

EBOOK

LÀM SAO ĐỂ TUYỂN ĐƯỢC ĐÚNG NGƯỜI?

– Từ tạo nguồn đến sàng lọc ứng viên



LỜI MỞ ĐẦU

Nhiều CV mà chẳng tuyển được ai vì chất lượng CV không đạt, là một điều đau đầu với các nhà tuyển dụng. Khi doanh nghiệp không tạo được ấn tượng gì với ứng viên ngoài một vài mẫu thông tin mô tả vị trí, tình trạng ứng viên rải CV cho vui là điều không thể tránh khỏi. Nguy cơ ứng viên bùng phỏng vấn, từ chối offer hay nghỉ việc sau onboard theo đó cũng tăng cao vì họ chưa thực sự có niềm yêu thích và động lực trúng tuyển vào công ty.

Vậy làm thế nào để truyền tải trọn vẹn văn hoá doanh nghiệp và tạo ấn tượng trong mắt ứng viên? Làm sao thu hút được nhân tài về với công ty, để KPI tuyển dụng mãi không chỉ là những con số? Hãy cùng Tomorrow Marketers tìm hiểu trong ebook này nhé!

MỤC LỤC _____

I. ỨNG DỤNG MARKETING VÀO TẠO NGUỒN ỨNG VIÊN _____

1. Tạo nội dung gì để thu hút ứng viên? _____
2. Đưa nội dung đến đúng ứng viên thông qua hệ thống kênh digital như thế nào? _____

II. LÀM SAO ĐỂ KHAI THÁC THÔNG TIN ỨNG VIÊN? _____

1. Đặt câu hỏi phỏng vấn thế nào để khai thác thông tin ứng viên? _____
2. Xác minh thông tin ứng viên (Reference Checking) như thế nào để thu thập được thông tin chính xác? _____

| PHẦN MỘT.

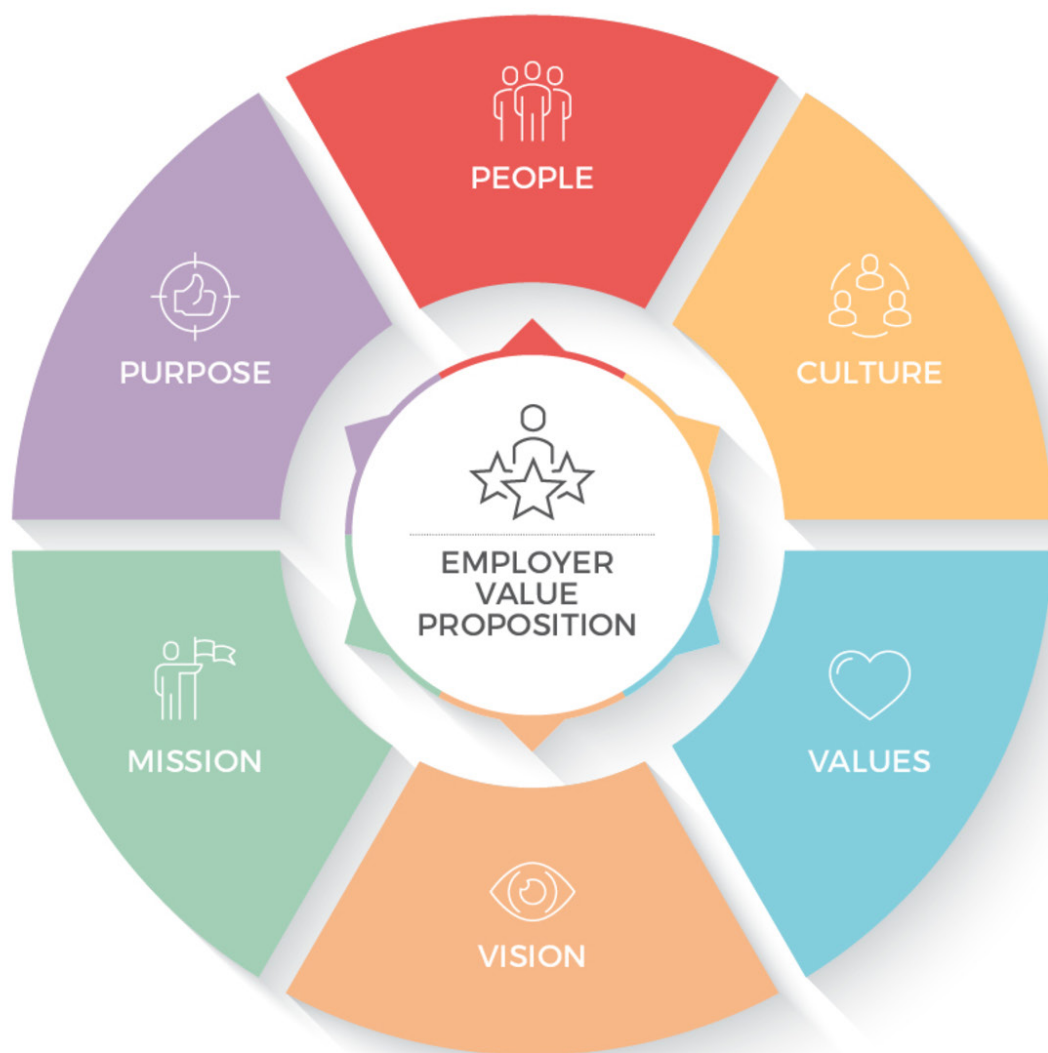
Ứng dụng **MARKETING** vào

TẠO NGUỒN ỨNG VIÊN

Tạo nội dung gì để thu hút ứng viên?

Nội dung xoay quanh EVP của doanh nghiệp

Thương hiệu tuyển dụng tốt đồng nghĩa với việc doanh nghiệp tạo được thiện cảm với ứng viên, nhằm thúc đẩy họ ứng tuyển khi công ty có vị trí trống. Để làm được điều đó, doanh nghiệp cần xác định rõ ràng **EVP (Employer Value Proposition)** của mình.



Tạo nội dung gì để thu hút ứng viên?

Nội dung xoay quanh EVP của doanh nghiệp

Cụ thể, **EVP (Employer Value Proposition)** là khái niệm chỉ những giá trị mà một công ty/tổ chức hứa hẹn với người lao động khi chiêu mộ ứng viên và giữ chân nhân viên hiện tại. Nói cách khác, EVP bao gồm các lợi ích mà một nhân viên nhận được để đổi lấy việc họ "cống hiến" thời gian, kỹ năng và kinh nghiệm cho công ty. Những giá trị đó bao gồm các **yếu tố hữu hình và vô hình**, như:

- Văn hóa và môi trường làm việc
- Cơ hội phát triển trong công việc
- Sự công nhận của sếp với nhân viên
- Các chế độ lương thưởng

Đây là những yếu tố quan trọng nhằm tạo ra sự khác biệt giữa công ty bạn với công ty đối thủ. Chính vì vậy, **khi muốn cạnh tranh nhân tài với các công ty khác, bạn sẽ cần tạo ra và truyền thông nội dung xoay quanh EVP để làm rõ ràng những điểm lợi thế của công ty bạn mà đối thủ không có.**

Đọc thêm: Employer Branding là gì? Doanh nghiệp SME/ Startup ứng dụng marketing xây dựng thương hiệu tuyển dụng thế nào?

Tạo nội dung gì để thu hút ứng viên?

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

Bản mô tả công việc – JD có thể coi là điểm chạm đầu tiên của ứng viên với nhà tuyển dụng. Thiết kế JD tốt sẽ giúp doanh nghiệp **truyền tải được EVP đặc biệt** của mình, cũng như giúp ứng viên tự đánh giá đúng mức độ phù hợp của họ với công việc. Từ đó, doanh nghiệp tiết kiệm được thời gian lọc CV.

Tất cả tiêu chí cốt lõi làm nên **một JD chất lượng, có khả năng tạo động lực ứng tuyển cho ứng viên là sự chính xác và rõ ràng**. Trong phần này, TM sẽ gửi đến bạn **06 gợi ý để thiết kế một JD đáp ứng tiêu chí trên**.

Đọc thêm: [Viết JD chuẩn SEO thế nào? Đừng để JD mãi lạc trôi giữa hàng trăm kết quả tìm kiếm Google!](#)



Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

01 Cung cấp đầy đủ và chính xác các thông tin cần thiết về công ty.



About us (Về chúng tôi) là phần mở đầu để doanh nghiệp tạo ấn tượng mạnh mẽ với ứng viên. Tuy nhiên, nó không cần thiết phải hào nhoáng hay “nói quá”, bởi mục đích sau cùng của JD vẫn là lọc ra ứng viên phù hợp nhất. Để ứng viên đánh giá được mức độ phù hợp của họ với công ty, bạn có thể cũng cấp 2 thông tin:

- **Thông tin chung về công ty:** Sản phẩm/ dịch vụ, Sứ mệnh/ giá trị cốt lõi, môi trường, văn hóa.
- **Thông tin cụ thể về vị trí đang tuyển:** Vai trò của họ trong quá trình phát triển của công ty.

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

02 Dùng từ ngữ để cập trực diện đến ứng viên

Thay đổi ngôi xưng: Cách xưng hô trong JD có thể tạo ra sự khác biệt lớn, giúp ứng viên cảm thấy gần gũi và kết nối hơn.

- **Dùng từ “bạn” thay cho “họ”:** Ứng viên sẽ thấy gần gũi và lập tức hình dung được vai trò của mình trong công ty bạn.



Với vị trí này trong team Business Development, họ sẽ làm việc trực tiếp với các đối tác doanh nghiệp.



Là thành viên của team Business Development, bạn sẽ làm việc trực tiếp với các đối tác doanh nghiệp.

- **Dùng “chúng ta” thay cho “chúng tôi”:** Đây là cách xưng hô sẽ làm ứng viên cảm thấy họ là một phần của đội nhóm.



Doanh nghiệp A – nhà cung cấp hệ thống Quản trị doanh nghiệp trên toàn cầu



Tại A, chúng ta sẽ cùng cung cấp giải pháp Quản trị doanh nghiệp cho khách hàng

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

02 Dùng từ ngữ để cập trực diện đến ứng viên

Dùng câu chủ động thay câu bị động: Câu bị động dễ tạo ra sự không rõ ràng, gây bối rối, khiến người đọc đoán mò và đôi khi hiểu sai chủ đích của người viết. Không ít HR mắc phải lỗi này khi soạn JD, chẳng hạn viết mô tả nhiệm vụ:



Mục tiêu là đảm bảo chất lượng sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn đề ra.

Đây là một câu bị động. Vấn đề của câu này là ứng viên sẽ không biết ai sẽ đảm nhận mục tiêu này, chỉ mình ứng viên hay đây là việc làm của cả team? Vậy nên, JD phải rất cụ thể rằng:



Bạn sẽ phối hợp với bộ phận thiết kế để xây dựng sản phẩm sao cho đáp ứng nhu cầu khách hàng.

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

03 Đặt tên vị trí ứng tuyển (Job Title) cụ thể, rõ ràng

Job title là một trong những yếu tố quyết định liệu những ứng viên đủ tiêu chuẩn có tìm ra và ứng tuyển vào vị trí đang trống hay không. **Một Job title hiệu quả** cần thỏa mãn các tiêu chí:

- **Chính xác:** Job title mô tả ngắn gọn nhiệm vụ và vai trò của vị trí đang tuyển. Vì vậy, nó cần sát với thực tế nhất có thể. Ví dụ,
 - ✔ **Dùng từ "Manager":** nếu vị trí đó bao gồm công việc quản lý, điều phối đội nhóm chung.
 - ✔ **Dùng từ "Specialist":** nếu vị trí làm về chuyên môn trong một mảng/ lĩnh vực.
- **Dễ hiểu:** Hãy cùng nhìn vào một ví dụ thực tế. Ví như tên gọi Director of First Impression. Đây là một từ hoa mỹ để mô tả một vị trí trong bộ phận Lễ tân tòa nhà. Khi dùng từ này, nhà tuyển dụng sẽ khiến ứng viên khá khó hiểu khi mới đọc và dễ dàng bỏ qua tin tuyển dụng.
- **Thực tiễn:** Giả sử, sử dụng job title "Phù thủy xếp chữ" cho vị trí Copywriter nghe có vẻ sáng tạo và mới lạ. Tuy nhiên, khá ít người dùng cụm từ đó để tìm việc. Hãy tránh những từ ngữ không phổ biến như vậy.

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

04 Hãy thành thật về Phạm vi công việc của vị trí này và không kể lể dài dòng (Job Responsibilities)

Hẳn những tranh cãi liên quan đến câu chuyện **"JD ghi A, vào làm từ A-Z"** không còn xa lạ trong cộng đồng tuyển dụng – tìm việc. Không ít **ứng viên bất mãn khi vào làm thực tế** phát sinh quá nhiều việc ngoài JD ban đầu, hay thậm chí từ chối thực hiện những nghĩa vụ ngoài mong đợi đó. Để tránh những mâu thuẫn không đáng có và giúp ứng viên kỳ vọng thực tế hơn về công việc, bạn cần **minh bạch, rõ ràng từ đầu** về trách nhiệm của họ.

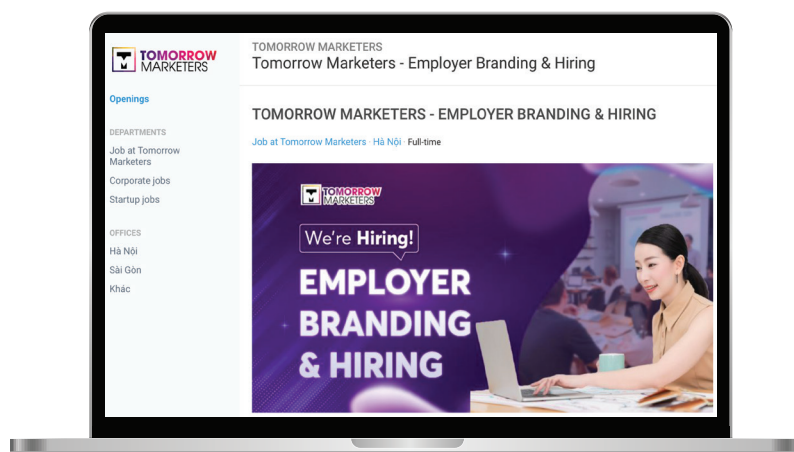
Đầu tiên, bạn hãy làm việc với Leader/ Manager team để **chia nhỏ vai trò** của vị trí đó thành một **danh sách các nhiệm vụ có thể thực hiện và đo lường được**. Sau đó, điều chỉnh lại một lượt các nhiệm vụ trên cho phù hợp với cách làm việc của công ty.

Lưu ý rằng, bạn nên tránh những mô tả chung chung, thừa thãi. Chẳng hạn, viết "Bạn sẽ là một phần của team Marketing" sẽ không cung cấp thêm thông tin hữu ích gì cho JD tuyển vị trí Marketing Executive. Thay vào đó, hãy mô tả nhiệm vụ cụ thể cho vị trí Digital Marketing Executive có thể viết như sau "Bạn sẽ sử dụng Google Analytics để đo lường hiệu quả của team Marketing."

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

04 Hãy thành thật về Phạm vi công việc của vị trí này và không kể lể dài dòng (Job Responsibilities)

Tiếp theo, **hãy tóm lược các đầu việc chính** thay vì liệt kê lê thê. Danh sách dài hàng chục nhiệm vụ cho một vị trí là dấu hiệu cho ứng viên thấy bạn sẽ "micro-manage" họ (quản lý/ kiểm soát đến từng đầu việc nhỏ). Hãy nhớ rằng, những ứng viên có đủ tiêu chuẩn cho công việc thường yêu cầu sự tự do nhất định trong công việc. Họ sẽ muốn được tự chủ sử dụng kiến thức và kỹ năng theo cách của mình để hoàn thành công việc. Theo LinkedIn, **bạn chỉ cần khoảng 4-6 gạch đầu dòng** cho mục này.



Nhưng tất nhiên, **JD vẫn cần bao quát được hết các đầu việc cơ bản của vị trí đó**. Điều quan trọng là tránh đi vào chi tiết từng phần việc nhỏ lẻ bởi chúng ít nhiều sẽ "xê dịch" theo thời gian khi mục tiêu kinh doanh thay đổi.

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

05 Đừng chỉ liệt kê tiêu chuẩn ứng viên bằng các chứng chỉ và bằng cấp

Bằng cấp không khẳng định năng lực. Yêu cầu cho vị trí ứng tuyển không nên là một danh sách cứng nhắc các chứng chỉ, bằng cấp. Bởi **sở hữu điểm số tốt trên giấy tờ không đảm bảo bạn đủ năng lực thực hiện công việc.** Việc chọn lọc chỉ dựa trên tiêu chí này rất có thể sẽ làm bạn vuột mất những ứng viên có khả năng nhưng không đáp ứng yêu cầu bằng cấp.

Đặt quá nhiều tiêu chuẩn sẽ khiến ứng viên thiếu tự tin ứng tuyển. Bạn nên lược giản bớt các tiêu chí không mấy khi đụng đến hoặc có thể học được trong quá trình làm việc. Thông thường, số tiêu chí ứng tuyển phù hợp nhất cho một vị trí là **3-5 must-have (bắt buộc có) và 2-3 nice-to-have (có sẽ là điểm cộng).**



Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

05 Đừng chỉ liệt kê tiêu chuẩn ứng viên bằng các chứng chỉ và bằng cấp

Thêm nữa, **ứng viên sẽ thấy phản cảm nếu các tiêu chí vô tình “phân biệt đối xử” trên khía cạnh tuổi tác, giới tính, xuất xứ,...** Tất nhiên, kinh nghiệm của bạn có thể cho biết một số nhóm nhất định không phù hợp với công việc này, chẳng hạn một nhân viên Sales hiếm khi là một người nhiều tuổi, thiếu ngoại hình. Thế nhưng, hãy **tập trung hơn vào những tiêu chí đánh giá năng lực của họ** – những thứ thật sự giúp họ thành công ở vị trí mới như tài ăn nói, khả năng thuyết phục, nắm bắt nhanh nhạy tâm lý, nhu cầu khách hàng,...

Các tiêu chí chung chung không giúp ứng viên hiểu rõ mình cần trang bị những gì để “sinh tồn” ở vị trí này. Một mẹo là **hãy “chuyển ngữ” những yêu cầu về kỹ năng thành hành động và kết quả công việc cụ thể**. Chẳng hạn, thay vì đặt ra tiêu chí như khả năng tập trung vào chi tiết và làm việc trong môi trường nhịp độ quay cuồng, hãy yêu cầu ứng viên có thể đáp ứng công việc đúng hạn với không một sai sót nào.

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

06 Bạn cũng cần cho ứng viên thấy lợi ích nếu họ ứng tuyển

Đây là giây phút quyết định liệu bạn có thể **tạo động lực ứng tuyển cho ứng viên**. Hãy trình bày những lợi ích hấp dẫn nhất bạn có thể đưa ra trong bản mô tả công việc, bao gồm:

- **Các lợi ích cơ bản** như lương thưởng, chế độ phúc lợi và có thể là các chương trình chăm sóc sức khỏe (như tài trợ thẻ tập gym, quà tặng thực phẩm dinh dưỡng,...). Đây luôn là những lợi ích ứng viên đặt lên hàng đầu.
- **Các lợi ích cộng thêm** như cơ hội học tập và phát triển chuyên môn qua những chương trình đào tạo, thư viện kiến thức về ngành,... mà công ty đầu tư cho nhân viên. Giá trị này đặc biệt hấp dẫn những vị trí chưa có nhiều kinh nghiệm.

Viết JD thế nào để thu hút ứng viên?

06 Bạn cũng cần cho ứng viên thấy lợi ích nếu họ ứng tuyển

Nếu công ty bạn có các **chính sách work-life balance**, cho nhân viên như **lựa chọn làm việc từ xa, linh hoạt thời gian**,... hãy làm nổi bật ngay trong JD bởi nó là tín hiệu cho ứng viên thấy bạn tôn trọng các phong cách làm việc và hiệu suất khác nhau. Bên cạnh đó, bạn cũng nên thể hiện ra các đặc quyền khác như:

- **Company trip và hoạt động gắn kết tập thể** hàng tháng thể hiện bạn có một văn hóa doanh nghiệp tốt.
- **Đăng tải các hình ảnh không gian làm việc sáng tạo** với nhiều tiện ích sẽ cho thấy rằng công ty luôn tạo điều kiện cho nhân viên làm việc thoải mái và hiệu quả.

Một JOB DESCRIPTION thu hút là chưa đủ

Để tạo nguồn ứng viên chất lượng, bạn cần **hiểu cách các kênh truyền thông hoạt động để phân phối JD** đến đúng người đúng thời điểm.

Mời bạn tiếp tục theo dõi nội dung kế tiếp để tìm hiểu nội dung này nhé!

Đưa nội dung đến đúng ứng viên qua các kênh digital như thế nào?

Nhiều doanh nghiệp **chỉ khi thiếu hụt nhân sự mới bắt đầu đi tìm ứng viên, cố gắng rải càng nhiều JD càng tốt. Cách làm này không hiệu quả là bởi JD tiếp cận không đúng người.** Chẳng hạn, với quy tắc hiển thị của Facebook group, bài viết sẽ được phân phối tới những người chăm chỉ tương tác nhất. Bạn có chắc rằng những người đó chính là ứng viên của mình?

Để cải thiện tình trạng này, doanh nghiệp cần **kết hợp các kênh truyền thông nhằm tiếp cận và truyền tải các nét đặc trưng về doanh nghiệp**, từ đó nuôi dưỡng ứng viên và thúc đẩy động lực chủ động ứng tuyển.

Hành trình ứng tuyển về cơ bản đi theo quy trình 3 tầng Nhận biết (Awareness) - Cân nhắc (Consideration) - Ứng tuyển (Application). Để chạm tới ứng viên ở từng tầng, doanh nghiệp cần triển khai mô hình kênh tương ứng. Chẳng hạn, ở tầng Awareness, doanh nghiệp muốn ứng viên biết tới vị trí tuyển dụng, nên sẽ sử dụng hội nhóm trên mạng xã hội, trang tin tuyển dụng,... Tương tự với 2 tầng còn lại, doanh nghiệp cần xác định ra các kênh tương ứng.

Đọc thêm: [Hiểu về thuật toán LinkedIn: Làm sao để content tuyển dụng tiếp cận nhiều ứng viên hơn?](#)

Đưa nội dung đến đúng ứng viên qua các kênh digital như thế nào?

Nếu bạn muốn tìm hiểu sâu hơn về **phương pháp lập kế hoạch kênh, cách tối ưu hiển thị trên từng nền tảng, cách xây dựng nội dung thu hút và thuyết phục ứng viên**, hãy tham khảo khóa học Employer Branding & Hiring của Tomorrow Marketers!



Trong 8 buổi học, các trainers sẽ cùng học viên tìm hiểu 03 nội dung chính:

- Employer Branding – Xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng
- Candidate Sourcing – Cách tạo nguồn ứng viên
- Candidate Qualifying – Đánh giá chất lượng ứng viên.

ĐĂNG KÝ NGAY

| PHẦN HAI.

**Làm sao để khai thác
thông tin ứng viên?**

Khi phỏng vấn, đâu là những câu hỏi mà bạn nên tránh hỏi ứng viên?

Để đưa ra quyết định tuyển dụng đúng đắn, **đặt câu hỏi phỏng vấn sắc bén là yếu tố quan trọng để thu thập đầy đủ các thông tin cần thiết về ứng viên.** Nếu các câu hỏi phiến diện, dẫn đến các quyết định cảm tính, doanh nghiệp sẽ chịu nhiều thiệt hại cả về chi phí và thời gian khi tuyển dụng sai người.

Khi phỏng vấn ứng viên, nếu nhà tuyển dụng cứ sử dụng những câu hỏi phổ biến, cóp nhặt từ các template mạng, rất có thể **ứng viên sẽ trả lời không thành thật.** Bởi, những câu hỏi phỏng vấn xuất hiện quá tràn lan, **ứng viên sẽ dễ dàng tìm kiếm và chuẩn bị sẵn phần trả lời của họ.** Hệ quả là, **nhà tuyển dụng không có được insight** mong muốn để đưa ra quyết định tuyển dụng chính xác.

Trong phần này, hãy cùng tìm hiểu **5 câu hỏi phỏng vấn "rập khuôn" mà nhà tuyển dụng nên tránh hỏi ứng viên.** Bên cạnh đó, TM cũng gợi ý cho bạn một vài **câu hỏi thay thế** để giúp bạn thu thập được nhiều thông tin có ích từ ứng viên.

Đọc thêm: Tuyển dụng ứng viên vượt quá tiêu chuẩn (overqualified) – Có đáng để "mạo hiểm"?

Khi phỏng vấn, đâu là những câu hỏi mà bạn nên tránh hỏi ứng viên?

Cách chỉnh sửa câu hỏi 1: “Vì sao chúng tôi nên chọn bạn?”

Thoạt nghe, câu hỏi này có vẻ rất khó để trả lời. Nó **đòi hỏi ứng viên phải thực sự hiểu và có thể trình bày rõ ràng về điểm mạnh của bản thân để làm nổi bật mình so với các ứng viên khác**. Vì lý do này, nhiều nhà tuyển dụng sử dụng nó để thử thách ứng viên, nhằm lựa chọn ứng viên tốt nhất.

Tuy vậy, vấn đề của câu hỏi này nằm ở chỗ, nó quá phổ biến. **Ứng viên có thể dễ dàng tìm thấy những template hướng dẫn trả lời câu hỏi này**. Như vậy, câu trả lời của ứng viên sẽ có thể cóp nhặt từ nhiều nguồn khác nhau chứ không có thực.

<https://vn.joboko.com/blog/meo-t...> · [Translate this page](#)

Mẹo trả lời câu hỏi phỏng vấn "Vì sao chúng tôi nên chọn bạn?"

Apr 11, 2021 — Nó có thể hạ thấp giá trị của bạn nếu bạn trả lời không đúng trọng tâm. Vì vậy, trong bài viết này, JOBOKO.com sẽ giúp bạn biết cách trả lời về ...

★★★★★ Rating: 4.3 · 5 votes

<https://glints.com/blog/tai-sao-ch...> · [Translate this page](#)

Cách Trả Lời Câu Hỏi Phỏng Vấn “Tại Sao Chúng Tôi Nên ...

Sep 27, 2022 — Điều gì làm bạn khác biệt so với các ứng viên khác? Đó là sự sẵn sàng lần xâ vì mục đích chung của công ty. Vậy ngoài vị trí công việc mà bạn ...

★★★★★ Rating: 5 · 1 vote

<https://ybox.vn/ky-nang/tai-sao-c...> · [Translate this page](#)

Tại Sao Chúng Tôi Nên Tuyển Dụng Bạn Mà Không Phải Là ...

Làm sao để trả lời câu hỏi: “Tại sao chúng tôi nên tuyển dụng bạn?” · Có kinh nghiệm trong lĩnh vực có liên quan. · Có kinh nghiệm trong việc thực hiện những ...

Để dàng tìm thấy hướng dẫn trả lời câu hỏi “Vì sao chúng tôi nên chọn bạn?”

Khi phỏng vấn, đâu là những câu hỏi mà bạn nên tránh hỏi ứng viên?

Để tránh những thiếu sót không đáng có như trên, bạn có thể cụ thể hoá câu hỏi của mình như sau:

Nếu được nhận, bạn nghĩ kinh nghiệm của bạn sẽ đóng góp được gì cho dự án này?

Khi đặt câu hỏi này, nhà tuyển dụng **yêu cầu ứng viên phải thực sự suy nghĩ về sự tương thích giữa kỹ năng họ có và các nhiệm vụ mà họ sắp đảm nhận tại vị trí này**. Đây cũng là một cách hiệu quả để phía doanh nghiệp kiểm tra xem ứng viên có đang thực sự hiểu công việc trong tương lai của họ không.

Khi phỏng vấn, đâu là những câu hỏi mà bạn nên tránh hỏi ứng viên?

Cách chỉnh sửa câu hỏi 2: "Đâu là điểm yếu nhất của bạn?"

Trong buổi phỏng vấn, chắc hẳn không ai muốn mất điểm với nhà tuyển dụng. Với tâm lý như vậy, **nhà tuyển dụng không nên trông chờ rằng ứng viên sẽ thành thật về điểm yếu của họ.**

Trên thực tế, ứng viên còn truyền tai nhau nhiều phương pháp để "ăn điểm" với nhà tuyển dụng bằng điểm yếu của mình. Ví dụ:

Ứng viên sẽ **tự nhận điểm yếu** của mình là "Quá cầu toàn", dẫn đến mất nhiều thời gian khi đưa ra quyết định vì muốn mọi thứ trở nên hoàn hảo. Và sau đó, họ sẽ **trình bày những "ưu điểm của điểm yếu"** này, như: tận tâm với công việc, luôn hướng tới kết quả tuyệt vời nhất trong công việc,...

Nếu tình huống này xảy ra, câu trả lời của ứng viên với câu hỏi này có thể hoàn toàn trở nên vô nghĩa trong đưa ra quyết định tuyển dụng.

Khi phỏng vấn, đâu là những câu hỏi mà bạn nên tránh hỏi ứng viên?

Để thay thế, bạn có thể dùng đặt câu hỏi tình huống mà ứng viên gặp khó khăn hoặc không thể xử lý được:

Hãy kể lại một tình huống thất bại của bạn trong công việc trước.

Câu trả lời cho câu hỏi này không dễ để bịa ra. Ngay cả khi ứng viên không nói rõ về những điểm yếu của họ trong câu chuyện này, bạn cũng có thể đặt thêm các câu hỏi chi tiết hơn dựa trên câu chuyện mà họ kể.

Khi phỏng vấn, đâu là những câu hỏi mà bạn nên tránh hỏi ứng viên?

Cách chỉnh sửa câu hỏi 3: “Kế hoạch phát triển của bạn trong vòng 5 năm tới là gì?”

Không thể phủ nhận về hiệu quả của câu hỏi này khi nhà tuyển dụng muốn **hiểu rõ hơn về định hướng của ứng viên** trong tương lai. Dựa vào chia sẻ của ứng viên, nhà tuyển dụng có thể **đánh giá liệu ứng viên có phù hợp với định hướng công ty hay không, và đưa quyết định tuyển dụng**. Tuy nhiên, câu hỏi này quá phổ biến, nên ứng viên dễ dàng chuẩn bị sẵn câu trả lời với nhiều yếu tố không thực tế. Ngoài ra, câu hỏi này cũng xa vời với hiện tại.

Để tìm hiểu định hướng của ứng viên, bạn có thể đặt câu hỏi như:

Ưu tiên của bạn trong vòng 3 tháng tới là gì?

Câu trả lời của ứng viên sẽ **phản ánh xem họ có phải một người có tham vọng và biết đặt ưu tiên ngắn hạn để đạt mục tiêu dài hạn hơn hay không**.

Dựa trên phần chia sẻ của ứng viên, bạn có thể tiếp tục đặt các câu hỏi để đào sâu hơn về định hướng của họ.

Khi phỏng vấn, đâu là những câu hỏi mà bạn nên tránh hỏi ứng viên?

Cách chỉnh sửa câu hỏi 4: "Hãy kể về một thử thách hoặc khó khăn mà bạn đã từng xử lý"

Tương tự như điểm bất lợi của những câu hỏi trước đó, ứng viên cũng khá dễ để chuẩn bị sẵn câu trả lời cho câu hỏi phổ biến này. Để thay thế câu hỏi này, bạn có thể **cụ thể hoá nó thành những câu hỏi tình huống**, yêu cầu ứng viên xử lý một vấn đề mà bạn nghĩ rằng ứng viên sẽ gặp phải thường xuyên nếu được nhận vào vị trí đó. **Bằng cách này, bạn có thể thấy được tốc độ và kinh nghiệm xử lý vấn đề của họ.**

Ví dụ, với ứng viên của bộ phận "Chăm sóc khách hàng", bạn có thể đặt câu hỏi như:

Bạn đã xử lý thế nào khi phải nghe điện thoại để xử lý khiếu nại của 2 khách hàng cùng lúc?

Khi phỏng vấn, đâu là những câu hỏi mà bạn nên tránh hỏi ứng viên?

Cách chỉnh sửa câu hỏi 5: "Một chiếc xe bus có thể chứa đựng bao nhiêu quả bóng golf?"

Những câu hỏi tư duy như trên từng được sử dụng phổ biến trong các cuộc phỏng vấn tại Microsoft hay Google để **đánh giá tư duy và khả năng phân tích của ứng viên**. Chính vì được áp dụng tại các doanh nghiệp lớn như vậy, nhiều công ty cũng học hỏi, thêm vào danh sách câu hỏi phỏng vấn của mình. Tuy nhiên, **dữ liệu của Google đã cho thấy, những câu hỏi dạng này không hiệu quả trong việc dự đoán năng lực làm việc của ứng viên**. Bên cạnh đó, những câu hỏi hóc búa như vậy thường làm ứng viên cảm thấy khó chịu. Vì nó đòi hỏi ứng viên phải suy nghĩ nhiều, nhưng lại **không thực sự liên quan đến công việc mà họ ứng tuyển**. Kết quả là, **khả năng ứng viên rời bỏ doanh nghiệp là rất cao**.

Để kiểm tra sự nhanh nhạy trong tư duy của ứng viên, chúng ta **nên đặt những câu hỏi xử lý tình huống dựa trên công việc thực tế** của doanh nghiệp. Bởi, sau cùng, doanh nghiệp cần đánh giá ứng viên dựa trên hiệu quả công việc của họ, chứ không phải trí thông minh xuất chúng.

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

Theo khảo sát năm 2018 của CV-library (Nền tảng tuyển dụng lớn thứ 3 tại Anh), **92.5% ứng viên được hỏi thừa nhận họ nói dối trong CV, và 71.6% trong số đó được nhận vào công ty họ ứng tuyển.** Thế nên, để tránh tuyển người không phù hợp do sự thiếu trung thực của ứng viên, **việc xác minh thông tin ứng viên là hoạt động quan trọng trong quá trình tuyển dụng.**

Trong phần này, cùng Tomorrow Marketers tìm hiểu **cách Xác minh thông tin ứng viên (Reference Checking) để thu thập được thông tin chính xác nhất.**



Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

01 Xác minh thông tin ứng viên (Reference Checking) là gì?

Xác minh thông tin ứng viên là quá trình mà nhà tuyển dụng sẽ liên lạc với đồng nghiệp cũ, quản lý cũ, hay trường học mà ứng viên từng tham gia,... để tìm hiểu thêm về họ, giúp doanh nghiệp đưa ra quyết định tuyển dụng tốt hơn. Tùy theo từng vị trí công việc, quá trình Xác minh thông tin có thể liên quan đến trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, kỹ năng và thành tích của ứng viên.

Ngoài việc xác minh những thông tin mà ứng viên đề cập trong CV hay quá trình phỏng vấn, **nhà tuyển dụng có thể tận dụng cơ hội này để hiểu hơn về điểm mạnh và điểm yếu của họ từ góc nhìn của những người mà ứng viên đã làm việc cùng**. Từ đây, doanh nghiệp đưa ra các quyết định để giúp ứng viên hòa nhập và tận dụng được lợi thế của mình, giúp cả ứng viên và doanh nghiệp cùng phát triển tốt nhất.

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

02

Reference Checking nếu không được thực hiện khéo léo sẽ kéo theo hệ quả gì?

Mặc dù việc Xác minh thông tin ứng viên giúp nhà tuyển dụng có quyết định sáng suốt hơn, nó cũng **tiềm ẩn một vài nhược điểm** như sau:

—• Thông tin vẫn có thể bị bóp méo

Với những ứng viên có chuẩn bị kỹ càng và muốn chinh phục nhà tuyển dụng, họ sẽ **chỉ liệt kê những người tham chiếu mà sẵn sàng nói tốt về thái độ và kỹ năng làm việc của họ**. Chính vì vậy, những thông tin này chỉ nên được sử dụng như một nguồn tham khảo thêm, không phải yếu tố tác động hoàn toàn đến quyết định của nhà tuyển dụng.

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

—• **Mất ứng viên**

Nếu nhà tuyển dụng liên lạc với quản lý trực tiếp của ứng viên tại công ty họ đang làm việc, **công ty hiện tại có thể sẽ đưa ra offer tốt hơn để giữ chân nhân sự của họ**. Trong trường hợp này, nhà tuyển dụng sẽ đối mặt với việc mất đi ứng viên này khi họ chấp nhận ở lại công ty hiện tại.

—• **Ảnh hưởng đến công việc của ứng viên**

Nếu nhà tuyển dụng chưa chắc chắn về quyết định tuyển dụng, việc liên hệ với quản lý trực tiếp của ứng viên ở công ty hiện tại sẽ làm bất lợi cho ứng viên khi tiếp tục làm việc ở đó.

Những nhược điểm này, **nếu không được chú ý và có giải pháp để hạn chế, sẽ có thể ảnh hưởng đến toàn bộ quá trình tuyển dụng của doanh nghiệp**. Nghiêm trọng hơn, về lâu dài, nó còn **ảnh hưởng đến uy tín của nhà tuyển dụng**.

Trong phần tiếp theo, cùng TM tìm hiểu **một vài gợi ý giúp bạn tối đa kết quả thu được từ thời gian bỏ ra để thực hiện Xác minh thông tin ứng viên**.

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

03 05 gợi ý giúp quá trình xác minh thông tin ứng viên (Reference Checking) của bạn trở nên hiệu quả

Đầu tiên, cá nhân hóa câu hỏi cho từng ứng viên

Nếu bạn bắt đầu từ việc **thu thập phản hồi và thắc mắc của các nhân sự tham gia phỏng vấn ứng viên, quá trình xác minh thông tin sẽ có trọng tâm và tốn ít thời gian hơn**. Một vài câu hỏi bạn có thể đặt ra để thu thập phản hồi của họ như:

- Bạn có thắc mắc gì về thái độ/ trình độ ứng viên?
- Có thông tin nào liên quan đến ứng viên mà bạn muốn tìm hiểu kỹ hơn?
- Đây là những lý do khiến bạn chần chừ ra quyết định tuyển họ?

Qua câu trả lời của họ, bạn có thể liệt kê ra các câu hỏi cho người tham chiếu. Làm như vậy, bạn sẽ hạn chế đặt ra các câu hỏi mơ hồ, khó định lượng như "A là người như thế nào?" hay "A có làm tốt công việc của anh ấy không?".

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

03

05 gợi ý giúp quá trình xác minh thông tin ứng viên (Reference Checking) của bạn trở nên hiệu quả

Thứ hai, ngoài câu hỏi quá mơ hồ, bạn cũng nên hạn chế đặt các câu hỏi đóng

Các câu hỏi đóng sẽ không giúp nhà tuyển dụng thu thập được quá nhiều thông tin về ứng viên. Chẳng hạn như, nếu đặt câu hỏi "Bạn có nghĩ A là một người có thể làm việc nhóm được không?", dù câu trả lời là "có" hay "không" thì bạn cũng lãng phí thời gian đặt câu hỏi mà không có được nhiều insight về ứng viên. Thay vào đó, **hãy tôn trọng thời gian của người tham chiếu và của mình bằng cách đặt câu hỏi có bối cảnh cụ thể để họ dễ dàng chia sẻ**. Ví dụ, "Chúng tôi được biết A đã giúp công ty bạn phát triển hệ thống trả lương tự động, bạn có thể giúp tôi hiểu rõ hơn vai trò và nhiệm vụ chính của A trong dự án đó được không?". Với câu hỏi này, người trả lời sẽ dễ dàng hình dung bối cảnh công việc của A để chia sẻ mạch lạc và logic hơn.

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

03

05 gợi ý giúp quá trình xác minh thông tin ứng viên (Reference Checking) của bạn trở nên hiệu quả

Thứ ba, chọn người phù hợp để tham chiếu

- Với ứng viên đã có kinh nghiệm tương ứng cho vị trí cần tuyển:

Để thực hiện tốt công việc này, nhà tuyển dụng nên ưu tiên xác minh những yêu cầu tối thiểu về mặt kỹ năng mà doanh nghiệp đặt ra. Bởi, bạn, cũng như người tham chiếu, đều không có đủ thời gian để trao đổi về tất cả những thông tin mà ứng viên chia sẻ. Đặc biệt, khi bạn có hàng chục đến cả trăm ứng viên cho một vị trí công việc.

Khi đã chọn ra những kỹ năng cần xác minh, nhà tuyển dụng có thể **yêu cầu ứng viên cung cấp thông tin liên lạc với những người tham chiếu phù hợp.** Chẳng hạn, khi tuyển một vị trí cấp quản lý, yếu tố quan trọng nhất mà nhà tuyển dụng quan tâm là sự phù hợp trong phong cách lãnh đạo của ứng viên với văn hóa doanh nghiệp, bạn có thể liên lạc với những người nhân viên cũ của họ để nghe chia sẻ.

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

Hoặc, nếu nhà tuyển dụng muốn kiểm tra khả năng xây dựng chiến lược của ứng viên, những người sếp cũ của họ sẽ là lựa chọn ưu tiên mà bạn muốn nhắm tới.

Tùy thuộc vào tầm quan trọng và các yêu cầu về bộ kỹ năng của mỗi vị trí trong doanh nghiệp, bạn có thể liên lạc với số lượng người cần thiết. Khi trao đổi với nhiều người, bên cạnh đó, còn giúp góc nhìn của bạn về ứng viên trở nên khách quan hơn.

- **Đối với ứng viên chưa có kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh của công ty:**

Trường hợp này có lẽ phổ biến nhất trong việc tuyển Marketers hay nhân viên kinh doanh, khi lộ trình nghề nghiệp của ứng viên có thể đi qua nhiều ngành nghề. Với những vị trí như vậy, **yếu tố quan trọng nhất để thực hiện tốt công việc có thể sẽ là khả năng thích nghi nhanh chóng, và tinh thần chủ động học hỏi của họ khi bắt đầu một lĩnh vực mới.** Với tình huống này, việc liên hệ và trao đổi với những đồng nghiệp đã từng cùng họ đảm nhận thêm vai trò hay dự án mới trong công ty cũ sẽ là những người ưu tiên.

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

03

05 gợi ý giúp quá trình xác minh thông tin ứng viên (Reference Checking) của bạn trở nên hiệu quả

Thứ tư, đặt câu hỏi mang tính xây dựng

Mở đầu cuộc trao đổi với người tham chiếu bằng cách đề cập rằng, bạn đang nghi ngờ ứng viên không trung thực và cần xác minh lại thông tin sẽ làm cuộc nói chuyện trở nên vô nghĩa. Bởi, người tham chiếu sẽ không muốn chia sẻ của họ làm ảnh hưởng đến mối quan hệ giữ hai bên, nên việc bóp méo sự thật vẫn có khả năng xảy ra. Nếu điều này xảy ra, việc xác minh thông tin ứng viên sẽ không giúp ích được gì cho quyết định tuyển dụng.

Thay vào đó, bắt đầu bằng cách nhờ người tham chiếu chia sẻ về mối quan hệ giữa họ và ứng viên, nhằm chắc chắn rằng ứng viên cung cấp thông tin tới đúng người có khả năng giải đáp những thắc mắc của họ. Tiếp theo, giúp họ hiểu rằng, những chia sẻ của họ sẽ giúp nhà tuyển dụng hiểu hơn về điểm mạnh và điểm yếu của ứng viên, từ đó nhà tuyển dụng có thể thiết kế quy trình onboard phù hợp với khả năng của ứng viên. Như vậy, người tham chiếu sẽ thoải mái để chia sẻ hơn khi thấy rằng họ đang giúp đỡ ứng viên có khởi đầu tốt hơn ở công ty mới.

Reference Checking như thế nào để thu thập được thông tin chính xác nhất?

03

05 gợi ý giúp quá trình xác minh thông tin ứng viên (Reference Checking) của bạn trở nên hiệu quả

Cuối cùng, giới thiệu cụ thể nhiệm vụ của ứng viên để có nhận xét thực tế

Ngoài các câu hỏi để xác minh kỹ năng của ứng viên, **nhà tuyển dụng cũng có thể mô tả một tình huống cụ thể mà ứng viên phải xử lý ở vị trí này trong tương lai để lấy nhận xét từ người tham chiếu.** Ví dụ, với vị trí Quản lý dự án, A sẽ cần có khả năng lên kế hoạch, quản lý đội ngũ, và kỹ năng đàm phán để hoàn thành công việc với deadlines ngắn và ngân sách hạn hẹp, anh/chị thấy A xử lý những dự án này như thế nào trong quá khứ?

Nếu họ không có câu trả lời cho câu hỏi này, bạn có thể **mô tả kỹ chân dung (vai trò, trách nhiệm, và kỹ năng cần có) của ứng viên khi làm việc tại vị trí này trong doanh nghiệp** và nhờ họ đánh giá điểm mạnh và điểm yếu của ứng viên dựa trên những thứ đó. Làm như vậy, bạn sẽ có góc nhìn thực tế hơn về khả năng làm việc của ứng viên trong doanh nghiệp mình từ người đã tiếp xúc với họ.

TẠM KẾT

Duy trì thói quen tuyển dụng đột xuất mà không có kế hoạch nuôi dưỡng talent pool chính là đưa doanh nghiệp vào thế khó. Lúc này nhà tuyển dụng khó tìm được ứng viên phù hợp nhất, vì đa phần ứng viên đều mới biết đến doanh nghiệp, chưa tìm hiểu kỹ về văn hóa, đặc thù công việc.

Tham gia **khóa học Employer Branding của Tomorrow Marketers** để biết cách ứng dụng Marketing vào tạo dựng và nuôi dưỡng nguồn ứng viên.



Khóa học:
EMPLOYER BRANDING & HIRING

ỨNG DỤNG MARKETING VÀO TẠO NGUỒN ỨNG VIÊN

Xây dựng thương hiệu tuyển dụng

- Employer Value Proposition
- Strategy & Planning Framework
- Template Kế hoạch thực thi

Ứng dụng Digital Marketing tạo nguồn ứng viên

- Thu hút ứng viên qua content, PR & event
- Ứng dụng mạng xã hội
- Tối ưu các nền tảng tuyển dụng
- Quản lý nguồn ứng viên qua phần mềm

ĐĂNG KÝ NGAY

Khóa học Employer Branding & Hiring

- Ứng dụng Marketing vào tạo nguồn ứng viên.

 <https://bit.ly/3hYQvmq>

 info@tomorrowmarketers.org

 090.586.2499

Khóa học Employer Branding sẽ giúp bạn hiểu về:

Xác định được **định vị thương hiệu tuyển dụng** với những lợi ích khác biệt giúp thu hút ứng viên tiềm năng.

Dựa trên **thấu hiểu hành trình ứng viên để xây dựng kế hoạch truyền thông thương hiệu tuyển dụng dài hạn**, không ngừng mở rộng Talent Pool dồi dào chất lượng.

Ứng dụng **kiến thức và kỹ năng digital marketing để tiếp cận ứng viên trên đa nền tảng**, giúp thúc đẩy động lực tuyển dụng diễn ra nhanh hơn.

Ứng dụng công nghệ vào quản lý quy trình tuyển dụng, giúp nâng cao trải nghiệm ứng viên.

ĐĂNG KÝ NGAY