



Google تطلق محرك البحث عن الوظائف المدعوم بميزة التوصيف. ماذا الآن؟

اكتسب المشهد الخاص بالبحث عن الوظائف عبر الإنترنت هذا الأسبوع إضافة مهمة لها تداعيات واسعة النطاق، فتماشيًا مع المبادرة التي أعلنت عنها حديثاً "Google للوظائف"، أطلقت Google ميزة جديدة للبحث عن الوظائف مباشرة في صفحات نتائج البحث الخاصة بها، والتي تتيح لك البحث عن الوظائف على مستوى جميع المواقع الإلكترونية الرئيسية التي تعلن عن الوظائف الخالية عبر الإنترنت تقريبًا. فالمبادرة الجديدة من Google لا تتمتع بإمكانية إرباك سوق البحث عن الوظائف عبر الإنترنت فحسب، بل قد يغيّر نموذج البيانات الرئيسي للمبادرة، وهو توصيف الوظائف، من طبيعة عمليات البحث عن وظائف ومرشحين لها معًا. يجب أن نعرف أننا قد عملنا في عمليات توصيف الوظائف خلال آخر 8 سنوات.

يمثل التقدم الذي تحقّقه Google في مجال البحث عن وظائف تهديدًا للعديد من صناعات القرار الحاليين. ولا يرجع السبب في ذلك إلى أنه من المحتمل أن تجعل الميزة عمليات بحث المستخدمين تركز بصورة أكبر على موقع Google الخاص فحسب، ولكن لأن جودة البحث الخاصة بـ Google من المحتمل أن تتفوق على الخدمات الأخرى بسبب توصيف الوظائف الذي صمّمته Google. ولذلك يتعين على خدمات الوظائف عبر الإنترنت الأخرى أن تفكر بصورة مدروسة في كيفية المضي قدمًا لمواجهة التقدم الذي قامت به Google. فالبعض يمكنه إقامة شراكة مع Google. والآخرين عليهم البحث في مكان آخر عن حلول. وبالنسبة للآخرين، يمكن أن نعرض عليهم توصيفًا أشمل للوظائف والمهارات.

يبدأ الكثير من الأشخاص بالفعل عملية بحثهم عن وظيفة من Google. ولكن باستخدام الميزة الجديدة، سيتمتعون بتجربة مختلفة تمامًا على Google من الآن فصاعدًا. ففي السابق، كانت استعلامات البحث عن وظائف على Google، مثل "وظائف البيع بالتجزئة" تؤدي إلى إظهار قائمة بالروابط إلى مواقع ويب مثل Indeed و ZipRecruiter. ويمكن للباحثين عن وظيفة النقر فوق واحد من الروابط المهمة ومتابعة بحثهم على الموقع الذي اختاروه. ومع ذلك، فإن ميزة Google الجديدة ستبقي قدرًا أكبر من نسبة استخدام الشبكة أثناء البحث على الموقع الخاص بـ Google، حيث ستعمل ميزة Google الجديدة على إدراج إعلانات وظائف فردية في مربع فوق نتائج البحث التقليدية على الويب. وسيكون مصدر المعلومات هو مواقع الويب المتخصصة في عملية البحث عن وظائف مثل LinkedIn و Glassdoor، ومن أقسام الوظائف الموجودة في العديد من مواقع الشركات الأخرى على الويب مباشرة. وسيقوم الباحثون عن وظائف بالنقر فوق القوائم الجديدة وستعرض Google معلومات أكثر عن المنصب، حيث سينقلهم الزر "قراءة المزيد" إلى موقع التوظيف أو تطبيق الهاتف الجوال الذي خرجت منه القائمة.

المشاكل التي تواجه المواقع الإلكترونية التي تعلن عن الوظائف الخالية

بينما تعقد Google أولاً شراكات مع بعض من أهم صانعي القرار في البحث عن وظائف، بما في ذلك CareerBuilder و Monster و LinkedIn، إلا أن مبادرة Google الجديدة تتسبب في شكوك كبيرة في نماذج العمل



للكتير من صانعي القرار في سوق التوظيف. وسيكون أكثر المتأثرين بهذه المبادرة بصورة مباشرة هم مواقع تجميع الوظائف مثل Indeed. فقد صرح Chris Russell، مستشار موقع التوظيف وتكنولوجيا التوظيف في RecTech Media لـ SHRM قائلاً "ببساطة، فإن موقع Indeed لا يمكنه أن يظل يدي بأنه 'Google للوظائف'". وذهب خبراء تكنولوجيا التوظيف الآخرون إلى أبعد من ذلك قائلين "أن الأمر قد يحتاج إلى 10 سنوات أخرى ليصبح Indeed بمثابة أمر ثانوي، ولكنه يخدع نفسه إن تصور أن هذه اللحظة لا تمثل مستوى الإنذار 1" (SHRM). فبالتركيز ستهدد نسبة استخدام الشبكة الخاصة بتحسين محرك البحث الخاص بـ Indeed لأن Google ستسيطر على أهم المواضيع الخاصة بنتائج البحث التي يسيطر عليها Indeed المُقدّر الخاص بالبحث عن العقارات عبر الإنترنت حاليًا. علاوة على ذلك، قد يشجع ذلك الشركات على إدراج وظائف أقل على المواقع الإلكترونية التي تعلن عن الوظائف الخالية، والتي تحتاج إلى الدفع لها في أغلب الأحيان، لأن Google ستنتقي القوائم من مواقع الوظائف الخاصة بها مباشرة.

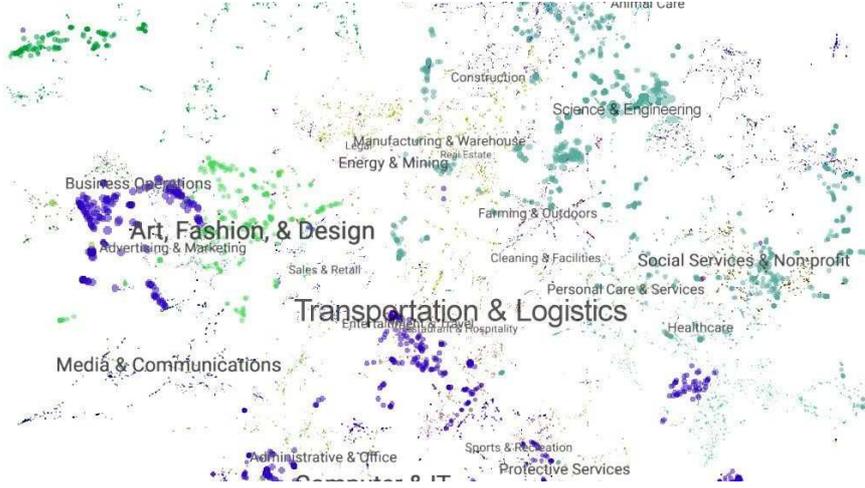
لكن هذا مجرد تلخيص سريع لبعض الطرق التي قد تؤثر من خلالها مبادرة Google الجديدة على الوضع الراهن في عملية البحث عن وظائف على الإنترنت. وسيكون هناك الكثير من الأمور الأخرى التي يجب مراعاتها كما أن Google أيضًا مرتبطة بصانعي القرار الحاليين من خلال مصادر الإيرادات الأخرى، تحديدًا علاقات أعمال الإعلانات الخاصة بها والتي لا ترغب Google في التسبب في تدهورها. على أية حال، قد يقع التحول الأكثر أهمية في نموذج البيانات الرئيسي والمنهج الذي استخدمته Google لبناء الحل الذي قدمته عليه: التوصيف المهني. فبينما كانت عمليات التوصيف موجودة لبعض الوقت، إلا أنها لم تُستخدم على الإطلاق على نطاق كبير. فقد وضعت مبادرة Google عمليات توصيف الوظائف في مكانة بارزة، والتي قد تؤدي في النهاية إلى تغيير طريقة مواجهة الشركات وموفري التكنولوجيا لمشكلة مطابقة الأشخاص بالوظائف.

مشكلة مطابقة الأشخاص المناسبين بالوظائف المناسبة

تظل المشكلة الأكبر في مجال الأعمال هي مطابقة الشخص المناسب بالوظيفة المناسبة. ويرجع ذلك لأسباب كثيرة. أولاً، عدم تضمين العديد من المعايير التي تحدد ما إذا كان المنصب مناسبًا لشخص معين، مثل الشخصية ونمط الحياة، في أوصاف الوظائف. ثانيًا، تكون العديد من أوصاف الوظائف محدودة وقديمة ومكتوبة بأسلوب ركيك في كثير من الأحيان. ثالثًا، يستخدم كل صاحب عمل لغة مختلفة لوصف نفس الوظائف. بالنسبة لأي وظيفة، هناك المئات من المسميات الوظيفية المختلفة، وهو ما يجعل عمليات البحث عن الوظيفة أو المرشح لها غير دقيقة ومضللة في كثير من الأحيان. وقد أدى ذلك إلى عدم تناسب في سوق العمل: يقول أصحاب العمل أنهم ما زالوا يعانون من مشاكل في ملء الوظائف الشاغرة. وفي نفس الوقت، في أحيان كثيرة لا يعرف الباحثون عن وظائف أن هناك وظيفة شاغرة قريبة للغاية منهم لأن محركات البحث تواجه مشكلة في اكتشاف ما تعنيه إعلانات الوظائف بالضبط.

إدخال توصيف الوظائف.

هذا هو الموضوع الذي يظهر خلاله توصيف الوظائف. يعمل توصيف الوظائف مثل Rosetta Stone بين الباحث عن التوظيف وأصحاب العمل: فهو يجمع المسميات الوظيفية والكفاءات ومستويات التعليم المتشابهة وما إلى ذلك، وبذلك يساعد في فهم الفروق الدقيقة بين السير الذاتية والوظائف الشاغرة. ويعمل التوصيف على تجميع المسميات الوظيفية المتشابهة إلى مجموعات وظيفية لبناء مجموعة من الوظائف التي يمكن البحث عنها والمفيدة للغاية، والتي يتم تنظيمها حسب المجال الوظيفي والتخصص. ومن خلال فهم العلاقات بين المحتوى الوظيفي والكفاءات والخبرة والتعليم، يساعد توصيف الوظائف في تقديم توصيات ونتائج بحث ذات صلة بصورة أكبر.



بذلك يوفر توصيف الوظائف أقصى دعم للباحثين عن الوظائف وأصحاب العمل. فعند دمجها في منصة توظيف، يتيح للمستخدمين الحصول على نتائج البحث التي يبحثون عنها دون القلق من أن تكون معايير بحثهم أوسع أو أضيق من اللازم. على عكس البحث المستند إلى الكلمات الرئيسية / البحث المنطقي، يقدم البحث المعتمد على التوصيف نتائج للأشياء التي لم تبحث عنها صراحة ولكنها متعلقة بمعايير بحثك.

على سبيل المثال، فإن وظيفة بسيطة مثل "سائق شاحنة" تظهر في مجموعة متنوعة من الصيغ المختلفة، وفقاً للشركة، حيث تطلق FedEx Express على السائقين "المبعوثين" وتطلق عليهم FedEx Office "المبعوثين في نفس اليوم في المدينة" وتطلق FedEx Freight عليهم "سائقي المدينة". فكل منهم يستخدم لغة مختلفة لوصف هذه الوظيفة المعيّنة. وخلال البحث العادي عن وظيفة "سائق شاحنة"، فإن هذه الوظائف لن تظهر. إلا أن التوصيف يعرف أن هذه الوظائف متشابهة للغاية ويمكنه إدراج كل هذه الوظائف وأكثر في نتائج البحث عن وظيفة.

ماذا الآن؟

يتطلب بناء عملية التوصيف جهوداً ضخمة ولكنه سيعود بالفائدة على اقتصادنا ومجتمعنا بالكامل في حالة تطبيقه بصورة مناسبة. كان العملاء الأوائل لـ Google متحمسين بالنجاحات التي تحققت باستخدام البحث عن وظيفة عبر Google. وعلى غرار ذلك، تفاجأ عملاؤنا بالتحسينات الكبيرة التي كان بإمكانهم تحقيقها باستخدام الرسم البياني الخاص بالمعرفة لدينا (JANZZon!). صممت Google توصيفاً للوظائف باللغة الإنجليزية حتى الآن. خلال آخر 8 سنوات، صممنا توصيفاً للوظائف بثماني لغات يتضمن مجموعات الوظائف من مناطق متنوعة مثل الولايات المتحدة وألمانيا والنرويج والشرق الأوسط. ولقد تعلمنا أنه كلما زاد البُعد الخاص بالتوصيف، تضاعفت درجة تعقيده وقيّمته.

الآن وبينما تعد ميزة التوظيف الخاصة بـ Google خطوة رائعة نحو جودة أفضل في البحث عن الوظائف، إلا أنها ليست حلاً مناسباً لكل صانعي القرار في سوق العمل. فالبعض مثل Indeed يعد من النماذج البارزة التي تم استبعادها من العمل مع Google لأسباب تنافسية، والآخرين مثل موفري أنظمة HCM وخدمات التوظيف العامة ربما تكون لديهم احتياجات أكبر للتخصيص وأمان البيانات، وأخيراً، فإن ميزة Google تتوفر باللغة الإنجليزية فقط حتى الآن. لذا، أين يجب على الشركات البحث عن حلول لمواكبة التقدم التكنولوجي السريع؟



ترخيص التوصيف الخاص بها

حاولت بعض الشركات إنشاء التوصيف الخاص بها ولكنها فشلت في الحفاظ عليه نتيجة لنقص المعرفة المتخصصة والموارد غير الكافية أو الموارد المالية. في السنوات الأخيرة، ظهرت العديد من مواقع التخزين الرقمية في مجال بيانات الوظائف. والحل الأسهل هو ترخيص توصيف الوظائف كخدمة سحابية. يوفر توصيف الوظائف! JANZZon هذه الإمكانية ويمنح الشركات والخدمات العامة الفرصة للاتصال بثروة من المعرفة حول الوظائف والمهارات واستخدامها لتطبيقاتها الحالية. يتوفر JANZZon حاليًا بثماني لغات (يتم العمل للوصول إلى 40 لغة) ويمتد ليشمل جميع الصناعات ومجموعات الوظائف. فهو التوصيف الأشمل المتاح اليوم. ولماذا لا يتم منح الفرصة لشركة أخرى غير Google؟