

Наталья Каменская
Основатель и руководитель компании
«Домашняя История»

МИФЫ

И ПРАВДА

О ПОДБОРЕ ДОМАШНЕГО ПЕРСОНАЛА

Создание компании – результат того, что я по себе поняла, что нужно изменить в работе агентств, чтобы достичь наилучшего результата. Насколько хорошо это получилось, судить моим клиентам. Я – хозяйка большого дома и знаю процесс изнутри, большой процент моих заказчиков – люди моего ближнего круга, чей образ жизни, привычки и стандарты качества мне понятны – все это дает мне возможность лучше почувствовать, какой персонал мы ищем.



Вопросы, на которые должен ответить клиент, прежде чем подавать заявку в агентство.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Для чего конкретно вам нужен работник и какие функции он должен выполнять? Какой уровень квалификации вы от него ждете? Если от горничной вам нужно, чтобы она владела навыками ухода за сложным гардеробом, то не стоит рассчитывать, что она еще и успеет приготовить вам обед из трех блюд, причем для каждого члена семьи разный. Здесь явно нужен повар.

УСЛОВИЯ И ГОНОРАР

Вы ищете человека с проживанием или без? Ему предстоит работать индивидуально или в коллективе? Сколько часов

будет работать, как вы оплатите ему отпуск и больничный, как он будет питаться и какую зарплату вы можете предложить?

РОЛИ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

Обязательно нужно помнить, что как только мы себе берем работника, то становимся руководителем, а значит, от того, как четко мы поставим задачу, обозначим сроки ее выполнения, опишем критерии качественного результата, и будет зависеть тот самый результат, который мы получим впоследствии. Очень важно помнить, что персонал должен быть мотивирован на работу. И не только материально.

Миф 1. МЫ ПРОДАЕМ, ВЫ ПОКУПАЕТЕ, ПОЭТОМУ МЫ ПО РАЗНЫЕ СТОРОНЫ БАРРИКАД

Цель у нас одна – найти хорошего человека. Счастлив клиент – счастливы мы. Какой смысл приукрашивать в резюме профессиональные или личностные качества? Все же раскроется в работе.

Миф 2. БОЛЬШАЯ БАЗА КАНДИДАТОВ

У нас на сайте, к слову, тоже написано, что у нас большая база кандидатов. Потому что это работает! (смеется) Но база кандидатов – не винотека, где бутылка отличного вина содержится в правильных условиях и неспешно ждет своего покупателя. Хороший сотрудник быстро находит работу. База – это еще и черные списки. В общем, это опыт работы компании с кандидатами.

Миф 3. БУДЕТ ТАК, КАК Я СКАЗАЛА

Для многих это может оказаться холодным душем, но выбирают две стороны: кандидат должен захотеть у вас работать, а значит, ваша вакансия должна его заинтересовать и вдохновить.

Миф 4. ПО РЕКОМЕНДАЦИИ ДРУЗЕЙ ВСЕГДА ПРИХОДЯТ ХОРОШИЕ КАНДИДАТЫ

Разные люди, условия работы и требования. Проверено опытом – тот факт, что вашему лучшему другу подходил именно этот сотрудник, не означает, что вы тоже сработаетесь.

Миф 5. ЗАРПЛАТЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОДИНАКОВЫЕ

«У моих соседей водитель работает за 70 тысяч, а вы мне предлагаете за 90!» Вы не знаете, какие отношения связывают шофера с вашими соседями. Может, они помогли с лечением его мамы и он готов работать у них за любые деньги в знак благодарности? А может, он работает очень долго и готов пожертвовать индексацией зарплаты ради стабильности? Синица бывает милей журавля.

Миф 6. ПОИСК ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО АГЕНТСТВ ЭФФЕКТИВНЕЕ

Во-первых, это потеря вашего времени и сил. Во-вто-



ТОП-3

ТРЕНДОВ

Гувернеры-мужчины

Их пока очень мало, но они становятся все популярнее. Для дошкольников чаще всего в этой роли выступают носители языка: живые, позитивные и спортивные. Для детей от 7 до 15 лет чаще ищут, скорее, русскоговорящего педагога-наставника, который привьет навыки самостоятельности, дисциплины, организованности и работы на результат.



Самый востребованный возраст сотрудников на рынке домашнего персонала – от 35 до 45 лет. Эти работники, конечно же, при наличии у них хороших профессиональных навыков стоят дороже всего.

Разделение труда

Раньше домработница была просто «женщиной по хозяйству» и занималась примерно всем. Сейчас стандарты качества выросли и желаемый уровень сервиса может обеспечить только узкопрофильный сотрудник: горничная, специалист по гардеробу, повар.

Безопасность

По законодательству РФ рекрутер имеет право пользоваться только той информацией, которую кандидат сам о себе предоставил. Конечно, мы можем попросить, например, справку об отсутствии судимости, но она не даст информации обо «всех подвигах» кандидата. Поэтому мы стали предлагать нашим клиентам протестировать потенциальных работников на полиграфе (детекторе лжи). И хотя даже это не дает 100% гарантии, но можно выявить в прошлом случаи воровства, алкоголизм, наличие крупных кредитов и т. д. ☑

рых, у каждого агентства свой подход. Когда вы идете этим путем или делегируете задачу ассистенту, на вас сыпятся резюме, а вы начинаете работать рекрутером, по сути выполняя нашу работу. Просто работайте с теми, кому доверяете!

Миф 7. ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОТ КЛИЕНТА НЕ ВАЖНА

Без нее процесс поиска становится длительным и мучительным. Позиция «мне никто не подходит, ищите дальше» вынуждает нас снова и снова совершать те же ошибки, не зная, в чем они заключаются. Когда клиент находится в сотрудничестве, все случается быстро и все довольны. Вместе с тем очень важно, чтобы заказчик был профессиональные комментарии и от нас. Клиент часто рисует идеального кандидата. Например, няня – крепкий профессионал с английским языком, но при этом готовая заниматься уборкой и готовить, пока ребенок в школе. И срочно! Будьте готовы услышать, что такого не бывает.

Миф 8. ДОМАШНИЙ ПЕРСОНАЛ НЕ ДОЛЖЕН СТОИТЬ ДОРОГО

Мы часто слышим: «У меня главный специалист получает меньше, чем горничная, которую вы мне прислали». Во-первых, работать в качестве домашнего персонала совсем не просто. Во-вторых,

сравнивать бессмысленно – профессионалов в любой области мало и они знают себе цену. Если человек согласен работать за любые деньги, стоит насторожиться – скорее всего, «мерседес», продающийся по цене «жигули», либо ворованный, либо развалится, стоит свернуть за угол.

Миф 9. ПОДОБРАТЬ ДОМАШНИЙ ПЕРСОНАЛ ПРОЩЕ, ЧЕМ ОФИСНЫЙ

Все ровно наоборот. В офисе мы примеряем счастливое лицо и лучше чувствуем границы. Дома мы позволяем себе гораздо больше. Во-вторых, в офисе, как правило, работник выполняет стандартные задачи, а в доме персонал и швец, и жнец, и на дуде игрец – просьбы могут поступить самые разные. И самое важное: дома хочется максимального комфорта, а стало быть, здесь, как нигде, очень важно учесть психологическую совместимость с персоналом.

Миф 10. Я МОГУ ПО ФОТО ОПРЕДЕЛИТЬ, ПОДХОДИТ ЛИ МНЕ КАНДИДАТ

Фото в резюме нужно для того, чтобы показать, что у человека на месте оба глаза, нос, уши и рот (*смеется*), а не для того, чтобы произвести впечатление на работодателя. Люди имеют право быть нефотогеничными, обязателен личный контакт, в ходе которого кандидат понравится или нет. На себе много раз проверяла.