege. Optiunile pe care le au la dispozitie variaza prin accesul la baza de date cu CV-urile candidatilor (limitat sau nelimitat) sau prin facilitati de employer branding (brand de angajator), de exemplu, includerea logoului companiei in newsletterele trimise din partea targului. ?Pachetul cel mai redus ca pret se adreseaza companiilor care au necesitati reduse de recrutare?, explica Nicoleta Anton.

Totusi, succesul in cadrul targurilor de joburi online nu este garantat si depinde de anumite conditii, cea mai importanta dintre acestea fiind imaginea pe piata a companiei respective. In aceste conditii, este posibil ca IMM-urile sa fie eclipsate de companiile mari, care atrag candidatii. ?IMM-urile nu prea au succes la targuri de joburi online. La un astfel de eveniment, atragi numai daca ai o imagine, iar companiile mici participa de cateva ori si, neavand rezultate, considera

ca nu este o modalitate eficienta de recrutare?, spune Madalina Popescu, general manager pentru compania de consultanta in resurse umane Pluri Consultants Romania.

Popularitatea targurilor de joburi va creste pe viitor, considera specialistii in resurse umane si organizatorii de targuri. ?Targurile online cresc de la o editie la alta cu 20-30%, atat ca numar de companii participante, care acum sunt in jur de 300, cat si in ceea ce ii priveste pe candidati?, spune reprezentantul BestJobs. Desi acesta avertizeaza ca, pentru pozitiile mai specializate, IMM-urile vor trebui sa apeleze tot mai mult la head hunting, modalitatea cel mai mult utilizata de aceste firme pentru recrutarea de personal o reprezinta anunturile online, urmata de apelarea la reseaua de cunostinte. ?Aceasta nu inseamna ca angajam rude sau ca angajam pe pile?, respinge hotarat ideea Ovidiu Toader, care detine compania MinervaCom, specializata in comercializarea de mobila si accesorii. MinervaCom are un departament HR intern, format din doi angajati, care isi bazeaza majoritatea recrutarii pe anunturile online. Compania nu participa la targurile de joburi online, Ovidiu Toader nefiind informat in legatura cu aceasta modalitate de recrutare. Pentru Silviu Savin, creative director al portalului de recrutare IT joobs.ro, targurile online au reprezentat o ocazie pentru a-si promova aceasta afacere, alegand, totusi, sa nu apeleze la aceasta metoda pentru recrutarea de personal. ?Este o metoda eficienta, atat timp cat candidatii de care este nevoie in cadrul companiei sunt de nivelul junior sau mid-level?, explica acesta. Savin mentioneaza ca recrutarea prin intermediul blogurilor, al retelelor sociale, al accesarii comunitatilor de pe internet va castiga in popularitate. Metodele utilizate de companie pentru a identifica personalul necesar sunt recrutarea online sau recomandarile primite de la angajati sau de la cunostinte.

Articol publicat la [http://www.standard.ro/articol\\_54034](http://www.standard.ro/articol_54034)

© 2007 Grupul Realitatea Catavencu www.gruprc.ro. Toate drepturile rezervate.

Articolele prezentate pe acest site sunt proprietatea Grupului Realitatea Catavencu. Pentru detalii privind reproducerea acestor informatii contactati Redactia Business Standard