

İşe Alırken Önce Test Edin, Sonra Görüşmeye Çağırın

Yazı: John Bateson, Jochen Wirtz, Eugene Burke, Carly Vaughan
(Harvard Business Review, UK'den alıntıdır)

ŞİRKETLER ADAY HAKKINDAKİ İLK İZLENİMLERİNİ EDİNMEK İÇİN KISA VE WEB TABANLI PSİKOMETRİK TESTLERE BAŞVURARAK MALİYETLERİ AZALTIP ÇOK DAHA YERİNDE İŞE ALIMLAR GERÇEKLEŞTİREBİLİR.

İşe Alırken Önce Test Edin, Sonra Görüşmeye Çağırın

Müşterilerini memnun etmek isteyen hizmet şirketlerinin silahı, yetenekli ve hoş çalışanları. Ama bu çalışanları bulmak maliyetli olabiliyor ve bazı sektörlerin yıllık müşteri kaybı oranı yüzde 50'yi aşabiliyor. Düşük işgücü pazarları ve günde yüzlerce başvuru anlamına gelen online başvuru formları şirketlerin yükünü ağırlaştırıyor. İngiltere'deki çağrı merkezi sektörünü ele alalım: 2012'de yedi milyon insan 260 bin iş başvurusu yaptı.

Çoğu şirketin işe alım sistemi standart: İşe alım sorumluları önce özgeçmişleri gözden geçiriyor, ardından da en umut vadeden adayları belirleyip telefonda ya da yüz yüze görüşme safhasına geçiyor. Sonra psikometrik testler de dahil çeşitli testlerle en uygun adayı tespit etmeye çalışıyorlar.

Araştırmamız, bu sürecin tersine işlenmesi gerektiğini gösteriyor. Perakendeciler, çağrı merkezleri ve güvenlik firmalarının da aralarında bulunduğu pek çok şirket, aday hakkındaki ilk izlenimlerini edinmek için kısa ve web tabanlı psikometrik testlere başvurursa, maliyetleri azaltıp çok daha yerinde işe alımlar gerçekleştirebilir. Bu testlerle, işe hiç uygun olmayan adaylar hemen ayıklanıyor ve geriye daha maliyetli süreçlerden geçmeyi hak eden küçük bir kalifiye aday grubu kalıyor.

“Önce test” yaklaşımı pek çok açıdan mantıklı. Bulgular, insanların yaklaşık yüzde 50'sinin geçmiş başarılarını allayıp pulladığını, dolayısıyla ilk intiba açısından özgeçmişlerin güvenilirliğini yitirdiğini gösteriyor.

Web tabanlı psikometrik testlerdeki gelişmelerle birlikte testler çok daha ucuz ve pratik hale geldi. Sektörler arası son araştırma da bu testlerin performans tahminleri açısından iyi bir araç olduğunu gösterdi. Örnek olarak bir İngiliz test yayıncısının geliştirdiği, kişilerin güvenilirliğinin yanı sıra pek çok özelliğini de ölçen 18 soruluk bir online değerlendirmenin çeşitli sektörlerde kullanımını inceledik: Devamsızlık konusunda hassas bir İngiliz enerji şirketi, 136 yeni çalışanına bu testi uyguladı ve akabinde altı aylık devamsızlıklarını takip altına aldı; Neticede, puanları ilk yüzde 30'luk dilime girenlerin, alt yüzde 30'luk dilimdeki çalışanlara oranla hiç devamsızlık yapmamaya 2,3 kat daha meyilli olduğunu gördü. Bir güvenlik şirketi, testi 72 şoföre uyguladı ve altı aylık süre boyunca, alt yüzde 30'luk dilime girenlerin, ilk yüzde 30'luk dilimdeki şoförlere göre beş kat daha fazla kaza yaptığı bulgusuna ulaştı. Avustralya ve Avrupa'daki otel, müşteri hizmetleri, perakende ve videocularla ilgili araştırmalar da benzer sonuçlar verdi.

Benzeri diğer testler de önemli sonuçlar veriyor. Örneğin, İngiltere merkezli büyük bir süpermarket zinciri, adayların özgeçmişlerini incelemeye başlamadan önce adayların alt yüzde 25'lik dilimde yer alanları elemek için yakın zamanda, özelleştirilmiş bir online durum değerlendirmesi testi kullanmaya başladı. Görüşmeye çağırılan adaylar daha yetkin olduklarından, her başarılı işe alım için görüşülen aday sayısı altıdan ikiye düştü ve yönetime 73 bin saat tasarruf ettirdi. Birçok başka firma da testleri bu şekilde kullanmaya başladı ama bu tür uygulamalar hâlâ o kadar da yaygın değil: Daha fazla şirket bu yaklaşımı işe alım sürecinin ilk aşaması olarak kullanırsa, daha iyi, yetkin ve potansiyeli yüksek bir işgücüne yatırım yapmaları kolaylaşacaktır.