



Halo halo, dzień dobry, tu Ola Budzyńska, Pani Swojego Czasu i podcast „Pani Swojego Czasu od kuchni”, czyli nagrania, w którym opowiadam, jak wygląda prowadzenie biznesu online od kuchni, od bebeczków, od środka, od rzeczy superfajnych po nie do końca fajne.

W dzisiejszym odcinku, odcinku numer siedemnaście, opowiem o rekrutacji do #ganguPSC, którą zaczęłyśmy dwa miesiące temu i niedawno skończyłyśmy. Wywołała sporo pytań i olbrzymie zainteresowanie, ponieważ rekrutacje do #ganguPSC przebiegają – powiedzmy sobie wprost – zupełnie inaczej niż standardowe rekrutacje. Lojalnie uprzedzam, że ten podcast będzie jednym z moich najdłuższych podcastów.

Oprócz zagadnień, które omówię, otrzymałam kosmiczną liczbę pytań. Niektóre wpisują się w treść podcastu, inne są zupełnie pobocznymi kwestiami.

Jakie były założenia tej rekrutacji? Jak w ogóle podchodzimy do rekrutacji? Dlaczego właśnie tak a nie inaczej? Co wyróżnia rekrutację do #ganguPSC i dlaczego śmiem twierdzić, że nasze rekrutacje są inne?

Zanim do tego przejdziemy, chciałabym podkreślić to, co zawsze podkreślam: treść moich podcastów bazuje na moim doświadczeniu. Nie mówię o tym, czego się nauczyłam i co przeczytałam, tylko o tym, co wynika z mojego doświadczenia w prowadzeniu Pani Swojego Czasu.

W wypadku rekrutacji jest to o tyle ważne, że nie jestem specjalistką od rekrutacji. Oczywiście w ramach swojego biznesu prowadzę rekrutację i w ramach wcześniejszych biznesów też prowadziłam, ale nie mam wykształcenia kierunkowego; nie jestem HR-ką, nie uczę tego i chciałabym wyraźnie zaznaczyć: nie zamierzam opowiadać, jak dobrze rekrutować, ani przekonywać Was, że mój sposób jest jedynym fajnym sposobem. Chcę Wam powiedzieć, jak u mnie wygląda rekrutacja i jakie mamy z niej korzyści. Bo nie prowadzę wymagającej rekrutacji dlatego, że mam taką fanaberię albo lubię dowalać sobie roboty, tylko dlatego, że taki sposób u nas się sprawdza.

Mam nadzieję, że z tego odcinka weźmiecie coś dla siebie bez względu na to, czy jesteście osobą rekrutującą do swojego biznesu, czy kimś, kto chce dla kogoś pracować. Z perspektywy osoby, która szuka pracownika, opowiem, czego wymagam, czego oczekuję, jak patrzę na zgłoszenia.

Po pierwsze nie jest to nasza pierwsza rekrutacja do #ganguPSC. Joanna, czyli nasza menedżerka projektów, została zrekrutowana w podobny sposób – również brała udział w rekrutacji trzyetapowej. Nie było wysyłania CV ani listów motywacyjnych, była jednak trudna i długa ankieta i było zadanie praktyczne. Otrzymałyśmy wtedy mnóstwo informacji zwrotnych od osób prowadzących własne biznesy, że wdrożyły u siebie podobny model. Zauważam to zresztą na rynku, dlatego w notatkach do podcastu znajdziecie link do artykułu, w którym opisałam poprzednią rekrutację.

Po drugie wśród właścicieli małych biznesów panuje przekonanie, że teraz bardzo trudno o pracownika. Gdy ogłaszają nabór, zgłasza się czterdzieści osób, z tego trzydzieści w ogóle się nie nadaje. Dramat i koszmar.

Moje doświadczenia są zupełnie inne. W ostatniej rekrutacji wzięło udział 1399 osób – tyle wypełniło ankietę, która zajmowała średnio dziewięćdziesiąt minut (bo zawierała same pytania otwarte). Nie mogę narzekać na brak dobrych kandydatek. Wręcz przeciwnie – miałyśmy problem z wyborem, ponieważ dwie kandydatki wydawały się równie fantastyczne.

Na początku dowiecie się, jak wyglądał proces rekrutacji od A do Z; nie tylko to, co było komunikowane na zewnątrz, czy to, co musiały wykonać osoby starające się o pracę u nas. Poznamie proces od momentu, w którym stwierdziłyśmy: „O rany, potrzebujemy dodatkowej osoby do zespołu!”, do momentu, w którym wybrałyśmy Boginię Cierpliwości.

Bogini Cierpliwości to nasza ksywa dla specjalistki do spraw obsługi klienta. Szukałyśmy kogoś, kto pod swoje opiekuńcze skrzydła weźmie nasze klientki i będzie obsługiwał wszelkie zapytania, wnioski, reklamacje, rekomendacje i zgłoszenia.



Dotychczas wszystkimi zadaniami związanymi z klientkami zajmowała się Justyna, czyli Moja Prawa Ręka. Jej obowiązki obejmowały komunikowanie się z klientkami: wysyłanie odpowiedzi, linków, adresów itp. Oprócz tego Justyna zajmowała się wszystkim tym, czym zajmują się wirtualne asystentki, czyli: ustawianiem webinarów, tworzeniem landingów i grafik, odpowiadaniem na pytania w grupach, ustawianiem newsletterów i mnóstwem drobnych rzeczy.

Gdy Pani Swojego Czasu zaczęła się rozrastać (a przychody za 2018 rok przekroczyły u nas 2 mln złotych, co oznacza naprawdę duży obrót), obsługa klientek stała się po prostu pracą na cały etat. Siłą rzeczy przestałyśmy się wyrabiać, zwłaszcza że w chwilach największego natężenia pracy (startujemy ze sprzedażą produktu, prowadzimy przedsprzedaż, sprzedajemy w jeden dzień tysiąc turkusowych planerów, przygotowujemy webinary) robiły się korki. Stwierdziłyśmy, że tak dalej być nie może, trzeba coś z tym zrobić, zatrudniamy kogoś!

Zastanowiłyśmy się, kogo chcemy zatrudnić i na jakie stanowisko, bo z jednej strony mamy sprawy systemowe, którymi zajmuje się Justyna, z drugiej – obsługę klienta, którą również Justyna ogarnia. Po przegadaniu całej sprawy doszłyśmy do wniosku, że szukamy kogoś, kto kompleksowo zajmie się naszymi klientkami: mejlowo i w social mediach (chodzi o obsługę naszych grup, bo przypominam, że sama grupa „Panie Swojego Czasu” liczy ponad 40 000 kobiet): akceptowanie zgłoszeń, moderowanie treści, moderowanie pytań. Wcześniej dzieliłyśmy się pracą (w poniedziałki ja działałam, w środy – Justyna, a w piątki – Joasia), ale zaczęło się to odbijać na innych naszych zadaniach. Uznałyśmy, że potrzebujemy kogoś, kto przejmie to wszystko.

Jak się okazało Justynę, którą zatrudniłam jako wirtualną asystentkę, mocno kręć kwestie techniczne; lubi rozgryzać systemy newsletterowe, webinarowe, landingowe i inne cuda. Postanowiłyśmy, że Justyna dostanie zupełnie samodzielne stanowisko, a obszar obsługi klienta oddelegujemy nowej osobie.

Przy okazji dokładnie zbadaliśmy zakresy naszych obowiązków. Bo przecież nowo zatrudniona osoba będzie potrzebowała informacji o tym, kto i za co odpowiada i z czym do kogo może się zgłaszać. Spisałyśmy zakres obowiązków nowej osoby i ustaliłyśmy, za co ma odpowiadać i jakie zadania wykonywać na co dzień. Określiłyśmy także sobie kompetencje takiej osoby, czyli co ma umieć, co już powinna wiedzieć i w jakich obszarach sprawnie się poruszać.

Nasze założenie było takie: szukamy osoby, która ma doświadczenie w obsłudze klienta. Dlaczego? Ponieważ nie mamy czasu na uczenie kogoś od podstaw. Mamy bardzo dobrze rozwinięty biznes, który szybko nam się kręci. Nie możemy pozwolić sobie na to, żeby zamknąć go na dwa miesiące biznes i wdrażać nową osobę. To po pierwsze.

Po drugie – szukamy długoterminowo.

Justyna pracuje ze mną od czterech lat, Joasia – od dwóch i pół roku. Naprawdę lubimy ze sobą pracować i lubimy to, że tak długo pracujemy razem. Szukałyśmy osoby, która również na dłużej zechce się z nami związać. A to oznaczało, że taka osoba lubi obsługę klienta.

Nie potrzebowałyśmy kogoś, kto chce się przekonać, czy obsługa klienta to jego bajka (a było sporo takich zgłoszeń). Potrzebowałyśmy kogoś, kto już się tym zajmował, kto wie, że to w cholere trudna robota, a jednocześnie lubi ją.

Ten trzeci element – lubienie kontaktu z klientem i wyjaśnianie sytuacji z klientem – był dla nas niesamowicie ważny, ponieważ... nikt w #ganguPSC tego nie lubi. Do obsługi klienta podchodzimy bardzo profesjonalnie, ale – szczególnie mnie i Justynę – niesamowicie wypala to emocjonalnie. Gdy po raz setny mam odpowiedzieć na ten sam mejl albo komentarz (na przykład czy będzie powtórka webinaru, podczas gdy od dwóch lat miesiąc w miesiąc informuję, że będzie), to zastanawiam się, czy mam strzelić w łeb sobie, czy rozwalić wszystko w pizdu.



Pani
Swojego
Czasu

ZARZĄDZANIE CZASEM DLA KOBIEC

Potrzebowałyśmy kogoś, kto ma absolutnie świętą cierpliwość. Kogoś, dla kogo to samo pytanie zadane po raz setny nie będzie żadnym problemem. Kogoś, kto odpowie z uśmiechem, że będzie powtórka webinaru, i z wielką chęcią zaprosi do obejrzenia. Kogoś, kto po takiej pracy (a jest to praca zdalna) nie będzie wyrąbany.

To kwestia pewnych kompetencji, pewnych talentów, których nie mamy, dlatego szukałyśmy osoby, która nas uzupełni.

Zanim ogłosiliśmy rekrutację, przygotowaliśmy kompetencje i zadania Bogini Cierpliwości.

W kolejnym etapie (o którym również jeszcze nikogo nie informowałyśmy) określiliśmy harmonogram. Ale tym razem za harmonogramem stało coś więcej: musiałyśmy tak zaplanować rekrutację do #ganguPSC, żeby zmieścić się z innymi projektami.

Nie mogłyśmy ogłosić rekrutacji w najgorętszym okresie sprzedaży. Jak wiecie, stosuję pewną zasadę: promuję wyłącznie jedno przedsięwzięcie jednocześnie. Skoro w styczniu promowałam wyzwanie #wymiatamzPSC o wyznaczaniu i realizowaniu celów, nie mogłam jednocześnie promować rekrutacji. Musiałyśmy dobrze zaplanować terminy, aby zazębiały się, ale nie nakładały na siebie.

Celowo wybrałyśmy gorący okres, czyli świąteczno-noworoczny. Wiedziałyśmy, że ten, kto nie podoła z obowiązkami przedświątecznymi, świętami, zakupami, na pewno nie podoła pracy u Pani Swojego Czasu. To był pierwszy sprawdzian.

Gdy stworzyłyśmy harmonogram, czyli co do dnia (a nawet godziny!) określiłyśmy, kiedy zaczynamy informować o rekrutacji, jaki jest dedlajn na wypełnienie ankiety, kiedy podziękujemy za wzięcie, kiedy przeczytamy ankiety (a nie spodziewałyśmy się aż 1399 zgłoszeń!), kiedy zaczniemy zapraszać do drugiego etapu, ile czasu przeznaczymy na drugi etap, kiedy odbędą się rozmowy z wybranymi dziewczynami, zabrałyśmy się do stworzenia ankiety.

Do zadania podeszłyśmy bardzo poważnie, co jest o tyle istotne, że w procesie rekrutacji do PSC nie ma CV ani listów motywacyjnych. Uważam, że CV niewiele mówi o człowieku, a list motywacyjny mówi jeszcze mniej. Oczywiście macie prawo się ze mną nie zgodzić.

Pamiętam czasy, gdy ubieganie się o pracę było sportem, który bardzo lubiłam. Lubiałam wysyłać CV, lubiałam chodzić na rozmowy, lubiałam wysłuchiwać durnych pytań i sprawiało mi to wielką radość. I pamiętam, że modyfikowałam CV w zależności od branży. Czasem aktualizowałam zdjęcie, ale nigdy nie pisałam od nowa życiorysu.

Większość ludzi tak robi; wysłanie CV jest dla nich jak wyciśnięcie pryszcza na nosie – banalnie proste: kilka rzeczy zmienię, pyk i wysyłam! Natomiast wypełnienie ankiety, o którą prosiłyśmy, jest zupełnie czymś innym.

Ankieta zawierała kilkanaście pytań otwartych. Sprawdzałyśmy, jaki był średni czas wypełnienia, ponieważ nasz system do ankiet pozwala na to. A średni czas wypełnienia tej ankiety wynosił właśnie 90 minut. Czyli ktoś musiał poświęcić półtorej godziny, żeby odpowiedzieć od A do Z! Nie było gotowców.

Jasne, że dla nas oznaczało to więcej roboty, bo przejrzanie CV z lakonicznymi punktami a przejrzanie ankiety, która zakłada dowolność wypowiedzi, to zupełnie inny nakład pracy. Ale my wolimy ankietę, bo konieczność jej wypełnienia odsiewa osoby, które myślały: „A, co mi szkodzi, wyślę CV mejlem i będzie! A nuż, widelec!”. I potem firmy dostają mnóstwo takich CV „a nuż, widelec”, które do niczego nie pasują. Osoby, które myślą: „Co? Mam odpowiedzieć na kilkanaście pytań? Mam siedzieć i odpowiadać? Chyba zdurniała!”, takiej ankiety nie wypełnią, a ja nie będę musiała brać pod uwagę ich zgłoszeń.

Długo zastanawiałyśmy się nad pytaniami i celami, które chcemy osiągnąć.

Dokładnie wiedziałyśmy, co chcemy uzyskać, gdy zadajemy dane pytanie. I nie chodziło nam o konkretne odpowiedzi, tylko o to, czego chcemy się dowiedzieć.



Gdy ankieta była gotowa, postawiliśmy stronę z rekrutacją (tak samo zrobiliśmy w trakcie rekrutacji na menedżerkę projektów). Nie korzystałyśmy z zewnętrznych źródeł rekrutacyjnych, czyli portali ani firm; jedynie na naszej stronie WWW można było wziąć udział w procesie. Link do strony również znajdziecie w notatkach do podcastu.

Na stronie zamieściliśmy informacje o tym, kogo szukamy i jak działamy jako #gangPSC (dla osób, które nas znają, jest już oczywiste, że pracujemy zdalnie, że każda z nas mieszka w innym mieście, że szukamy kogoś do zdalnej pracy). Jeśli ktoś słuchał podcastu o zarządzaniu zespołem zdalnym, to wie, jakie mam podejście do pracy, do zatrudniania, do motywowania ludzi, do wynagradzania pracowników. Zamieściliśmy też informacje o sposobie, w jaki się komunikujemy i spotykamy, oraz o tym – nigdy tego nie ukrywałam i nadal nie zamierzam ukrywać – że jestem wymagającą szefową. Były też informacje o marce Pani Swojego Czasu, gdyby jakimś cudem ktoś nie wiedział, do jakiej pracy się zgłasza (a sporo osób nie wiedziało, do kogo się zgłasza i czym w ogóle jest marka PSC). Były oczywiście informacje o tym, czym dana osoba będzie się zajmować, jakie wymagania przed nią stawiamy i jakie korzyści odniesie.

Wymagań było dokładnie szesnaście. „Aplikuj, jeśli...” – napisaliśmy. W notatkach do podcastu zobaczycie, że nie były one opcjonalne, lecz obowiązkowe.

Jednym z wymagań było doświadczenie w obsłudze klienta – to również różnie rozumiano, o czym Wam opowiem.

To, co wydaje mi się ważne w kontekście tej rekrutacji, to harmonogram, który zamieściliśmy na stronie. Doskonale rozumiem, jak frustrujące jest, gdy aplikujemy i w zasadzie nie wiemy, co dalej i jak długo mamy czekać. Uprzedziłyśmy, jaki jest harmonogram, i pokazałyśmy dokładnie jego punkty – od startu rekrutacji do momentu, w którym wybieramy Boginię Cierpliwości. Dla wszystkich było jasne, kiedy mogą spodziewać się mejli z informacjami o przejściu do drugiego etapu. Na stronie był również link do ankiety.

Rekrutacja składała się z trzech etapów.

Pierwszym etapem było wypełnienie ankiety. Potem czytałyśmy ankiety i wybierałyśmy kandydatów do drugiego etapu.

Drugim etapem było zadanie praktyczne. Wybrane przez nas osoby przechodziły do etapu trzeciego.

A etapem trzecim była zdalna rozmowa z nami, czyli #gangiemPSC (o to też nas pytano, czy konieczny będzie przyjazd do Krakowa; nie było takiej potrzeby, ponieważ pracujemy zdalnie i wystarczy, że zdalnie będziemy się dogadywać).

Jak wspominałam, pierwszym etapem było wypełnienie ankiety. Podkreślę jeszcze raz, bo to naprawdę dla mnie bardzo ważne: uważam, że CV zawiera mnóstwo zupełnie niepotrzebnych informacji i nie pozwala sprawdzić, czy ktoś będzie dobrze pracował.

Często mnie na przykład pytałyście, czy wymagamy określonego wykształcenia. Albo czy w trakcie rekrutacji zauważyłam różnice między pokoleniami X, Y i Z.

Prawda jest taka, że nie zauważyłam, ponieważ to mnie nie interesowało. Nie pytałam o wiek ani datę urodzenia. W sumie do tej pory nie wiem, ile lat ma Natalia, którą wybrałyśmy, i tak pi razy drzwi znam wiek dziewczyn z #ganguPSC. To jest dla mnie nieistotne.

Nie potrzebuję też znać stanu cywilnego osób, które do nas aplikują, ani ich wyglądu. Teoretycznie nie możemy oceniać po wyglądzie, ale w pierwszej lepszej grupie, w której dyskutuje się na temat CV, dużo miejsca poświęca się właśnie zdjęciu: jakie może być, jakiego nie może być, jak masz wyglądać, jak się ustawiać. Ja mam w dupie to, jak ktoś wygląda na zdjęciu, bo nie jest mi to w ogóle potrzebne do pracy.



Nie interesuje mnie również miejsce zamieszkania, ponieważ pracujemy zdalnie. Interesuje mnie wyłącznie to, czy ten ktoś ma dostęp do internetu (ale skoro był w stanie zdalnie wypełnić ankietę, to znaczy, że ma). Nie interesuje mnie to, czy ma męża, żonę i dzieci, chyba że chce mi o tym napisać w określonym kontekście (co zresztą się działo i o tym Wam opowiem).

Co ciekawe, nie interesuje mnie wykształcenie. Wiem, że jest to bardzo kontrowersyjne podejście. Doskonale zdaję sobie sprawę z tego, że są zawody, w których wykształcenie jest ważne. Ale w rekrutacji na naszą Boginię Cierpliwości, jak i zresztą wcześniejszej – na menedżerkę projektów – wykształcenie nie było istotne. To, jaki przedmiot ktoś studiował, nie spowoduje, że będzie dobry w obsłudze klienta (nie mówiąc o tym, że nie ma takiego kierunku studiów jak obsługa klienta). Nie trzeba mieć wykształcenia, żeby u mnie pracować. Mnie interesują kompetencje. Mnie interesuje to, co ktoś potrafi i jakim jest człowiekiem. To jest dla mnie najważniejsze. Papierki są dla mnie najmniej istotne – tym się kieruję i tym się kierowałam w rekrutacji. I dobrze na tym wyszłam.

Rekrutację rozpoczęliśmy 26 listopada.

26 listopada poinformowałyśmy, że szukamy osoby do #ganguPSC na stanowisko Bogini Cierpliwości, i zaczęłyśmy udostępniać linki do strony.

Początkowo planowałam wrzucić ogłoszenia do kilku zaprzyjaźnionych grup (nawet skontaktowałam się z dziewczynami, które je prowadzą), ale liczba zgłoszeń (w kilka godzin otrzymałyśmy 300 aplikacji, a po pierwszym dniu było ich 500) spowodowała, że stwierdziłam: „O mój Boże, skoro aplikacje zbieramy od 26 listopada do 10 grudnia, to zgłoszenia nas zasypią!”. Ograniczyłam się do poinformowania o rekrutacji w newsletterze, w grupie „Panie Swojego Czasu”, w grupie biznesowej „Biznes i blogowanie by PSC”, podczas #kawyzBudzyńską oraz na Instagramie, czyli w moich standardowych, można powiedzieć, środkach przekazu. Oczywiście podkreślałam, że jeśli znacie kogoś, kto się nadaje, to proszę o przekazanie informacji (i zgłosiło się kilka osób „bo koleżanka mi powiedziała” albo panów, którym żony kazały się zgłosić, więc potulnie to zrobili).

Od razu powiem, że nie czytałam na bieżąco ankiet, które wpływały, bo stwierdziłam, że wszystko mi się pomyli, zresztą potem i tak będę musiała ponownie je przeczytać. Czasami tylko sprawdzałam, kto aplikuje i ile mamy zgłoszeń.

10 grudnia o 23:59 spłynęło do nas dokładnie 1399 ankiet. Ankiet, które otrzymałyśmy choćby trzy minuty po terminie, w ogóle nie brałyśmy pod uwagę (na żadnym etapie nie brałyśmy pod uwagę czegokolwiek, co spłynęło po terminie).

11 grudnia zabrałam się do czytania. Początkowy plan był taki, że podzielimy się zgłoszeniami. Praktyka pokazała, że nie ma takiej możliwości – zbliżał się ostatni termin wysyłek przedświątecznych, w dodatku wprowadziłyśmy dużo nowych produktów i dziewczyny miały po uszy roboty z bieżącymi sprawami. Wiedziałam, że muszę przeczytać wszystkie ankiety – tutaj mój poziom kontroli był bardzo wysoki. Uznałam, że nie miałabym sumienia powiedzieć komuś, że nie przeszedł, jeżeli nawet nie widziałabym jego ankiety. Powiedziałam dziewczynom, że przeczytam wszystkie zgłoszenia, a jeśli wybiorę zbyt dużo albo zbyt mało osób, wtedy one wkroczą do akcji i będą mi pomagać.

Przeczytałam 1399 ankiet i do kolejnego etapu wybrałam 132 osoby (wśród potencjalnych kandydatów byli też mężczyźni). Część zgłoszeń (około 20) zaznaczyłam na różowo – to oznaczało, że te osoby przechodzą bez względu na to, czy moim dziewczynom się to podoba czy nie. Dyktatura pełną ręką.

Pozostałe osoby zaznaczyłam na zielono – z tej grupy dziewczyny miały wybrać swoich faworytów.

Plan był taki, żeby do drugiego etapu przeszło maksymalnie 50 osób. Ale nie zmieściłyśmy się w tej liczbie; przeszło 60 osób, ponieważ nie mogłyśmy się zdecydować i uważałyśmy, że każda z nich zasługuje na drugi etap.



ZARZĄDZANIE CZASEM DLA KOBIEC

Teraz to, co pewnie najbardziej Was interesuje, czyli co zdecydowało o naszym wyborze.

Na początek logistyczna kwestia, która wydała się nam oczywista, ale – jak się okazuje – nie dla wszystkich była: punktualność wypełnienia ankiety.

Otóż nie wszyscy wzięli sobie do serca fakt, że ankietę trzeba wypełnić w terminie (w końcu aplikują do Pani Swojego Czasu, która uczy zarządzania sobą w czasie). Tych, którzy mieli lekką obsuwę, oczywiście nie brałyśmy pod uwagę.

Druga kwestia: skoro zadałam sobie trud i stworzyłam ankietę z tyloma pytaniami, to nie było to moje widzimisię, tylko chciałam, aby na nie odpowiadano. Jeśli ktoś z powodów mi nieznanych nie odpowiedział na wszystkie pytania (a niektórzy nie odpowiadali, ale podawali powód), to również nie był brany pod uwagę (bo nawet jeśli zrobił to przez nieuwagę, to sorry, ale bierzesz udział w rekrutacji i zanim wyślesz swoje zgłoszenie, sprawdź je ze trzy razy).

Dobra, teraz przejdę do pytań z ankiety, żebyście wiedzieli, dlaczego niektóre osoby przeszły, a inne nie.

Pierwsze pytanie brzmiało: „Dlaczego chcesz tę pracę?”.

To było bardzo ważne pytanie, ponieważ szukałyśmy osoby z motywacją „do”, a nie z motywacją „od”. Jeśli znacie teorię motywacji, to wiecie, o co chodzi. A jeśli nie znacie, to już tłumaczę.

Motywacja „do” jest wtedy, gdy ciągnie mnie do czegoś, gdy chcę to robić, bo jest to fajne, bo jest to super, bo jest to ciekawe, bo to mnie interesuje i będę się w tym spełniać.

Natomiast motywacja „od” to motywacja, w której uciekam od czegoś, nie chcę czegoś robić, dlatego łapię coś nowego.

Na pytanie: „Dlaczego chcesz tę pracę?” padały takie odpowiedzi: „...bo to jest praca zdalna”, „...bo pracuję w korpo i już mi się nudzi”, „...bo chcę spróbować czegoś nowego” (czytaj: „...bo to, co robię, jest niezbyt ciekawe”), „...bo mam trójkę dzieci, a to jest praca zdalna i będę mogła pracować w domu”. Nie były one przez nas dobrze widziane.

Żeby było jasne i żebym została dobrze zrozumiana: dla mnie jest oczywiste, że ktoś ma dzieci, więc szuka pracy zdalnej. Dla mnie jest oczywiste, że ktoś może mieć dosyć korpo, więc szuka czegoś innego. Dla mnie jest oczywiste, że ktoś jest znudzony tym, co robi, więc szuka czegoś nowego. Ale niedopuszczalna jest dla mnie sytuacja, gdy stanowi to jedyną jego motywację.

Szukałyśmy kogoś, kto oprócz tego, że ma wszystkie kompetencje i spełnia wszystkie nasze oczekiwania, po prostu chce u nas pracować. I tyle. Bo wydaje się mu, że praca będzie ciekawa, bo #gangPSC uważa za ciekawą, bo to, co robimy, jest dla niego ciekawe. To było dla nas ważne i na to zwracałyśmy uwagę. Kombinacja powodów, dla których chcesz u nas pracować – okej. Ale wystąpienie tylko jednego czynnika („...bo mam dzieci”, „...bo praca zdalna będzie super) – nie, to nie było dla nas okej.

Za pomocą tego pytania sprawdzałyśmy również, jak wyobrażacie sobie tę pracę. Pojawiały się odpowiedzi w stylu: „...bo teraz wykonuję nudną i rutynową robotę, a to będzie takie superwyzwanie, taka superkreatywna praca i wow!”. No nie; prawda jest taka, że praca w obsłudze klienta nie jest superkreatywnym zajęciem. Wręcz przeciwnie – jest dosyć rutynowa, bo wykonujesz wiele powtarzalnych czynności: odpisujesz na podobne mejle, używasz tych samych zwrotów. Szukałyśmy osoby, która lubi tę przewidywalność i nie oczekuje codziennie fajerwerków.

Drugie pytanie brzmiało: „Dlaczego sądzisz, że jesteś idealny/idealna do tej pracy?”.

Byłam ciekawa, jak ludzie zareagują na słowa „idealny” i „idealna”. Część osób zareagowała tak, jak ja reaguję, czyli napisały, że nie ma ludzi idealnych i one też idealne nie są, ale spełniają określone oczekiwania. Chciałyśmy się dowiedzieć, jaki ktoś jest, co lubi robić, w jaki sposób działa,



jakie ma kompetencje. Nie chodziło nam o doświadczenie i zadania, które wykonywał, tylko tak po ludzku: co takiego sprawia, że nadaje się do tej pracy.

Trzecie pytanie było o to, jak bardzo znacie Panią Swojego Czasu jako markę.

Nie szukałam fanki, która będzie piszczła za każdym razem, gdy się ze mną kontaktuje, ale gdybym miała wybierać między dwiema osobami posiadającymi takie same kompetencje, z których jedna niczego nie wie o Pani Swojego Czasu (i którą musiałabym wszystkiego uczyć o produktach, podejściu i misji), a druga wie praktycznie wszystko na temat Pani Swojego Czasu i zna każdy produkt, jest dla mnie oczywiste, że zatrudniłabym osobę, która zna PSC. Miałybyśmy mniej roboty z wdrożeniem jej w naszą pracę.

Nie oczekiwałam wazeliny ani peanów na moją cześć, że wow, jestem super, kochacie mnie (a takie odpowiedzi też były, serio!). Oczekiwałam, że napiszesz, co o mnie wiesz, co wiesz o mojej marce. Przyznaję, że do szewskiej pasji doprowadzały mnie odpowiedzi: „Dobrze”, „Bardzo dobrze”, „Całkiem dobrze”. Bardzo przepraszam, ale na etapie rekrutacji nie chcę domyślać się pewnych rzeczy, tylko raczej dostawać informacje.

Według mnie ankieta na takie stanowisko jak obsługa klienta jest idealnym rozwiązaniem, ponieważ pokazuje, jaki jest twój styl pisania: czy jesteś lakoniczna, czy lubisz się rozpisywać, czy coś wyjaśniasz sama z siebie, niepoproszona. W późniejszym kontakcie z klientem tym bardziej jest istotne, czy jedynie odpowiadasz na pytanie, czy rozwijasz swoją wiadomość.

Kolejne pytanie dotyczyło doświadczenia w obsłudze klienta – tego elementu absolutnie wymagałyśmy.

Przyznam, że na tym pytaniu wiele osób poległo.

Niektóre nie miały doświadczenia w obsłudze klienta, a mimo to startowały. Strasznie mnie to złościło, bo marnowały mój czas. Wiem, że są fani strategii „wyślij, a nuż zobaczysz”, ale ja dostawałam białej gorączki. Poświęciłam mnóstwo czasu, żeby zapoznać się z ankietami i dowiedzieć się, że ktoś nie ma doświadczenia!

W ankietach też sporo się działo. Rozumiem, że to nie jest CV, ale żeby wrzucać totalny bełkot...?! Raz doświadczenie z 2006 roku, potem teraźniejszość, jeszcze potem powrót do 2008... W dodatku wymieszane, bez kropek, spacji, akapitów, punktów; po prostu burdel. „O ja pierdziu! – myślałam wtedy. – Jeśli tak będziesz klientkom odpisywać, to ja dziękuję bardzo za takie burdelissimo w mejlach!”. Chyba łatwiej i przyjemniej czyta się coś, co jest wypunktowane, prawda? Tym, którzy mi zarzucą, że „no ale to była ankieta”, odpowiem: „Tak, była ankieta, ale znalazły się dziewczyny, które uporządkowały swoją odpowiedź”. A my szukałyśmy zorganizowanej i uporządkowanej osoby. Sposób formatowania odpowiedzi również pokazywał nam podejście kandydata.

Kolejna ważna kwestia: to, że nie wymagam CV, nie znaczy, nie chcę poznać szczegółów na temat zatrudnienia i doświadczenia. Przecież po to pytam, jakie masz doświadczenie w obsłudze klienta, żebyś mi o nim opowiedziała! Komuś, kto pisał tylko: „Duże”, „Bardzo duże”, „Całkiem duże”, strzeliłabym patelnię w łeb, gdyby znalazł się wtedy obok mnie! W takich chwilach zamykałam komputer i brałam trzy głębokie wdechy.

Irytowało mnie też, gdy ktoś ogólnie opisywał swoje doświadczenie – nie podawał stanowiska, nazwy firmy ani okresu zatrudnienia.

Rozumiem, że to jest ankieta, ale mimo wszystko chcę zweryfikować doświadczenie. To rekrutacja jak każda inna, więc interesują mnie takie rzeczy i będę je sprawdzać! Zupełnie nie rozumiem, dlaczego niektóre osoby tego nie zamieszczały.

Było pytanie o doświadczenie w biznesie online (na stronie rekrutacyjnej napisałyśmy, że jest mile widziane). Do tej pory się zastanawiam, czy to nie był błąd (sądziłyśmy, że spłynie znacznie mniej zgłoszeń, ale otrzymałyśmy tyle, że znowu miałyśmy sytuację: dwie równie dobre kandydatki, każda



ma doświadczenie w obsłudze klienta, ale jedna ma doświadczenie w biznesie online, a druga go nie ma. Do ostatniego etapu przeszły również dziewczyny, które nie miały doświadczenia w biznesie online, więc nie był to decydujący czynnik).

Pytałyśmy o różnego rodzaju wyzwania i trudne sytuacje w obsłudze klienta. Interesowało nas, jak kandydaci postrzegają trudne sytuacje, jak podchodzą do wyzwań i z jakimi dotychczas się mierzyli. Cały czas pamiętałyśmy, że szukamy osoby, która lubi pracę z klientem.

Równie ważna była dla nas szczerość. Nie do końca wierzę, że istnieją osoby, które absolutnie żadnych sytuacji nie postrzegają jako wyzwań, bo gdy ludzie cię wyzywają, to zwyczajnie jest to trudne. Dlatego uśmiechałam się na takie myślenie oczu, że „wszystko jest fantastyczne nawet wtedy, gdy klientka pisze, że jestem totalnie do dupy”, że „dalej się uśmiecham i nic sobie z tego nie robię”. Z niedowierzaniem patrzyłam na takie odpowiedzi, ale nie były one kluczowe, więc spokojnie.

Ważne pytanie w ankiecie dotyczyło reakcji na negatywny komentarz. Gdzieś ktoś nazwał nasz planer „dziadostwem” i zamieściliśmy pytanie: „Jak odpowiesz?”.

Co brałyśmy pod uwagę? Przede wszystkim to, czy ktoś faktycznie odpowiada, czyli pisze: „Szanowna Pani...”, czy zaczyna: „Odpowiedziałabym, że...”. Interesowało mnie, co konkretnie odpowiesz i w jaki sposób to zrobisz. Nie interesował mnie opis tego, co byś odpowiedziała.

Wiele osób wybrało ironię, sarkazm, złośliwość, uszczypliwość i docinanie klientowi. Jak Kuba Bogu, tak Bóg Kubie, czyli: skoro napisałaś, że nasz planer to dziadostwo, to ja ci napiszę, że nikt cię nie zmusza do zakupu, że planery, których używasz, to dziadostwo, że inne planery na rynku to dziadostwo, że nasz jest najlepszy.

Od tych odpowiedzi włos się jeżył na głowie. Abstrahując od faktu, czy to klient, czy nie klient, czy to biznes, czy nie biznes, moje podejście jest takie: nie działa się na zasadzie „Jak Kuba Bogu, tak Bóg Kubie”. „Oko za oko, ząb za ząb” nie są moim stylem działania. Uważam, że takie podejście do niczego nie prowadzi – ani w biznesie, ani w społeczeństwie jako takim. To, że ktoś mi powie, że jestem debilką, nie oznacza, że mam mu odpowiedzieć, że jest jeszcze większym debilem. To tylko nakręca spiralę. Według mnie ludzie, którzy w taki sposób się zachowują i w taki sposób odpowiadają, zostali skrzywdzeni, są nieszczęśliwi, może za mało wyedukowani, może nie wiedzą, że da się inaczej. Mam taką misję, żeby do usranej śmierci pokazywać tym ludziom, że można inaczej. Odpowiadam grzecznie i miło. Gdy ktoś mi napisał: „Budzyńska, nie wciskaj nam kitów, że tak często jesteś zapraszana na wszystkie konferencje i spotkania. Pewnie siedzisz w domu i wpieprzasz chipsy, nikt cię nigdzie nie zaprasza, a ty robisz z siebie wielką panią”, odpisałam: „Droga Jolu, Tobie również życzę miłego wieczoru”. I tyle. (Aha, otrzymałam jeszcze odpowiedź w stylu: Pewnie skasujesz ten wpis, żeby nikt nie widział, że nikt cię nigdzie nie zaprasza”. Odpisałam tak, że pani sama skasowała swój wpis.)

Nie wyobrażam sobie tak pisać do ludzi, a co dopiero do kogoś, kto w jakikolwiek sposób się z nami kontaktuje. Ktoś, kto napisał: „Wasz planer to dziadostwo”, chociaż nie miał go w rękach, rozpowszechnia bzdury, ale to nie oznacza, że mam mu odpisać, że to inne planery są dziadostwem. Podsumowując: wszystkie złośliwe, ironiczne i sarkastyczne odpowiedzi od razu wylatywały.

To właśnie pytanie było decydujące; przesądzało o tym, czy ktoś przechodzi dalej. Bez względu na cokolwiek innego. Nawet jeśli miał fantastyczne doświadczenie w obsłudze klienta, nawet jeśli robił wcześniej cudowne rzeczy i wszystko nam pasowało, to nie chcę mieć w zespole kogoś, kto w pierwszym odruchu tak odpowiada na negatywny komentarz.

Jestem w stanie nauczyć wszystkiego: procedur, produktów, wykonywania zadań i obowiązków, ale nie zamierzam uczyć szacunku dla innych ludzi i asertywnej postawy wobec innych, czyli takiej, że „ja jestem OK i ty jesteś OK”. Tacy kandydaci byli eliminowani z dalszej rekrutacji.

Jakie jeszcze pytania zawierała ankieta i co brałyśmy pod uwagę?



Padło pytanie o zarobki, czyli: „Ile chcesz zarabiać netto?”.

Pytałyście, czy były widełki. Nie, nie było. Założyłam, że jeśli znajdziemy osobę, która wymiecie wszystkich, to zwyczajnie zgodzę na pensję, której oczekuje. I tyle.

Pytałyście, czy z powodu wysokości zarobków ktoś nie przechodził do dalszego etapu (czyli gdy w naszej opinii zażądał bardzo dużo). Nie, nie było tak. Zarobki w ogóle nie decydowały o przejściu do drugiego etapu.

Pytałyście też o rozpiętość. Powiem, że chyba nigdy nie widziałam takiego koncertu życzeń. Najniższe zarobki, których oczekiwała osoba biorąca udział w rekrutacji, wynosiły 0 zł (ktoś chciał pracować za darmo przez trzy miesiące, gdy będzie się uczył i sprawdzał, ale my nie szukałyśmy osoby, która chce się uczyć), a najwyższe zarobki – 15 000 zł netto.

15 000 zł netto to dla mnie zbyt duże zarobki na to stanowisko. Nie twierdzę, że to zbyt duże zarobki w ogóle i że nikt w #ganguPSC nigdy takich nie osiągnie. Ja na przykład obecnie takich nie mam. Pensja, którą sobie wypłacam (ponieważ w swojej firmie wypłacam sobie pensję), nie wynosi 15 000 zł. W tym momencie byłby to za wysoki poziom. Ale na szczęście dla nas osoba, która zażyczyła sobie 15 000 zł, nie przeszła dalej nie ze względu na oczekiwania finansowe, lecz ze względu na ankietę.

Tutaj też zaobserwowałyśmy ciekawe zjawisko: wysokość zarobków nie szła w parze z fenomenalnie wypełnionymi ankietami. Osoby, których nawet nie wzięłabym pod uwagę, oczekiwały bardzo dużych pensji. (A, przepraszam...! Pewien pan napisał, że chce zarabiać milion złotych, bo dlaczego nie...?)

Czysto informacyjnie zapytałyśmy o godziny pracy.

Pojawiło się również pytanie: „Co jeszcze powinnyśmy o Tobie wiedzieć?”. I to był wentyl, żeby o czymś opowiedzieć, czymś się pochwalić. Wiele osób z niego skorzystało. Przynajmniej z dumą, że wiele osób – nie tylko kobiet – pisało o różnych sytuacjach, uwarunkowaniach i czynnikach w swoim życiu. Kobiety pisały, że są w ciąży, że mają dzieci, że chorują na depresję, że mają trudną sytuację, że są w trakcie rozwodu; wskazywały różne czynniki osobiste.

Dlaczego o tym mówię? Nie oczekiwałam takich informacji, bo nie można ich oczekiwać ani pytać o nie na etapie rekrutacji. Poza tym nie bardzo mnie one interesują. Znam prywatne i zawodowe sytuacje dziewczyn, z którymi pracuję, bo lubimy się i rozmawiamy o naszym życiu, nie jest jednak tak, że oczekuję takich informacji. I nie miały one wpływu na rekrutację; odbierałam je jako wyraz zaufania do mnie i wyraz zaufania do naszego procesu rekrutacji.

Do drugiego etapu przeszło sporo osób, które właśnie były w takich sytuacjach. Potencjalny pracodawca mógłby je odrzucić i uznać, że się nie nadają; dla mnie w ogóle nie było to czynnikiem decydującym. Dobrze się czułam, że ktoś na tyle mi zaufa, żeby przekazać takie wiadomości.

Pytałyśmy również: „W jakim miejscu w internecie możemy Cię znaleźć? W jakich mediach społecznościowych?”.

Przyznam, że nad tym punktem również czasami głęboko wzdychałam, zwłaszcza gdy ktoś pisał: „Facebook”, „Instagram”, „LinkedIn”. No i super, tylko że Kaś Kowalskich jest pierdyliard. Jeśli oczekujesz, że będę Cię szukać, a potem zgadywać, którą z nich jesteś, bo przecież nie mam zdjęcia i nie mogę porównać, no to sorry, ale nie będę tego robić.

W kontekście mediów społecznościowych pytałyście, czy odrzucałyśmy kogoś, kto nie jest aktywny. Nie, nie miało to dla nas żadnego znaczenia. Nie miało znaczenia, czy ktoś jest aktywny, czy działa prywatnie, czy biznesowo; startowały do nas dziewczyny mające własne biznesy, prowadzące własne przedsięwzięcia, biznesy online, fundacje, kanały na YouTubie i profile na Instagramie, ale w ogóle nie miało dla nas znaczenia, jak bardzo się udzielają i czy w ogóle to robią.



Znaczenie miało dla nas, czy mają konta. Bo znowu: jeśli jest ktoś, kto w 100% spełnia wymagania i ma profile w mediach społecznościowych, i ktoś, kto spełnia wymagania, ale nie ma profili w mediach, to będzie musiał je założyć i wszystkiego uczyć się od podstaw.

Oczywiście sprawdzaliśmy konta w mediach społecznościowych, jeśli było to możliwe. Co sprawdzaliśmy? Głównie to, czy wartości kandydata są spójne z naszymi wartościami, czyli wartościami #ganguPSC.

Możecie się obruszyć: „Przecież to jest biznes, a to jest moje konto prywatne! To, co robię w pracy, to robię w pracy!”, ale umówmy się: jeśli prowadzisz biznes, a jednocześnie na koncie prywatnym robisz coś, co stoi w sprzeczności z tym biznesem, to dla mnie jest to niespójne. Nigdy nie zatrudnię takiej osoby, ponieważ nie byłabym w stanie z nią pracować. Możecie się z tym nie zgadzać, macie prawo mieć zupełnie inne zdanie na ten temat, ale to jest mój biznes i chcę dobrze się w nim czuć. I zdania nie zmienię.

Jak przebiegało czytanie ankiet i w jaki sposób przeczytałam aż 1399? Jakie błędy wyłapałam, czyli czego absolutnie nie powinno się robić na tym etapie rekrutacji?

Na przeczytanie 1399 ankiet miałam 11 dni (wychodzi około 128 ankiet dziennie, czyli całkiem sporo, a przypominam, że robiłam to sama).

Przez 11 dni wyłącznie czytałam ankiety. 11 dni roboczych poświęciłam na czytanie ankiet. Gdy ktoś mi zarzuca, że jego ankiecie nie poświęciłam wystarczającej ilości czasu lub że nie dostał informacji zwrotnej wraz z powodami odrzucenia, to wybaczenie, ale wybucham śmiechem. Może poświęcił godzinę, dwie godziny, trzy godziny na wypełnienie ankiety, ale ja poświęciłam 11 dni roboczych na przeczytanie wszystkich zgłoszeń (a mówię jedynie o pierwszym etapie). Zarzut, że ktoś poświęcił czas, a my nawet nie mamy czasu na coś tam, jest bezpodstawny.

Żeby widzieć, co czytam, narzuciłam sobie taki styl pracy: 20 minut czytałam, potem robiłam sobie przerwę, po przerwie znowu czytałam przez 20 minut i znowu robiłam przerwę. Po pewnym czasie te dwudziestominutowki skracałam do 10 minut, czyli 10 minut czytałam i robiłam przerwę (bo zauważyłam, że gdy próbuję czytać dłużej, wszystko mi się zlewa i już nie wiem, co czytam). Często robiłam przerwy, bo chciałam rzetelnie podejść do tematu. Gdy trafiałam na ankiety, które doprowadzały mnie do szewskiej pasji, od razu je odrzucałam.

Jakie błędy zaprzepaszczały szansę na przejście do kolejnego etapu?

Błędy, literówki, powtórzenia, brak słów, błędy interpunkcyjne i tak dalej. Nie było tak, że jeden błąd i wypad, nie czytamy dalej ankiety, bo zdaję sobie sprawę z tego, że każdy robi błędy. Ja, jak wiecie, też robię błędy, więc miałam większą cierpliwość. Jeżeli jednak błędy się powtarzały, nie przepuszczałyśmy ankiet. Bo jak ktoś, kto nie dba o to, co i jak pisze, będzie pisał mejle do naszych klientek?

Kolejna rzecz, która miała wpływ na wynik rekrutacji: ktoś nie zadał sobie trudu, żeby poznać Panią Swojego Czasu jako markę. Pisał: „Nie, nie znam Pani Swojego Czasu”. Albo: „Nie znam Pani Swojego Czasu, ale gdy przejdę do następnego etapu, to się dowiem”. Dziękuję, ale nie przejdiesz do następnego etapu.

Tutaj znowu odpowiadam na ewentualne zastrzeżenie: „No ale dlaczego ktoś ma poświęcać swój czas i swoją energię, żeby poznać markę, skoro nie wie, czy przejdzie?”. A dlaczego ja mam poświęcać czas i energię na rozmowę z kimś, kto nawet nie chce dowiedzieć się, kim i czym jest marka, w której chce pracować?! Błagam! Dla mnie jest oczywiste, że gdy starasz się o pracę, jak najwięcej dowiadujesz się o firmie, w której chcesz się zatrudnić. Inne wytłumaczenie nie przychodzi mi do głowy.



Były też odpowiedzi na odczepnego: „No, w sumie nie wiem”, nie mówiąc o takich, w których ktoś wprost pisał: „A co mi szkodzi, wystartuję!”, „Pomyślałam, że wystartuję, bo fajnie by było spróbować swoich sił”. Takich osób również nie chciałyśmy.

Brak doświadczenia albo – co mnie wkurzało – naciąganie doświadczenia. Jasne, pisałam, że wymagane jest doświadczenie w obsłudze klienta, ale gdy czytałam odpowiedzi: „Mam trójkę wymagających dzieci. Czy mogą być bardziej wymagający klienci niż dzieci?”, to znowu: patelnia, młotek, chęć mordy, trzy głębokie wdechy, dziękuję, nie przechodzisz dalej.

Im głębiej w las, tym bardziej irytowały mnie rozwlekłe odpowiedzi, takie lanie wody. Rozumiem, że skoro masz doświadczenie, to w ankiecie możesz popłynąć i naprawdę ciekawe rzeczy opisać. Uważam, że bzdurą jest ograniczanie CV do 3 stron; jeśli masz doświadczenie na 14 stron, to opisujesz je na 14 stronach i ja to przyjmuję, z chęcią przeczytam. Ale jeśli tworzysz elaborat i co drugie słowo wstawiasz albo uśmiechniętą buźkę (a uwierzcie, były takie zgłoszenia!), albo wykrzyknik, albo – nie daj Boże – trzy kropeczki (to też doprowadzało mnie do szewskiej pasji!), to... Wiem, skąd się wzięła taka maniera – z Instagrama. No ale, kurna, nie w trakcie rekrutacji! Patelnia, trzy wdechy i jedziemy dalej.

Niektóre rzeczy były miłe i uśmiechałam się na ich widok.

Poczucie humoru. Poczucie humoru zawsze jest u mnie dobrze widziane. Dzięki pewnym niuansom mogłam wywnioskować, jak dobrze ktoś zna Panią Swojego Czasu. Gdy w odpowiedzi na pytanie: „Dlaczego jesteś idealna na to stanowisko?” czytam o kompetencjach, a potem widzę dopisek: „No i mam cellulit”, od razu wiem, że jest to ktoś, kto zna Panią Swojego Czasu i wie, czego oczekiwać.

Szczerość. Bardzo dobrze przyjmowałam też szczerość.

Gdy ktoś napisał, że przed sformułowaniem odpowiedzi do klienta, którego wiadomość zahacza o prywatne sprawy, musi wziąć trzy głębokie oddechy i zastanowić się, jest to dla mnie bardzo dobra oznaka: ktoś jest szczerzy i po prostu ludzki.

No i przejrzystość. Doceniałam dbanie o przejrzystość zgłoszenia, doceniałam, że ktoś zadał sobie trud, aby odpowiedzi dobrze się czytało.

Przechodzimy do drugiego etapu. Przypominam, że 60 osób otrzymało informację, że przychodzą do etapu drugiego. Dodam, że po zakończeniu pierwszego etapu wysłałyśmy mejle z podziękowaniem za udział w rekrutacji i z informacją, że tego i tego dnia wyślemy wiadomości tylko do osób, które przeszły do kolejnego.

Ważne jest dla mnie, żeby osoby, które nie przechodzą dalej, nie czekały w nieskończoność na informację. Jednocześnie było dla mnie oczywiste, że nie jestem w stanie odpisać 1333 osobom, że nie przeszły, a tym bardziej udzielać szczegółowych informacji zwrotnych (nie mówiąc o tym, że niektórym po prostu nie chciałabym, bo ankietę zrobiły ją na odczepnego i nie zasługiwały na to, żeby poświęcać im czas).

60 osób dostało od nas mejl o treści: „Jo! przechodzisz do drugiego etapu i czeka Cię zadanie praktyczne”.

Zadanie praktyczne – to jest clou naszej rekrutacji.

„Jak sprawdzić, czy ktoś ma odpowiednie kompetencje? – pytałyście. – „Jak sprawdzić, czy ktoś faktycznie się nadaje i faktycznie umie?”.

Według mnie jedynym sensownym sposobem jest przetestowanie kompetencji. Jestem absolutnie przekonana, że w ramach każdej rekrutacji, którą będę prowadzić, trzeba będzie pokazać kompetencje i sposób, w jaki działasz.

Na czym polegało zadanie praktyczne? Zadaniem praktycznym był dokument PDF do uzupełnienia z opisem 36 sytuacji – mejli, komentarzy, komentarzy w mediach społecznościowych,



komentarzy w grupach, komentarzy pod artykułami na blogu – do których trzeba było się odnieść (odpowiedzieć klientowi albo jakoś zareagować). Te zadania w 100% były prawdziwe – to realne wiadomości, realne komentarze, realne sytuacje. Między innymi z tego powodu nie dostaniecie tego dokumentu do wglądu. To nasze robocze sprawy, którymi niekoniecznie chcemy się dzielić. Uwierzcie, że sporo firm idzie na łatwiznę. Wiedzą, że Budzyńska prowadzi rekrutację, więc zgłaszają się osoby prowadzące swoje małe biznesy i mówią tak: „Hej, Ola! Wiem, że prowadziłaś rekrutację i wybrałaś dziesięć osób. To są na pewno świetne osoby. Czy mogłabyś dać mi namiary? Wtedy nie będę musiała przeprowadzać własnej rekrutacji, tylko wybiorę sobie z tej dziesiątki superfajnych!“. Nie pokażę Wam tego dokumentu, ale opowiem, o co w nim chodziło, jakie odpowiedzi preferowałyśmy i czego oczekiwaliśmy.

To były zadania dotyczące pytań o webinary, przesyłki, reklamacje przesyłek, a także pytania z dupy wzięte, czyli o moje spodnie, moją bluzkę, kolor włosów, kolor szminki, fryzjera i tego typu rzeczy. To była krytyka, to był hejt, to były czysto logistyczne zawirowania z magazynem, to były problemy z wysyłką nie takiego towaru, jaki chciała klientka. 34 wiadomości otrzymane od klientek (mejle i komentarze) plus 2 pytania o strategię grup „Panie Swojego Czasu” oraz „Biznes i blogowanie by PS”, ponieważ nowo zatrudniona osoba będzie działała również w tych grupach.

Gdy wysłałyśmy zadania, jedna z osób odpisała: „Ojej, jak tego dużo!”. Gacie mi opadły! Pomyślałam, że skoro 36 zadań to dla kogoś dużo, to zdecydowanie nie nadaje się do tej roboty. 36 mejli jednego dnia to nic. To jak splunąć. To kropla w morzu mejli, które przychodzą na przykład po webinarze.

Kolejny odsiew: kto się nadaje, a kto się nie nadaje.

Przyznaję, że miałyśmy totalnie niecny plan wrzucenia tych osób na głęboką wodę i zalania ich różnymi mejlami w określonym czasie, ale po przemyśleniu stwierdziłyśmy, że logistycznie byłoby to niezwykle skomplikowane, a nam byłoby później trudno to ogarnąć, czyli zebrać odpowiedzi w jednym miejscu.

Zdecydowałyśmy się na plik PDF z zadaniami. Wysłałyśmy go do 60 osób (w tym 2 panów), odpowiedzi uzyskałyśmy od 43 osób (i żadnego pana; żaden pan nie wypełnił zadania praktycznego).

Co brałyśmy pod uwagę na tym etapie?

Oczywiście: znowu punktualność. Zadania odesłane po terminie nie były brane pod uwagę, nawet jeśli to było 5 minut po północy. Kilka osób napisało, że bardzo dziękują za tę rekrutację, ale z uwagi na okres przedświąteczny nie prześlą odpowiedzi; zbyt dużo mają na głowie i zwyczajnie nie dadzą rady, a tym samym wyraźnie widzą, że nie będą w stanie pracować.

Mejl z zadaniem praktycznym wysłałyśmy 27 grudnia, czyli zaraz po świętach. Na odpowiedzi czekałyśmy do 11 stycznia. Czyli zadania można było wypełniać w okresie świąteczno-noworocznym.

Jakie to były zadania i czego oczekiwaliśmy?

Było pytanie od klientki – a w zasadzie skarga – że kurier nie zostawił awizo, a ona nie może iść na pocztę i co ma zrobić.

Oczekiwaliśmy, że ktoś zrozumie sytuację klientki, zaoferuje pomoc, a jednocześnie nie weźmie na siebie winy. Nie możemy przecież skontaktować się z Poczta Polska i rozwiązywać jej problemów. Kurier to nie nasz pracownik, tylko Poczty Polskiej. Oczekiwaliśmy, że ktoś wczuje się w sytuację klientki i pomoże jej rozwiązać sytuację, zamiast pisać: „Proszę skontaktować się z pocztą”, kropka (a takie odpowiedzi również się pojawiły).

Były pytania o webinary, czyli: „A kiedy webinar?”, „A jaki webinar?”, „A dlaczego nie mogę dostać webinaru?”, „A kiedy powtórka?”, „Link nie działa” i tak dalej, i tak dalej.

Tutaj brałyśmy pod uwagę to, na ile ktoś zna nasze zasady i wie, że po webinarze udostępniamy powtórkę przez określony czas, a na ile ma podejście proaktywne, czyli napisze, że



„bezpłatnej powtórki już nie ma, ale zapisz się do newslettera, a dowiesz się o następnych webinarach”.

Było też niesamowicie ciekawe zadanie. W odpowiedzi na newsletter informujący o promocji na jeden z e-booków biznesowych (79 zł zamiast 99 zł) klientka z zagranicy napisała, że super, że jest taniej, ale ona poczeka, aż będzie drożej, bo mieszka za granicą i doskonale wie, że dla mnie to jest 20 zł, a dla niej to tylko kilka dolarów, które nie robią jej różnicy.

Dla nas było oczywiste, że na taką wiadomość trzeba odpowiedzieć: „Wow, Droga Klientko, ekstra, że chcesz kupić w normalnej!”. Przecież to jest klientka, która chce nas wesprzeć, która chce zapłacić więcej. Mimo to większość osób zupełnie inaczej zrozumiała tę wiadomość, a mianowicie uznały, że klientka skarży się, że jest za drogo. Wszystkie wiadomości w stylu: „No, jak się nie podoba, to trudno, tutaj merytoryka jest bardzo ważna i tyle jest warta” były od razu odrzucane.

Była też wiadomość: „Jaka cena kursu?”. Jeśli Wam się wydaje, że każdy klient pisze: „Dzień dobry, jestem zainteresowana takim i takim kursem, proszę o informację, jaka jest jego cena”, to się mylicie. Takich wiadomości dostajemy bardzo dużo: „W jakiej cenie planer?”, „Ile kosztują te naklejki?”. Nie wiemy, jaki planer, nie wiemy, jakie naklejki.

Tutaj sprawdzałyśmy, jak ktoś reaguje. Nie do końca chodziło nam o odpowiedzi typu: „Szanowna Pani, poproszę o informację, jaki kurs Panią interesuje. Z poważaniem, Zosia Kowalska”. Szukałyśmy osoby, która będzie proaktywna. Skoro klientka pyta o kurs, to znaczy, że jakiś kurs ma na myśli. No jasne, że pytanie zadane z dupy i nie wiadomo, o co chodzi, ale to jej prawo jako klientki. Preferowałyśmy odpowiedzi w stylu: „Niestety – nie wiem, o jaki kurs Pani chodzi, ale jeśli interesuje Panią kurs »Zrób to dziś«, to kosztuje tyle i tyle. Więcej informacji znajdzie Pani tu i tu. Jeśli interesuje Panią »Kurs na cel«, to kosztuje tyle i tyle i więcej informacji znajdzie Pani tu i tu. A jeśli chodzi Pani o kurs »Mama ma czas«, to kosztuje tyle i tyle i więcej informacji znajdzie Pani tu i tu. Informacje o wszystkich naszych kursach znajdują się tutaj”. Niektóre osoby tak właśnie odpowiadały, czyli podawały opis kursów, ceny, a nawet wklejały linki.

Kolejne zadanie, czyli pytanie klientki: „Jak wygląda ścianer?”. Krótkie i konkretne.

Tutaj również sprawdzałyśmy, jak ktoś podejrze do tematu. Pojawiły się odpowiedzi: „Tutaj jest link do ścianera, zobacz se Pani” (oczywiście nie: „zobacz se Pani”, tylko: „tutaj ma Pani link”) i tyle, nic więcej. Inne dziewczyny opisywały, że „ścianer to narzędzie takie, takie i takie, wygląda tak, tak, tak i tak, umożliwia to, to i to, kosztuje tyle i tutaj jest link, zapraszam”. Zwracałyśmy uwagę, czy ktoś zaprasza do ponownego kontaktu, czyli pisze: „Gdyby miała Pani jeszcze jakieś pytania, to zapraszam, z chęcią odpowiem”. Dla nas jest to ważne.

To, co było dla nas równie ważne na tym etapie, to znajomość naszych produktów. Wybaczcie, ale jeśli z 1399 osób dostało się 60, to te, które nie zadały sobie trudu, aby na tym etapie (który przecież zahaczał o nasze produkty) pójść do naszego sklepu i napisać prawdę, nie miał szans przejść dalej. Gdy na pytanie o ścianer ktoś odpisywał: „Nasz planer roczny wygląda tak, tak, tak i tak”, to... patelnia i trzy głębokie wdechy!

Brałyśmy pod uwagę, czy na tym etapie ktoś zrobi coś ekstra: sam z siebie przygotowuje tabelkę albo formularz. Brałyśmy pod uwagę, jak sobie poradzi z trudnymi sytuacjami (na przykład klientka zapłaciła za zamówienie, ale okazało się, że z powodu błędu w systemie produkty nie są już dostępne). Jak wybrnie nie tylko z braku produktów, lecz także sprzedażowo załatwi sprawę. Czy przeczytam: „Tutaj napisałabym klientce, że może coś tam albo nie może czegoś tam”, czy może: „Droga Zofio...” – wraz z treścią wiadomości do klientki. Oczywiście preferowałyśmy tę drugą formę.

Nie wszystkie mejle zaczynały się od „Dzień dobry” i kończyły „Pozdrawiam” albo „Cześć” i podpisem. Było to dla mnie dziwne, bo myślałam, że wszyscy tak robią. Brałyśmy to pod uwagę, podobnie jak złośliwości, przytyki, sarkazm i ironię, które od razu odrzucałyśmy.



W drugim etapie było znacznie więcej trudnych sytuacji i komentarzy zawierających czysty hejt. Jeśli ktoś również reagował hejtem albo ironią i przytykami, nie puszczałyśmy go dalej.

Na tym etapie mocno interesował nas ton odpowiedzi, co obiektywnie trudno zmierzyć. Mejle musiały być profesjonalne, wyważone, kompetentne i zawierać 100% informacji, ale także być miłe, przyjazne i kulturalne. Musiałyśmy czuć, że kandydatkom zależy na klientach.

To są niuanse, które czasem trudno wychwycić. Było kilka osób, do których w zasadzie nie dało się przyczepić. Pełen profesjonalizm, wszystkie informacje przekazane, ale w odpowiedziach czułam chłód i nic więcej. A ja nie jestem korporacją, w której liczy się wyłącznie profesjonalizm.

Podam Wam przykład. Gdy wprowadzono mnie w błąd i na naprawę komputera czekałam dłużej, niż powinnam czekać, pisałam do obsługi klienta. Dostawałam bardzo miłe, bardzo profesjonalne mejle; generalnie bardzo profesjonalnie dawano mi do zrozumienia, żebym spadała na drzewo. Nie miałam do czego się przyczepić, ale wyraźnie czułam, że głęboko w dupie mają mój problem i powtarzają wyświechtane formułki.

U siebie czegoś takiego nie chcę robić. Dlatego od kandydatek oczekiwałam zrozumienia, ciepła, miłości i chciałam, aby były miłe dla klientek.

Czytałyśmy 43 odesłane zadania praktyczne. Każda z #ganguPSC miała wytypować 10 osób. Ostatecznie ja wybrałam 9 osób, a Asia i Justyna po 7.

Co ciekawe, większość tych osób się powtarzała: każda z nas wybrała te same 3 dziewczyny, czyli 3 kandydatki otrzymały 100% naszych głosów. Jedną z nich jest Natalia, którą zaprosiłyśmy do pracy. Pozostałe dziewczyny otrzymały po 3 albo 2 głosy, chyba jedna otrzymała tylko 1 głos.

Ostatnim etapem były rozmowy na Skypie, na które umówiłyśmy się bardzo szybko, bo w zasadzie wkrótce po wysłaniu informacji do dziewczyn.

Umawiałyśmy się przez Doodle: ustawiliśmy tabelkę, żeby dziewczyny zaznaczyły swoje terminy i godziny. Ustaliłyśmy, że wszystkie uczestniczymy w tych rozmowach (zaraz dowiecie się dlaczego), dlatego rozłożyłyśmy je na kilka dni.

Do rozmów również solidnie się przygotowałyśmy. Przeanalizowałyśmy ponownie ankiety i wypisałyśmy pytania dotyczące zadań. Oprócz tego zadawałyśmy pytania uniwersalne związane z tym, jak pracują i jak podchodzą do pracy (na przykład jak sobie wyobrażają swoją pracę i współpracę z nami, czyli jakby ta praca i współpraca musiałyby wyglądać, żeby nam się dobrze współpracowało i żeby im dobrze się pracowało z klientkami).

Bardzo zależy mi na tym, żeby osoby pracujące u Pani Swojego Czasu aktywnie budowały swoje stanowisko pracy. Gdy coś nie działa, gdy coś się kwasi, mają na przykład mnie poinformować, że zrobiłam coś źle, że coś im się nie podoba. Oczekuję, że będą wprost mówić, co im nie pasuje, co chcą zmienić. Dlatego pisałam, że szukamy osób asertywnych.

Pytałyśmy też, które z zadań sprawiły im łatwość, a które były trudne i stanowiły wyzwanie. Każdej kandydatce udzieliłyśmy też miniinformacji zwrotnej na temat wykonania zadania praktycznego. Pytałyśmy o kwestie logistyczne, czyli godziny pracy i zakres obowiązków.

Osoby, które prowadzą własny biznes, jakieś przedsięwzięcie, fundację czy cokolwiek innego, pytałyśmy o to, jak zamierzają pogodzić jedno z drugim.

Natalia, którą ostatecznie wybrałyśmy, jest edukatorką seksualną i prowadzi kanał na YouTube. Jak mówiłam na początku, obsługa klienta jest w zasadzie pełnoetatowym zajęciem w #ganguPSC. Było dla nas oczywiste, że w trzecim etapie spotkamy się wszystkie z poszczególnymi kandydatkami.

Pierwszy powód jest merytoryczny: osoba zajmująca się obsługą klienta jest takim trochę spoiwem: będzie kontaktowała się z każdą z nas, żeby dobrze obsłużyć klienta. Dlatego każda z nas



musiała mieć pewność, że będziemy nadawać na tych samych falach i że każdej z nas to pasuje. Ponadto każda z nas na obsługę klienta patrzy z nieco innej perspektywy.

Joanna, nasza menedżerka projektów, jest w kontakcie z magazynem. Bardzo dobrze zna dziewczyny, które tam pracują, oraz procedury magazynowe. Justyna do tej pory zajmowała się obsługą klienta i odpowiadała na mejle. Często podkreślała, że nie odda swoich klientek – tak o nich mówiła – w niekompetentne ręce. Musi mieć absolutną pewność, że dziewczyny idą w dobre ręce. Ja patrzyłam z perspektywy niuansów – znam siebie i wiem, jak bardzo jestem niecierpliwa w obsłudze klienta i jak bardzo wkurzają mnie pewne sytuacje (tak, patelnia i trzy wdechy). Szukałam kogoś, kto nie ma tych cech.

Drugi powód jest taki, że Pani swojego Czasu nie jest korporacją i pewnie nigdy nie będzie. Pracowałam dla korporacji i z korporacjami i wiem, że często się w nich mówi: „ludzie nie muszą się lubić, ale muszą się szanować”. Szefowie także powtarzają: „nie musisz mnie lubić, ale musisz mnie szanować”. Nie jesteśmy korporacją i nie musimy działać jak korporacja.

U nas działa zasada, że musimy się szanować i lubić. Ponieważ nie jestem w stanie nikogo zmusić, żeby mnie lubił (i nie mam zamiaru tego robić), potrzebuję zrekrutować kogoś, z kim dobrze się czuję i kogo polubię.

Jako #gangPSC spotykamy się na cotygodniowych spotkaniach – oczywiście zdalnie – i nie jest tak, że tylko odhaczamy zadania. Rozmawiamy ze sobą i opowiadamy, co u nas słychać, co się dzieje. Lubimy to. Lubimy to, że siebie znamy, i lubimy to, że lubimy siebie. Tak naprawdę praca zdalna jest wymagająca i trudna, bo czasami trudno budować ducha zespołu, ale jestem przekonana, że #gangPSC, chociaż nie pracujemy obok siebie, ma tego ducha. Gdy organizujemy spotkanie (w zeszłym roku byliśmy w Mielnie, a w tym roku – uwaga! – lecimy na cały tydzień na Sycylię!), to wiemy, że będziemy pracować, ale i spędzać ze sobą czas. Bo lubimy się i chcemy spędzać razem czas.

Pytałyście, czy w trzecim etapie sprawdzaliśmy tylko kompetencje i merytoryczne kwestie, czy też słuchałyśmy intuicji, szóstego zmysłu i czułyśmy chemię. Jak najbardziej słuchałyśmy i nie zamierzam się tego wypierać! Osobiście sprawdzałam, czy z daną osobą dobrze się czuję, czy swobodnie czuję się w jej towarzystwie, czy zechcę spotykać się z nią co tydzień i czy ona równie swobodnie czuje się w moim towarzystwie.

Na tym etapie nie miałyśmy wątpliwości, że pod względem merytorycznym nadaje się każda z kandydatek, że każda z nich jest świetna w tym, co robi, dlatego szukałyśmy osoby, która będzie do nas pasować.

Przy niektórych odpowiedziach zapalała się nam żarówka. Bo wiecie, pisanie to jedno, możesz coś zmieniać 16 razy i my tego nie zobaczymy, a podczas luźnej rozmowy wyskakiwały sytuacje, które nas niepokoiły.

Na przykład pisałyśmy wyraźnie, że osoba, której szukamy, musi być zorganizowana. Często chodzi o układanie różnych zadań i realizowanie pewnych elementów krok po kroku, nie wspominając o procedurach. Tymczasem w trakcie rozmowy słyszemy, że ktoś ma bałagan w dokumentach i od trzech miesięcy nie orientuje się, co w nich jest. Albo że nie jest w stanie powiedzieć, ile czasu może nam poświęcić. Albo że nie wie za bardzo, co z jego planami w odniesieniu do uruchomionego przedsięwzięcia czy biznesu. Albo że nie za bardzo nam chce powiedzieć. Albo że ma dosyć swoich klientów, jest zmęczony dziwnymi pytaniami, więc chce z nami pracować. No to jak? Będzie miał takie samo podejście do naszych klientek? Nie, to w ogóle nie wchodzi w grę. Albo że oczekuje kreatywnej pracy i nie może doczekać codziennych wyzwań, choć w obsłudze klienta nie jest, że codziennie dzieje się coś nowego.

Na koniec powiem Wam coś śmiesznego.



ZARZĄDZANIE CZASEM DLA KOBIEC

Gdy z #gangiemPSC wybrałyśmy się do Mielna, spałyśmy w takich domkach oszklonych z trzech stron. Jedna z nas nie zauważyła szyby; chciała wyjść z domku i po prostu gruchnęła, aż się domek zatrzęsął (a domek stał na wodzie). Gdy to zobaczyłyśmy, posikałyśmy się ze śmiechu.

Dlaczego o tym mówię? W czasie rozmów z dziewczynami starałyśmy się wyczuć, czy też będą umierać ze śmiechu w podobnych sytuacjach. Bo chciałybyśmy, żeby tak było. Dla nas jest ważne to, że razem pracujemy, lubimy się, rozumiemy, mamy podobne wartości i podobne przekonania, co nie zmienia faktu, że ten ktoś, zanim go sprawdzimy, będzie miał wszystkie kompetencje i spełni wszystkie nasze oczekiwania.

Natalia, która zatrudniłyśmy jako Boginię Cierpliwości, spełniła nasze oczekiwania. Dodam, że w kolejce czekają dwie kandydatki; jeżeli wszystko będzie szło w takim kierunku, w jakim chcę, żeby szło, dziewczynę, która deptała Natalii po piętach, prawdopodobnie również zatrudnimy.

To tyle. Nagadałam się straszliwie. Nie zdążyłam przeczytać ani jednego pytania z tych, które zadałyście. Może nagram osobny podcast. Gdybyście miały jeszcze jakieś pytania w sprawie tej rekrutacji, śmiało wrzucajcie je w komentarzach pod podcastem.

Jeśli uważacie, że ten odcinek był ciekawy i przydatny, podzielcie się nim. A jeśli startujecie w rekrutacjach albo je prowadzicie, to mam nadzieję, że wykorzystacie elementy, o których opowiedziałam.

Ja już uciekam. Trzymajcie się i do usłyszenia wkrótce!