CESTA ZA BUDOVÁNÍM ZNAČKY

NÁBOR JAKO ZÁŽITEK

IRESOFT
lifestyle

Úvod

IReSoft ještě před rokem byl neznámou firmou pro veřejnost i potenciální uchazeče. Kdo kdy slyšel o nějakém IReSoftu? Máme sice skvělé jméno mezi našimi zákazníky z oblasti sociálních služeb, pro které vytváříme špičkové produkty, ale jinak nás moc lidí neznalo. Tento náš hendikep jsem častokrát řešil s mými manažery, když potřebovali najít dalšího člověka do svého týmu. Nedařilo se nám nacházet ty správné lidi a s pocitem oběti jsme si jen povzdechli, jak těžké to je být malou českou softvérovou firmou v Brně. Takový David mezi nadnárodními Goliáši, kteří nenasytně lační po programátorech, kteří na trhu už dávno nejsou.

Pak jsme se dostali ke knížce Štěstí doručeno od Tonyho Hsieha (CEO Zapposu), ze které nás oslovila myšlenka otevřít se směrem ven a představit světu naši firemní kulturu. Věděli jsme totiž, že máme ve firmě super lidi, skvělou atmosféru a přátelské prostředí (někteří tomu říkají dokonce druhá rodina - IReDomov ☺). Uvědomili jsme si, že máme co nabídnout a přitom nemusíme nutně být gigantem s miliardovým rozpočtem. Právě naopak! Na rozdíl od gigantů u nás nemáme korporátní bullshit (rozuměj byrokracii, nesmyslná nařízení a nemožnost na tom cokoliv změnit). Jsme hrdí na naši firemní kulturu a věřím, že kdo zažil IReSoft, ten to může potvrdit. A tak jsme se rozhodli s tím něco udělat a zviditelnit se.

Jako první krok jsem chtěl zrealizovat nápad od Zapposu a vydat knížku iresoftí firemní kultury. Nazvali jsme ji **IReBook**. Tato knížka je o příbězích, o lidech a o naší firemní kultuře. Ale jakou vlastně máme firemní kulturu? Abych na to mohl s čistým svědomím odpovědět, zeptal jsem se pro jistotu všech iresofťáků. Uspořádal jsem pro ně celkem 7 workshopů tak, aby se každý člen našeho týmu mohl vyjádřit a spolupodílet se na tom, kdo vlastně jsme a kam směřujeme. Hledali jsme společně odpovědi na to, co jsou silné stránky IReSoftu, proč bychom chodili do práce i kdybychom každý z nás měli miliardu na účtu a jaké základní lidské hodnoty by měl mít další iresofťák, aby k nám zapadl a cítil se mezi námi jako doma. Byla to zábava a opravdu jsme si to užili. V rámci našich setkání zazněla spousta příběhů a zážitků a já poprosil všechny lidi ve firmě, aby napsali svůj vlastní autentický příběh, co pro ně znamená IReSoft. Tyto příběhy jsme vzali a přesně v tom znění je vydali v naší první knížce firemní kultury.

IReBook jsme slavnostně pokřtili na vánočním večírku IReSoftu v prosinci 2015

Definování **společných hodnot** a **uvědomění si našich silných stránek** byl pro nás začátek cesty - cesty za větší známostí IReSoftu, cesty za svobodnou firmou, cesty za tím stát se inspirací pro ostatní. Byli jsme si vědomi vlastní hodnoty a rozhodli se, že **nebudeme dál lidi hledat, ale že je budeme k nám přitahovat**.

Věděli jsme, že máme zdravé jádro, ale navenek jsme se nijak neprojevovali. Do té doby jsme totiž neměli potřebu. V době světové krize v roce 2008 bylo na trhu tolik volných lidí, že stačilo vyvěsit inzerát na inzertní portál a mohli jsme si vybírat. Ta doba už skončila a o 7 let později tento přístup už nefungoval. Bylo jasné, že musíme změnit náš přístup. Skvělé bylo, že máme na čem stavět. Že můžeme postupovat zevnitř ven a že máme obsah, ze kterého můžeme vyjít.

Nábor jako zážitek

Chtěl jsem vytvořit akční tým, se kterým společně vymyslíme náš nový směr. Dal jsem dohromady pracovní skupinu, jejímž členem se stalo několik manažerů, kteří zrovna hledali člověka do svého týmu. Součástí týmu byla i Eliška, která se do své role Expertky na iresoftí talenty (neboli personalistky) teprve dostávala. Poslal jsem vybraným lidem následující motivační e-mail:

Přátelé, kamarádi, kolegové, iresofťáci.

Rád bych vás pět přizval do svého týmu, jehož cílem bude zaměřit se na přitahování dalších správných iresofťáků do našich řad.

O co jde?
Jestli si vzpomenete na loňský workshop ohledně působení naší značky, ohodnotili jsme si úroveň, jak působíme na potenciální uchazeče a veřejnost, někde mezi 2-3. Skvělá sebereflexe a uvědomění. Není to moc lichotivý obrázek a já bych chtěl tuto hodnotu během letošního roku zásadně pozvednout, minimálně na úroveň 8. Skvělá zpráva je, že máme na čem stavět. Doposud jsme objevili, jací jsme, jakou máme firemní kulturu, v čem jsme výjimeční, co můžeme nabídnout a myslím si, že toho není málo. Naše jádro je zdravé. Myslím si, že IReSoft je pro generaci Y zajímavým místem, kde další "ypsilonky" můžou najít smysl své práce, realizovat se, rozvíjet se v přátelském kolektivu a něco v životě dokázat. Zároveň jsem přesvědčen, že už nepotřebujeme hledat zbylé volné lidi na prázdném pracovním trhu a ještě za to platit nesmyslné částky. Chci, abychom si uvědomili naši hodnotu a se zdravou sebejistotou jsme se pustili do přitahování těch nejlepších produktivních lidí, kteří momentálně ještě pracují někde jinde. A k tomu jsem si vybral vás.

Co nás čeká?
Budeme spolu tvořit, hledat, vymýšlet, realizovat. Můžete ovlivnit a podílet se na tom, jak IReSoft bude působit na celou veřejnost – protože potenciální iresofťáci jsou podskupinou celé veřejnosti. Nikdo z nás nezná správnou cestu, o to to bude větší zábava! Něco nám již funguje a k tomu existuje obrovská spousta informací, myšlenek, prošlapaných cestiček, kde můžeme čerpat naši inspiraci. Budeme hledat odpovědi na tyto otázky: Jak a kde budeme iresofťáky přitahovat? Jak ověříme, že je to správný člen do naší rodiny, abychom si byli opravdu jisti? Jak najdeme opravdové hvězdy (tahouny nebo alespoň vykonavače), které nám pomůžou firmu posunout dopředu? A jak z toho všeho můžeme udělat zážitek, na který se nezapomíná? A co kdybychom byli dokonce jednou z mála firem, která nabídne po dvou měsících uchazeči 40 000 Kč ve zkušební době za to, že ihned odejde z firmy? To je výzva ☺.

Dejte mi pls vědět, jestli přijímáte moji výzvu stát se součástí tohoto týmu a jestli vám vyhovuje termín níže. Pokud ano, nechám zarezervovat termín v HUBu.

Všichni oslovení výzvu přijali a tak jsme mohli začít. Měl jsem v týmu skvělou partu lidí - Elišku, Michala, Jirku, Boba, Lukáše a Pepu. S týmem jsme se sešli v průběhu několika měsíců celkem čtyřikrát, vždy na půl dne a mimo tradiční prostředí naší firmy, abychom využili větší kreativity a nových myšlenek. Přístup out-of-the-box se mi mnohokrát osvědčil, tak jsme využili prostředí brněnského Impact HUBu. Společně jsme hledali odpovědi na otázky, které vedly k tomu, jak redefinovat nábor do IReSoftu na zcela novou úroveň. A naši laťku jsme si pro jistotu nastavili hodně vysoko. Nebylo naším cílem jen vytvořit nový image firmy na pracovním trhu. Chtěli jsme, aby se jakékoliv setkání s IReSoftem stalo pozitivním a nezapomenutelným zážitkem. Proto jsme si naši cestu pojmenovali **Nábor jako zážitek**.

Hned na prvním workshopu jsem otevřel otázku PROČ. Jaké je naše PROČ? Čeho chceme dosáhnout? Jak vypadá naše vítězství?

Definovali jsme si tři následující pilíře, na kterých jsme nábor chtěli postavit:

1. **Chceme lidi přitahovat jako magnet**, nikoliv hledat. Chceme ukázat, že jsme jinou firmou a že máme co nabídnout. Že jsme víc než jen zaměstnavatel, že jsme druhá rodina. Chceme lákat lidi, kteří zapadnou do naší firemní kultury, sdílejí s námi stejné hodnoty i smysl a přispějí k tomu, aby IReSoft byl lepší firmou.
2. Protože chceme vytvořit prestižní značku IReSoft, jsme si vědomi naší hodnoty a proto nebudeme slevovat. **IReSoft hledá jen hvězdy**. Dostat se do IReSoftu musí být dostatečnou výzvou, kterou ne každý může zvládnout. Je lepší nevzít žádného kandidáta, pokud nejsme o něm na 100 % přesvědčení, než vzít alespoň někoho. Vážíme si své hodnoty a kandidát se musí hodně snažit, aby nás přesvědčil, že on je ten pravý iresofťák. Chceme umět vybrat toho správného a být si tím jistí.
3. Chceme, aby **nábor do IReSoftu byl zážitkem**. Od prvního setkání s naší firmou - počínaje webovými stránkami, inzerátem, přes naši komunikaci, výběr až po podepsání pracovní smlouvy. Chceme se odlišovat na pracovním trhu a chceme, aby se o IReSoftu povídalo v pozitivním slova smyslu. A pro ty, kteří se k nám nedostanou, pro ty chceme zůstat alespoň v jejich snech ☺.

Rozdělili jsme si nábor na několik samostatných částí, které na sebe navazují. Nejdřív si musíme uvědomit **koho chceme přitáhnout a proč**. Jaký je vlastně smysl dané pozice a jaké jsou od ní očekávané výsledky. Další otázka byla, **kde budeme lidi přitahovat a jak**. A následně **jak vybereme toho správného** ze všech lidí, které přitáhneme. Tyto jednotlivé části rozeberu v následujících kapitolách.

Nad tím vším se bude prolínat všudypřítomná otázka - jak to udělat jinak než tradičně, **jak z toho udělat zážitek**, jak se odlišit. Jak to udělat iresoftím způsobem.

Také nás napadla otázka, co když budeme úspěšní a přitáhneme víc lidí, než dokážeme přijmout? Řekli jsme si, že si budeme všechny potenciální iresofťáky, kteří už prošli užším výběrem evidovat, abychom do této databáze mohli v budoucnu sáhnout. Do společnosti Google se prý ročně hlásí 3 miliony lidí. Mně by se líbilo, kdyby se k nám chtělo dostat 1 000 lidí, kteří jsou tzv. "culturefit" (prošli výběrem přes hodnoty i smysl a mají dovednost, která by IReSoftu pomohla).

A tak jsme měli i krásný cíl: **Tisíc zájemců, kteří chtějí být součástí značky IReSoft**!

Část I - Koho přitahujeme a proč?

Vytvořil jsem vstupní dotazník, který si každý člen našeho týmu vyplnil za domácí úkol a jeho výsledky jsme pak společně sdíleli na jednom z workshopů. Cílem dotazníku bylo zamyslet se nad tím, jaké jsou silné/slabé stránky mého týmu, koho hledáme, jaký je vlastně smysl dané pozice v kontextu firmy, co jsou její výsledky, jak je můžeme měřit a také, jaké dovednosti a kompetence daný člověk potřebuje na to, aby mohl doručovat výsledky.

Dotazník jsem rozdělil na tři části a obsahoval následující otázky:

1. Můj tým

- Jaké jsou silné stránky mého týmu (výhody)?
- Jaké jsou slabé stránky mého týmy (příležitosti)?
- Proč by se měl přidat zrovna do mého týmu? Čím jsme výjimeční?

2. Koho hledám

- Jaký je smysl/účel dané pozice ve firmě?
- Bude někoho vést?
- Co bude jeho konkrétní pracovní náplní? Jaké jsou jeho povinnosti, co je nutné a co musí dělat?
- Za co všechno bude odpovídat a ponese odpovědnost? Za co ručí, co garantuje?
- Jakými pravomocemi musí disponovat? Jaké má kompetence, tedy co je oprávněn dělat?
- Co bude konečným výsledkem (produktem) jeho práce? Za co získá uznání a respekt?
- Jakou produktivitu očekáváme a jak ji budeme měřit?
- Co bude překonávat za výzvy/bariéry? Co je nepříjemné, v čem to bude těžké?
- Co získá za to, když výzvy překoná (nejsou to benefity)?

3. Co očekávám

- Co je pro mě důležité, aby kandidát splňoval?
- Jaký by měl být (vlastnosti, přístup, hodnoty)?
- Jaký rozhodně nechci, aby byl?
- Jaké znalosti potřebuji, aby kandidát měl a proč (tj. co zná teoreticky)?
- Jaké dovednosti potřebujete, aby váš kandidát ovládal a proč (tj. co umí prakticky)?
- Jaké musí kandidát mít prokazatelné zkušenosti a proč?

Toto úvodní zamyšlení se nad každou pozicí vnímám jako klíčové, protože pomůže vedoucímu týmu si urovnat myšlenky, získat potřebný nadhled a správně definovat pozici. Je to cenný zdroj uvědomění. A v neposlední řadě je to výborný podklad pro následné sestavení inzerátu.

Na jednom z workshopů jsme dotazníky společně procházeli. Každý přečetl jeden bod a dali jsme mu zpětnou vazbu. Bylo to velmi kreativní setkání, kdy jsme všichni objevovali něco zcela nového. Jako velký přínos vnímám to, že jsme toto téma otevřeli, že jsme šli do otázek, u nichž nejsou na první pohled zřejmé odpovědi a nutí člověka se zamyslet. Častokrát jsme měli dokonce i opačné názory na to, co má být výsledkem a kdo má mít za co zodpovědnost.

Překvapením pro mě byla diskuze nad tématem smyslu/účelu jednotlivých týmů v IReSoftu. Ukázalo se, že někteří kolegové netušili úplně přesně, co dělají jiné týmy a proč jsou důležité. Tímto jsme, jako vedlejší efekt našeho náborového workshopu, otevřeli dost velké téma! Uvědomil jsem si svoji chybu, že pokud ani vedoucí týmů neznají přesně účel všech ostatních ve firmě, jak to můžou znát ostatní iresofťáci? Proto jsem se rozhodl zaměřit následující manažerský teambuilding na téma **smyslu oddělení, očekávaných výsledků, zodpovědnosti a efektivního fungování**. Potřeboval jsem, aby se mezi námi vyjasnily zodpovědnosti a každý věděl, jaké výsledky může očekávat od ostatních ve firmě. Uvědomili jsme si společně, jak klíčová je efektivita jednotlivých lidí a týmů pro fungování a úspěch celé firmy. Že není naším primárním cílem hledat další lidi pro zvýšení výkonu IReSoftu, ale že se nejdřív musíme zaměřit na efektivnější fungování uvnitř sami mezi sebou. Uvědomili jsme si jednu, na první pohled zcela zřejmou věc, že každý **člen týmu musí být schopný si sám na sebe vydělat** a musí mít **přidanou hodnotu pro firmu**. Jeho výsledky musí mít hodnotu buď přímo pro zákazníka, který za to firmě zaplatí, nebo musí mít hodnotu pro jiný tým ve firmě, který díky tomu může doručovat své výsledky.

Moje uvědomění z dotazníku je následující. V naší firmě se snažím o to, aby **iresofťáci mohli žít svobodně** a měli možnost se rozhodovat o tom, jak věci dělají a jak dosahují svých výsledků. Proto vnímám jako důležité s nimi dojít na to, proč existuje daná pozice, jaký má vůbec smysl v kontextu celé firmy a procesu získávání nebo udržení zákazníka, jaká je její zodpovědnost a očekávaný výsledek, jak budeme výsledky měřit a jaké kompetence k tomu potřebuje. Co mi ale nesedí, je lidem definovat jejich konkrétní náplň práce, popisovat jejich činnosti a určovat jejich povinnosti. Cítím, že bych jim tím ubíral svobodu, kdybych se snažil vydefinovat to, co mají a nemají dělat. Naopak by to vedlo k tomu, že tím za ně přebírám zodpovědnost a zužuji jejich manévrovací prostor, potlačuji kreativu a jejich iniciativu. Člověk s jasně předdefinovanými činnostmi by pak raději nedělal nic jiného, než to, co je napsané na papíru, aby nevybočil z očekávání. Nerad bych slyšel odpověď "*to nebudu dělat, to nemám v popisu pracovní pozice*". Chci nechat lidem kreativu v dosahování výsledků a k tomu je důležité mít správně nastavená očekávání. Proto je pro mě klíčové být naladěn s lidmi na to, jaké je jejich velké PROČ v IReSoftu a nechat na nich, jak ho dosáhnou. Samozřejmě v souladu s hodnotami iresofťáka, vizí a dobrou pověstí firmy.

Část II - Kde přitahujeme a jak?

Na základě uvědomění, koho hledáme, jsme se pustili do tvorby inzerátů. Chtěli jsme, aby inzeráty ukazovaly naše hodnoty - že přemýšlíme jinak, jsme kreativní a transparentní. Že nejsme tuctoví, nudní, průměrní nebo korporátní. **Naše inzeráty se musely odlišovat!** Cílem inzerátu bylo přitáhnout pozornost, zaujmout a vyvolat emoce. A jak lépe u lidí vyvolat emoce než otázkami? Otázky nutí člověka se zamyslet, čímž se mu vybaví jeho zkušenost a s tím spojené emoce. I kdyby byla emoce negativní, tak i tak jsme zaujali jeho pozornost. Vyzkoušeli jsme si techniku přerámování otázek, kdy z obyčejného nudného sdělení bez emocí uděláme otázku, která člověka může silně oslovit. Takže namísto nudného sdělení "*Požadujeme znalost MS SQL*" jsme např. vymysleli otázku "*Dokážeš si poradit se spoustou dat a udělat v nich pořádek pomocí MS SQL*?".

Jedna z iresoftích hodnot zní *Buď otevřený změnám*. Chceme přitahovat lidi, kteří se **nebojí výzev**, kteří jsou spíše pionýři než rutinéři. Pionýr odchází, když ztratil výzvy. Rutinér odchází, když se pořád něco mění. A protože změna a růst je součástí naší DNA, rutinér by se u nás utrápil. Proto pro dobro obou dvou stran nechceme nabírat do firmy rutinéry. V inzerátu jsme se zvlášť soustředili, abychom komunikovali výzvy a tak jsme použili slova jako "*Budeš objevovat, hledat, tvořit, vymýšlet...*" nebo "*Bude to těžké, troufneš si?*". To by mělo odradit rutinéry a naopak přitáhnout pionýry.

Další důležitý bod při vytváření textu inzerátu je uvědomit si, jak motivované lidi chceme přitáhnout. **Chtějí přispět a být součástí něčeho většího** (outflow orientace), nebo se zajímají jen o to, co dostanou a co jim firma může nabídnout (inflow orientace)? Pro outflow orientovaného člověka je důležité komunikovat smysl práce, jeho důležitost a přínos, čím může být prospěšný, za co získá uznání a

respekt ostatních. Naopak pro inflow orientovaného člověka jsou důležité benefity, osobní výhody, co mu firma dá, co ho naučí, čím mu firma v jeho životě přispěje. Takovýto člověk myslí primárně na sebe a chce nejdřív brát, pak možná ze sebe i něco dá. O tento typ lidí nemáme zájem a proto jsme se v inzerátech vyhnuli komunikaci benefitů a naopak zaměřili na komunikaci smyslu a výsledků.

Vytvořil jsem návod na sestavení poutavého inzerátu, podle kterého měl každý člen týmu za úkol vytvořit svůj vlastní inzerát:

1. Začněte s PROČ (= účel)
- *Proč daná pozice, jaký je smysl této práce, jak získá uznání a respekt, co budou jeho výsledky*
- *Zapojte otázky a přerámování*

2. Nabídněte výzvy (= bariéry)
- *Co bude překonávat, co je nepříjemné, v čem to bude těžké*
- *Buďte upřímní a komunikujte na rovinu*

3. Ukažte vítězství (= svoboda)
- *Jaké výhody získám za to, když výzvy překonám*
- *Pozor, nejsou to benefity*

Inzeráty jsme mezi sebou následně sdíleli a dávali si zpětnou vazbu, jak to na nás působí. Je to dost transparentní? Neskrýváme něco? Zaujali jsme tě? Má to v sobě šťávu? Názory ostatních nám umožnily inzeráty opravdu vyšperkovat.

Aby byly inzeráty ještě atraktivnější, nechali jsme si je oživit ilustrací, která ukazuje iresofťáka v akci na dané pozici. Zde jsou ukázky dvou našich inzerátů, tak jak je kluci vytvořili.

Inzerát Jirky: SAMOSTATNÝ KONZULTANT UŽIVATELSKÉ PODPORY

Chceš být ten, který pomáhá našim zákazníkům z řad poskytovatelů sociálních služeb? Baví tě práce s PC? Troufáš si převzít zodpovědnost za zavedení informačních systémů a nadchnout i uživatele, kteří s PC běžně nepracují? Máš chuť neustále rozšiřovat své znalosti a dovednosti a překonávat sám sebe?

Pak věříme, že budeš ten správný kolega a zapadneš do naší party. Našimi produkty pomáháme 2000 zákazníkům a ty jim můžeš pomáhat s námi. A to v první linii!

<u>Z čeho budeš mít dobrý pocit?</u>
Výsledkem tvé práce budou spokojení zákazníci, kteří chtějí využívat naše informační systémy. Díky trpělivému naslouchání a řešení potřeb našich zákazníků vyčaruješ úsměvy na jejich tvářích.

<u>Co tě u nás čeká?</u>
Alespoň jednou týdně pojedeš instalovat a zaškolit produkty přímo k naším zákazníkům po celé ČR i SR. Budou také dny, kdy budeš moci zůstat v kanceláři v Brně a komunikovat s našimi zákazníky po telefonu. A pokud jsi ranní ptáče, určitě oceníš, že začínáme v 7 hodin.

<u>Co by ti nemělo chybět?</u>
Platný řidičský průkaz B, uživatelská znalost práce s PC a Windows, nadšení a ochota zlepšovat se.

<u>Co za to získáš?</u>
Staneš se členem skvělé party iresofťáků, kteří na tebe budou spoléhat. Budeš se cítit užitečný a výsledky svého snažení uvidíš hned. A rozhodně to nebude žádný stereotyp.

Inzerát Michala: SVOBODNÝ KEY ACCOUNTANT PRO DOCHÁZKOVÉ SYSTÉMY
(Ne, nemyslíme tím rodinný stav)

Rád buduješ dlouhodobé spolupráce v B2B sektoru? Rád obchoduješ a děláš akvizice? Chceš dennodenně zdolávat sám sebe? Rád cestuješ a objevuješ krásy této krajiny? Chceš pracovat v přátelském kolektivu, kde se na pivko nechodí z povinnosti?

Pokud ano, ty budeš právě ten:

- *Kdo je zodpovědný za svoje výsledky*
- *Kdo reprezentuje firmu a buduje dlouhodobé vztahy a partnerství*
- *Pro koho sleva, akce, snížit a zdarma není ve slovníku*
- *Kdo bude téměř každý den u klientů a zdolávat stanovené cíle*

Pořád jsi si jistý, že to chceš?

Protože pokud si na to troufáš, přidej se k nám a staň se pánem svého času. Jenom ty si říkáš co, kde, kdy a s kým chceš dělat. Schůzka v 7 ráno není pro tebe? Pracuj kdy chceš. Nikdo ti do toho kecat nebude.

Pošli nám svůj životopis a motivační dopis.

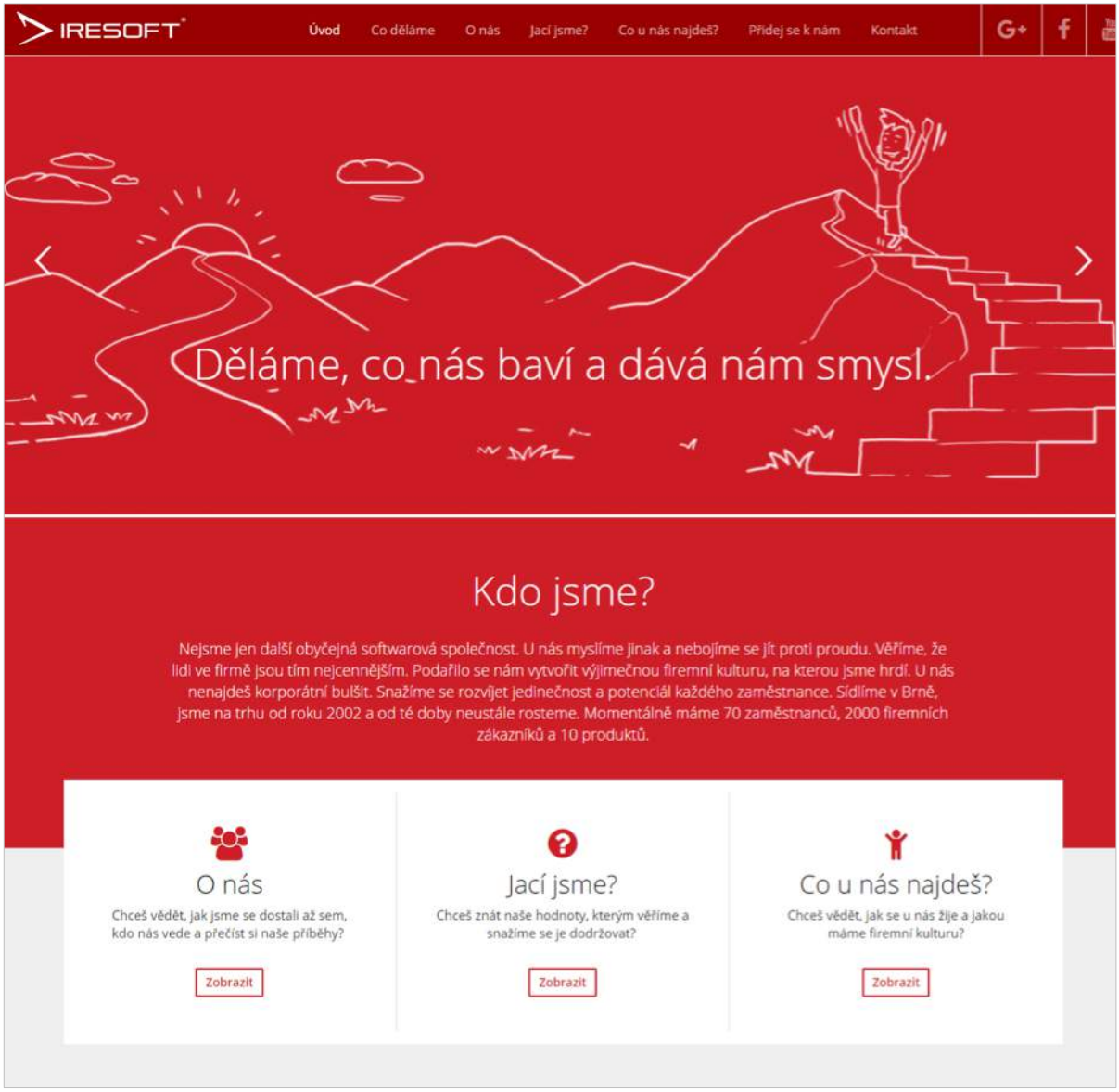
Jirka zašel ještě dál a spolu s kolegy Milanem a Honzou natočili náborové video, kde ukazuje, jak vypadá jeden skutečný den v životě našeho konzultanta. Toto video je umístěno pod inzerátem a na firemním Facebooku. Skvělá práce kluci! Více na: https://youtu.be/s2OSzzCN7ZI

Inzeráty by byly. Tak kde je zveřejníme? Kde chceme světu říct, že je v IReSoftu prostor pro schopné lidi? Toto téma je mnohem širší než jen nalezení prostoru pro zveřejnění inzerátů. Toto téma je o naší značce. O tom, kde a jak působíme s naší značkou. A jedním z hlavních míst je naše webová stránka.

Rozhodl jsem se vytvořit úplně nový web, který už nebude zaměřen na zákazníky tak jako doposud (na to máme samostatné produktové weby), ale bude zaměřen na lidi, které k nám chceme přitahovat. Chtěl jsem ukázat, kdo jsme, proč děláme to, co děláme, kdo tvoří IReSoft, jaké jsou naše hodnoty, čemu věříme, co jsou naše silné stránky. Pojal jsem to v podstatě čistě jako náborový web. A tak v únoru 2016, dva měsíce po vydání IReBooku, spatřil světlo internetu náš nový web - www.iresoft.cz.

Web obsahuje následující sekce:

- Úvod - *kdo jsme, co děláme, rozcestník na další stránky*
- Co děláme - *smysl naší práce*
- O nás - *naše historie, kdo nás vede, příběhy iresofťáků*
- Jací jsme? - *naše hodnoty*
- Co u nás najdeš? - *naše silné stránky*
- Přidej se k nám - *inzeráty, navrhni si vlastní pozici*
- Kontakt - *jak se s námi spojit, jak k nám*



A čím jsme web udělali zajímavý? Tak třeba jsme jej naplnili fotkami našich iresofťáků a ne nějakých anonymních lidí z fotobanky.

Fotkami ukazujeme, že naše firma je především o lidech.

Umístili jsme na web autentické příběhy našich lidí.

Skutečné příběhy iresofťáků

Když jsem před šesti lety poprvé vstoupil do IReSoftu, myslel jsem si, že pro mě bude jen „přestupní stanicí", ve které zůstanu maximálně po tu dobu, než se přestěhuju do Zlína, což jsem plánoval tak za dva, tři roky. Dnes skutečně bydlím ve Zlíně, ale v IReSoftu pracuji stále a jsem ochoten denně dojíždět 100 kilometrů a trávit tak dvě hodiny denně cestováním do a z práce. Mnozí lidé se tomu diví, ale mně to stojí za to, protože IReSoft se pro mě stal srdeční záležitostí. Není to jen práce. Velmi rychle se mi totiž vrylo pod kůži jakési všeobecné nadšení pro společnou věc a přátelská atmosféra, která není strojená, ale vzniká tak nějak přirozeně. Časem jsem si uvědomil, že v práci nejsem jen s jednotlivými kolegy, ale že jsme tým. V IReSoftu nejede každý jen na „svůj účet", ale všichni jsou ochotni si pomáhat a sdílet informace. A neplatí to jen v práci. Dodnes si například pamatuji, jak jsem jedno zimní ráno zjistil, že starší autobaterie díky mrazu definitivně dosloužila. A v ulici, kde moje auto stálo, bylo blokové čištění. Zavolal jsem kolegovi a on bez jakéhokoli rozmyšlení přijel a pomohl mi přesto, že měl jistě jiné plány. To dnes nevidím jako samozřejmost. A takových příkladů bych za tu dobu našel i desítky. Chci tím říct, že IReSoft pro mě nejsou jen kolegové, mám zde řadu přátel, něco jako druhou rodinu. Kdo jiný Vám dnes nezištně pomůže? A s kým jiným můžete mít otevřenější a upřímnější vztahy? Vůbec nechci tvrdit, že všechny dny jsou v IReSoftu jen růžové a všechno je ideální. Není. Ale s lidmi, se kterými si rozumíte a kteří nemyslí jen na svůj vlastní prospěch se dá vyřešit mnoho. A hlavně se dá dosáhnout skvělých výsledků, jak osobních, tak týmových.

Honza M.
Obchodní konzultant
Součást týmu od roku 2010

Píšeme blog, kterým chceme inspirovat svět.

Blogujeme, inspirujeme

Ve firmě máme spoustu zajímavých a chytrých lidí. A kromě toho, že jsou zajímaví a chytří, umí svoje myšlenky i poutavě hodit na papír (rozuměj na IReBlog :). Byla by škoda se o jejich zkušenosti nepodělit.
Tady jsou nejnovější příspěvky.

Jak IReSoft ke Štěstěně přišel :)

Autor: Jiří Halousek
Přidáno: 01.07.2016

V únoru letošního roku se mi opět stala taková ta zvláštní věc, kdy se před vámi z ničeho nic objeví příležitost a vaše intuice vám říká, že byste ji měli využít. Zažili jste to někdy? Situaci, kdy máte pocit, že najednou ty věci do sebe zapadají, že vám dávají smysl a říkáte si, že je to podivná náhoda. Poznal jsem totiž Chief Happiness O...

Zobrazit

Zákazník na prvním místě?

Autor: Jiří Halousek
Přidáno: 22.05.2016

"Pro každou firmu, která chce být dlouhodobě úspěšná, musí být zákazník na prvním místě." To je myšlenka, se kterou budeme nejspíš všichni, kdo jsme zkoušeli jakkoliv podnikat, souhlasit. Zákazník, který dostává služby nad rámec očekávání, hýčkáme si ho a pečujeme o něj, se stává loajálním zákazníkem a doporučí nás dál. Díky pozitivním referencím můžeme získat další zákazníky a stát se dlouhodo...

Zobrazit

Dělej to, co tě baví!

Autor: Josef Holán
Přidáno: 23.03.2016

Dokážete si představit, že si můžete sami rozhodnout, na čem budete pracovat výraznou část své pracovní doby? Že se můžete učit, vyzkoušet něco nového, třeba novou roli nebo zajímavou technologii? Že se můžete seberealizovat, zvyšovat svou autonomii a odborně růst? O tom, jak a proč... Výsledkem mé práce je hlavně spokojenost lidí v týmu. Na individuálních schůzkách se mi ...

Zobrazit

Máme úžasnou Expertku na iresoftí talenty a její tvář prostě přitahuje :)

Chci se zeptat

Mgr. Eliška Graciasová
Expert na iresoftí talenty
Rozuměj: Personalistka

graciasova@iresoft.cz
+ 420 775 090 689

Chci se stavit na sušenku

Napiš nám nebo zavolej, kdy se ti to hodí. Rádi ti ukážeme naši „kuchyň"!

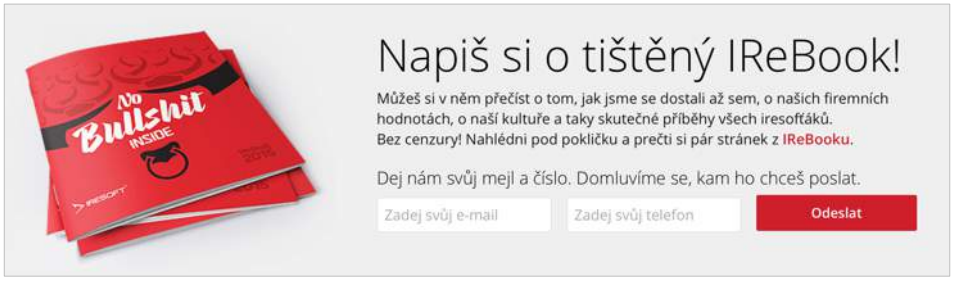
chcizazit@iresoft.cz
+420 775 090 689

Chci vědět víc

Podívej se na náš profil na tržišti firemních kultur.

COCUMA.CZ

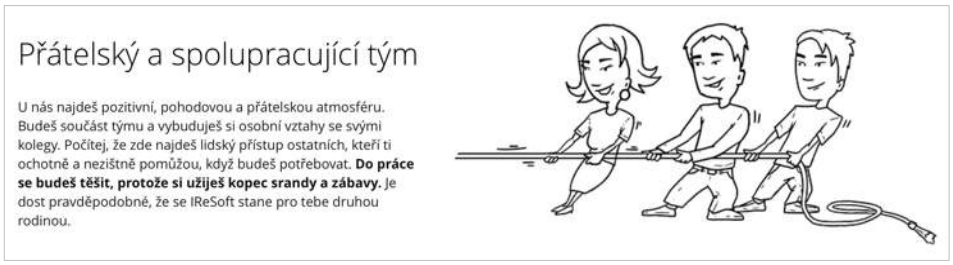
Nabízíme lidem zaslání naší knihy firemní kultury.



Každý vedoucí má na webu svůj osobní medailonek, aby ho mohli ostatní lépe poznat.

Manifestujeme naše hodnoty, které jsme společně vytvořili.

Prezentujeme naše silné stránky, tak jak o nich mluví současní iresofťáci.



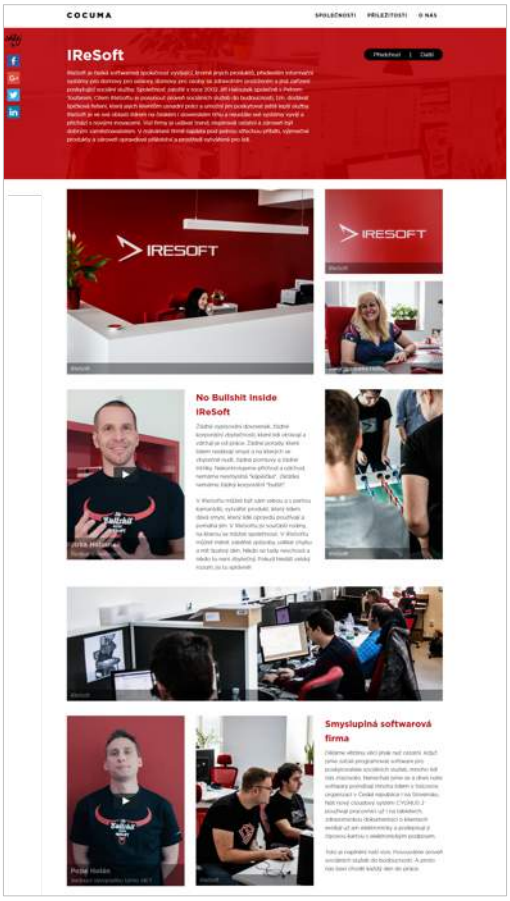
Místo, kde zveřejňujeme inzeráty, je v sekci **Přidej se k nám**, na kterou směřují všechny ostatní stránky. Na úvod vás uvítá výzva: "*Pokud sis prošel celý náš web, líbí se ti a chtěl/a by ses stát součástí našeho příběhu, určitě se ozvi. Můžeš se přihlásit na konkrétní pozici anebo si navrhni svou vlastní. Napiš nám něco o sobě a my se pokusíme pro tebe nějakou najít. Ještě víc než životopis nás zajímá, čím jsme tě zaujali a proč by ses chtěl/a stát iresofťákem.*"

Ty, co jsme zaujali a přitáhli, zde najdou vývěsku s inzeráty, které máme aktuálně otevřené. Nicméně protože nechceme přicházet o šikovné lidi, tak umožňujeme komukoliv, aby nám dal o sobě vědět v sekci **Navrhni si vlastní pozici**.

Další místo, kde jsme se rozhodli umístit inzeráty, je uvnitř naší firmy - každý iresofťák i návštěva by měla vědět, pro koho u nás máme připravené volné místo. Eliška si vytvořila **náborový koutek**, kde umísťuje inzeráty. Podívej se do zrcadla a popřemýšlej - neznáš někoho podobného, kdo by k nám zapadl?

Důležitým kanálem, kde komunikujeme se světem okolo, je samozřejmě sociální síť **Facebook**. Naše tři šikovná děvčata Eliška, Andrea a Marcela každý den vydávají aktuality, co se u nás děje, na čem děláme, sdílí naše fotky a videa, anebo třeba i inspirativní citáty nebo IT vtipy od našeho kolegy Toma. Facebook vnímáme jako okno dovnitř naší firmy, kdy každý může zjistit, jaké to je být součástí naší značky.
Více na: https://www.facebook.com/NoBullshitInside

Využili jsme synergie a zapojili se do projektu **COCUMA** Petra Skondrojanise, který vytváří tržiště firemních kultur (COmpany CUlture MArket) a ukazuje firmy takové, jaké jsou. Na projektu se mi líbí, že ne každá společnost může být prezentována na portálu. Musí mít zajímavou a inspirativní firemní kulturu a jsem rád, že si nás Petr vybral. Petr se svým týmem s námi strávil celý den, kde si povídal asi s deseti ambasadory firemní kultury, aby mohl naši firmu lépe poznat. Následně sepsal o IReSoftu vizitku ze svého pohledu a natočil se sedmi lidmi videa o tom, jak vnímají IReSoft. Pod naší vizitkou jsou pak umístěny inzeráty na otevřené pozice.
Více na: http://www.cocuma.cz/company/iresoft/



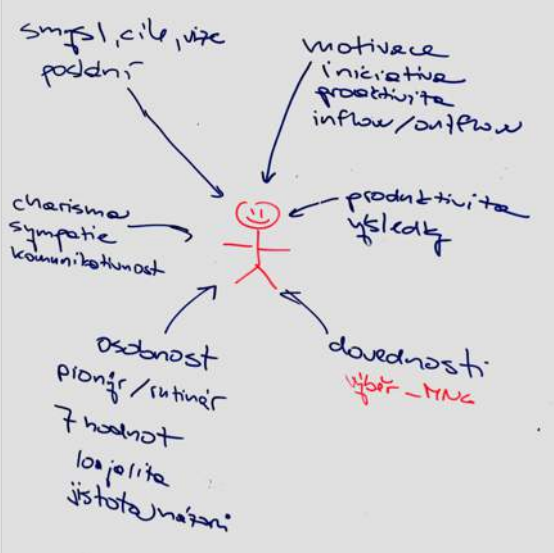
A čím se odlišujeme? Co jsme vymysleli nad rámec jako překvapení? Kde jsme popustili uzdu kreativitě? Myslím, že **v každém bodě toho, co děláme, přemýšlíme, jak to udělat jinak**. Jak rozbít svázané konvence příliš vážné a seriózní společnosti, jak jít proti proudu, jak si to užít a přitom se bavit. Tak třeba naše kolegyně Monika vlastnoručně upekla sušenky **100% IRESOFT MADE** a nabízíme je ke kávě všem, co přijdou zažít IReSoft. Lidi také potěší obrázek nebo osobní pozdrav na skleničce, ve které servírujeme vodu. Nebo nápad naší nové recepční Denisy na letní nápojový **IRElístek**.

Nechali jsme si udělat i netradiční vizitky, které o nás osobně řeknou mnohem víc. Znáte ten pocit, kdy vytáhnete půl roku starou vizitku a už si ani nevybavíte, kdo to byl a jak vypadal? S našimi vizitkami to nehrozí.

Část III - Jak vybíráme toho správného iresofťáka?

Potom, co jsme vytvořili kanály, kterými působíme směrem ven, se nám začali hlásit lidé, kteří se chtěli stát součástí naší značky. Kandidáti nás mají možnost skvěle poznat, ať už z webových stránek, IReBooku, blogu, facebooku nebo když přijdou jen tak na kávu se sušenkou. Nyní ale přichází otázka - jak poznat daného člověka, jestli je to ten správný iresofťák? Chceme ho přeci přijmout do naší rodiny a proto si chceme být opravdu jistí.

Když jsem svému týmu v rámci workshopu položil otázku "*Co vlastně chceme na novém kandidátovi ověřovat?*", objevili jsme společně následující oblasti – viz obrázek.



Kdybych to shrnul, tak jsme objevili **3 klíčové oblasti**, které jsou pro nás stejně důležité - **SMYSL**, **HODNOTY** a **DOVEDNOSTI**. Záměrně říkám stejně důležité, protože dřív jsme se soustředili zejména na dovednosti kandidáta a na ostatní oblasti jsme nekladli takový důraz. Dnes bych dokonce řekl, že dovednosti jsou až na třetím místě, protože ty se člověk může snadno naučit. Zvlášť, když žije v souladu s hodnotou *Chtěj se rozvíjet*.

První, a pro mě nejdůležitější oblastí, je **SMYSL**. Proč ti dává smysl být součástí IReSoftu? Hledáš si práci nebo chceš být součástí naší značky a hrdě nosit firemní tričko? Chceš se jen nechat zaměstnat nebo hledáš nový životní styl, který tě bude naplňovat? Bereš práci jakou součást svého života, ve které se můžeš seberealizovat, rozvíjet a zdokonalovat a chceš dělat na něčem, co prospívá ostatním? Nebo zastáváš názor, že práce a osobní život jsou dvě oddělené věci? Čím chceš firmě a lidem ve firmě přispět svojí přítomností? Čím můžeš zlepšit naši firemní kulturu? Co jsi ochotný udělat pro to, aby ses do IReSoftu dostal?

Tato oblast se zaměřuje na motivaci člověka. Práce je nedílnou součástí života každého člověka, trávíme v ní polovinu produktivní části dne a dost zásadně ovlivňuje náš osobní život. Mým smyslem je vytvořit takovou firmu, do které se člověk v pondělí ráno těší, protože se zase uvidí se svými kamarády. Chci vybudovat takovou firmu, která lidi bude bavit, ve které budou moct dosáhnout svého potenciálu a na kterou budou právoplatně hrdí. **Přeji si, abychom jsme si všichni, co jsme spojili svůj život s IReSoftem, svůj život užili, nikoliv přežili.** Svůj záměr jsem zformuloval do naší společné vize:

"Vytváříme úžasnou společnost založenou na svobodné a zodpovědné firemní kultuře, která si váží svých lidí a zakládá si na přátelství, důvěře a lidském přístupu. Kde se cítíš jako člověk a práci děláš proto, že ji máš rád a dává ti smysl. Kde můžeš dělat to, v čem jsi nejlepší a u toho se rozvíjíš a rosteš. Máš svobodu se rozhodovat o tom - co, jak, kdy, kde a s kým - budeš dělat k dosažení svých výsledků, na které budeš hrdý. IReSoft je pro tebe zábavnou a naplňující součástí tvého života. IReSoft je lifestyle."

IRESOFT lifestyle

Tuto vizi rozebírám s každým kandidátem osobně v rámci třetího setkání, abych poznal, jestli je jeho životní "vektor" sladěn s tím, kam naše firma směřuje. Dává ti smysl být součástí takové společnosti? A podle čeho bych mohl poznat, že je to tak, jak říkáš? A jak si představuješ, že **tento smysl naplníš a podpoříš**?

Dost napoví už i motivační dopis, ve kterém kandidát vyjadřuje odpověď na otázku, proč by chtěl být součástí IReSoftu a proč zrovna on je tou správnou posilou našeho týmu. Existují lidé, kteří tento dokument buď vůbec nepřiloží nebo podcení jeho přípravu a přitom právě sestavením skvělého motivačního dopisu ukazuje svoji angažovanost a motivaci stát se součástí naší firmy. Má jedinečnou příležitost zaujmout, přitáhnout na sebe pozornost a vyvolat zájem z naší strany.

Co mě osobně zajímá v motivačním dopise?

- Zaměřil se kandidát na to, čím může přispět naší firemní kultuře a firmě? Nebo se zaměřuje pouze na to, co získá sám pro sebe?
- Jak moc je kreativní a odlišuje se od průměru? Zaujal něčím zvláštním? Dokáže myslet jinak?
- Dává mu smysl být součástí právě naší firmy? Nebo jen hledá jakoukoliv práci?
- Jaké hodnoty má a jak jsou sladěné s našimi firemními hodnotami? Zapadne?

Zde jsou ukázky dvou motivačních dopisů lidí, které nás opravdu zaujaly. Čím to? No jen si je přečtěte.

Karel: *„Jirka (ten, který vede ty, co vedou) mi doporučil, abych Vás kontaktoval ve věci otevřené pozice Svobodný Key Account u vaší společnosti.*
Jako Key Account Manager, Sales Manager apod. jsem od roku 2008 působil jak u malých, tak u velkých společností. Z čehož plyne, že nemám problém pracovat samostatně a zároveň týmově. Od roku 2011 jsem se zaměřil na oblast IT. Mám zkušenosti s prodejem DMS, ERP/MRP, WMS systémů včetně tvorby pre-sales analýz. Také s vedením týmu konzultantů a techniků při samotném zavádění systémů. A na co jsem obzvlášť hrdý, že mí zákazníci jsou ochotni poskytnout na mou osobu pozitivní reference.
Mezi moje největší úspěchy se řadí prodej DMS nad platformou MS SharePoint do společnosti Global Payments Europe aniž by produkt jako takový existoval. Ano, prodal jsem produkt, který jsme měli v plánu teprve vyvinout. Zákazníkovi jsem jej neukázal.
Díky mé současné pozici a práci pro společnost Efidex Company s.r.o. (dceřinou společnost společnosti Data Software Brno s.r.o.) jsem si uvědomil, že již nechci pracovat pro člověka, jakým byl Jirka před 2 lety. Nyní jsem pouze nástrojem direktivního řízení ve firmě, která nemá žádnou firemní kulturu natož týmového ducha.
IReSoft sleduji již dlouho na Facebooku a minulý týden jsem si poslechl Podcast - Firma jako hra. A to byl ten správný impuls k tomu, abych zavolal Jirkovi a domluvil si s ním schůzku na téma „chci zažít“.
Dnes ráno po hodinovém povídání jsem odjížděl z IReSoftu s úsměvem od ucha k uchu a to se mi dlouho nestalo. Chci mezi Vás. Hledám druhou rodinu. Jednu už mám, mám totiž 2 úžasné děti, které mě naplňují štěstím, ale to je pouze jedna část života. Druhá část života, když pominu spánek, je naše práce. Nechci chodit do práce jen proto, že musím. Jen proto, že peníze tu jsou proto, že je po mně všichni chtějí.
Věřím, že jsem schopen být přínosem pro IReSoft pro své zkušenosti z oboru IT, pro svoji přátelskou a komunikativní povahu. Zakládám si na tom, abych byl na schůzce vždy včas. Abych to, co slíbím zákazníkům a kolegům vždy dodržel i přes překážky. Věřím, že v IReSoftu moje návrhy a nápady neskončí v koši jako je tomu teď stejně jako možnost seberealizace a osobního růstu. Zákazník vždycky cítí, jestli je obchoďák, který reprezentuje společnost, spokojený nebo ne. Stejně se pak bude cítit i ten zákazník. Chci dělat něco, co bude mít smysl i v budoucnu.

Chci být součástí IReSoftu a mít vlastní příběh v IReBooku 2016, 2017...“

Honza: *„Možná bych mohl napsat motivační dopis podle návodu Davida Kirše, který mi zaručeně vydělá miliony. Já ale na takové formality úplně nejsem (nejsu).*

Takže narovinu – IReSofťákem bych chtěl být proto, že:

1. *Se mi zatraceně líbí příběh vaší firmy – a taky komunikační styl, kterým ho vyprávíte*
2. *Vidím, že děláte na velkých projektech velkých firem – což je pro mě indícií, že Vaše práce má smysl a nejde jen o nějakou „garážovku“.*
3. *Nejspíš máte v týmu spoustu programátorů – a potřebujete mezi ně někoho, kdo umí rozproudit zábavu, udělat srandu a zároveň ví, kde jsou hranice slušného vychování*
4. *Miluju online marketing – ač jsem v současné firmě začal jako copywriter, fušuji do řemesla všem – nejvíc webdesignérovi, PPC mágovi a SEO konzultantovi. Protože mě to baví a čím víc toho vím, tím líp svou práci můžu dělat. Btw – cca po 2 minutách vidím na Vašem webu věci, které by šly vylepšit☺*
5. *Máte překrásnou expertku na iresoftí talenty (v řeči marketingových specialistů „HR manažerku“), takže ji hrozně rád uvidím na pohovoru*
6. *Chci vědět, jakou máte kávu (i když kávu nepiju)*
7. *Potřebuji 7 bodů, protože to je prostě magické pohádkové číslo (Sněhurka a 7 trpaslíků)*

Díky za čas strávený čtením mého dopisu a budu se těšit na odpověď – ať už bude jakákoliv.“

Druhou klíčovou oblastí, kterou prověřujeme na kandidátovi, jsou jeho **HODNOTY**. Proč zrovna osobní hodnoty? Zkusím to vysvětlit. **Firemní kultura** (tedy komunita lidí sdílející společné hodnoty) a **značka firmy** (tedy asociace v hlavách lidí, když zmíníte jméno firmy) jsou podle mě nejcennější aktiva každé firmy. Oboje dvoje definují lidi, kteří jsou součástí firmy. Jsou to dvě věci, které si nemůžete koupit, nemůžete je okopírovat a nemůžete je ani nařídit. Musíte je dlouhodobě budovat. Jak snadné je zničit firemní kulturu týmu, když do něj naberete špatného člověka, který rozvrátí fungující a stmelený tým! Lidé přichází do firmy motivovaní smyslem firmy, ale odchází kvůli lidem - ať už je to špatný šéf nebo špatní kolegové. Pro rozvoj firmy a spokojenosti lidí v ní je klíčové, aby nově příchozí byli sladěni s firemní kulturou, která ve společnosti existuje. Říkám tomu **culturefit** - prostě musí zapadnout do rodiny a musí s námi sdílet naše společné hodnoty. A jaké to jsou?

<u>1. Buď spolehlivý a hraj férově</u>

Důvěra je základem fungujícího týmu a našeho přátelského kolektivu. Musíme se umět spolehnout jeden na druhého, protože pak můžeme naši pozornost soustředit směrem dopředu a společně tak dělat, co nás baví.

Spolehlivost se projevuje čestností a férovým, otevřeným a korektním přístupem. Co slíbíš, to taky dodržíš. A pokud se změní okolnosti, tak to řekni ostatním co nejdřív, abys narovnal jejich očekávání. Když se ti něco nepovede, postavíš se k tomu čelem a jednáš na rovinu. Toho si opravdu ceníme.

Opakem je nepředvídatelnost, nespolehlivost, lhaní, výmluvy, mlžení, podvádění.

2. Aktivně se zapojuj

Vytváříme svobodné prostředí, které je založené na proaktivním, angažovaném a zodpovědném přístupu každého z nás. Díky tomu nemusíme mít ve firmě pozice, které kontrolují a hlídají, aby vše fungovalo. Každý přispíváme svým dílem, takže kolem sebe máme příjemné a fungující prostředí, kam se můžeme těšit.

Angažovanost se projevuje tak, že se sám od sebe zapojuješ do dění okolo sebe a přispíváš k tomu, aby ses u nás cítil líp nejen ty, ale i tvoji kolegové. Je to zároveň o slušnosti a ohledu ke svému okolí. Nepoužíváš ve svém slovníku „by se mělo“, „ono se“ nebo „samo se“, protože nečekáš, že to za tebe udělá někdo jiný.

Opakem je lhostejnost, postoj oběti, ukazování na ostatní, pasivita, nezájem, ignorace.

3. Buduj vztahy

Nejsilnější stránkou iresofťácké firemní kultury je přátelské a kamarádské prostředí. Mnoho lidí u nás má velmi dobré kamarády nebo dokonce nejlepšího přítele. Spolupráce, hledání win/win řešení a týmový přístup je základním stavebním kamenem naší iresoftí party.

Týmovost se projevuje tak, že se zajímáš o ostatní, respektuješ je a dokážeš je taky ocenit a pochválit. Každý chceme mít možnost se cítit, že jsme součástí přátelského kolektivu, a že do něj patříme. Často děláš věci nad rámec očekávání a nabídneš svoji pomoc, když vidíš, že ji tvoji kolegové potřebují.

Opakem je individualismus, zájem pouze o sebe, shazování a pomluvy ostatních, intriky, skryté nepřátelství.

4. Buď otevřený změnám

Inovace, změny a hledání nových cest máme hluboce zakořeněné v naší DNA. Kdykoliv najdeme lepší způsob, jak něco udělat, tak jdeme do toho. Nebaví nás dělat věci stále stejně jen pro to, že se tak dělaly vždycky.

Otevřenost změnám se projevuje tak, že když někdo přijde s dobrým nápadem, tak mu ho pomůžeš zrealizovat nebo přispěješ myšlenkou, jak ho ještě vylepšit. Myslíš pozitivně a vždy se snažíš najít cestu dopředu. Na problémy se díváš jako na výzvy, které společně zvládneme překonat.

Opakem je zastavování změn, odmítání novinek, hledání důvodů a výmluv, proč to nejde.

5. Chtěj se rozvíjet

Uvědomujeme si, že máme-li doručovat našim zákazníkům zážitek v podobě stále vychytanějších služeb a úžasnějších produktů, musíme nejdřív začít sami u sebe. Věříme, že školou naše vzdělání neskončilo, proto jsme otevření dalšímu osobnímu rozvoji a zlepšování našich dovedností.

Zájem o osobní rozvoj se projevuje tak, že si uvědomuješ, že nemůžeš v životě vědět vše, a že můžeš být vždycky lepší. Proto se snažíš z každé chyby poučit, vítáš zpětnou vazbu a aktivně hledáš příležitosti k rozvoji.

Opakem je namyšlenost, zabedněnost, nadutost, postoj všeználka, co už všechno ví, všude byl a od všeho má klíče.

Těchto 5 hodnot považuji za klíčové minimum a už bych nepřijal do firmy člověka, který s těmito hodnotami není za jedno. Stojím si za tím, že lepší je nevzít žádného člověka, než přijmou člověka, který nebude žít těmito hodnotami. Kdo by chtěl mít ve firmě kolegu, který sice na jednu stranu má skvělé výsledky, ale jinak je to lhostejný člověk, kterému se nedá věřit, zajímá se pouze o sebe, spolkl všechnu moudrost světa a na každou změnu reaguje slovy "*to nejde*"? Jak dlouho by asi ostatní kolegy bavilo být ve společnosti takového morouse?

Když se setkávám s kandidátem, tak se častokrát spoléhám na svoji intuici. Strávím s kandidátem hodinu až dvě tím, že si povídáme a snažím se ho co nejlépe poznat. Zajímá mě jeho minulost, jeho vize o budoucnosti a samozřejmě i to, co dělá nyní, aby se jeho vize stala realitou. Snažím se poznat jeho přístup k životu, názory i jeho hodnoty. Bude se u nás cítit jako doma a bude ho to bavit? Zapadne do IReSoftu? Přispěje svým přístupem k tomu, abychom měli lepší firemní kulturu? Sedíme si tak, že bych s ním s radostí strávil 14 dní na společné dovolené na stejném pokoji?

Třetí, neméně důležitou oblastí, jsou **DOVEDNOSTI**. To, co nás odlišuje od party dobrých kamarádů je to, že si každý z nás musí na sebe umět vydělat. Zajímá nás, jaké výsledky za daným člověkem stojí a jaké už získal v životě zkušenosti. Musí mít pro firmu přidanou hodnotu a být schopný samostatně doručovat výsledky, které mají hodnotu buď přímo pro zákazníka, nebo pro jiného kolegu, který díky tomu může doručovat svoje výsledky. Dovednosti jsou klíčem k tomu být užitečný. Já osobně tuto oblast u kandidátů neprověřuji, protože se (už ☺) nepovažuji za experta na všechno. Toto je doména vedoucího týmu, který si ověřuje dovednosti v rámci druhého setkání s kandidátem. Kandidát po prvním setkání také dostává domácí úkol, aby prakticky předvedl, co se v něm skrývá a výsledky rozebírají spolu s vedoucím na druhém setkání.

Dalo by se říct, že **dostat se do IReSoftu, je již nyní velkou výzvou**. Kromě motivačního dopisu, domácího úkolu, tří kol osobních setkání s Eliškou, budoucím vedoucím a se mnou, musí kandidát ještě vyplnit seznamovací a osobnostní dotazník, které nám pomůžou jej lépe poznat. Vše v duchu našeho hesla - *"Udělej maximum pro to, abys nás zaujal. Spolehni se, že my pak uděláme maximum pro tebe!"* Takto zvolený proces spolehlivě odradí ty, co nejsou dostatečně namotivovaní stát se součástí naší značky. A to je ve finále dobře.

Seznamovací dotazník
Tento dotazník dostává kandidát ještě před prvním setkáním a slouží jako podklad pro osobní setkání. Jaké si Eliška vymyslela na kandidáty otázky?

- Kde nebo od koho jsi se dozvěděl/dozvěděla o naší firmě?
- Kdy jsi schopný/schopná nastoupit?
- Jaký si představuješ nástupní plat v hrubé mzdě? Neboj se být konkrétní.
- Kdybys měl/měla vypsat 5 priorit ve Tvém životě, které by to byly a jak by jsi je seřadil/a?
- Které 3 vlastnosti by sis u sebe přál/přála změnit a proč?
- Je něco, co bys chtěl/chtěla ve svém životě aktuálně změnit? Pokud ano, co by to bylo a proč?
- Jak podle Tebe vypadá ideální pracovní tým?
- Jak souvisí tato pracovní pozice s Tvojí životní vizí do budoucna (3-5 let dopředu)?
- Co se Ti vybaví pod pojmem „ideální práce“ či „práce přesně podle Tvých představ?
- Na jaké své silné stránky jsi nejvíc hrdý/hrdá?

Osobností dotazník
Po prvním setkání posíláme kandidátovi test osobnosti (CSMI test), jehož vyplnění zabere cca 45 minut. Moc si vážíme času, který nám kandidát věnuje a proto mu samozřejmě výsledky zpřístupňujeme ihned po vyplnění a pokud má zájem, projde je s ním Eliška osobně hned na druhém setkání. Vyplnění tohoto dotazníku má tak hodnotu nejen pro nás, ale i pro kandidáta, který si tak může bezplatně udělat profesionální osobnostní test a lépe poznat sebe samotného. Výsledky testu ukazují osobnost kandidáta ve 14ti základních škálách, kterými jsou citlivost, dominance, empatie, komunikativnost,

kreativita, loajalita, morální integrita, motivace, orientace na výsledek, sebedůvěra, společenskost, stabilita, systematičnost a zodpovědnost.

Tolik k náborům. Tak co, prošli byste? **Sdílíte s námi stejný smysl, žijete společné osobní hodnoty a disponujete dovednostmi, kterými byste byli užiteční?** Tak to u nás zkuste ☺. Nebo nás přijďte alespoň pozdravit a stavte se na kafe a sušenku.

Část IV - Pohled na nábor ze strany Experta na iresoftí talenty

Ještě jsem poprosil Elišku, aby se ze své strany podívala na nábor do IReSoftu, jak ho vnímá ona. A zde je její pohled:

Nábor u nás v IReSoftu bych přirovnala k takovému **rande** nebo **seznamce**. Člověka nějakým způsobem zaujmeme - on nám pošle CV, motivační dopis, video... Prostě něco, čím musí na oplátku zaujmout on nás a když jsou prvotní sympatie na obou stranách, můžeme jít na naše první rande - třeba si společně dát kafe a sušenku.

Před prvním randem

Nejdřív kandidátovi posílám k vyplnění **seznamovací dotazník**, abychom se měli na prvním rande od čeho odrazit. Osobní schůzku vždy vyřizuji telefonicky, domluvím termín, který jim ještě potvrdím e-mailem s odkazem na pozvánku a s fotkou budovy, kde nás najdou. Součástí e-mailu je i moje osobní video pozvánka na pohovor.
Více na: https://youtu.be/cA6s5ddiuz4

První rande - kdo jsi

Na prvním pohovoru zjišťuji, proč si vybral dotyčný právě nás a co nám na oplátku může nabídnout. Doptávám se na zpětnou vazbu ohledně inzerátu (jestli byl pochopen) a snažím se, co nejblíže vysvětlit, co by pracovní pozice obnášela. Od první chvíle nabízím tykaní - rande je přeci neformální.

Po ruce mám můj svůj irepauzák, kam si píšu poznámky a kde mám otázky, na které se ptám. Potom následuje prohlídka po firmě a k tomu povídání, jak to u nás funguje. Nezapomenu kandidáta obdarovat IReBookem. Pokud přeskočí pověstná jiskra a kandidát mě opravdu zaujal, tak mu rovnou povím, že mě zaujal a že bych ho ráda představila svému kolegovi - jeho budoucímu vedoucímu. Zajímá mě, jestli souhlasí nebo by potřeboval nějaký čas na rozmyšlenou. Takřka vždy jsou mile překvapeni a hned mi hlásí termíny, kdy by mohli přijít. Z IReSoftu odchází ještě s větším úsměvem a dobrým pocitem. Když si jista úplně nejsem, rozloučím se se slovy, že se do konce týdne ozvu a posílám mu na e-mail další osobní video s poděkováním za návštěvu.

Druhé rande – ukaž, co umíš

Teď máme na řadě kolo druhé. Kandidát je seznámen v průběhu prvního kola, že mu pošlu domácí úkol a osobnostní dotazník (CSMI test). Tyto dva podklady následně rozebíráme společně na kole druhém.

Domácí úkol - už víme, že se nám člověk líbí a že si rozumíme, ale když s někým randíš, chceš přece zjistit, co daný člověk umí a jestli to umí tak, jak si představuješ ☺ a k tomu potřebujeme úkol, který si kandidát zpracuje a na druhem kole odprezentuje.

Osobnostní dotazník CSMI - porovnávám jeho výsledky s iresoftími hodnotami. Vždy jim zároveň nabízím, že když budou chtít, ráda s nimi výsledky proberu.

U druhého kola je už přítomen vedoucí oddělení, který hodnotí dovednosti kandidáta a zároveň posuzuje, jak by kandidát zapadl do jeho týmu. Před odchodem jako poděkování ještě kandidáta obdaruji firemním tričkem. Občas se nám kandidát sám vyfotí a pošle fotku v našem tričku.

Třetí rande - představení rodičům
No a když je ruka v rukávě, je na čase dotyčného představit rodičům ☺. V našem případě (taťkovi Jirkovi), který nám zatím ve všech případech potvrdil, že jsme vybrali dobře a že daného kandidáta chce také přijmout do rodiny.

Teď přichází na řadu formalitky, ale těch je taky třeba. Posílám kandidátovi e-mailem pokyny a vzor pracovní smlouvy. Zároveň mu posílám i selfie-fotku týmu se slovy, že se na něj těšíme.

Vítej iresofťáku
První den nástupu kandidáta přivítáme hned na recepci. Pak jde kandidát podepsat pracovní smlouvu, kde zároveň dostane dárek v podobě poukazu v hodnotě 500 Kč do našeho firemního e-shopu a poukaz na pracovní místo. Může si tak pořídit třeba 5 dalších firemních triček.

A co s těmi, co neuspěli?
Všem kandidátům volám a snažím se jim dát zpětnou vazbu. E-mail posílám pouze lidem, kteří nepostupují ani do prvního kola. Opravdu si vážíme času, který nám každý kandidát věnuje.

Závěr

Za poslední rok jsme s mým týmem udělali obrovský kus práce ve směru budování značky IReSoft. Tímto chci poděkovat všem mým kolegům, kteří se zapojili a pomohli! Zatímco před rokem o nás nikdo nezavadil a museli jsme lidi aktivně vyhledávat, nyní se nám hlásí lidi sami. O **IReBook projevilo zájem už 1 500 lidí** a každý měsíc se najde několik lidí, kteří chtějí zažít IReSoft a přichází jen tak na návštěvu a prohlídku firmy. Za poslední **3 měsíce se k nám přihlásilo 60 lidí**, kteří by se chtěli stát součástí naší značky a největší radost mám z toho, že se nám podařilo **přitáhnout již 5 nových iresofťáků**, které jsme přijali do naší iresoftí rodiny. Těchto 5 lidí prošlo naším náročným náborem, tzn. jsou v souladu se smyslem, hodnotami i dovednostmi.

A jaký s námi měli autentický zážitek? Jejich osobní zkušenost řekne nejvíc o našem výsledku práce, proto jsem je požádal o jejich zpětnou vazbu.

Karel: *„Z původního záměru partnerské spolupráce se stalo to, ze jsem projevil zájem byt iresofťákem. Díky tomu, ze jsem četl IReBook jsem tušil, co mě čeká. To, že mi bylo nabídnuto tykání mělo pozitivní dopad v tom, ze jsem se cítil jako doma. I díky tomu, ze můj přístup byl asi jiný jak u ostatních. Hned vysvětlím. Já jsem to nebral, že jdu na pohovor, ale na schůzku. Během schůzky jsme si s Eliškou i Michalem padli do oka natolik, že jsem chtěl být součástí týmu ještě víc. I další schůzka, kde jsem prezentoval své prezentační dovednosti a následná diskuze měli průběh typu jako porada s kolegy. Detaily, jako kávička s domácí sušenkou nebo pokreslená sklenice vody s kytičkou a přáním hezkého dne to celé vyšperkovaly. Ve své dosavadní praxi jsem se s ničím takovým nesetkal. Zítra bude můj/náš první den a já se těším jak malé dítě na Vánoce.“*

Honza: *„O IReSoftu jsem se dozvěděl díky Faceboku, jsem členem několika skupin o marketingu a reklamě a našel jsem tu zajímavý pracovní inzerát od Elišky. Líbil se mi volný jazykový styl inzerátu a co si budeme nalhávat - na první dobrou mou pozornost upoutala Eliška samotná :)*
Jaký dojem jste na mně zanechali? Skvělý. Hned od prvního "pohovoru" jsem Vás vnímal jako pohodovou firmu, kde hlavní jádro tvoří lidé, nikoliv zákazy, příkazy, pravidla atp. Neformální, uvolněný styl pohovorů a celkového prostředí ve firmě je velmi příjemný. Co mi úplně neimponovalo bylo video s pozvánkou na pohovor, ne že by bylo vyloženě špatné, ale vlastně jsem se z něj nic navíc nedozvěděl a proto mi přišlo tak trošku zbytečné.
Nábor samotný byl těžký v tom smyslu, že vyžadoval dost času (psychologický test, analýza vašich webů a příprava projektu), na druhou stranu na mě osobně tyto "náročnější" pohovory působí lépe, protože značí, že firma nebere kde koho. Určitě existují i mnohem náročnější výběrová řízení, takže tohle bylo pořád v normálu. Kdo chce dobrou práci, musí o ni trošku zabojovat, to je dle mého přímá úměra. A člověk si pak té práce i víc váží :)
Potěšila (i překvapila) mě upřímnost, otevřenost hned od prvního momentu. Cítil jsem se "jako doma", jako kdybych šel na pohovor do firmy svého kamaráda, který si jen ověřuje, co vlastně umím. Na druhou stranu celý tento proces v některých nedůvěřivých jedincích může vyvolávat jisté pochybnosti. Není to jen hra? Takové pozlátko? Opravdu je to tam potom tak skvělý, jak to na první pohled vypadá? Tohle je možná ještě trošku pozůstatek socialismu jak jsme se bavili - lidi tady v Česku jsou nedůvěřiví a těmto "moderním" trendům se těžko otvírají. V Americe nebo kdekoliv jinde na Západě by takový problém asi nebyl, ale u nás to může vyvolávat jistou nedůvěru. Ale je to jen můj, ryze subjektivní, názor.“

Hanka: *„Na inzerát IReSoftu jsem narazila na portále Startupjobs. Už v názvu inzerátu mě zaujalo slovo „samostatný“. Samotný inzerát se poté v mnohém lišil od ostatních. Nebyly tam žádné přehnané nároky a zbytečné sliby, co všechno společnost nabízí. V inzerátu byla stručně a výstižně popsána náplň pozice a nejstěžejnější vlastnosti případného kandidáta. Ostatní text byl napsán kamarádskou formou a přímo vybízel ke kontaktování. Než jsem na nabídku odepsala, velice pečlivě jsem prostudovala stránky samotného IReSoftu a hle, červená barva, všude, moje oblíbená. „Druhý bod k dobru“ řekla jsem si (první byl už samotný inzerát). Základní info o společnosti + produkty hned na první straně, zatím vše v pořádku. Zaujal mě i blog, ale postrádala jsem v něm více příspěvků. Sekci „Jací jsme“ jsem pročítala pořád dokola s myšlenkou „Přesně tohle hledám“. V tu chvíli na mě působil IReSoft jako společnost, kde se skutečně zajímají o jednotlivce, nejen o jejich názory, ale i pocity a kde všichni dělají to, co je baví a maximálně si to užívají, vše do puntíku odpovídalo mottu „žádný korporátní bullshit“. Což já, korporátem odkojený zaměstnanec, dokážu ocenit ☺. Ovšem absolutní špička na mě čekala v patičce. „Napiš si o tištěný IReBook!“, inu neváhala jsem a do motivačního dopisu připsala prosbu o zaslání IReBooku. Byla jsem zvědavá, zda drží slovo a skutečně knížku zašlou. Zaslali!*
A ozvali se, jupí, nejen automatická odpověď, ale skutečný člověk na druhé straně, v tomto případě naprosto úžasná personalistka Eliška, člověk na svém místě. Eliška mi nejdříve poslala dotazník. Klasické otázky řekla bych, vyplnění mi nedělalo žádné potíže. Po odeslání dotazníku mě Eliška pozvala na pohovor. Prostory firmy mě uchvátily, opět „moje“ červená a krásné zařízení. Podařilo se mi dokonce rozesmutnit jinak usměvavou paní recepční, a to když jsem si z IRElístku vybrala jen obyčejnou vodu ☺. První kolo probíhalo jen s Eliškou, řekla mi základní info o firmě, o pozici a po firmě mě provedla. Celý pohovor se nesl v přátelské atmosféře. Super bylo, že mi na konci hned řekla, že mě zve na další pohovor, tentokrát už s Jirkou, mým nadřízeným. Takže ne žádné „ozveme se Vám“ ale člověk hned ví, na čem je. Do dalšího kola jsem navíc dostala domácí „úkol“. Nebyla jsem si jistá, jak úkol pojmout a zadání zpracovat i přesto, že jsem od Elišky dostala nápovědu. Také jsem vyplnila osobnostní test. Osobnostní testy v některých jiných firmách mají také, ale ještě se mi nestalo, aby mi sdělili výsledky. S Eliškou jsme prošli výsledky každé části testu zvlášť a já tak měla možnost zase se o sobě něco málo dozvědět. Druhé kolo tedy již s Jirkou. Začátek se nesl ve stejném duchu jako předchozí schůzka, Jirka navíc zabrousil i do technických dovedností. Na konci mě trochu zamrzelo, že mi neřekli hned, jak na tom jsem, ale slíbili, že se ozvou. Eliška na mě ale působila upřímným dojmem, takže jsem tomu i věřila. Ozvala se a pozvala mě na třetí pohovor, tentokrát s „nejvyšším“ Jirkou. Na tuhle schůzku jsem byla hodně zvědavá. Jsem zvyklá na managery, kteří sedí za stolem ve své zóně a se všemi se baví z patra. „Takový člověk by nemohl vést IReSoft“ říkala jsem si a Jirka nezklamal ☺. Přátelský, upřímný a s jasnou vizí. Cílem schůzky bylo zjistit, zda zapadnu do již zaběhlého týmu a jestli lidsky sdílím hodnoty IReSoftu. Cíl jsme splnili a ještě jsme si u toho dobře pokecali ☺. Jirka mi na konci řekl, že mě přijímá a já se o tu radostnou novinu hned podělila s Eliškou, se kterou jsem se domluvila na dalším postupu.
Ve všech směrech na mě IReSoft působí jako „jiná firma“ a jsem moc ráda, že budu jeho součástí.“

A co všechno se nám podařilo zrealizovat během posledního roku ohledně naší značky a náborů?

- Uvědomit si naše společné hodnoty
- Najít silné stránky naší firemní kultury
- Vydat knihu firemní kultury IReBook vč. autentických příběhů iresofťáků
- Uvědomit si koho a proč hledáme
- Sestavit netradiční inzeráty, které zaujmou a přitáhnou
- Vytvořit náborové video
- Vytvořit úplně nový náborový web firmy
- Začít pravidelně aktivně komunikovat prostřednictvím Facebooku
- Začít psát firemní blog a napsat 13 inspirativních článků

- Nechat si vytvořit profil na tržišti firemních kultur COCUMA.cz
- Vymyslet proces náboru tak, aby byl opravdovou výzvou pro kandidáty a my jsme tak měli možnost najít ty opravdu motivované lidi, kteří s námi sdílí smysl, žijí stejné hodnoty a mají dovednosti, které mají pro nás užitek.

K tomu spoustu drobných nápadů, které umocňují zážitek z náboru, jako např. Moničiny domácí iresoftí sušenky, Denisin nápojový IRElístek, netradiční vizitky, ilustrace iresofťáků, dárky pro kandidáty, video pozvánka od Elišky, selfie fotky týmu nebo třeba přivítání na recepci.

Naše dosavadní zkušenosti jsou takové, že cesta za **budováním značky** a **přitahování kandidátů** namísto jejich hledání je sice na jednu stranu mnohem delší a trnitější cestou, ale věříme, že dlouhodobě bude přinášet lepší výsledky. Musím říct, že tato cesta mi dává větší smysl, protože zároveň ukazuje kým jsme, jak přemýšlíme a co máme za sebou. Navíc je kreativnější a minimálně mě a Elišku baví stále vymýšlet, jak z toho udělat ještě větší zážitek. Kdo ví, možná někdy v budoucnu, po vzoru Zapposu, nabídneme kandidátovi 40 000 Kč jako odstupné na konci zkušební doby. A dost možná to lidi s radostí odmítnou, protože by se připravili o možnost být dál součástí naší značky. A to je něco, kvůli čemu mě baví každé ráno vstávat.

Jiří Halousek
Ten, který vede ty, co vedou
halousek@iresoft.cz

IReSoft, září 2016

Líbí se ti, jak to děláme a jak přemýšlíme? Inspirovalo tě něco? Napiš mi, budu rád za jakoukoliv zpětnou vazbu ☺. Jirka