Den nya arbetsmarknaden utmanar gamla sanningar!

Arbetsmarknaden kan vara den mest komplexa av alla marknader. Skälet är enkelt - den består till 100 % av människor och alla är vi olika. Vi bär alla med oss olika ryggsäckar och historik där rätt och fel ofta är subjektivt. ​Det som är rätt för en person kan vara helt fel för en annan. Det finns inga universallösningar, även om vi är många som önskade att vi hittade den magiska formeln. Under många års tid har jag träffat företag som ska rekrytera, frustrationen är ofta påtaglig. Helst vill man hitta en person som uppfyller alla krav, som har en perfekt bakgrund, som är självgående, som är passionerad och....ja ni förstår. Redan här får det rekryterande bolaget börja revidera vem de söker, den perfekte personen finns inte, även om vi önskade det.

Till saken hör att vi befinner oss i en tid där en yngre generation kliver in på arenan, med sina behov, krav och önskemål. Så har det visserligen alltid varit, dock finns det en sak som skiljer idag från hur det var för 10 år sen. Sociala medier har ritat om landskapet, det har ändrat vårt sätt att kommunicera, vårt sätt att hämta information och vårt beteende att agera i grupp. Det är bara sätta sig vid ett lunchbord med ett antal personer så finns telefonen närvarande. Man interagerar lika mycket via sin smartphone som med sina vänner/kollegor runt bordet. Kommunikationen ser annorlunda ut, det är förkortningar, emoijs och bilder. Vi befinner oss i stormens öga, vi märker knappt något, vi åker bara med och konstaterar att det är annorlunda. Förhoppningsvis kommer vi ut på andra sidan, lite klokare och medvetna om att kartan har ritats om.

När man tittar på nyheterna i tv pratar de om den höga arbetslösheten, 7-8 % med en prognos om att det kommer att bli högre. Med en ökande befolkning och en högre produktivitet hos företagen finns det inte mycket som talar för minskad arbetslöshet. Utifrån detta borde företagen sitta i förarsätet när de ska rekrytera, kandidaterna borde stå i kö för att få just det jobbet! Det paradoxala är att så inte är fallet, företagen har allt svårare att hitta rätt personal. Antalet ansökningar minskar till många jobb, det är några få sektorer som drar till sig mängder av ansökningar. Media och marknad lockar, det digitala är just nu extra hett. Bolag som Spotify, King o uppstickaren iZettle hamnar högt upp på listorna över företag man vill jobba på. Musik, spel och smartphonelösningar ligger i den nya tidens anda, det är kreativt och jobbet blir en hobby.

När Svenskt Näringsliv redovisar statistik över nya jobb, lyfts småbolag fram som den nya tidens arbetsgivare. 8 av 10 nya jobb växer enligt dem fram i bolag som har mindre än 10 anställda. Problemet som dessa bolag har är ofta bristen på resurser och kompetens att marknadsföra sig själva som spännande arbetsgivare. De blir inte synliga och har inte lyxen att kunna erbjuda samma utvecklingserbjudande som de större bolagen. Jag som jobbar med rekrytering och har lyxen att dagligen träffa arbetssökande märker av att just utveckling är något som många förväntar sig. Inte utveckling inom 3 -5 år, utvecklingen ska helst ske inom 3 - 6 månader. Tiden till uttråkning är kortare och det finns alltid någon på sociala medier som verkar ha det så mycket mer spännande.

Det här är vardagen som de flesta företag märker av. Man måste förhålla sig till att saker och ting ser annorlunda ut. Samtidigt sitter det aktieägare och förväntar sig resultat och avkastning på sina pengar. Utan motiverade människor med på skutan är det svårt att leverera resultat och skapa nöjda ägare. Det är en komplex värld vi lever i, informationen som skulle ge oss ett övertag kan i vissa lägen bli vår fiende. Det kanske är så att vi upplever ett paradigmskifte just nu? Att vi befinner oss i stormens öga, utan att riktigt vara medvetna om det. Kanske måste vi förhålla oss till nutiden i större utsträckning, göra om våra 3-års planer till 1-års planer och vara beredda att ändra vår affärsstrategi i större utsträckning.

Det enda jag kan konstatera är att företagen måste vara beredda att ifrågasätta gamla sanningar om kompetens och erfarenhet. Man måste i högre utsträckning våga satsa på rätt människa med inställning, engagemang och inställning som ledord. Det här gamla "hire for attitud and train for skills" måste nog sjösättas på riktigt, de bolag som är beredda att köpa in på det, tror jag kommer att ha en konkurrensfördel över tid. Jag sitter inte inne på något facit, detta är bara min egen känsla efter hundratals samtal med kandidater, entreprenörer och rekryterande chefer.