

STARUP NHẬT THU HÚT NHÂN TÀI BẰNG VIỆC LÀM LẠ LÙNG

Để có thể làm việc tại công ty, thực tập sinh phải trải qua một chuyến đi câu cá trong chương trình thực tập tại CyberBuzz.

Đối với các công ty khởi nghiệp (startup), việc tìm kiếm nhân tài trẻ tuổi nhiều khi khá khó khăn. Do vậy, hãng marketing trực tuyến CyberBuzz của Nhật đã nảy ra ý tưởng “kết nối” với các ứng viên tiềm năng trước khi họ bị các công ty lớn hơn chiêu mộ.

Theo Nikkei, vào sáng sớm một ngày tháng 11 năm ngoái, ba sinh viên thực tập tới ga Motomachi-Chukagai ở Yokohama, phía Nam Tokyo. Sau đó, họ lên con tàu đậu ở một bến cảng gần đó, khởi hành chuyến câu cá trên vịnh Tokyo. Dẫn đầu chuyến đi này là Giám đốc điều hành (CEO) của CyberBuzz - Akinori Takamura.

Chuyến đi câu cá này là một phần trong chương trình thực tập 2 ngày với khẩu hiệu: “Đã ngoại cùng CEO” của CyberBuzz. Công ty này cho biết việc dành thời gian hoạt động bên ngoài với ông chủ giúp các sinh viên biết được quan điểm và cách ông ấy sử dụng thời gian. Chuyến đi cũng giúp họ hiểu sâu sắc hơn về công ty và mong muốn làm việc gắn bó hơn với CyberBuzz.

“Khi nói chuyện với CEO, tôi nhận thấy ông ấy suy nghĩ rất nhiều về mỗi nhân viên của mình”, một trong ba sinh viên chia sẻ.

Tại Nhật Bản, việc chiêu mộ các ứng viên tốt nghiệp đại học được coi là “cuộc chiến” mà ở đó các công ty nhỏ và vừa ngày càng gặp khó, đặc biệt là thu hút các ứng viên giỏi. Có một cách để tránh phải “đụng độ” với các công ty lớn và nổi tiếng là bắt đầu thu hút sinh viên chuẩn bị tốt nghiệp trước tháng 6. Đây là thời điểm đa số các công ty lớn bắt đầu phỏng vấn tuyển người.

Nhiều công ty nhỏ còn đưa ra những hứa hẹn về đãi ngộ đối với những sinh viên hàng đầu. Tuy nhiên, những ứng viên tiềm năng đó vẫn có thể bỏ đi nếu nhận được lời mời hấp dẫn hơn từ các công ty lớn. Tuy vậy, “việc đưa ra

những hứa hẹn như vậy với ứng viên vẫn rất quan trọng để thu hút nhân tài”, Hideki Ogawara, phụ trách tuyển dụng của CyberBuzz cho biết. Ông cũng nói thêm rằng “đề được họ lựa chọn, điều quan trọng là các công ty phải biết 'kết nối' với họ trên danh nghĩa cá nhân chứ không phải danh nghĩa công ty”.

Takamura, Ogawara cùng các cộng sự tại CyberBuzz đã nảy ra ý tưởng giúp tăng tương tác của ứng viên với các nhân viên công ty. Họ xem xét các hoạt động yêu thích của CEO Takamura ngoài công việc như câu cá, leo núi, lướt sóng... và cho rằng đây là cách thú vị để CEO kết nối với các sinh viên trong chương trình thực tập 2 ngày. Trong ngày còn lại của chương trình, họ sẽ làm việc với CEO tại văn phòng của công ty. “Thông qua chương trình này, chúng tôi cũng biết được tính cách của các ứng viên”, Ogawara nói. “Ví dụ, qua hoạt động câu cá, chúng tôi biết được họ có đến đúng giờ vào sáng sớm hay không, cũng như cách họ phản ứng với những khó khăn như không có cá cắn câu sau nhiều giờ chờ đợi”. Làm việc ở bên ngoài cũng cho thấy liệu các sinh viên có thể thúc đẩy bản thân đến mức nào...

Theo CyberBuzz, điều quan trọng nhất của chương trình này là để CEO nhận định và quyết định muốn để nhân viên nào gia nhập công ty, bất kể kỹ năng làm việc thực tế của họ như thế nào, CyberBuzz cho biết.

Tuy nhiên, một trong những rào cản CyberBuzz phải đối mặt, đó là cha mẹ của các sinh viên. Khi chương trình bắt đầu vào năm ngoái, có 4 sinh viên tham gia. Công ty cũng đã đưa ra hứa hẹn về đãi ngộ đối với một nữ sinh viên có vẻ muốn gia nhập công ty. Tuy nhiên, sau đó sinh viên này đã từ bỏ bởi cha mẹ muốn cô làm việc ở một công ty lớn và ổn định hơn chứ không phải một startup.

Sau khi cân nhắc, CyberBuzz nảy ra ý tưởng mới. Đó là từ năm nay, cha mẹ của các sinh viên này cũng sẽ tham gia chuyến câu cá cùng với CEO của công ty ■

Bản tin KNDMST số 22/2020