



Foto: Depositphotos

# 5 korakov do zmagovalnega načrta za privabljanje vajencev

**Ključni elementi uspešnega promoviranja vašega podjetja mladim.**

*Majda Dodevska, Solis komunikacije*

**Zadovoljni zaposleni so vaši najboljši ambasadorji.**

**Potencialnim vajencem in staršem predstavite vse možnosti dodatnega izobraževanja in napredovanja, ki so jim na voljo.**

Stopnja zaposlenosti med mladimi, ki so bili vključeni v programe vajeništva, je znatno višja kot med mladimi, ki v tovrstne programe niso bili vključeni, pričajo podatki Mednarodne organizacije za delo (ILO). V zadnjem šolskem letu si je vajeništvo, ki je v tujini že dobera uveljavljen in cenjen način povezovanja podjetij in mladih že zgodaj v izobraževalnem procesu, znova utrla pot v proces poklicnega izobraževanja tudi v slovenskih srednjih šolah. Kljub dobro znanim pozitivnim učinkom vajeništva pa se slovenska podjetja soočajo s hudim pomanjkanjem vajencev. Predstavljamo vam pet enostavnih korakov, ki so podjetjem lahko v pomoč pri oblikovanju zmagovalnega načrta za privabljanje vajencev v prihodnjem šolskem letu.

Po uvedbi vajeništva v slovenski srednješolski izobraževalni proces, ki vajencem omogoča, da polovico šolskega leta preživijo v izbranem podjetju ter se tako že v zelo zgodnji fazi izobraževanja seznanijo s praktično platjo poklica, so si številna slovenska podjetja aktivno prizadevala skleniti vajeniške pogodbe z mladimi, a žal pogosto brez uspeha. Poznate ključne elemente uspešnega promoviranja vašega podjetja mladim?

## **1. Sistematično gradite svojo blagovno znamko delodajalca (znamčenje delodajalca – »employer branding«)**

V času številnih možnosti izbire in hitro spreminjajočem se poklicnem okolju močna blagovna znamka delodajalca ni več luksuz, temveč gre za enega izmed ključnih elementov pri uspešnem privabljanju dobrega kadra. Podjetja, ki znamčenje delodajalca razumejo kot nepogrešljiv del strategije zaposlovanja in na njem tudi sistematično delajo, so tista, ki so pri privabljanju novih kadrov (in posledično tudi vajencev) najuspešnejša. Ob tem velja opozoriti, da znamčenja delodajalca ni brez zadovoljnih zaposlenih. Ti so vaši najboljši ambasadorji, ki pričajo o dobrih delovnih pogojih, dobrih odnosih in priložnostih za osebni razvoj.

Pogosto pa je ena izmed največjih ovir, ki jo pri iskanju vajencev premagujejo podjetja, nizek ugled določenega deficitarnega poklica. Tako je smiselno, da podjetja skupaj z drugimi podjetji iz panoge in panožnimi združenji delajo tudi na spreminjanju javne podobe deficitarnih poklicev, delovnih pogojev in priložnosti, ki jih ta poklic ponuja.

## 2. Naučite se jezika mladih

Podjetja zelo uspešno prepoznajo in komunicirajo lastne potrebe, vendar pa je pri vzpostavljanju stika z najstniki, ki se prebijajo skozi proces srednješolskega izobraževanja, potreben nekoliko drugačen pristop. Zaposlitveni prijemi, ki se vam pri privabljanju novih zaposlenih sicer dobro obnesejo, pri vaših potencialnih vajencih zagotovo ne bodo delovali. Mladi imajo drugačne vrednote, prioritete, pa tudi strahove in dvome. Zato jih morate spoznati, prepoznati njihove potrebe in jih z vašo strategijo nagovoriti, odgovoriti na njihove dvome, se z njimi povezati. Se mladi bojijo, da bodo porinjeni v neprijazno okolje, kjer bodo prepuščeni sami sebi? Pokažite jim pozitivno vzdušje, mlade sodelavce in morebitne obstoječe vajence, s katerimi bodo sodelovali. Predstavite jim mentorje, ki jih bodo vodili in jim pomagali na njihovi poklicni poti. Ob tem bodite pozorni, da bodo ti mentorji prijazni in komunikativni, takšni, da se bodo mladi identificirali z njimi. Se vaši potencialni vajenci bojijo, da bodo z izbiro poklicnega izobraževanja in zgodnjo vključitvijo v delovni proces »obtičali«? Predstavite jim vse možnosti dodatnega izobraževanja in napredovanja, ki so jim na voljo v vašem podjetju.

## 3. Nagovorite starše

Starši imajo izjemno velik vpliv na izbiro smeri izobraževanja mladih. Ker seveda vsi starši svojim otrokom želijo le najboljše, jih želijo usmeriti v izobraževanje, ki jim bo dolgoročno omogočilo napredovanje, ustrezen prihodek in kakovostno življenje. Pogosto pa na priporočila staršev vpliva tudi nepoznavanje določenih panog in poklicev ter priložnosti, ki jih ponuja določena poklicna pot, pa tudi predsodki o tem, kako je videti delo v določeni industriji. Tako kot pri prejšnji točki je treba strahove in pričakovanja staršev prepoznati in nanje odgovoriti. Se starši bojijo, da bodo njihovi otroci izpostavljeni nezdravemu in nevarnemu okolju? Pokažite jim proces dela v vašem podjetju. Menijo, da bodo mladi ob vključitvi v delovni proces dolga leta obsojeni na eno samo delovno mesto brez možnosti napredovanja? Predstavite jim vse možnosti napredovanja in izobraževanja, ki jih imate na voljo za mlade zaposlene. Če je le mogoče, povabite starše in mlade v podjetje – organizirajte dan odprtih vrat podjetja ali kak drug družaben dogodek, kjer se lahko iz prve roke seznanijo z ekipo in delovnimi pogoji v podjetju.

## 4. Bodite tam, kjer so mladi

Mladi in njihovi starši so naši »kupci« – ko si podjetja prizadevajo privabiti nove vajence, jim pravzaprav poskušate »prodati« naše podjetje in prihodnost, ki jim je na voljo ob izbiri določenega poklica. Poleg tega, da razumete prioritete in potrebe mladih, morate vedeti tudi, s pomočjo katerih kanalov jim boste najlažje prenesli naša sporočila. Ali ste opravili domačo nalogo in prosta vajeniška mesta z vsemi informacijami o vajeništvu redno objavljate na spletni strani podjetja, partnerskih organizacij in šol? Ste

prisotni na ključnih družbenih omrežjih, ki jih uporabljajo mladi? Ali uporabljate medije, ki so jim blizu? Zmagovalne strategije za privabljanje vajencev ni brez sodobnih digitalnih komunikacijskih kanalov, zabavnih ter informativnih video in interaktivnih vsebin. Pri pripravi vsebin in komuniciranju naj vam bodo v pomoč obstoječi vajenci in mladi zaposleni – prikažite ekipo, delovni proces, delovni dan vajenca. Naj vajenci dogajanje v podjetju redno opisujejo v blogih ali v vlogih. Kje lahko v vašem podjetju svoje mesto najdejo dekleta? Pokažite priložnosti, ki se odpirajo tudi njim. Obenem ne pozabite niti na ključne medije, ki jih spremljajo mladi, in na priložnosti, ki vam jih nudi dober PR.

## 5. Načrtujte

Če ne načrtujete za uspeh, načrtujete neuspeh. Znani rek velja na številnih področjih, pa tudi pri privabljanju vajencev. Skrbno načrtujte različne aktivnosti in vsebine, njihovo izvedbo in distribucijo glede na ključne datume v letu. Kdaj potekajo vpisi mladih v srednješolske programe? Kdaj so informativni dnevi? Je potrebno za izvajanje vseh teh aktivnosti zagotoviti dodatna sredstva? Je potrebno sodelovanje med različnimi oddelki v podjetju? Kako dolgi so procesi odločanja? Katere novosti boste letos vključili v vaš načrt privabljanja vajencev? Boste organizirali nove dogodke ali svoja prizadevanja razširili na nove komunikacijske kanale? Vse to imejte pravočasno v mislih in načrtujte, tako da boste lahko vašo strategijo pravočasno izpeljali tako, da boste tudi dosegli želene rezultate.

V pomoč pri načrtovanju in izvajanju vaše zmagovalne strategije za privabljanje vajencev so tudi številne aktivnosti, ki jih izvajata Center RS za poklicno izobraževanje in Gospodarska zbornica Slovenije. V okviru teh lahko podjetja dobite številne informacije in orodja, ki so vam lahko v pomoč pri oblikovanju in izvajanju uspešne strategije privabljanja vajencev. Več informacij o programih in orodjih vam je na voljo na spletni strani <https://www.gzs.si/vajeništvo/>. **gg**

**Uporabljajte kanale, s pomočjo katerih boste najlažje prenesli vaša sporočila mladim.**

**Pravočasno načrtujte, da boste lahko zadeve ustrezno izpeljali in dosegli zelene rezultate.**

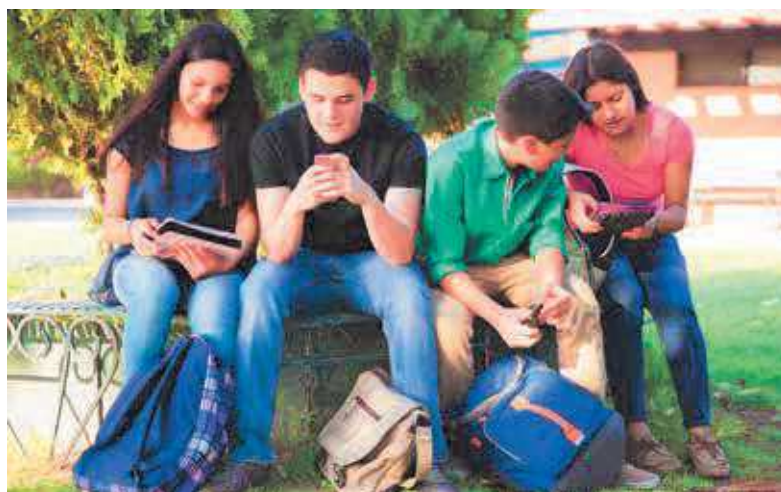


Foto: Depositphotos