

Podcast *Finanse bardzo osobiste*, odcinek 41

Data publikacji: 2017-08-19

link do opisu na blogu: <http://marciniwuc.com/headhunter/>

## FBO 41: Rozmowa z Natalią Bogdan

### Co robi headhunter i jak dać mu się złapać?

Cześć! Witam Was bardzo serdecznie w 41. odcinku podcastu *Finanse bardzo osobiste*. Mamy ponad połowę sierpnia 2017 r., a wakacje to czas, w którym wiele osób odrywa się od codziennych zajęć, może spojrzeć z szerszej perspektywy na swoje życie i pracę. Nowe otoczenie, odpoczynek, piękne krajobrazy i przede wszystkim wyrwanie się z kierunku naszych codziennych obowiązków sprzyja kreatywności, a także różnego rodzaju odważnym decyzjom.

Pamiętam, że właśnie w czasie wakacyjnej podróży do Wietnamu trzy lata temu podjąłem decyzję o zakończeniu pracy w korporacji i o tym, że teraz całkowicie poświęcę się swojej pasji, którą oczywiście jest szerzenie wiedzy o finansach osobistych i zdrowego rozsądku w podejściu do życia i pieniędzy. Na pewno niektórym z Was też chodzi po głowie pomysł zmiany pracy. Może jeszcze nie teraz, może to za kilka miesięcy lub lat, ale prawda jest taka, że wcześniej czy później niemal każdy z nas rozważa różne opcje związane z rozwojem własnej kariery. W najlepszej sytuacji są wtedy te osoby, które mają dużo opcji do wyboru. Są takie, które nie muszą szukać pracy, bo praca szuka ich. Osoby, których telefon urywa się od prób kontaktu ze strony headhunterów mających już dla nich gotowe, gorące, wspaniałe propozycje kolejnych wyzwań. I właśnie o pracy headhunterów oraz o współpracy z headhunterami porozmawiamy w dzisiejszym odcinku.

Moim gościem jest dzisiaj Natalia Bogdan, założycielka firmy Jobhouse – ogólnopolskiej agencji pracy i doradztwa personalnego, wykładowczyni w Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie oraz tegoroczna zdobywczyni tytułu Bizneswoman Roku w konkursie „Sukces pisany szminką”. Nasza pierwsza rozmowa z Natalią, którą możecie wysłuchać w [37. odcinku podcastu pt. Jak przetrwać porażkę w ogromny zawodowy sukces](#), spotkała się z Waszym bardzo ciepłym przyjęciem. Dlatego raz jeszcze gościmy Natalię i tym razem rozmawiamy o jednej z działek, którą zajmuje się jej firma, czyli właśnie o pracy headhuntera.

Tytuł dzisiejszego odcinka brzmi: *Na czym polega praca headhuntera i jak dać się upolować headhunterowi?*. Serdecznie zapraszam do wysłuchania naszej rozmowy.

Cześć, Natalia!

Cześć!

**Dziękuję Ci bardzo serdecznie za to, że po raz drugi przyjąłeś zaproszenie do naszego podcastu. Jak wrażenia po pierwszym nagraniu?**

Jestem bardzo pozytywnie zaskoczona. Wcześniej nie do końca wierzyłam w podcasty, nie wiedziałam, że ludzie tego słuchają. Ale właśnie po Twoim podcaście dostałam bardzo dużo wiadomości, zaproszeń na LinkedInie. Niektóre osoby wprost piszą, że usłyszały moją historię z Twojego podcastu, więc jeszcze raz dziękuję za zaproszenie, tym chętniej też przyjąłam je do kolejnego odcinka.

**Cała przyjemność po mojej stronie i stronie naszych słuchaczy. Już ponad 12 tys. pobrań miał tamten odcinek, a nowych słuchaczy cały czas przybywa. Ale dla osób, które nie miały jeszcze okazji posłuchać naszej pierwszej rozmowy – błąd ten na szczęście można nadrobić, bo nasz poprzedni podcast jest oczywiście cały czas dostępny – opowiedz trochę o sobie, czym się zajmujesz.**

Nazywam się Natalia Bogdan, jestem założycielką i prezesem zarządu agencji rekrutacyjnej Jobhouse. Założyłam swoją firmę po tym, jak sama straciłam pracę. Wcześniej również pracowałam w agencji pracy, ale nieco większej. I tak się przydarzyło, że któregoś dnia moje stanowisko zostało zlikwidowane. Jak każdy miałam do wyboru dwie opcje: poszukać pracy na etacie albo założyć własną firmę. Wybrałam tę trudniejszą, ale nie żałuję. Myślę, że to była jedna z lepszych decyzji w moim życiu.

**Odniosłaś spektakularny sukces pomimo trudnych początków. Całej tej historii możecie wysłuchać w poprzednim odcinku podcastu z Natalią. A dzisiaj porozmawiamy już stricte o tym, czym Natalia i jej firma się zajmują, czyli o pośrednictwie pracy, a konkretniej – o headhunterach. Natalia, kim jest właściwie headhunter, bo jak sobie przetłumaczmy to z angielskiego, to łowca głów brzmi trochę groźnie.**

Brzmi groźnie i ja nawet często słyszę od osób, z którymi spotykam się, że wyobrażały sobie mnie jako taką groźną osobę, a okazuje się, że jestem całkiem normalna. Rzeczywiście ta nomenklatura jest trochę groźnie brzmiąca, ale headhunter to jest po prostu osoba, która zajmuje się rekrutacją, z tym że robi to w sposób nieco bardziej wyrafinowany. Nie ogranicza się jedynie do klasycznych poszukiwań, czyli zamieszczenia ogłoszenia o pracę i spotkań z kandydatami, tylko w głównej mierze opiera się na tzw. *direct searchu* – wyszukiwanie potencjalnych kandydatów w firmach, wśród osób, które w danej chwili pracują, najczęściej w firmach konkurencyjnych bądź

w podobnej branży albo chociaż na zbliżonym stanowisku. I dociera do nich bądź z siecią swoich kontaktów, bądź poprzez portale typu LinkedIn czy GoldenLine, następnie łowi ich i wyławia dla swoich klientów.

## **Na czym polega główna różnica pomiędzy headhunterem a zwykłym pośrednikiem pracy?**

Na tym, że ta osoba wychodzi dosyć często ze swojej strefy komfortu, nie boi się dzwonić do potencjalnych kandydatów, do firm i różnymi metodami do nich docierać. Czyli jest to bardzo aktywna rekrutacja, oparta na bogatej sieci kontaktów i dużym doświadczeniu biznesowym. Headhunterzy z krwi i kości to najczęściej osoby z kilkuletnim doświadczeniem w rekrutacji.

## **A jak wygląda typowy dzień headhuntera?**

Jest to praca biurowa, sporo jest też rzeczy administracyjnych, bo jednak kandydatów najpierw trzeba wyszukać, czyli określić tzw. targety, czyli miejsca do połowów. Najczęściej jest to wypisanie sobie firm z branży, która potencjalnie interesuje naszego klienta, i poszukanie tam osób, które mogą nas potencjalnie interesować. Więc połowa pracy to wyszukiwanie potencjalnych kontaktów, a druga to spotkania i telefony. To często także spotkania na mieście, bo są to osoby, które nie są aktywnie zainteresowane zmianą pracy, więc spotykają się w jakichś kawiarniach. I to jest praca nie do końca oficjalna. To nie jest taka zwykła rozmowa kwalifikacyjna w biurze.

**Rozumiem, że początek zlecenia zaczyna się od tego, że jest jakaś firma, która szuka specjalisty, menedżera na konkretne stanowisko. I przychodzi do Was, mówiąc: „Pomóżcie mi to konkretne stanowisko wypełnić jakimś konkretnym kandydatem, jakąś osobą o takiej, a nie innej mieszance cech”.**

Czasami zdarza się tak, że klient mówi nam wprost, że zależy mu na osobie z danej firmy, nieraz otrzymujemy nawet jej nazwisko.

## **Czyli dostajecie już konkretną głowę do złapania.**

Albo czasami klient wie, że w danej firmie, na danym stanowisku pracuje ktoś, kto ma w branży bardzo dobrą opinię, a klientowi samemu nie wypada się z nim kontaktować, bo to jest nie do końca etyczne i wizerunek firmy mógłby na tym ucierpieć. A my z tego żyjemy, to jest nasza codzienna praca, więc nie mamy z tym problemu.

## **Kogo poszukują headhunterzy?**

Takie headhunterskie rekrutacje zazwyczaj są prowadzone na wyższe stanowiska. W przypadku tych szeregowych, specjalistycznych wystarcza zazwyczaj ogłoszenie o pracę, np. na LinkedInie, ale to są prostsze i szybsze metody. W przypadku wysokich stanowisk menedżerskich, tzw. *executive*, czyli prezesowskich, dyrektorskich, tam *direct search* jest już stosowany często, ponieważ tacy kandydaci rzadko aktywnie szukają

pracy. To nie są osoby, które mają czas, żeby oglądać portale rekrutacyjne, a tym bardziej nie wypada im wysłać CV, bo świat biznesu jest dosyć mały i hermetyczny, więc nie byłoby mile widziane, gdyby ktoś, kto pracuje w danej filii, wysłał gdzieś zgłoszenia do pracy. Więc takie osoby biernie czekają na kontakt ze strony headhunterów.

**Pewnie często nawet nie chodzi im po głowie to, żeby zmieniać pracę, bo mogą być w miarę zadowoleni z tego, co do tej pory wykonują.**

Tak. I tu jest bardzo duża rola rekrutera. Ja powtarzam, że headhunter zawsze musi być dobrym handlowcem, bo musi sprzedać ofertę pracy. Takie osoby bardzo rzadko chcą zmienić pracę, bo mają bardzo wysokie pensje, jakieś cele do osiągnięcia, plany rozwojowe w organizacjach, w których pracują. I my musimy tak przedstawić im ofertę, aby rzeczywiście zainteresować spotkaniem. Na początku jest ono zapoznawcze, niezobowiązujące, na którym przedstawiamy szczegóły oferty. Połową sukcesu jest to, gdy ta osoba spotka się z nami. A gdy później będziemy mogli przedstawić jej dalszą część oferty, to najczęściej to jest już dobry znak.

**Za chwilę zadam więcej pytań na temat tego, jak to wygląda od strony kandydata, ale wspominałaś jeszcze, że headhunter powinien mieć umiejętności sprzedażowe. Jakie jeszcze cechy i umiejętności powinny go wyróżniać?**

Dobry headhunter musi być jak detektyw, powinien wiedzieć, gdzie szukać potencjalnych kandydatów, bo oczywiście najprościej jest włączyć sobie wyszukiwarke na LinkedInie i szukać tam osób, ale to jest rozwiązanie stosowane praktycznie przez każdego headhuntera, więc pula osób tam też jest ograniczona. Nie każdy w Polsce ma konto na portalach dla profesjonalistów, więc taki dobry research jest bardzo ważny.

**A czy poza LinkedInem wchodzi w grę jeszcze jakieś portale?**

Polski GoldenLine, chociaż on ostatnio nie ma najlepszej sławy i więcej osób zakłada teraz konta na LinkedInie. To jest portal przede wszystkim międzynarodowy, więc nie ograniczamy się tylko do polskich firm. I rzeczywiście te aktywności GoldenLine'a trochę nie nadążają za potrzebami rynku. Nie ma dobrej aplikacji na telefon komórkowy, więc podstawą teraz jest LinkedIn. Ale korzystamy też z Facebooka, np. na fanpage'ach różnych firm szukamy osób, jeżeli są oznaczone bądź czasami są zdjęcia z eventów firmowych i ktoś jest podpisany na nich jako dyrektor finansowy, a my poprzez dedukcję dochodzimy do tego, jak ta osoba może się nazywać, jak ją zlokalizować. A często to jest po prostu dzwonienie do firm i nawet jeżeli nie wiemy, jak ta osoba się nazywa, to w pierwszym kontakcie kluczem jest dowiedzenie się do niej. Można to zrobić różnymi metodami, bardziej lub mniej moralnymi. Krąży nawet taka opinia, że zawód headhuntera jest dla osób z nieco przesuniętym progiem moralności.

## **Czyli dzwoniąc, trzeba oszczędnie gospodarować prawdą.**

Nie ukrywam, że czasami mówimy, że dzwoniemy z jakiejś gazety, żeby poprosić osobę o wywiad, albo z jakiejś organizacji zrzeszającej osoby o takim zawodzie, że mamy jakieś zaproszenie bądź kontaktujemy się w jakiejś prywatnej sprawie. I tym sposobem dowiadujemy się, jak taka osoba nazywa się albo zostajemy już z nią połączeni. Niestety dla nas, ale dobrze dla firm, że coraz więcej osób na recepcjach jest przeszkolonych, żeby chronić pracowników przed headhunterami. Mają różne sztuczki, aby nas spławić i odsyłać z kwitkiem. Przydaje się w takim momencie taka cecha headhuntera jak nieustępliwość.

## **Z tego, co mówisz, to dość trudna praca. A kto płaci za usługi headhuntera?**

Zawsze klient. Według ustawy o promocji zatrudnienia w Polsce nie można pobierać wynagrodzenia od kandydatów za znalezienie pracy. Słyszałam o takich nieuczciwych praktykach, że są osoby, które pobierają wynagrodzenie od kandydatów, ale to nie jest zgodne z naszym prawem. Zawsze płaci za to klient, który zleca rekrutację.

## **Założmy, że ktoś słucha Ciebie teraz i myśli: „Fajna praca, zgodna z tym, co lubię robić”. Ta żyłka detektywistyczna w nim się budzi. Jak można zostać headhunterem?**

Warto zacząć od stażu bądź praktyki w agencji zatrudnienia. Jest to taki najszybszy i najłatwiejszy start. Agencje rekrutacyjne cały czas poszukują pracowników. Nawet wg barometru ostatniego zatrudnienia to zawód deficytowy. Więc są przyjmowane osoby nawet bez doświadczenia, które mają predyspozycje i chciałyby się rozwinąć w tym zakresie. I jeżeli ten staż bądź praktyka pójdzie OK, zazwyczaj na początku jest nam proponowane stanowisko researchera. To jest taka osoba, która przeszukuje portale dla profesjonalistów, wyszukuje potencjalne firmy, w których można znaleźć pracowników. Później przekazuje już tę long listę, czyli długą listę potencjalnych kandydatów do bardziej doświadczonego headhuntera. I powoli rozwija te umiejętności, awansuje, aż...

**...dostaje szansę, by móc później łapać prezesów i inne wielkie i ważne ryby z rynku. Spójrzmy teraz na temat od strony osoby, która zastanawia się nad zmianą pracy. Pracuje sobie, jest zadowolona, wie, że jest dobra w tym, co robi, ale gdzieś tam z tyłu głowy chodzi jej pomysł, żeby coś jednak zmienić. Założmy, że chcielibyśmy dać złapać się takiemu headhunterowi. Co wtedy robić?**

Pierwsze i najważniejsze to założyć konto na LinkedInie. Jeżeli słucha nas osoba, która nie ma konta na LinkedInie albo ma konto widmo, które po prostu jest, a nie pamiętamy nawet hasła do niego, albo nie mamy podłączonego adresu mailowego, nie mamy zdjęcia, uzupełnionego doświadczenia, to musi to jak najszybciej zmienić. Bo 92% rekruterów korzysta z tego portalu, żeby wyszukać potencjalnych kandydatów. Bardzo ważne jest, żeby to konto wyglądało profesjonalnie i było odpowiednikiem naszego CV.

Czyli musi być profesjonalne zdjęcie, opisane doświadczenie i wykształcenie. I pamiętajcie o tym, żeby w opisie zawrzeć słowa kluczowe, które nas określają.

## Jakie to są słowa?

To są słowa, po których inni nas szukają. Wyobraźmy sobie, że ktoś szuka kogoś takiego jak my, to wpisze np. „dyrektor finansowy”, „menedżer finansowy” albo „księgowy”. Warto też to zrobić w dwóch językach, a jeżeli wybieramy jeden, to najlepiej mieć LinkedIna po angielsku. To jest portal międzynarodowy, często headhunterami są osoby, które nie są Polakami, mimo że rekrutują dla polskich firm.

## Czyli nawet firma, która rekrutuje na polski rynek, dla polskiej firmy może być firmą anglojęzyczną.

I często tak się zdarza, bo firmy mają swoje spółki matki za granicą i korzystają w całej grupie z firm zagranicznych. I skontaktuje się z nami headhunter z Anglii, który robi to w języku angielskim. Może się zdarzyć również tak, że dana osoba nie wie, że *accountant* to jest „księgowy” po polsku, i nie wpisze tego, tylko będzie szukał po angielsku.

## Czyli LinkedIn zdecydowanie po angielsku. I rzeczywiście warto opisać tam wszystko trochę dłużej, szerzej niż w CV, jakbyśmy chcieli dostać jakąś konkretną pracę.

Tak, a nawet warto zrobić nieco więcej niż w CV, bo LinkedIn daje też możliwość rekomendacji i potwierdzeń umiejętności. To jest tak jak z szukaniem czegoś w internecie, np. chcemy kupić suszarkę, więc najpierw patrzymy na opinie innych ludzi w internecie na ten temat. I te rekomendacje LinkedInowe i potwierdzenie umiejętności to jest odpowiednik właśnie opinii na różnych forach internetowych o przedmiotach, których szukamy. Warto więc poprosić naszych klientów, pracodawców, byłych i obecnych kolegów o to, by napisali opinię na nasz temat. To wyświetla się na profilu i myślę, że jest fajnym potwierdzeniem, że jeżeli ktoś swoją twarzą i nazwiskiem ręczy za tę osobę, to jest to ktoś godny polecenia. Tak samo z potwierdzeniem umiejętności. Jeżeli jesteśmy HR-owcem jak ja, to takie kompetencje jak *HR*, *recruitment* warto również zaznaczyć. Jeżeli nie mamy czasu pisać CV i go rozsyłać, to wierzcie mi, że sam profil na LinkedInie, o ile jest zrobiony dobrze, sprawi, że prędzej czy później ktoś odezwie się do Was z ofertą pracy.

## Czyli LinkedIn jest zdecydowanie źródłem nr 1. A czy poza nim są jeszcze jakieś sposoby, żeby ułatwić sobie schwytanie w sieć headhuntera?

To jest najważniejsze. Oczywiście poza LinkedInem warto też zadbać o swój wizerunek, bo nawet portale prywatne typu Facebook są w mniejszym lub większym stopniu widoczne dla osób z zewnątrz. Ja osobiście i większość headhunterów googlujemy imię i nazwisko osoby, z którą mamy się spotkać bądź której szukamy, więc jeżeli treści

w internecie nie będą odpowiednie ani profesjonalne, to może to nas nieco spalić, więc warto sobie przejrzeć ustawienia prywatności na Facebooku, co tam inne osoby mogą zobaczyć, czy są zdjęcia z imprez, czy bardziej z konferencji, na których jesteśmy. Jeżeli szukamy pracy, to rekomendowałabym zdecydowanie te drugie. I myślę, że to są najważniejsze rzeczy. To CV warto zrobić, jeżeli rozsyłamy je aktywnie i przeglądamy ogłoszenia. Ono również powinno być doprowadzone do takiego stanu, aby zachęcało do zaproszenia na rozmowę.

**LinkedIn ma nawet taką funkcję jak „drukuj CV”.**

Tak, ale niestety ona jest mocno uproszczona i nie drukuje ze zdjęciem, więc mimo wszystko rekomendowałabym zrobić sobie profesjonalny dokument. Jest to jeden wieczór z życiorysu, a myślę, że może zaprocentować na całe życie.

**Czy Twoim zdaniem jest sens robienia czegoś takiego jak wysyłanie swojego CV do firm headhunterskich?**

Tak, jeżeli szukamy pracy, to warto użyć jak najwięcej metod dotarcia do potencjalnych kandydatów. Ten LinkedIn, o którym wspomniałam, to jest taki nr 1, który umożliwia nam bierne poszukiwanie pracy, pomaga nam po prostu zostać odnalezionym przez headhunterów. Ale jak najbardziej stosujemy również aktywne metody pozyskiwania ofert pracy, czyli przygotujemy CV, wyślijmy do różnych agencji rekrutacyjnych, do firm, które są dla nas potencjalnie interesujące, opowiedzmy też znajomym, że szukamy pracy. Im więcej tych metod zastosujemy, tym większe jest prawdopodobieństwo, że odniesiemy sukces.

**A jakie osoby są atrakcyjne z punktu widzenia headhunterów?**

Takie, które są rzetelne, tzn. przychodzą na rozmowy kwalifikacyjne, dobrze się na nich prezentują, potrafią interesująco opowiedzieć o swoich dokonaniach. Takie, które mogą pochwalić się wymiernymi wskaźnikami, które osiągnęły, czyli jeżeli jesteśmy handlowcem, to możemy powiedzieć, jak wzrosła sprzedaż w firmie, od kiedy się nią zajęliśmy. Jeżeli jesteśmy HR-owcem, to możemy wspomnieć o tym, jak zmniejszyła się rotacja w firmie, odkąd się tym zajmujemy. Rekrutacją zajmują się najczęściej, już docelowo po stronie klienta, osoby zarządzające, dla których liczą się fakty, czyli liczby, statystyki, jednym słowem rzeczy, którymi możemy się pochwalić.

**Czy są jakieś uniwersalne zasady postępowania, które sprawiają, że nasza atrakcyjność na rynku pracy wyraźnie wzrasta? Czy jest coś takiego, co możemy robić, pracując jeszcze, żeby swoją karierę mądrze budować?**

Warto zadbać o swój *personal brand*, czyli nasz wizerunek na rynku pracy. Nawet jeżeli pracujemy dla kogoś, a nie we własnej firmie, to warto dbać o nasz wizerunek biznesowy, żeby potwierdzać, że jesteśmy ekspertem w naszej branży. Warto prowadzić aktywność na Facebooku bądź LinkedInie, która jest związana z naszą branżą. Warto występować

na różnych szkoleniach, sympozjach, konferencjach, dzielić się wiedzą, np. nagrywać podcasty w swojej dziedzinie, robić to w wolnej chwili, a to sprawi, że będziemy postrzegani jako eksperci. I potencjalnie jeżeli ktoś będzie szukał osoby do pracy o takiej specjalizacji, to na pewno w pierwszej kolejności zgłosi się do nas.

**Czyli nie wystarczy być tylko dobrym w tym, co się robi, tylko trzeba jeszcze zadbać o to, żeby branża wiedziała o tym, że ktoś taki jest.**

Tak, bo jeżeli wkładamy nasze dyplomy tylko do szuflady i nigdzie o tym nie opowiadamy, to żaden pracodawca nie będzie nas wychwalał na zewnątrz, bo będzie się bał, że nas straci. Więc sami musimy o to zadbać, żeby świat dowiedział się o tym, co robimy.

**Niech świat dowie się o naszych sukcesach, bo sukces niezaraportowany nie istnieje. A czy przejście do nowej firmy z pomocą headhuntera zawsze wiąże się ze wzrostem wynagrodzenia?**

Nie zawsze, ale najczęściej. To jest główny motywator i nie oszukujmy się – najczęściej to jest to, czym kusimy potencjalnych kandydatów. Ale nie tylko. Są osoby, które szukają nowych wyzwań, bo w jakimś stopniu wypaliły się w obecnej firmie, być może nie do końca odpowiada im praca w korporacji, chciałyby mieć większy wpływ na to, co dzieje się w firmie. Możemy też takimi argumentami je przekonać. Więc po naszej stronie zawsze warto wy badać, na czym zależy potencjalnemu kandydatowi, i podkreślać elementy przedstawiające ofertę.

**A z Twojego doświadczenia jaki wzrost wynagrodzenia sprawia, że ci potencjalnie upolowani zmieniają się z takich niechętnych kandydatów do zmiany pracy w takich już bardziej zmotywowanych i otwartych na rozmowę o przejściu do innej firmy?**

To oczywiście zależy od poziomu wyjściowego wynagrodzenia. Jeżeli osoba zarabia 2 tys. zł, to pewnie już za 2,5 tys. zł będzie skłonna do zmiany pracy. Ale osoby, które zarabiają 30 tys. zł miesięcznie, to za te 500 zł na pewno miejsca pracy nie zmienią. Więc myślę, że takie minimum to jest 20%.

**Podpowiadamy naszym słuchaczom, żeby odważnie dyktowali swoje warunki, prosili o więcej, wykorzystując dobrą sytuację na rynku pracy. Czy z Twojego punktu widzenia sytuacja na rynku pracy jest dobra?**

Tak, i media o tym trąbią, że mamy w tej chwili rynek pracownika, więc zdecydowanie jest teraz większe pole do negocjacji, do tego, żeby w tych ofertach nieco przebierać. Ale pamiętajmy, ten rynek pracy jest bardzo zmienny, więc teraz mamy taką sytuację, za chwilę może być inna, więc szanujmy swoją pracę, podchodźmy do tego rzetelnie, nie rzucajmy papierami tylko dlatego, że ktoś zaproponował nam 10% więcej. Patrzmy bardziej na to, co organizacja może nam dać, czy bardziej będzie to związane z naszym



rozwojem osobistym, a niekoniecznie tylko na finanse, bo to jest taki miły dodatek, ale to nie zapewni nam szczęścia w miejscu pracy.

**Rozmowa z headhunterem jest czymś innym niż zwykła, klasyczna rozmowa rekrutacyjna z osobą, która szuka kogoś do swojego zespołu, do swojej własnej firmy. Jak przygotować się do rozmowy z headhunterem?**

Taka rozmowa na pewno nie jest standardowa, bo nam nawet nie wypada na takim szczeblu zadawać pytań typu: „Gdzie Pan się widzi za trzy lata?” albo „Z jakim zwierzęciem się Pan utożsamia?”. To jest bardziej rozmowa biznesowa o planach osoby na przyszłość, co mogłoby ją skłonić do zmiany pracy, jakie ma oczekiwania finansowe. To są już bardziej konkretne pytania, ewentualnie dopytanie o rzeczy, których nie wiemy z rynku, czyli np. jakim zespołem zarządza osoba, na jakich rynkach działała, jakieś fajne wskaźniki, które mogą być interesujące dla klienta. Takie spotkanie jest krótsze i ma charakter bardziej biznesowy, np. przy kawie, a nie taki *face to face* w salce konferencyjnej na konkretną godzinę w firmie.

**A jak taki proces rekrutacyjny wygląda krok po kroku? Dostajecie zlecenie na znalezienie konkretnego specjalisty, później powstaje długa lista przygotowana przez researchera, o którym mówiłaś, później zdzwaniamy się z kandydatami. Załóżmy, że doszło do spotkania. Jak to dalej wygląda?**

Po tych spotkaniach z long listy robi się short lista, czyli spis osób, które rekomendujemy klientowi, przedstawiamy mu CV z naszym podsumowaniem, tam też są zawarte informacje na temat poziomu oczekiwań finansowych, dyspozycyjności, bo osoby na wysokich szczeblach mają często dłuższy niż standardowy okres wypowiedzenia, np. 6-miesięczny, czasami nawet 12-miesięczny, nieraz osoby mają tzw. lojalki, czyli zobowiązania do tego, że firma musi zapłacić, jeżeli chce przejść takiego pracownika z branży. Więc wszystkie te informacje przekazujemy klientowi, a ten decyduje, z kim chciałby się spotkać. Te spotkania nie zawsze mają miejsce w firmie klienta, bo znowu jest to proces poufny. Jeżeli jest to ta sama branża, to wszyscy się znają, nikt nie chciałby zobaczyć osoby z konkurencji w swoim biurze, więc często mają one miejsce albo u nas w firmie, albo gdzieś w kawiarni czy restauracji. I klient po takich rozmowach decyduje, kogo chciałby zatrudnić. My często później pomagamy w negocjacjach wynagrodzenia z taką osobą, dopełniamy formalności, ma miejsce niemalże taki transfer jak w drużynie piłkarskiej.

**Później taka osoba idzie na urlop, nabiera sił, po powrocie zaczyna zwykle pracę już w nowym miejscu. Wiele osób, które pracują, nie chce, by ich obecny pracodawca dowiedział się o poszukiwaniu nowej pracy. Co zrobić, by mieć gwarancję, że zostanie tu zachowana pewna dyskrecja?**

To jest jedno z takich 10 przykazań headhunterów, że ta dyskrecja to jest coś, co nas charakteryzuje, to jest nasza etyka zawodowa. Gdy jeden klient należy do grona naszych klientów i wiemy, że poszukuje pracy, to taka informacja nie wyjdzie od nas do innego

klienta. Ale warto zaznaczyć już na początku rozmowy kwalifikacyjnej, że jest się osobą poszukującą pracy, która nie szuka jej aktywnie, więc niezobowiązująco można się spotkać, ale bardzo prosicie o dyskrecję, bo nie chcecie, aby ta informacja poszła w rynek. Potem możemy mieć już gwarancję, że tak będzie.

**Natalia, czy są jeszcze jakieś rzeczy, którymi chciałabyś się podzielić z naszymi słuchaczami?**

Zachęcam wszystkich, którzy mają w sobie żyłkę detektywa, lubią wyszukiwać informacje w internecie, łatwo im to idzie, bardzo lubią kontakt z ludźmi, do podjęcia wyzwania i spróbowania swoich sił w tej branży. Jak wspominałam, w tej chwili firmom brakuje headhunterów. I bardzo często osoby już doświadczone mogą się przekwalifikować, ponieważ są firmy headhunterskie, które mają działy wyspecjalizowane w danych branżach, czyli np. robią rekrutację tylko dla działu finansowego, księgowości czy prawnego. Bardzo często na stanowiska headhunterskie, a nawet zarządzające w agencjach rekrutacyjnych zatrudniają osoby z doświadczeniem w danej branży. Czyli jeżeli ktoś był wcześniej dyrektorem finansowym, to teraz może rekrutować na stanowiska finansowe. I to jest bardzo często stosowana praktyka, więc jeżeli mamy w sobie żyłkę researchera, to bardzo zachęcam do podjęcia wyzwania.

**Na koniec chciałbym popytać Cię o kilka rad wynikających z Twojego doświadczenia, jeżeli komuś zależy na budowaniu sensownej kariery. Co Twoim zdaniem jest najważniejsze, aby odnieść sukces?**

Konsekwencja już od samego początku, chociaż trudno za młodych lat wiedzieć, co chce się w życiu robić, i robić to przez całe życie, ale warto znaleźć swoją niszę, coś, w czym się spełniamy, co nas pasjonuje, bo to sprawi, że będziemy odnosić sukcesy w tej branży. Następnie rozwijać się, szkolić, jeździć na konferencje, słuchać podcastów z danej branży, czytać, żeby być w niej ekspertem. I awansować. Jeżeli są możliwości aplikowania do innych firm bądź rozwoju w tej branży w naszej firmie, to podejmować wyzwania i cały czas iść do przodu. Ale oczywiście nie popadajmy też w drugą skrajność, nie zmieniamy pracy co trzy miesiące.

**Czy można tu mówić o jakimś okresie, który wydaje się wystarczająco długi? Bo jeżeli ktoś za często zmienia pracę, to znaczy, że jest takim skoczkiem.**

Dwa, trzy lata to jest takie minimum, podczas którego powinniśmy pracować w danej firmie. Podczas tego czasu wdrożymy się w organizację i będziemy mogli odnieść pierwsze sukcesy. Jeżeli są osoby, które tu pracują 6 miesięcy, tu rok, tutaj znowu coś zmieniają, a często też skaczą po branżach, że tu jestem handlowcem, tu kelnerką, tu jeszcze kimś innym, to nie najlepiej świadczy o CV i o osobie – że nie wie, czego chce w życiu, i prawdopodobnie od nas też zaraz ucieknie.

**Czyli jeżeli masz do wyboru kogoś, kto jest specjalistą, a kogoś, kto jest takim generalistą z szerokim doświadczeniem z różnych branż, to raczej jednak ci specjaliści mają większe szanse?**

Tak, oczywiście. Z jednej strony jest mniej ofert pracy takich typowo w naszej specjalizacji, ale jeżeli już są, to to są konkretne oferty, które sprawią, że znowu będziemy się rozwijać, więc lepiej być specjalistą w danej branży.

**Ty i Twoi pracownicy na pewno wielokrotnie mieliście okazje poznać osoby, które w swojej karierze zawodowej znalazły się w ślepej uliczce, nie rozwijają się, tkwią w miejscu. Jakie najczęściej popełniamy błędy, które sprawiają, że zamiast się rozwijać zawodowo, utknęliśmy?**

Myszę, że właśnie takie niepodejmowanie wyzwań, trochę lęk przed zrobieniem czegoś ponad, co często jest widoczne wśród osób, które mają bezpieczną posadkę i pracują wiele lat w tej samej firmie, na tym samym stanowisku, przy tym samym biurku. To z jednej strony jest bezpieczne, ale z drugiej bardzo wypalające. I prędzej czy później, jeżeli nie będziemy podejmować wyzwań, czyli nie staniemy nawet przed małą grupą pracowników i nie prześlemy im swojej wiedzy albo czegośkolwiek, co sprawi, że adrenalina wzrośnie nam trochę w tej pracy, to obawiam się, że możemy się zmęczyć i to wpłynie na poczucie naszego szczęścia też w innych dziedzinach życia.

**A jaki wpływ Twoim zdaniem ma wiek na szansę znalezienia pracy? Myszę tu o osobach, które przepracowały dużo czasu w jednej firmie, np. 15-20 lat, są między 40. a 50. r. życia, ich doświadczenie wiąże się głównie z doświadczeniem w tej jednej firmie. I dochodzi do nich, że trzeba by coś zmienić. Ale wokół jest mnóstwo młodych wilków, ludzi w wieku 25-30 lat, którzy zupełnie inaczej patrzą na otoczenie. Czy można coś doradzić takim starszym osobom?**

Rzeczywiście tak jest, bo po drugiej stronie ekstremum, czyli tych skoczków, są osoby, które pracują po 20 lat w jednej firmie i powiem szczerze, że niektórzy klienci też są sceptycznie nastawieni do takich kandydatów. Bo jednak osoby, które znają tylko jedną organizację, nie mają świeżego spojrzenia, często nie wiedzą, co dzieje się na rynku. Oczywiście są organizacje, w których pracujemy przez 15 lat i cały czas się rozwijamy, awansujemy, rozpoznajemy nowe obszary, to w takim przypadku jest OK, ale niestety w większości to tylko przypadek tzw. bezpiecznej posadki i my nie podejmujemy wyzwań, boimy się, jest nam dobrze tak, jak jest. Więc mimo wszystko warto spróbować rozwijać się na danym stanowisku lub poszukać pracy w innej organizacji, która pomoże nam rozwinąć kompetencje.

**A czy ktoś, kto tak długo pracuje w jednej firmie, może przyjść do Was i powiedzieć: „Utknąłem, nie wiem, co dalej, pomóżcie”?**

Tak. Oferujemy bezpłatne spotkania z doradcą kariery. To jest osoba, która pozwala na nowo spojrzeć na naszą karierę, ocenić nasze talenty, zobaczyć, w czym jesteśmy dobrzy,

w czym nie, być może określić jakieś pola, w których moglibyśmy się rozwijać, i pomóc nam znaleźć pracę w innej firmie bądź czasami się przebranżowić. Ja też na początku mówiłam, że warto być specjalistą w swojej branży, ale jeżeli to przestało nas cieszyć, to też nie traktujmy tego tak, że skoro robię to już tyle lat, to już nic w życiu mnie nie czeka, bo znam mnóstwo przypadków, kiedy osoba nieco zeszła ze stanowiska, żeby nauczyć się czegoś nowego, i znalazła nowy sens życia. Więc jeżeli czujemy, że gdzieś tam utknęliśmy zawodowo, to nie bójmy się zmian w tej dziedzinie.

**Pytałem się, jaki jest taki minimalny okres pracy w firmie. Powiedziałas, że dwa, trzy lata. Jeśli częściej zmieniamy pracę, to ludzie zaczynają patrzeć na nas jak na takiego skoczka. A jaki jest maksymalny okres, po którym warto jednak myśleć o zmianie, bo z kolei zaczną na nas patrzeć jak na takiego zasiedziałego grzyba?**

Od dziesięciu w górę. Nie chcę też generalizować, bo ja jako pracodawca marzę o tym, żeby wszyscy moi pracownicy pracowali ze mną do emerytury. Cenię też ich lojalność. Ale to zależy, jakie możliwości daje firma. Jeżeli cały czas czujemy się spełnieni, cały czas się rozwijamy, mamy realny wpływ na firmę, to nie ma co zmieniać pracy, nawet jeżeli pracujemy 20 lat. Ale w większości przypadków to jednak jest tak, że już po tych dziesięciu robimy już wszystko automatycznie i to nie jest dla nas żadne wyzwanie.

**Gdyby dana osoba doszła do wniosku, czy takich zmian warto dokonać, to jak może dotrzeć do headhunterów, których Ty zatrudniasz?**

Można wysłać swoje zgłoszenie przez naszą stronę internetową – [www.jobhouse.pl](http://www.jobhouse.pl), maila na [gdansk@jobhouse.pl](mailto:gdansk@jobhouse.pl) bądź [warszawa@jobhouse.pl](mailto:warszawa@jobhouse.pl) albo zacząć mnie na LinkedInie, dodać mnie do znajomych, napisać wiadomość, ja na wszystkie odpisuję. Nawet jeżeli bezpośrednio nie pomogę, to przekieruję do któregoś z moich pracowników.

**Na zakończenie, Natalia, czy jest jakaś książka lub film związany z mądrym rozwojem własnej kariery, który mogłabyś nam polecić?**

Kiedyś wpadła mi w ręce książka pt. *Bóg zawsze da Ci pracę*. Ona nie ma nic wspólnego z religijnymi przekonaniem, ale myślę, że jest bardzo pokrzepiającą lekturą dla każdego, kto stracił pracę bądź czuje się wypalony, nie do końca jest zadowolony ze swojego życia prywatnego. To są takie krótkie, bardzo inspirujące historie, które mogą w nas tchnąć nadzieję, a myślę, że ważne jest, abyśmy wierzyli, że czeka nas jeszcze coś fajnego zawodowo.

**Życzę Wam, abyście bez problemu znajdowali pracę, z łatwością ją zmieniali na lepszą, ciekawszą, bardziej rozwijającą i lepiej płatną. Natalia, jeszcze raz dziękuję Ci za poświęcony czas. Moim gościem była Natalia Bogdan.**

Na zakończenie tego odcinka chciałbym Wam bardzo serdecznie podziękować za wszystkie przejawy sympatii, za maile z opisem Waszych finansowych sukcesów, za świetne komentarze na blogu, które również pomagają innym czytelnikom w dbaniu o finanse, i wreszcie za Wasze oceny i recenzje podcastu, które zostawiacie w portalu iTunes. Dzięki takim ocenom podcast dociera do coraz większej grupy odbiorców, którzy nie mieli jeszcze okazji usłyszeć o *Finansach bardzo osobistych*, dlatego jeśli lubisz czasem posłuchać mojej audycji i korzystasz z iTunes, będę Ci bardzo, bardzo wdzięczny za pozostawienie oceny i krótkiej recenzji.

A co będzie w kolejnym odcinku? Kilka dni temu napisałem na Facebooku, że przygotowuję właśnie harmonogram publikacji na wrzesień, i zapytałem Was, jak powinienem rozłożyć akcenty, o czym najwięcej pisać i publikować: czy o walce z długami, czy o oszczędzaniu, czy może o inwestycjach. Okazało się, że miążdżąca większość z Was wybrała właśnie inwestycje, co oczywiście bardzo mnie cieszy, bo to oznacza, że macie coraz więcej pieniędzy i związanej z tym swobody. Dlatego w następnym odcinku opowiem Wam o moim podejściu do inwestowania i o najważniejszych lekcjach, jakie wyciągnąłem w ciągu 14 lat, w których zajmuje się już inwestycjami na rynkach kapitałowych.

To tyle na dziś, dziękuję Wam bardzo serdecznie za dzisiejsze spotkanie i za czas, który poświęciliście na wysłuchanie tego odcinka. Zapraszam oczywiście na blog, czekam na Wasze komentarze i bardzo gorąco, wakacyjnie Was pozdrawiam, trzymajcie się, cześć!