



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
السنة الثانية ماستر إدارة استراتيجية



المحاضرة الخامسة: التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الموسم الجامعي: 2024/2025

مقدمة:

تمهيد:

نظرا للأهمية الكبيرة التي تتميز بها وسائل التواصل الاجتماعي في الربط بين المؤسسة وجمهورها وكونها تتمتع بخصائص الانتشار الواسع وسرعة الوصول وإمكانية التفاعل مع الجمهور، فقد توجّهت المؤسسات لاستخدامها في أنشطة رئيسية مثل التوظيف واستقطاب الكفاءات المناسبة من خلال أن تكون جذابة للمواهب والكفاءات الشابة باعتبارها صاحب عمل مميز، وبالتالي سنحاول توضيح استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف من خلال الإجابة على الإشكالية الآتية:

كيف تستخدم الشركات وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف؟ وماهي انعكاساته عليها؟

المحاور الأساسية

مفهوم التوظيف عبر وسائل التواصل

فوائد ومزايا التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوظيف

انعكاس التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على السمعة



مفهوم التوظيف عبر وسائل التواصل

التوظيف: النشاط المتعلق بتحديد احتياجات المؤسسة من المهارات والكفاءات اللازمة واستقطابهم لشغل المناصب الشاغرة بالمؤسسة. عملية جذب وتشجيع الموظفين المحتملين للتقدم لشغل وظيفة معينة حيث يتوقف اختيارهم على عملية تقييم عادلة.

التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بـ«التوظيف الاجتماعي»: عبارة عن القيام بعملية التوظيف بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ولا يقتصر الأمر على عملية إيداع الملفات أو جمع المعلومات فحسب وإنما يتجاوزه إلى قيام المؤسسات بإجراء لاختبارات والمقابلات عن بعد.

مزايا استخدام وسائل التواصل في التوظيف

أ_ التكلفة: تكلفة هذه الوسائل منخفضة نتيجة مجانيته

ب_ السرعة والسهولة: تساعد وسائل التواصل على اختصار خطوات التوظيف وإزالة الكثير من التعقيدات التي تتطلب وقتا.

ج_ فعالية الاستهداف: من خلال الوصول لشرائح محددة من المرشحين لوظائف معينة سواء من خلال الخصائص العلمية أو الجغرافية.



د_ تنوع المتقدمين: بفضل تعدد الشبكات وتنوع خصائصها وسرعة انتقال المعلومة يزيد عدد ونوع المرشحين المتقدمين للوظيفة.

هـ_ خبرة لعملية التعيين مستقبلا: يساعد تحليل معلومات وأنماط المستخدمين لوسائل التواصل يمكن للمؤسسة التعلم أكثر عن عملية الاختيار والتعيين وتحسين خطط التوظيف مستقبلا.

و_ جذب الكفاءات: من خلال تحسين صورتها وسمعتها على وسائل التواصل يمكنها أن تضمن تقدم الشخص المناسب للوظيفة وبفضل الانتشار الواسع تضمن استقطاب واختيار أفضل.

أمثلة عن استخدام وسائل التواصل في التوظيف

فيسبوك: يعتبر جيّدًا للتّواصل بين الجمهور والمؤسسة التي تصبح علامة تجارية مميّزة ويسهل عرض وتوضيح أعمالها وقيمها وبناء سمعة إلكترونية ثم توطيدها في الواقع، ويتميّز فيسبوك بإمكانية التقاط المعلومات ونقلها ومشاركتها بسرعة وسهولة وعلى أوسع نطاق.

تويتر: يستخدم من طرف فئات مختلفة من العاملين بهدف عرض إعلانات الوظائف والعثور على الملفّات الشخصية المثيرة للاهتمام فهو يسرع العلاقة بين طرفي التّوظيف بنشر الوظائف والتّواصل ونشر المعلومات على مجتمعها وجعلها معروفة

فياديو: الذي من الممكن استخدامه للاتصال بالمواقع وتظهر كجهات تواصل فاعلة في سوق العمل وخاصة المواقع المتخصصة في عروض العمل.

لنكيدين: ويتواجد فيه كل أنواع الأشخاص الذين ينشرون تعليقات ويشاركون مقالات مثيرة وجدوها كما ويعتبر طريقة جيدة لنشر ملفات التعريف ورؤية العملاء المحتملين.

How do you use social media for recruitment?



Identify your
recruitment goals



Determine relevant
social media platforms for
screening



Improve your social
media presence



Engage in relevant
conversations that
attract candidates



TestGorilla

كيف تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في التوظيف؟

أ_ حدد أهداف التوظيف: ينبغي ضبط وتحديد أهداف التوظيف بدقة والكفاءات المطلوبة ووضع المعايير المناسبة لقياس هذه الأهداف.

ب_ حدد منصات التواصل الاجتماعي ذات الصلة لفحص المرشحين: بعد تحديد أهداف التوظيف ينبغي اختيار المنصات المناسبة لنشر إعلانات التوظيف وكذا للبحث عن المرشحين النشطين وغير النشطين.

ج_ تحسين تواجدك على وسائل التواصل الاجتماعي: وذلك عبر التواجد الدائم والفعال على هذه الشبكات بنشر المحتوى الفعال وعرض المزايا ومواصفات العمل.

د_ المشاركة في المحادثات ذات الصلة التي تجذب المرشحين: وذلك بالبقاء على تواصل دائم مع المرشحين وإجراء محادثات فعالة

استخدام وسائل التواصل في مراحل التوظيف

1_ التحليل: من خلال تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتحديد الاحتياجات من الكفاءات كما ونوعا، ومعرفة عروض العمل المتوفرة ونوع المترشحين وطالبي العمل والتخصصات المعروضة في ملفات المرشحين. تستخدم الشبكات وذلك عبر:

- __ إجراء تحليل لعدد ونوع المتقدمين ونسب التخصصات المعروضة.
- __ دراسة الملفات الشخصية للأشخاص الباحثين عن عمل وكذل غير النشطين.

2_ الجذب: من خلال استقطاب المرشحين ذوي الكفاءات بما يتناسب مع احتياجات المؤسسة عبر:

- __ تحسين وتطوير ملفاتها على شبكات التواصل (بث صور وفيديوهات مباشر حول مناخ العمل والمزايا المتوفرة).

- __ التواصل وتقوية الثقة مع الجمهور والمواهب في سوق العمل.
- __ المنشورات والعروض الجذابة، بالإضافة إلى التفاعل والرد على التعليقات والتساؤلات.

استخدام الشبكات الاجتماعية في مراحل التوظيف

3_ الاختيار: وذلك من خلال المفاضلة بين المرشحين وتحديد المستهدفين المناسبين للانضمام للمؤسسة حيث يتم ذلك عبر عدة أنشطة:

- استخدام أدوات التحليل لمعالجة بيانات المرشحين.
- إجراء المقابلات والاختبارات عن بعد.
- مطابقة الخصائص المعروضة في ملفات المرشحين على صفحاتهم مع قدراتهم المهنية.

التعيين: والذي يأتي تلقائياً بعد مرحلة الاختيار ويتعلق بوضع الفرد في المنصب وضمان اندماجه من خلال فعالية التواصل مع الإدارة ومع زملائه وبناء علاقات قوية خاصة أثناء فترة تجريبه، بالإضافة إلى أنه كلما تطابقت المزايا والمواصفات المعروضة من طرف المؤسسة مع الواقع كلما زاد ذلك من ثقة المرشحين بها واستقرارهم بالعمل.

انعكاس التوظيف عبر وسائل التواصل على السمعة

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة أدوات لتطوير السمعة الرقمية للمؤسسة خاصة في مجال الموارد البشرية لجذب وتوظيف أفضل المواهب على أوسع نطاق وبأقل تكلفة، ولهذا تهتم بتطوير عروض جيدة لجذب المواهب والكفاءات من خلال حسابات المؤسسة المخصصة للتوظيف لعرض مزايا المؤسسة على هذه الشبكات بغرض التسويق لصورة المؤسسة وإبرازها كصاحب عمل مميز.

وبالتالي ينبغي التواجد بشكل فعال على وسائل التواصل من خلال إجراء اتصالات وبناء علاقات قوية مع الموظفين المحتملين "المرشحين للعمل بها" برسم صورة ايجابية لها على هذه الشبكات لتصل إلى نطاق واسع من العملاء والمرشحين كما يمكن أن يكون الموظفون الحاليون سفراء لسمعة المؤسسة بما ينقلونه من انطباعات حول ظروف العمل بها