

# Профессиональные социальные сети обеспечивают работой каждого третьего пользователя

12.03.2013

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Очевидно, что социальные сети все глубже проникают в повседневную жизнь городского обывателя. 91% соискателей и 84% работодателей, участвовавших в исследовании рекрутинговой компании Antal Russia, ответили, что имеют аккаунты в профессиональных социальных сетях.

Среди обеих групп респондентов самой популярной оказалась социальная сеть LinkedIn, второе место занял клуб менеджеров E-executive, и третье место соискатели отдали деловой сети

Professional.ru, а работодатели – сети профессиональных контактов «Мой круг».

И соискатели, и работодатели наиболее активно используют социальную сеть LinkedIn. К аккаунтам в других профессиональных сообществах они обращаются значительно реже.

Для соискателей профессиональные социальные сети интересны, прежде всего, тем, что позволяют расширять круг деловых знакомств, обмениваться опытом и поддерживать отношения с

бывшими коллегами. 65% опрошенных отметили, что профессиональные медиа являются для них одним из инструментов поиска работы, 56% видят в них источник полезной информации, и 51%

используют их в качестве площадки для делового общения с сообществом.

Каждый третий активный пользователь профессиональных социальных сетей хотя бы раз находил

работу с их помощью, и практически все опрошенные в дальнейшем собираются использовать подобные ресурсы для успешного трудоустройства.

Если говорить о работодателях, то, создавая профили в социальных сетях, они рассчитывают укрепить HR-бренд компании, расширить круг профессиональных контактов и увеличить приток достойных кандидатов. Около 70% работодателей используют социальные сети для делового общения, 69% с их помощью ищут дополнительную информацию о кандидатах, и 64% осуществляют через них поиск сотрудников.

Большинство работодателей считают социальные сети эффективным инструментом подбора. 56% респондентов уже находили сотрудников подобным образом. При этом практически все работодатели сходятся в том, что не стоит переоценивать возможности социальных медиа и всецело на них полагаться. Пока среднее количество вакансий, закрываемых с помощью данных сообществ, составляет от 5 до 10%. «Если работодатель заинтересован увидеть лучших кандидатов, отобранных специально под его задачи, социальные сети не смогут стать для него заменой рекрутингового агентства. Задача внешних рекрутеров состоит в том, чтобы представить уже проинтервьюированных и прошедших определенный отбор качественных кандидатов, в то время как профессиональные сообщества являются площадкой для знакомства и профессионального общения», — поясняет менеджер департамента банковского рекрутмента Татьяна Бартюк.