



Uforløst kompetanse

Mer enn hver femte arbeidstaker i Norge føler at han eller hun ikke får utnyttet all sin kompetanse og sitt potensial på jobben.

Størst er problemet i fylkeskommunene, innen pleie og omsorg. Det viser undersøkelsen European Employee Index, som er gjennomført av Ennova og HR Norge.

Årsaken til at det er så mange «skjulte talenter» og såpass mye utforløst potensial i den norske arbeidsstokken, ser ifølge HR Norge ut til å være manglende kom-

munikasjon – både fra virksomhetens side og fra medarbeideren selv. Eksempelvis har bare halvparten av de som føler at de ikke får utnyttet potensialet sitt hatt medarbeidersamtale det siste året. Til sammenligning har 66 prosent av dem som føler de har hatt en personlig utvikling som har vært bedre enn forventet hatt medarbeidersamtale.

Se de du har

Sjefkonsulent i Ennova, Henrik Gjesing Antvor, konkluderer med at det finnes flere talenter internt i virksomhetene enn virksomhetene selv er klar over. Hvis disse talentene ikke blir oppdaget, og får den oppmerksomhet de mener de fortjener, er risikoen at de blir borte eller setter ned tempoet.

HR Norges anbefaling

Rekrutterer via Facebook

NHO Reiseliv bruker nye kanaler for å rekruttere til reiselivsfagene.

AV ANITA MYKLEMYR
am@ukeavisen.no

– Vi må være der ungdommen er, sier Hilde Veum, rekrutteringsrådgiver i NHO Reiseliv.

Næringsorganisasjonen går nye informasjonsveier, og opprettet i mars en egen gruppe for reiselivshungrig ungdom i nettsamfunnet Facebook. De har også lagt ut filmsnutter på det populære filmt nettstedet YouTube (www.youtube.com). Begge deler i håp om å rekruttere flere kandidater til reiselivsfagene, både til videregående og høyere utdanning.

– Vi har sett en nedgang i søkerstallene til fagene i vår næring. Det er en utvikling vi jobber for å snu, og vi tester nå Facebook og YouTube som en del av en større rekrutteringsstrategi, sier Veum.

- Må prøves

NHO Reiseliv representerer over

2200 norske bedrifter innen reiseliv, servering, overnatting, opplevelser og annen reisevirksomhet. Bransjen merker konkurransen om arbeidskraften, og har for tiden stort behov for medarbeidere med relevant kompetanse. For å lokke folk til bransjen, har de lenge jobbet med messer, ulike typer informasjonsmateriell og kontakt med skoler, men det er første gang de supplerer med Facebook og YouTube.

– Dette er noe vi ønsket å prøve. Målgruppen vår er ungdom i alderen 15 til 22 år, en aldersgruppe som tilbringer mye tid på Internett. Det krever dessuten relativt lite ressurser, sier Veum.

Å opprette profiler og grupper på Facebook er gratis. Det koster heller ingenting å legge ut filmsnutter hos YouTube. Teknisk er det heller ikke veldig vanskelig, bare man får prøvd seg litt frem. Det man satser, er tiden det tar å legge ut og svare på informasjon.

«Reddende engel»

NHO Reiseliv har også to filmer ute på YouTube. I skrivende stund

hadde 584 personer sett fjorder og fjell, arbeidsdager på flyplasser og fornøyningsparker i filmen «Reiselivsmedarbeider – ta fagbrev».

«Resepsjonist – ta fagbrev» var sett av 249. De mest populære filmene på YouTube blir sett av flere hundre tusen mennesker, men Veum synes responsen er grei.

– Bortimot 600 har sett reiselivsfilmen. Hvis det gjør at vi får ti nye søkere til reiselivsfagene, er det verdt innsatsen, sier hun.

Brukere kan vanligvis kommentere og gi karakterer til filmene de ser på YouTube. Veum, som står som administrator for disse filmsuttene, valgte imidlertid å ta bort kommentarfeltene. Dette fordi det oppsto diskusjoner som ikke hadde noe med filmen å gjøre.

– Dette er informasjonsfilmer, så vi har valgt å la disse få stå alene.

På Facebook legger imidlertid Veum opp til mer aktivitet. Hun har opprettet «Reiseliv – jobb i verdens raskest voksende næring!»,

«Internett er lett tilgjengelig, og har mange muligheter som man som arbeidsgiver kan nyttiggjøre seg av.»

en åpen gruppe hvor 143 personer har meldt seg inn. På facebook siden ligger det bilder og film, og også lenker til nettstedet reiselivsutdanning.no og andre aktuelle nettsteder.

Veum følger også med på siden, og kommer med innspill til folk som måtte ha spørsmål/kommentarer i diskusjonsforumet. Flest henvendelser har hun imidlertid fått via e-postadressen som er oppgitt. Og her svarer hun privat.

– Jeg fikk en e-post fra en jente som virkelig ønsket seg inn i næringen, men som hadde møtt mange stengte dører. Hun skrev at hun håpet jeg var hennes «reddende engel», sier Veum, som sendte jenta konkrete tips om jobb- og utdanningsmuligheter.

Aktuelt for alle

Siden hvem som helst kan legge ut informasjon på Facebook og YouTube, er det nødvendigvis mye informasjon her. Innholdet er variabelt. Kvaliteten likeså. Det har vært advart om misbruk av informasjon lagt ut på Facebook, og nyhetens interesse er i ferd med å dabbe av blant tidligere brukere. Bruken er imidlertid fremdeles svært høy, og for bedrifter og næringsliv kan det være smart å følge med på hva som skjer i denne typen nettsamfunn.

Denne typen nettsteder er en mulighet til å legge ut informasjon slik man selv ønsker å formidle den. Det er dessuten en god jungletelegrafkanal. Ett medlem av en gruppe kan tipse sine venner, som



igjen tipser sitt vennenettverk. På kort tid kan man dermed få spredt informasjon til svært mange.

Å følge med på aktiviteten i egne og andres grupper kan være nyttig. Ser du eksempelvis at noen kritiserer hotellet ditt i grove ordelag, har du en sjanse til å gå inn og svare på kritikken. I stedet for å la kritikken ligge der ukommentert. Skulle du komme over grupper som diskuterer lønn og arbeidsforhold på din arbeidsplass på feilaktig grunnlag, kan du blande deg inn i diskusjonen. Misliker du innhold i innlegg som blir postet til din egen side, kan du som administrator fjerne dem.

Spør deg frem

Facebook og YouTube er unge jobbmarkeds plasser, men de blir brukt, og kan være verdt å utforske. Næringslivsledere er ikke blant de mest aktive på Facebook, men er du ikke inne selv, har du ganske sikkert noen i din umiddelbare nærhet som kan vise vei inn i nettsamfunnet. Det kan være greit å vite litt om hva dette er, selv om ikke du nødvendigvis selv tar jobben med å lage profiler.

– Spør en ansatt, eller en tenåring du kjenner, dersom du trenger hjelp, oppfordrer Hilde Veum.

– Internett er lett tilgjengelig, og har mange muligheter som man som arbeidsgiver kan nyttiggjøre seg av.



På NHO Reiselivs Facebook-sider får ungdom informasjon og kan stille spørsmål om utdannings- og karrieremuligheter.

er som følger: Se og følge opp de ansatte du allerede har. Før du skal ut i markedet for å rekruttere inn nye medarbeidere; undersøk hva slags kompetanse og uforløst potensial dine nåværende ansatte sitter inne med.

Undersøkelsen European Employee Index er gjennomført i Norge og over 20 andre land. I Norge har over 5000 respondenter deltatt.

Grip jobben

Et solid håndtrykk er en viktig del av et vellykket jobbintervju, skal man tro en gruppe akademikere ved University of Iowa. Faktisk kan håndtrykket være viktigere enn både antrekk og utseende.

Professor Greg Stewart, som står bak undersøkelsen, sier til Management-Issues.com til at man alltid har hørt at intervjuere gjør seg opp en formening om folk i

løpet av de to-tre første minuttene av et intervju.

– Våre funn viser at førsteinntrykket starter med et håndtrykk som setter tonen for resten av intervjuet, sier Stewart, som forklarer at håndtrykket er så viktig fordi det i løpet av de første minuttene av et intervju faktisk gir et lite glimt av hvordan personen er som individ.

Jobbsøkere har lært hvordan de skal oppføre seg, snakke, kle



seg og svare på spørsmål under et intervju, og dermed fremstår kandidatene som ganske like. Ifølge Stewart er håndtrykket noe som ofte fremstår som mer individuelt,

og dermed kommuniserer det antagelig noe som klær og utseende ikke forteller.

De personene som fikk høyest «score» på håndtrykk i studien, viste seg å være de som var mest utadvendte. De gjorde underveis godt inntrykk på intervjuerne fordi de kommuniserte lett gjennom småprat, øyekontakt og andre sosiale ferdigheter. Og håndtrykket? Det var fast, med sikre bevegelser, med øyekontakt som fast følge.



Hva har Oslo å by på? Flere og flere turister går på nettet for å finne informasjon om Aker Brygge, museer, hoteller og aktiviteter i hovedstaden, registrerer Tord Baklund i markedsføringselskapet VisitOslo.

Sommerjobb i Oslo

Markedsføringselskapet VisitOslo annonserte sommerjobber på Facebook og bruker også nettsamfunnet i kampanjer.

Sommerjobb? Lyst til å være turist i egen by? Markedsføringselskapet VisitOslo har tatt i bruk Facebook både for å annonsere ledige sommerjobber, og for å markedsføre reiselivsbedrifter og -tilbud i Oslo. Bookingansvarlig i VisitOslo, Tord Baklund, innrømmer imidlertid at responsen ikke har vært overveldende. Av 150 søkere, er det to som har nevnt at de så annonsen på Facebook.

– Vi har brukt Facebook som en kanal for å få spredt budskapet. I stedet for å ringe noen du kjenner, og be de tipse noen de kjenner, leg-

ger du annonsen ut på Facebook. Du informerer derigjennom dine venner, inkludert de som allerede jobber i organisasjonen, som igjen tipser sine kontakter. Det er gjort på fem minutter å opprette en gruppe, og det koster ingenting. Dermed er det verdt et forsøk, sier Baklund.

Kampanje

Det er til Internett nettbrukere går for å finne informasjon om reisemål, og det er her flere og flere bestiller reiser og opphold. For VisitOslo er det derfor viktig å ta i bruk ny teknologi og nye kanaler. Hovedkanalen for markedsføring og booking er nettstedet visitoslo.com, men de utforsker også Facebook.

– I forbindelse med arrangementet «Turist i egen by» laget vi helt ad hoc en liten Facebook-kampanje, forteller Tord Baklund.

Kampanjen var en invitasjon til et gratisarrangement i samarbeid med Oslo kommune. Målet var å vise Oslo-folk kjente og mindre kjente turiststeder og attraksjoner i Oslo. Av de Facebookerne som ble invitert, var det 291 som ikke ga tilbakemelding,

men hele 540 svarte aktivt på invitasjonen.

Andres grupper

I tillegg til å gjøre egne ting, følger VisitOslo med på andre grupper på Facebook.

– Det er interessant for oss å følge med på andre grupper på Facebook som handler om Oslo. Det er mange der ute som gjør en markedsføringsjobb helt gratis for oss, sier Baklund, som forteller at han og kollegene går aktivt inn og deltar i diskusjoner. Hvis de ser turister har hatt dårlige opplevelser i Oslo, kan de gå inn og spørre: Hva skjedde? De kan også forsøke også å korrigere inntrykk hvis de mener folk sitter igjen med feil oppfatninger.

– Det ligger mye useriøs informasjon på Facebook, svekker det kanalens verdi?

– Man skal ikke overvurdere verdien av Facebook. For mange er dette bare tidtrøytte, og om ett år er det kanskje noe annet som gjelder. Man må imidlertid følge med på det som skjer i de nye kanalene. Yngre folk gidder ikke å lese brosjyrer. De oppsøker nettsider, blogger og nettsamfunn som Facebook for å få vite hva andre synes, for eksempel om et reisemål. Derfor er viktig for oss å være til stede på disse arenaene.

«Vi har brukt Facebook som en kanal for å få spredt budskapet.»

LEDERVERKTØY

Facebook-tips

■ **Følg rettleidingene på www.facebook.com** for opprettelse av brukerkonto/grupper/arrangementer, steg for steg. Finn ut av mulighetene ved å prøve deg frem. Du kan enkelt laste opp bilder og film fra din egen datamaskin og legge det ut.

■ Hovedhensikten med nettsamfunnet er at folk kan dele informasjon med venner. For næringslivet og organisasjoner vil poenget være å **dele informasjon med**

relevante kontakter, og at kunder og andre kontakter, for eksempel i samme bransje, kan søke opp informasjon.

■ Legg ut **relevant og interessant informasjon** om organisasjonen, herunder bilder og film. Legg ut informasjon om åpne arrangementer etc. Legg inn henvisning til bedriftens hjemmeside og en e-postadresse som kontaktinformasjon.

■ Du kan **opprette grupper**, enten åpne grupper der hvem som helst kan melde seg inn eller lukkede grupper. Til disse gruppene kan du invitere personer: andre facebook-brukere eller folk du har e-postadressen til.

■ **Følg med på det som skjer** i diskusjonsforumet på siden din. Kom med konstruktive svar. Slett upassende innlegg. Det er mange som kun bruker Facebook som underholdning og tidtrøytte.

■ **Følg med i andre relevante grupper.** Finn ut om din bedrift diskuteres. Legg inn kommentarer på andres sider når det er relevant. Her har du en mulighet til å kommentere feil/misforståelser du måtte oppdage. Legg eventuelt igjen en peker til din egen internettside.

■ **Ikke overdyng andre brukere** med reklame og irrelevant informasjon. Det skaper bare irritasjon.

■ **Oppdater profilen jevnlig.**

■ Det går også an å **annonsere på Facebook**. Hvor gode visninger du får avhenger av hvor mye du er villig til å «by» for annonseplassen.

■ Vær oppmerksom på at når du oppretter en profil på Facebook, så skriver du samtidig under på at Facebook kan bruke det materialet du legger ut i andre sammenhenger, for eksempel i annonsering. **Les betingelsene.**

Kilder: Ukeavisen Ledelse, www.quicksprout.com, www.affordable-internet-marketing.com



Fakta om

facebook

■ Internettadresse: www.facebook.com

■ Nettsamfunn opp-

rinnelig laget for universitetsstudenter og -ansatte i USA. Har siden spredt seg til andre bruksområder.

■ Over 66 millioner brukere på verdensbasis. Over én million nordmenn har registrert seg.

■ Brukerne kan holde kontakt med venner og melde seg inn i temagrupper. Man kan legge inn tekst, bilder, film og lenker til Internettider etc.

■ Du kan opprette personlig profil og grupper. Under profilen kan du legge inn informasjon, nyheter, bilder, filmer. Det er åpent for diskusjoner. På «veggen» kan andre, og du selv, legge inn kommentarer. I åpne grupper kan hvem som helst melde seg inn, og invitere andre inn. I lukkede grupper må administrator godkjenne medlemmene.