



Jarūnė Narkevičiūtė. Asmeninio albumo nuotr.

**Ilgą laiką vyravusi nuostata, jog darbdavys pats renkasi darbuotoją - šiandien, atrodo, prarado savo galiojimo laiką. Specialistų stygius rinkoje įdarbinimo procesą apvertė aukštyn kojomis ir lemiamo sprendimo priėmimą perdavė į darbuotojų rankas. Vis dažniau būsimi darbuotojai, prieš nusprenddami, ar rinktis konkrečią darbovietę, stebi ją socialiniuose tinkluose ilgesnį laiką ir įvertina, ką įmonė gali jiems pasiūlyti. Dėl šios priežasties efektyvi įmonių komunikacija soc. tinkluose - raktas į talentingų žmonių širdis.**

### **Būti „čia ir dabar“**

Darbdaviai dažnai skundžiasi, jog trūksta kvalifikuotų ir motyvuotų darbuotojų, tačiau primiršta, kad patys daugiau dėmesio skiria paslaugų ar prekių pardavimų skatinimui, o ne įmonės, kaip darbdavio, įvaizdžio formavimui.

Skaitmeninės komunikacijos agentūros „bigNow“ vadovės Jarūnės Narkevičiūtės teigimu, jeigu įmonė neturi oficialios paskyros socialiniuose tinkluose „Facebook“, „Linkedin“ ar „Instagram“, potencialūs darbuotojai, ypač Z ir Y kartos atstovai, kartais nevertina jos kaip patrauklios darbovietės. Tad kokias pagrindines socialinių tinklų valdymo taisykles privalu įsiminti,

siekiant išnaudoti jų komunikacines galimybes?

„Visų pirma, socialinio tinklapio puslapis turi būti užpildytas reikiama ir tikslią informacija bei būti vizualiai tvarkingas - priešingu atveju darysite sau „meškos paslaugą“. Taip pat būtina visuomet reaguoti į komentarus ir žinutes bei komunikuoti reguliariai. Darbdaviams patariu anonsuoti informaciją, tačiau ne publikuoti jau po fakto ir daugiau dėmesio skirti kokybiško turinio kūrimui“, - pataria J. Narkevičiūtė.

## **Įkvėpimo toli ieškoti nereikia**

Anot specialistės, soc. tinklai pastaruoju metu keliauja natūralumo kryptimi, taigi nereikėtų baimintis, jei kartais norėsite įkelti asmeniniu telefonu ar fotoaparatu užfiksuotą akimirką, kuri nebus itin profesionali.

„Planuojant turinį įkvėpimo toli ieškoti nereikia - būkite atviri ir dalinkitės akimirkomis iš savo kasdienybės.“  
J. Narkevičiūtė.

„Visose situacijose svarbiausia - greitis, informacijos pateikimas „čia ir dabar“ bei pirmenybė prieš konkurentus. Nebijokite dalintis pačių darytomis fotografijomis, o skelbdami vidines naujienas - nedelskite. Telefonu daryta fotografija tokioje situacijoje daug pranašesnė už keliomis dienomis vėliau paskelbtą profesionalią nuotrauką“, - tvirtina J. Narkevičiūtė.

Pasak „bigNow“ vadovės, būsimiesiems darbuotojams įdomūs paprasti dalykai - kaip atrodo eilinė įmonės darbo diena, ką veikia jos vadovai ir kokios tradicijos yra puoselėjamos komandoje.

„Planuojant turinį įkvėpimo toli ieškoti nereikia - būkite atviri ir dalinkitės akimirkomis iš savo kasdienybės. Darbdavio įvaizdžio formavimui socialiniuose tinkluose ne visuomet reikalinga kruopščiai suplanuota komunikacijos strategija - tiesiog dažniau rodykite, kaip biure dirba žmonės, kaip jie keliauja į konferencijas ar kartu leidžia laisvalaikį. Būsimiesiems darbuotojams taip pat rūpi ar jie turės galimybę derinti savo pomėgius ir darbą, turėti lankstų darbo grafiką, save realizuoti bei kilti karjeros laiptais“, - pasakoja J. Narkevičiūtė.

## **Stebi ne tik darbdavys**

Pasak „bigNow“ vadovės, darbuotojai gana dažnai palieka ne konkrečią

įmonę, bet jos vadovą. J. Narkevičiūtės teigimu, vis dažniau žmonės darbą renkasi pagal tai, kas vadovauja būsimai darbovietai, dėl to vadovą seka socialiniuose tinkluose ir stebi, kur jis dalyvauja, kokius įrašus skelbia ir kaip bendrauja socialinėje erdvėje.

Pasak specialistės, jeigu darbdavys neturi savo profilio socialiniuose tinkluose, jis siunčia gana prieštaringą žinutę būsimiems darbuotojams. Dažniausiai tai tikrai nepadaeda suformuoti teigiamo įvaizdžio ir pritraukti geriausių kandidatų.

Norintys išlikti konkurencingi ir, neprarasti vertę kuriančių talentingų specialistų, darbdaviai, anot J. Narkevičiūtės privalo ne tik rūpintis kaip pritraukti naujus darbuotojus, bet ir stengtis nudžiuginti esamus.

„Pristatykite juos paskyros sekėjams, girkite už pasiekimus arba net cituokite jų mintis. Į darbdavio komunikacijos veiksmus verta įtraukti ir pačius kolegas – skatinti juos dalintis įmonės naujienomis ir pristatyti naujus produktus. Tikėtina, kad juos supa panašios kvalifikacijos ir specialybių žmonės, taigi savo įvaizdį sėkmingai formuosite tikslinės auditorijos tarpe“, – sako J. Narkevičiūtė.