

HRD

AI FOR HR

כשבינה HR-ית
ובינה מלאכותית נפגשות

ויקי גרונר ויעקב רוזן



תוכן

6	הקדמה
16	פרק 1: בינה מלאכותית - מהי ואיך היא עובדת
25	פרק 2: גיוס, אבחון ומיון מועמדים
26	2.1 שימוש בבינה מלאכותית באפיון משרות:
32	2.2 ניסוח תיאורי תפקיד מקיפים בעזרת בינה מלאכותית
38	2.3 תהליך הפצת מודעות דרושים בערוצים שונים באמצעות אוטומציה
42	2.4 מהפכת הסורסינג ואיתור מועמדים עם בינה מלאכותית
49	2.5 מהפכה בשיווק הגיוס בעזרת כלי AI
54	2.6 מהפכה בגיוס עם מערכות ניהול מועמדים מבוססות בינה מלאכותית
57	2.7 מהפכה באבחון עם בינה מלאכותית
66	2.8 : בינה מלאכותית לחווית מועמד
75	פרק 3 גיוון והכללה בגיוס עם בינה מלאכותית
75	למה גיוון חשוב לארגונים
77	קידום גיוון והכללה באמצעות כלים מונעי AI
81	התמודדות עם הטיות ב-AI
83	צמצום הטיות ב-AI
84	פרק 4: תפקיד ה-AI במיתוג מעסיק
84	חשיבות מיתוג המעסיק בבניית זהות ארגונית חזקה
84	4.1 הגדרת מיתוג מעסיק
84	4.2 מדוע מיתוג מעסיק חשוב?
86	4.3 מיתוג מעסיק בעלות נמוכה בעזרת AI
88	4.4 יישומים פרקטיים של בינה מלאכותית למיתוג מעסיק
88	4.4.1 יצירת הצעת ערך מושכת לעובדים (EVP) בעזרת בינה מלאכותית
90	4.4.2 הגדרת שפה עיצובית
96	4.4.3 בניית גאנט מיתוג מעסיק בעזרת AI
104	4.4.4 כתיבת תוכן לפלטפורמות השונות
106	4.4.5 שימוש בכלים מבוססי AI ליצירת תמונות ווידאו מיתוג מעסיק
120	פרק 5: קליטה חלקה של עובדים חדשים עם בינה מלאכותית
123	בניית תכנים של קליטה לעובדים חדשים
125	שיפור תהליך קליטת עובדים חדשים בעזרת צ'אטבוטים מבוססי AI
127	שיפור חוויית העובד החדש באמצעות כלים מבוססי AI
130	פרק 6: למידה ופיתוח ארגוני עם AI
137	מסלולי קריירה, reskilling ו-upskilling בעידן הבינה המלאכותית

139	מימוש פוטנציאל ניהולי וניהול טאלנטים פנים ארגוני בעזרת AI:
140	פרק 7: שימור עובדים ומחברות ארגונית
140	7.1: חיזוי במשאבי אנוש: מינוף כוחה של בינה מלאכותית לשימור ומחברות עובדים
142	7.2: למידה והתפתחות מותאמות אישית: התפקיד של בינה מלאכותית בשימור ומחברות עובדים
144	7.3 שימוש בצ'אטבוטים לתמיכת משאבי אנוש: מהפכה במעורבות ושימור עובדים
147	פרק 8: הערכת ביצועים על ידי בינה מלאכותית
151	פרק 9: תקשורת ארגונית ובינה מלאכותית
151	9.1 מבוא לתקשורת ארגונית ותפקידה בארגון
152	9.2 שימוש ב-AI לתקשורת פנים-ארגונית
157	פרק 10: שיפור חוויית העובד עם בינה מלאכותית
157	10.1 ניהול רווחה וחוויית עובד
157	10.2 איך AI יכול לתרום לרווחה וניהול חוויית עובד
162	פרק 11: בינה מלאכותית בניהול שבר ותגמולים
164	פרק 12: אסטרטגיית משאבי אנוש עם AI
164	12.1 תפקיד ה-AI בגיבוש אסטרטגיית משאבי אנוש ארוכת טווח
165	12.2 שימוש ב-AI לחיזוי ותכנון צרכי כח אדם עתידיים
166	12.3 אופטימיזציה של הוצאות המחלקה בעזרת כלי AI
167	12.4 ניתוח נתוני עובדים באמצעות AI לקבלת החלטות אסטרטגיות
168	12.5 כלים מתקדמים לניהול סיכונים וצמצום תחלופה
169	12.6 יצירת תרבות ארגונית חדשנית בעידן הטכנולוגיה
170	12.7 שימוש ב-AI לאיתור וטיפול כישרונות עתידיים
171	12.8 אוטומציה ושיפור תהליכים אסטרטגיים בעזרת AI
172	12.9 אתגרים וסיכונים בשילוב מואץ של טכנולוגיות חדשות
174	12.10 בניית יתרון תחרותי מתמיד באמצעות ניהול אסטרטגי של משאבי אנוש
175	12.11 ביסוס חוסן ארגוני בעזרת AI
178	פרק 13: ניהול שינוי והטמעת טכנולוגיית AI
185	פרק 14: שיפור הפרודוקטיביות הארגונית בעזרת AI
187	פרק 15: שיקולים אתיים בבינה מלאכותית במשאבי אנוש
187	שימוש אתי בבינה מלאכותית במשאבי אנוש
188	אמינות הנתונים (או אם נקרא לילד בשמו: "פאק באמינות")
189	אבטחת מידע
189	הטיות ואפליה
190	הבדלים מגדריים
190	כיצד לוודא שיהיה שימוש מיטיב בבינה מלאכותית בארגון?
192	פרק 16: סיכום וצידה לדרך



194	רגע לפני שנפרדים
196	לגזור ולשמור 1 – דוגמאות לשימושי בינה מלאכותית
196	לגזור ולשמור 2 – כלי AI שחובה להכיר בעולמות ה-HR
199	על מחברי הספר

המסע של עולם משאבי האנוש הוא סיפור של טרנספורמציה, הסתגלות וחדשנות. מ"ניהול כוח אדם" שהיה בעיקרו טקטי, עברנו ל"ניהול משאבי אנוש" שהפך למקצוע אסטרטגי ומבוסס נתונים.

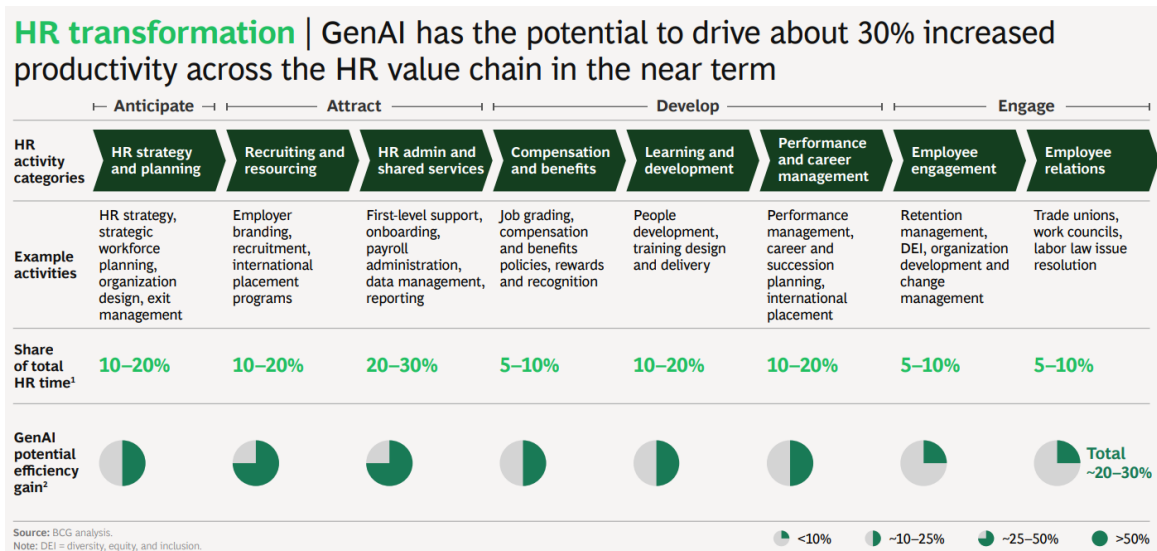
לפריצת הדרך בתחום הבינה המלאכותית (AI) יש ותמשיך להיות השפעה מכרעת על עולם העבודה בכלל ועל ניהול משאבי אנוש בפרט.

לצד שיפור משמעותי של כ 30% בפרודוקטיביות מחלקות משאבי אנוש (על פי נתוני המחקר מטה), כלי ה AI מביאים לשיפור ניכר באיכות העבודה שלנו.

יחד עם השיפור באיכות ובפרודוקטיביות, המחקרים מראים שכלי ה AI מעלים את שביעות הרצון שלנו בתפקיד מכיוון שהם מאפשרים לנו להתמקד בחלקים המשמעותיים יותר על חשבון משימות סזיפיות, בירוקרטיות או משעממות.

המחקר של חברת היעוץ BCG שמראה כי שימוש בכלי AI יהפוך את מחלקות ה-

HR לפרודוקטיביות יותר ב 30%



השינוי הוא הרבה מעבר להגדלת הפרודוקטיביות של צוותי ה-HR. עולם העבודה משתנה וישתנה. לפי דוח של הפורום הכלכלי העולמי לשנת 2025 מעריכים ש92 מיליון משרות ייעלמו בעקבות המהפכה הזו. נשמע מפחיד?! החדשות הטובות שעל



פי ההערכות תהיה תוספת של 170 מיליון משרות אחרות. השינוי הזה דורש חשיבה אסטרטגית של צוותי ה-HR ותכנון חכם ארוך טווח.

בספר המשלב בין אנשים לטכנולוגיה נביא מגוון פרספקטיבות וכלים שיאפשר לנו להכיר את היכולות האדירות של AI- להשפיע על הניהול האסטרטגי והטקטי של מש"א בארגון. נראה כיצד AI יכול להשתלב בעולמות הגיוס, סורסינג, מיתוג מעסיק, תקשורת ארגונית, רווחה וחוויית עובד, למידה ופיתוח ארגוני, HRIS, וכמובן HR. בנוסף, נעמוד על השפעותיו של ה-AI על עולם העבודה החדש ונקבל כלים לניהול השינוי.

הספר מיועד לכולן ולכולם – סמנכ"ל/ות מש"א, מנהלי/ות מש"א, מנהלי/ות גיוס, סורסינג, מיתוג מעסיק, רווחה וחוויית עובד, למידה ופיתוח ארגוני, תקשורת ארגונית, People Analytics ו-HRIS וכו'.

הספר נכתב ללא כוונות רווח מתוך רצון להמשיך ולהוביל חדשנות בקהילה.

שלכם

ויקי גרונר ויעקב רוזן

התפתחות עולם HR

עולם העבודה משתנה בקצב מהיר. הטכנולוגיות המתקדמות, כמו בינה מלאכותית (AI) משנות את הדרך שבה אנו עובדים, את הדרך שבה אנו מגייסים מועמדים, את הדרך שבה אנו מכשירים עובדים ואת הדרך שבה אנו מנהלים את המשאב האנושי שלנו.

התפתחותו של עולם משאבי האנוש היא תוצאה של תהליך היסטורי ארוך ומורכב. בתחילה, הטיפול בעובדים היה באחריותם של המנהלים הבכירים בארגון. עם התקדמות המהפכה התעשייתית, הפך הטיפול בעובדים לצורך חיוני עבור ארגונים גדולים.

בשנת 1880, נוסד הארגון האמריקאי למנהל (AMA) שהיה הראשון להציע קורסים והכשרות בתחום ניהול משאבי אנוש. בשנת 1913, ייסד וויליאם האורד פורד את מחלקת האנוש הראשונה בעולם בחברת פורד מוטורס.

בשנות ה-50 וה-60 של המאה ה-20, התפתחו גישות חדשות לניהול משאבי אנוש, כגון גישת יחסי האנוש וגישת הניהול המדעי. בשנות ה-70 וה-80 של המאה ה-20, התפתחה גישת הניהול האסטרטגי של משאבי אנוש, שהדגישה את הקשר בין משאבי אנוש ליעילות העסקית. מניהול כ"א עברנו לניהול משאבי אנוש ומשם צוותי ה-HR הופכים להיות שותפים עסקיים ואסטרטגיים בארגון.

התפתחות משאבי אנוש בעולם המודרני

במהלך השנים האחרונות, עולם העבודה השתנה באופן דרמטי. הטכנולוגיות החדשות, כמו בינה מלאכותית, אוטומציה ועבודה מרחוק, יצרו הזדמנויות חדשות לארגונים, אך גם אתגרים חדשים בניהול משאבי אנוש. ההתפתחות הטכנולוגית הובילה גם להתפתחות של תפקידים חדשים בעולמות ה-HR כמו HRIS, People Analytics שנותנים מענה לניהול מערכות המידע ולמידה שהפכה להיות הכרחית. לצידם התפתחו תפקידים חדשים שהם תולדה של מצב השוק כמו למשל מיתוג

מעסיק, סורסינג ושיווק הגיוס. ההבנה שלא רק ארגון בוחר בעובד אלא גם העובד צריך לבחור בארגון בכל יום מחדש שינתה את תפיסת ההפעלה המש"אית והגיוסית בארגון.

מנהלי משאבי אנוש מודרניים נדרשים להתמודד עם אתגרים רבים, כגון:

- **גיוס עובדים איכותיים:** בעולם של שוק עבודה מבוזר ותחרותי, קשה יותר לארגונים לגייס עובדים איכותיים. רבות דובר על "המלחמה על הטאלנטים", אך למען האמת המלחמה אינה רק עליהם. אתגרי הגיוס פוגשים את רוב הארגונים במגוון רחב של תחומי עיסוק: לא רק מפתחים ומקצועות טכנולוגיים אלא גם נהגים, מפעילי מכונה, עובדי מחסן, אנשי חינוך והוראה, רפואה, סיעוד ועוד. על פי בנצמארק מקורות הגיוס של חברת HRD גיוס ושימור עובדים איכותיים הוא האתגר המרכזי עבור ארגונים מזה כ-5 שנים ברציפות. ב-2022 כ-90% מהארגונים העידו שהם מתמודדים עם מחסור במועמדים. ב-2023 ראינו ירידה ל-62% שנבעה ממצב השוק ומגלי הפיטורים. עם זאת, גם בתקופה שהתאפיינה בצמצומים – עדיין גיוס ושימור עובדים תופסים מקום חשוב בסדר יום הארגוני. כמו כן, יש לציין שנתונים אלו מתייחסים לכל שוק העבודה ובאופן טבעי יש תעשיות שפחות חוו את ההאטה ואף גייסו יותר מבעבר.

- **הכשרה ופיתוח עובדים:** טכנולוגיות חדשות מחייבות עובדים להתעדכן באופן קבוע. חלק מהעיסוקים משתנים. לצד תחומי אחריות שמבוצעים על ידי מכונות, נולדו תחומי אחריות אחרים כמו היכולת "להפעיל" את המכונות הללו ולתת להן פקודות. הדוגמה הכי קלאסית לשינוי שהשוק עבר נמצאת בפסי הייצור. אם בעבר פעולות רבות בייצור היו מבוצעות ידנית על ידי עובדי ייצור, הרי שהיום מכונות עושות חלק גדול מהעבודה. לכן, אומנם הביקוש לעובדי ייצור ירד, אך לצד זאת אנחנו עדים לגיוס גובר של מפעילי מכונות (או גיוס של עובדי ייצור שיהיו עתודה להפעלת מכונה).

עיסוקים שלמים משתנים סביב הטכנולוגיה ולכן התפקיד שלנו לשים דגש על תהליכי Upskilling ו-Reskilling בארגון. אך האחריות אינה רק שלנו, אלא של

כל עובדת או עובד. 3 תכונות שהופכות להיות רלוונטיות היום יותר מתמיד הן חוסן, סקרנות ואומץ. חוסן להתמודד עם השינויים, סקרנות ללמוד אותם ואומץ להוביל שינוי.

● **הערכת ביצועים:** בעולם של עבודה משתנה, חשוב יותר מתמיד לקבל החלטות מבוססות נתונים על ביצועי העובדים. הדבר הכרחי הן לצורך משוב שחשיבותו ברורה וידועה לכולנו והן לצורך ניהול אפקטיבי ואסטרטגי יותר של המשימות. במצב בו הביצועים אינם תואמים את המצופה ניתן לשקול הכשרה מתאימה לעובדים, שילוב טכנולוגיה תומכת, הצמדת חונך, שינוי אופן הניהול ואפילו שינוי המבנה הארגוני.

● **שימור עובדים:** בעולם של שוק עבודה מבוזר ותחרותי, קשה יותר לארגונים לשמר עובדים טובים. עידן הרשתות החברתיות הפך את "הקירות הארגוניים" לשקופים: הרבה יותר מידע זמין ברשתות החברתיות ובאתרים לדירוג מעסיקים כמו גלאסדור ו-The Worker. אך לא רק ברשתות החברתיות: עובדים ועובדים פוטנציאליים מחליפים ביניהם מידע בכנסים, במיטאפים ובמפגשים שונים.

● **מחברות ארגונית:** מחברות ארגונית היא תחושת השייכות והמעורבות של העובד בארגון. בתקופה זו, בה עולם העבודה משתנה בקצב מהיר, מאתגר יותר לבסס מחברות ארגונית. הסיבות לכך הן רבות ומגוונות: ראשית, אין ספק שהחוויה הפסיכולוגית בין עובדים לארגונים השתנה סביב גלי הפיטורים הענקיים בתקופת הקורונה. לאחר מכן, היינו עדים לתקופת גיוס מוגברת שנעצרה ולאחריה התחילו שוב גלי פיטורים (תחילה סביב המצב הכלכלי ולאחר מכן על רקע מלחמת "חרבות ברזל"). העובדים מתמודדים עם שינויים תכופים, אשר משפיעים על המחברות הארגונית. אין ספק שגם העבודה מרחוק נתנה את אותותיה.

על מנת לבסס מחברות ארגונית, ארגונים צריכים להשקיע ביצירת סביבה עבודה תומכת ומעודדת, בה העובדים מרגישים שהם חלק ממשוה גדול יותר

מהם. הם יכולים לעשות זאת באמצעות פיתוח חזון ואסטרטגיה ארגונית משותפת, השקעה בקשרים בין אישיים ויצירת תחושת משמעות וסיפוק בעבודה.

● **חוסן ארגוני** - חוסן ארגוני הוא היכולת של ארגון להתמודד עם משברים ואירועים לא צפויים. הוא חשוב מכיוון שהוא מאפשר לארגון לצמוח ולהתפתח גם בעתות של אי ודאות.

ארגונים מתמודדים היום עם מספר אתגרים בתחום החוסן סביב שינויים מהירים, תחרות גוברת, משברים גלובאליים ולוקאליים.

על מנת לחזק את החוסן הארגוני, ארגונים חייבים להוביל תוכנית פיתוח חוסן תוך השקעה בעובדים ויצירת סביבת עבודה תומכת ומעודדת.

● **צמצומים/התייעלות/ Do more with less**

עולם העבודה משתנה בקצב מהיר, וגורמים שונים, כגון קורונה, אינפלציה, עליית ריבית, מלחמה באוקראינה, ומלחמת "חרבות ברזל" גורמים לארגונים רבים לחפש דרכים "לעשות יותר עם פחות משאבים", כולל משאבים אנושיים. הדבר הופך את תפקיד ה-HR למאתגר יותר, בפרט לאור העובדה שעובדים התרגלו לעבודה בסביבה עתירת משאבים עם ההתאוששות ממשבר הקורונה.

מלחמת "חרבות ברזל" הציבה אתגר בפני הארגונים שנאלצו לשמור על הפעילות העסקית עם כ"א חסר: כ-300 גוייסו למילואים, העדרויות רבות ממקום העבודה על רקע פעילות לא סדירה של מערכת החינוך ועל רקע משברים אישיים של עובדים. לאלו ניתן להוסיף גם ארגונים שנאלצו להוציא עובדים לחל"ת, לפטר או להקפיא תקציבים. העבודה חייבת להתבצע גם במשאבים חסרים.

שימוש בבינה מלאכותית בניהול משאבי אנוש

בינה מלאכותית היא טכנולוגיה חדשה ומהפכנית שמשנה את הדרך שבה אנו חיים ועובדים.

AI יכול לשמש למגוון משימות בתחום משאבי אנוש, החל מאיתור וגיוס עובדים, דרך הערכת ביצועים, חווית עובד ועד לסיום העסקה.

בתחום הגיוס - בינה מלאכותית (AI) יכולה לשמש כדי לשפר את היעילות והאפקטיביות של תהליך הגיוס, על ידי שימוש במגוון משימות, כגון:

- מיון קורות חיים: AI יכול לסרוק ולנתח אלפי קורות חיים בזמן קצר, לאתר מועמדים העונים על קריטריונים נדרשים.
- ראיונות אוטומטיים: בוטים חכמים יכולים לנהל שיחות ראשוניות עם מועמדים ולהעריך את התאמתם לתפקיד.
- איתור מועמדים: כלים מתקדמים מסוגלים לאתר מועמדים פוטנציאליים מתאימים הן מתוך מערכות הגיוס והן מהרשתות.
- כלי GEN AI כמו Copilot, Gemini ChatGPT או Claude יכולים לסייע בגיבוש פרופילי משרה, יצירת נוסחים לפרסום ונוסחים לפניה ולהתכתבות עם מועמדים, שאלות לראיונות, בניית תרגילים מקצועיים ועוד.
- כלי AI שמייצרים תמונות וסרטונים יכולים להעשיר ולגוון את פרסומי המשרות.

מיתוג מעסיק הוא תהליך של יצירת תדמית חיובית של הארגון כמקום עבודה. AI יכול לשמש כדי לשפר את מיתוג המעסיק, על ידי שימוש במגוון משימות, כגון:

- בניית תוכנית עבודה שכוללת גאנט מיתוג מעסיק
- כתיבת תכנים – פוסטים לרשתות, תיקשורים ארגוניים, ניוזלטרים ועוד
- כתיבת בריף לסטודיו או לספק שעימו עובדים על סרטוני מיתוג מעסיק
- יצירת תמונות, סרטונים וכתוביות לסרטונים בעזרת כלי AI

משאבי אנוש - AI יכול לשמש כדי לשפר את יעילות והאפקטיביות של תהליכים רבים בתחום משאבי אנוש, כגון:

- חיזוי תחלופת עובדים - אלגוריתמים מתקדמים יכולים לנתח נתונים היסטוריים ומגמות עכשוויות על מנת לחזות עזיבת עובדים ולאפשר תכנון והיערכות מראש.

- בניית תוכניות – כלי GEN AI כמו ChatGPT יכולים לסייע בבניית תוכניות במגוון תחומים כמו שימור עובדים, חוסן, מחוברות ארגונית, תוכניות עבודה ועוד. הכלים הללו מסוגלים לעבד כמויות גדולות של מידע שאנחנו טוענים לתוכם ובכך לסייע לנו בשלב ביצוע המחקר/בנצ'מארק. הם גם יכולים לסייע לנו בשילוב רעיונות יצירתיים וחדשניים בתוכניות השונות.
- ניתוח פרודוקטיביות עובדים - כלי BI מאפשרים לאסוף ולנתח נתוני ביצועי עובדים ולזהות תחומים לשיפור.
- אופטימיזציה של לוחות זמנים - אלגוריתמים יכולים לבצע תכנון אוטומטי של לוחות זמנים ומשמרות בהתאם לצרכים ולהעדפות.
- פיתוח תוכניות ושאלונים במגוון נושאים כמו חוסן ומחוברות ארגונית שאלו שני נושאים מאוד בוערים בתקופה הזו.
- תגמול והטבות: AI יכול לשמש כדי לנתח את היעילות של תוכניות תגמול והטבות.

פרט, רווחה וחוויית עובד

- חוויית עובד היא האופן שבו עובד חווה את העבודה שלו בארגון. AI יכול לשמש כדי לשפר את חוויית העובד, על ידי שימוש במגוון משימות, כגון:
- ניתן לתת מענה לחלק מפניות העובדים בעזרת צ'ט-בוטים – למשל שאלות לגבי שכר והטבות, הזמנת הטבות, רישום לאירועים, שאלות בנוגע לתנאי עבודה ועוד.
 - ניתוח נתוני שביעות רצון עובדים: AI יכול לשמש כדי לנתח נתוני שביעות רצון עובדים כדי להבין טוב יותר את הצרכים והרצונות שלהם.
 - התאמה אישית של תוכניות רווחה: AI יכול לשמש כדי להתאים אישית תוכניות רווחה לעובדים בהתבסס על הצרכים שלהם.
 - שימוש בכלי AI יוצר לצורך סיוע במשימות שוטפות כמו תכנון ימי גיבוש, נופש חברה, בחירת מתנות לחגים, הכנת תיקשורים כולל תמונות מתאימות שנוצרו ב-AI ועוד.

למידה ופיתוח ארגוני

למידה ופיתוח ארגוני הם תהליכים של פיתוח הכישורים והידע של העובדים בארגון. AI יכול לשמש כדי לשפר את תהליכי הלמידה והפיתוח הארגוני, על ידי שימוש במגוון משימות, כגון:

- סיכום חומרי למידה, כולל אפשרות להתאים את המשלב הלשוני לקהל היעד
- תרגום חומרי למידה למגוון שפות – התרגום יכול להתבצע אפילו ישירות במצגות בכלים כמו Canva או בעזרת ChatGPT או על ידי אוואטר שידבר בעל שפה שנרצה בכלים כמו Heygen.
- הסבת חומרי למידה כתובים לקטעי קול – בעידן בו אנשים מבליים שעות בדרכים, קטעי שמע של חומרי הדרכה יכולים לאפשר ניצול יעיל של הזמן. ישנם כלים כמו NotebookLM שמאפשרים ליצור פודקאסט או סקירת וידאו מחומרים טקסטואליים. הפודקאסט נוצר בדקות בודדות ונשמע כמו שיחה קולחת, מעניינת ושזורה בהומור בין גבר לאישה. כלי AI אחרים מאפשרים ליצור אוואטרים שיכולים להעביר תכנים. ניתן לעשות זאת עם קול מתוך המאגר או אפילו להשתמש בדוגם קול ולחקות כל קול שנרצה.
- בניית מערכי תרגול ומבחנים עם פידבק: כלומר ה-AI יכול גם לבנות את המבחנים וגם לבדוק אותם ולתת משוב.
- התאמה אישית של תוכניות למידה: AI יכול לשמש כדי להתאים אישית תוכניות למידה לעובדים בהתבסס על הצרכים שלהם.
- ניטור והערכה של למידה: AI יכול לשמש כדי לעקוב אחר התקדמות הלמידה של העובדים ולזהות תחומים לשיפור.
- ניתוח נתוני למידה: AI יכול לשמש כדי לנתח נתוני למידה כדי להבין טוב יותר את הצרכים והרצונות של העובדים.
- בינה מלאכותית יכולה לסייע בלמידת תכנים, שיפור מיומנויות ואפילו לימוד שפות. אפילו בעזרת כלים חינמיים שנגישים לכולם כמו ChatGPT אפשר ללמוד שפות, תוך קבלת פידבק מיידי. היכולת הקולית של הצ'ט מאפשרת

לשוחח עם דמות שנשמעת אנושית ולקבל ממנה פידבק מקצועי, אדיב ואמפאתי. שימו לב שחלק מהכלים שילבו במהלך 2025 פיצ'רים שמוכוונים ללמידה שהופכים את כלי ה-AI לקואצ'רים או למורים טובים יותר. למשל מצב Study and learn שקיים גם בצ'ט ג'יפיטי וגם ב-Gemini.

תקשורת ארגונית

תקשורת ארגונית היא תהליך של העברת מידע וידע בין אנשים בארגון. AI יכול לשמש כדי לשפר את התקשורת הארגונית, על ידי שימוש במגוון משימות, כגון:

- יצירת תוכן לרבות תוכן מותאם אישית: AI יכול לשמש כדי ליצור תוכן – טקסטים, תמונות וסרטונים. כלי ה-AI יכולים ליצור בסיס ראשוני מעולה שממנו אפשר להתחיל את מלאכת יצירת התוכן. בעתיד הקרוב נראה גם יצירות מותאמות אישית עבור עובדים, כגון חדשות, אירועים ועוד.
- ניתוח נתוני תקשורת: AI יכול לשמש כדי לנתח נתוני תקשורת כדי להבין טוב יותר את הצרכים והרצונות של העובדים. היכולת לנתח המון מידע בזמן מאוד קצר מהווה מכפיל כוח משמעותי. חשוב לציין שכלי ה-AI יודעים לנתח גם מידע טקסטואלי ולהפיק ממנו תובנות.
- התאמה אישית של מסרים: AI יכול לשמש כדי להתאים אישית מסרים לעובדים בהתבסס על הצרכים שלהם.

אבל מה עושים כשה-AI "מדבר בשפה שלו"? בסגנון שכבר מאוד מזוהה עם הכלי אבל מאוד לא מזוהה עם הארגון? גם כאן יש כבר מגוון פתרונות, למשל יצירת עוזר מותאם (GEPS-CHATGPT, GEMS-GEMINI, AGENT-COPILOT). אפשרות נוספת היא לעודד את כלי ה-AI לשמור בדיכרון הנחיות מסוימות או לעדכן בהנחיות המותאמות שלו הוראות מדוייקות.

AI הוא כלי רב עוצמה שיכול לשפר את היעילות והאפקטיביות של עבודת משאבי אנוש. עם זאת, חשוב להשתמש ב-AI בצורה אחראית, תוך שמירה על האנושיות בעבודה.

בינה מלאכותית יכולה להעניק לאנשי משאבי אנוש יתרונות רבים:

- יעילות מוגברת: בינה מלאכותית יכולה לייעל תהליכים רבים בניהול משאבי אנוש, כגון גיוס, הכשרה, פיתוח עובדים וניהול ביצועים.
- פרודוקטיביות משופרת: בינה מלאכותית יכולה לעזור לאנשי משאבי אנוש להיות פרודוקטיביים יותר על ידי אוטומציה של משימות חוזרות ונשנות.
- אפקטיביות משופרת: בינה מלאכותית יכולה לעזור לאנשי משאבי אנוש לקבל החלטות טובות יותר על ידי ניתוח כמות גדולה של נתונים.
- שדרוג חווית עובד ורמת השירות: בינה מלאכותית יכולה לשפר את השירות שהארגון מספק לעובדים שלו, על ידי מתן תמיכה אישית וממוקדת יותר.

השלכות לעתיד

בינה מלאכותית צפויה להמשיך ולצמוח בחשיבותה בניהול משאבי אנוש בשנים הקרובות. בינה מלאכותית יכולה לעזור לארגונים להתמודד עם אתגרים רבים, כגון גיוס עובדים איכותיים, הכשרה עובדים והשגת שביעות רצון של עובדים.

בינה מלאכותית משפיעה לא רק על תחום ה-HR, אלא על רוב העיסוקים בארגון. לכן התפקיד של פונקציות ה-HR הוא כפול: מצד אחד הן צריכות להכיר את הכלים ולהטמיע אותם בתוך הארגון. מצד שני הן צריכות גם לנהל אסטרטגית את השינוי ברמה הארגונית: בחינה מחדש של פרופילי גיוס ושל רלוונטיות העיסוקים השונים, הובלת תהליכי הטמעה, בניית תוכניות למידה והדרכה, מסלולי קריירה ארגוניים, reskilling ו-upskilling ועוד.



לצד זאת, חשוב להיות מודעים להיבטים האתיים ולהטיות שכרוכות בשימוש בבינה מלאכותית. נדון על כך בהרחבה בהמשך.

פרק 1: בינה מלאכותית - מהי ואיך היא עובדת

בימים המוקדמים של ההיסטוריה האנושית, הרעיון ליצור מכונות שיכולות לחשוב וללמוד כמו בני אדם נראה כמו מדע בדיוני טהור. קפיצה קדימה להיום, ואנחנו מוצאים את עצמנו חיים בעולם שבו חלומות דמיוניים אלה הפכו למציאות. ברוכות וברוכים הבאים לעולם המרתק של בינה מלאכותית, המכונה לעיתים קרובות בקיצור AI.

בינה מלאכותית (AI) היא אחת הטכנולוגיות המהפכניות ביותר של המאה ה-21. היא משפיעה על כל היבט של חיינו, החל מהדרך שבה אנו עובדים ועד לדרך שבה אנו מתקשרים.

בפרק זה, נרחיב על מהי בינה מלאכותית, כיצד היא עובדת, מהם היתרונות והחסרונות שלה, וכיצד היא מיושמת בעולם האמיתי.

מה זה AI?

בינה מלאכותית, או AI בקיצור, זה מעין מוח דיגיטלי שיכול לבצע משימות הדורשות בדרך כלל אינטליגנציה אנושית. זה תחום במדעי המחשב המתמקד ביצירת מערכות, תוכנה או מכונות שיכולות לחקות ולדמות חשיבה, הסקת מסקנות ופתרון בעיות הדומים לאלו של בני אדם.

ניתן לחשוב על AI כאמנות של הפיכת מחשבים לחכמים, אך מה בדיוק זה אומר "חכמים" בהקשר הזה? זה אומר שמערכות AI יכולות להבין, להסתגל, ללמוד ולקבל החלטות על סמך נתונים וחוויות, בדיוק כמונו. אבל איך AI עובדת את הקסם שלה?

אבני הבניין של AI

ה-AI מסתמך על מספר אבני בניין יסודיות:

1. **נתונים (DATA SET)** – זהו חומר הגלם של AI. המידע שמערכות AI

משתמשות בו כדי ללמוד ולקבל החלטות. ישנם מגוון סוגי נתונים: טקסטים,

תמונות, וידאו, סאונד וכו'. כדי ש-AI יעבוד ביעילות, הוא זקוק להמון נתונים ללמידה.

2. **אלגוריתמים** - אלגוריתם הוא כמו סט של הוראות האומר למערכת AI מה לעשות עם הנתונים. זה המתכון שמדריך את המחשב כיצד לעבד, לנתח ולקבל החלטות על סמך הנתונים שהוא מקבל.

3. **מודלים** - מודלים הם לב ליבו של AI. הם ייצוגים מתמטיים של אופן הבנת המערכת ועיבוד הנתונים. מודלים נוצרים על ידי אימון ה-AI על כמויות עצומות של נתונים כדי שיוכל לזהות תבניות ולבצע תחזיות.

4. **למידה** - כאן קורה הקסם. AI לומדת מהנתונים שניתנו לה באמצעות תהליך הנקרא למידת מכונה (Machine Learning או בקיצור ML). בדיוק כפי שאנחנו לומדים מניסיוננו, AI לומדת על ידי זיהוי תבניות בנתונים והתאמת האלגוריתמים והמודלים בהתאם.

מה ההבדל בין למידת מכונה (ML) ל-Deep Learning?

למידת מכונה (ML) ו-Deep Learning הם שני ענפים של בינה מלאכותית (AI) שעוסקים ביכולת של מחשבים ללמוד מנתונים ללא תכנות מפורש.

Deep Learning הוא תת-תחום של למידת מכונה העוסק בשימוש ברשתות נוירונים מלאכותיות כדי ללמוד מנתונים. רשתות נוירונים מלאכותיות הן מודלים מתמטיים שמדמים את המבנה והתפקוד של המוח האנושי. ההבדל העיקרי בין למידת מכונה ל-Deep Learning הוא שהאחרונה משתמשת ברשתות נוירונים מלאכותיות. רשתות נוירונים מלאכותיות יכולות ללמוד תבניות מורכבות יותר מאשר טכניקות למידת מכונה אחרות. זה מאפשר ל-Deep Learning לבצע משימות מורכבות יותר, כגון זיהוי תמונות וקול, תרגום שפות, והבנת שפה טבעית.

במילים אחרות: Deep Learning היא למידת מכונה "על סטראוידים". זה ההבדל בין ללמוד הרבה חומר ולדעת לשלוף אותו, לבין היכולת להוציא ממנו תובנות.

5. **NLP, או Natural Language Processing** הוא תחום במדעי המחשב העוסק בעיבוד שפה טבעית. NLP מאפשר למחשבים להבין ולעבד שפה טבעית, כגון טקסט וקול.

איך AI לומדת?

כולנו היינו פעם תינוקות. איך למדנו לזהות בעלי חיים? למשל, איך למדנו לזהות חתולים בתמונות? ההורים שלנו הראו לנו הרבה מאוד חתולים. בהתחלה התבלבלנו בין חתולים לכלבים, אבל ככל שראינו יותר חתולים ויותר כלבים, כך למדנו להבחין ביניהם. באותו אופן גם ה-AI לומד. בהתחלה, מראים לו אלפי תמונות, חלק עם חתולים וחלק בלי. המחשב לומד להבחין בין חתולים על ידי זיהוי מאפיינים משותפים כמו זנב, פרווה ואוזניים. ככל שהוא רואה יותר ויותר תמונות, הוא הופך ליותר טוב בזיהוי חתולים.

AI משתמשת בתהליך דומה אבל בקנה מידה הרבה יותר גדול. למשל, בתחום הרפואה, ניתן לאמן AI לזהות סימנים של מחלות בתמונות רפואיות כמו צילומי רנטגן או MRI. היא לומדת מאלפי ואף מיליוני תמונות כאלה, ובהדרגה הופכת ליותר טובה באבחון מצבים.

סוגי AI

קיימים סוגים שונים של AI, כל אחד משרת מטרת שונות. ישנן מספר דרכים לסווג AI. אחת הדרכים הנפוצות ביותר היא לחלק AI לשני סוגים עיקריים: בינה מלאכותית חלשה ובינה מלאכותית חזקה.

1. בינה מלאכותית צרה/חלשה (ANI)

AI צר, המכונה גם AI חלש, מיועד למשימות ספציפיות. AI חלש הוא AI שיכול לבצע משימות ספציפיות, אך הוא אינו מסוגל לחשוב או לפעול באופן עצמאי. AI חלש הוא הרוב המכריע של AI הקיים כיום. למשל עוזרי קול כמו Siri או

Google Assistant, שיכולים לענות על שאלות ולבצע משימות כמו הגדרת תזכורות או ניגון מוזיקה.

תחת קטגוריה זו נכללות למידת מכונה, רובוטיקה, ועיבוד שפה טבעית (NLP).

2. AI כללי/חזק (AGI)

AI כללי, המכונה גם AI חזק או בינה מלאכותית כללית (AGI), הוא מה שאנחנו רואים לעיתים קרובות במדע בדיוני. זה מערכת שיש לה אינטליגנציה אנושית ויכולה להבין, ללמוד ולבצע מגוון רחב של משימות, בדיוק כמו בן אדם. עם זאת, עדיין לא הגענו לרמה הזו של AI.

AI יוצר (Generative AI)

AI יוצר הוא תחום של בינה מלאכותית העוסק בפיתוח מודלים ממוחשבים שיכולים ליצור תוכן חדש, כגון תמונות, מוזיקה, וקוד. AI גנרטיבי משמש במגוון רחב של יישומים, כגון יצירת תוכן, תרגום שפות, והבנת שפה טבעית.

ישנם מספר סוגים של AI יוצר, בהתבסס על הטכנולוגיה המשמשת ליצור את התוכן החדש. כמה מהסוגים הנפוצים ביותר של AI גנרטיבי כוללים:

- **למידת מכונה:** AI יוצר מבוסס למידת מכונה משתמש במודלים של למידת מכונה כדי ללמוד את הדפוסים בנתונים קיימים, ולאחר מכן ליצור תוכן חדש בהתבסס על הדפוסים הללו.
- **רשתות נוירונים:** AI יוצר מבוסס רשתות נוירונים משתמש ברשתות נוירונים מלאכותיות כדי ליצור תוכן חדש. רשתות נוירונים מלאכותיות הן מודלים מתמטיים שמדמים את המבנה והתפקוד של המוח האנושי.
- **למידת חיזוק:** AI יוצר מבוסס למידת חיזוק משתמש באלגוריתמי למידת חיזוק כדי ליצור תוכן חדש. אלגוריתמי למידת חיזוק מאפשרים למחשב ללמוד מניסוי וטעייה, תוך כדי קבלת פידבק על הצלחות וכישלונות.

AI יוצר משמש במגוון רחב של יישומים, כגון:

- **כלי טקסט לטקסט:** אלו כלים שאנחנו מזינים לתוכם טקסטים ומקבלים פלט שהוא טקסט. למשל: Perplexity, Claude, Copilot, Gemini, ChatGPT.
 - **כלי טקסט לתמונה:** אלו כלים שאנחנו מזינים לתוכם טקסטים ומקבלים פלט שהוא תמונה. למשל: מידג'רני, דאלי, סטייבל דיפיוזן, לאונרדו, אידיאוגרם ועוד.
 - **כלי טקסט לסאונד:** אלו כלים שאנחנו מזינים לתוכם טקסט ומקבלים פלט שהוא סאונד. למשל elevenlabs שזה כלי שדוגם קול ויודע להמיר טקסטים לקטעי קול שדומים מאוד לקול אותו הוא דגם.
 - **כלי סאונד לטקסט:** אלו כלים שאנחנו מזינים לתוכם סאונד והם יוצרים לנו טקסט. היישום הכי פשוט הוא הוספת כתוביות לסרטונים או תמלול פגישות.
- אם בעבר לכל כלי הייתה מומחיות מוגדרת, הרי שהיום יש ערבוב בין הקטגוריות. למשל כלים כמו ChatGPT, Gemini, Copilot יודעים ליצור מעבר לטקסטים גם תמונות, סרטונים, מצגות.

ChatGPT – על מה המהומה?

OpenAI הוקמה בשנת 2015 על ידי אלון מאסק, סם אלטמן, איליה סוצקבר, ג'יימס הולי, ונוסטונס מקארתי. החברה הוקמה במטרה לקדם ולפתח בינה מלאכותית בטוחה ושימושית לטובת האנושות.

אין ספק שפתיחת ChatGPT לשימוש של הקהל הרחב בנובמבר 2022 נתנה בוסט אדיר לתחום ה-AI היוצר.

ChatGPT הוא מודל שפה גדול (LLM) שנוצר על ידי OpenAI. ה-LLM הוא מודל מחשב שיכול ליצור טקסט, לתרגם שפות, לכתוב סוגים שונים של תוכן יצירתי, ולענות על שאלות בצורה אינפורמטיבית.

ChatGPT זכה להרבה תשומת לב מכיוון שהוא מסוגל ליצור טקסט דמוי אדם בצורה מדהימה. לדוגמה, ChatGPT יכול ליצור סיפורים, שירים, מאמרים, תמונות ואפילו קוד. הוא גם מסוגל לתרגם שפות בצורה מדויקת, ולענות על שאלות בצורה אינפורמטיבית.

שיקולים אתיים ורגולציה בשימוש בבינה מלאכותית

בינה מלאכותית (AI) היא טכנולוגיה רב עוצמה עם פוטנציאל לשינוי משמעותי בעולם. עם זאת, כמו כל טכנולוגיה חדשה, AI גם טומנת בחובה אתגרים אתיים ורגולטוריים. ישנם מספר שיקולים אתיים חשובים שיש לקחת בחשבון בשימוש בבינה מלאכותית. חלק מהשיקולים הללו כוללים:

- **אפליה:** AI עלול לשקף את הטיות האנושיים ששימשו לאימון שלו. לדוגמה, מודל AI שאומן על סט נתונים של נתוני גיוס עבודה עשוי להעדיף מועמדים ממוצא מסויים.
- **פרטיות:** AI יכול לשמש כדי לאסוף ולנתח כמויות גדולות של נתונים אישיים. חשוב להגן על פרטיות המשתמשים בעת שימוש ב-AI.
- **ביטחון:** AI יכול ליצור סיכונים חדשים לביטחון, כגון התקפות סייבר או פגיעה ברכוש. חשוב לנקוט בצעדים כדי להגן על המערכת מפני מניפולציות או שימוש לרעה.
- **אחריות:** מי אחראי לתוצאות של מערכת AI? חשוב להגדיר את האחריות בעת פיתוח ושימוש ב-AI.

רגולציה

כדי להתמודד עם האתגרים האתיים בשימוש בבינה מלאכותית, מספר מדינות וגופים בינלאומיים החלו לפתח רגולציה בתחום זה. לדוגמה, האיחוד האירופי פרסם הנחיות בנושא בינה מלאכותית, וממשלת ארצות הברית הקימה מועצה לאומית לבינה מלאכותית.

רגולציה של בינה מלאכותית היא אתגר מורכב. אחת הבעיות היא ש-AI הוא תחום מתפתח במהירות, ולכן קשה לעקוב אחר השינויים הטכנולוגיים. בעיה נוספת היא

שקשה להגדיר כללים כלליים לשימוש ב-AI, מכיוון ש-AI יכול לשמש במגוון רחב של שימושים.

נושא נוסף שמעסיק רבים הוא עניין זכויות היוצרים של תוצרים שנוצרו על ידי AI או בשיתוף איתו. נושא זכויות היוצרים של תוצרים שנוצרו ב-AI יוצר הוא מורכב ונתון לוויכוח. אין עדיין הלכה משפטית ברורה בנושא זה, אך ישנן מספר התפתחויות משפטיות בתחום זה.

יתרונות וחסרונות של בינה מלאכותית

בינה מלאכותית (AI) היא תחום מתפתח במהירות בעל פוטנציאל לשנות את הדרך שבה אנו חיים ועובדים. עם זאת, כמו כל טכנולוגיה חדשה, AI גם טומנת בחובה יתרונות וחסרונות.

יתרונותיו של AI ברורים וניכרים היטב. ממחקר שבוצע על ידי MIT ב-2023 קבוצת כותבי תוכן שהשתמשה בAI הצליחה לחסוך 37% מהזמן ולשפר את איכות הביצועים ב-20%. בנוסף, כפי שהראנו, מחקר של BCG שבוצע לקראת סוף 2023 הראה שיפור של 30% בעבודה בתחום ה-HR. אך לא רק בעולמות ה-HR. בינה מלאכותית מייצרת שיפור בעוד מגוון תחומים כגון שיפור של 55% בפרודוקטיביות אנשי פיתוח ושיפור משמעותי אף יותר בתחומי שירות לקוחות, שיווק ועוד.

אבל הרבה מעבר למספרים, שימוש ב-AI מגוון ומעשיר את התפקיד, חוסך זמן של עבודה סזיפית ומאפשר יותר יצירתיות והסתכלות אסטרטגית.

אין ספק ששימוש ב-AI יכול להוביל לשיפור היעילות והפרודוקטיביות, לחסוך זמן ומשאבים ולאפשר לנו להיות יצירתיים יותר.

עם זאת, לצד היתרונות ישנם גם חסרונות. כלי ה-AI עשויים להיות מוטים ולעשות אפליה משום שכך הם אומנו. למשל, אם נבקש מכלי AI לציין CEO בהכרח נקבל גבר.

חסרון נוסף הוא הסכנה לפייק ניוז שנוצרים בעזרת AI ונראים אמיתיים מאי פעם. לא מדובר במדע בדיוני. כבר היינו עדים למספר אירועים כאלה – החל מתמונה פיקטיבית של פיצוץ בפנטגון שחוללה סערה וירידת שערים בבורסה וכלה בסרטון שהופץ על

מכוניות יוקרה שטבעו בחניון זכה לסיקור תקשורתי למרות שמדובר באירוע שלא היה ולא נברא.

אבל לא רק פייק ניוז שנוצרו על ידי בני אדם. לפעמים גם AI יש נטייה להמציא מידע, או כפי שאנחנו תמיד אומרים בסדנאות ה-AI שלנו: הוא "מחרטט בביטחון". במאי 2023 עורך דין הציג תקדימים שלא היו ולא נבראו בבית משפט. כשנשאל על פשר התקדימים הללו הסביר שמדובר בתקדימים שנלקחו מ-ChatGPT. כמובן, הנושא יצר באז תקשורתי ועורך הדין נושא באחריות על הצגת מידע שגוי בבית משפט.

אי אפשר לדבר על AI ולא לדבר על הסכנות הכרוכות מבחינת אבטחת מידע. זכרו, AI הוא כלי לומד וככזה הוא יכול להשתמש במידע שהזנתם לתוכו. לכן, חל איסור להכניס לתוך כלי ה-AI מידע דיסקרטי או רגיש. כבר היינו עדים לסיפור של אותם מפתחים מאמזון שהזינו קטעי קוד של החברה לתוך AI כדי שהוא יכתוב להם קוד. הוא אכן עמד במשימת כתיבת הקוד, אך באותה נשימה נתן למפתחים אחרים מקטעי קוד שמאוד מזכירים את הקוד של אמזון.

אחת המורכבויות הנוספות שעולות בקשר לשימוש ב-AI היא מה יעלה בגורלם של אותם עיסוקים שה-AI יחליף אותם. אנחנו חושבים שה-AI לא יחליף אותנו, אבל מי שלא ישתמש ב-AI בהחלט יהיה בר החלפה. לכן, זה המקום שלנו כפונקציות מש"א בארגונים להוביל תהליכי הכשרה וכמובן עדכון העיסוקים.

בינה מלאכותית היא תחום מתפתח במהירות שמעצב את העולם בדרכים שלא דמיינו. היא עוזרת לנו לפתור בעיות מורכבות, לבצע תחזיות ולבצע משימות שפעם נחשבו לבלתי אפשריות.

ככל שנחקור עמוק יותר בעולם של AI, נגלה את יישומיו הרבים, החל ממכוניות אוטונומיות ועד הבנת שפה טבעית ואפילו אומנויות יצירתיות. AI משתפרת והופכת לחלק בלתי נפרד מחיינו, מה שהופך אותה לתחום מרתק ומרגש.

בפרקים הבאים, נחקור לעומק את היישומים המעשיים של AI בעולם ה-HR וכיצד היא משנה את התחום שלנו. אז, חגרו חגורות והיכוננו למהפכת ה-AI.



גיוס מבוסס בינה מלאכותית

אנחנו חיים בעידן מרתק של התקדמות טכנולוגית מהירה. בינה מלאכותית, שהייתה פעם נחלתם של סופרי מדע בדיוני, הופכת למציאות היום-יומית שלנו במגוון תחומים. אחד התחומים המרתקים הוא שילוב בינה מלאכותית בתהליכי גיוס עובדים. האלגוריתמים החכמים יכולים לסייע באיתור מועמדים מתאימים, לנתח את פרופיל המועמד ולהתאים אותו למשרות הפנויות. בעתיד, ייתכן שראיונות עבודה יתנהלו באופן מלא מול בוט בינה מלאכותית שיהיה מסוגל להעריך באופן אובייקטיבי את כישורי המועמד. כבר היום ישנם כלים שיודעים לנתח את תשובותיהם של המועמדים בראיונות, לתמלל אותם, לנתח שפת גוף, טון דיבור ואפילו את תזוזות העין.

עם זאת, עולים גם חששות לגבי אפליה והטיות שעלולות להיווצר משימוש לא נכון בבינה מלאכותית. האם האלגוריתמים אכן אובייקטיביים או שהם משקפים את הנחות היסוד של מתכנתיהם? האם בינה מלאכותית תוביל לביטול משרות ואבטלה המונית? או אולי להיפך - תאפשר התייעלות ויצירת משרות חדשות ומשמעותיות יותר?

אלו שאלות חשובות שעלינו להתמודד איתן באופן ישיר ואחראי ככל שהטכנולוגיה ממשיכה להתקדם. חשוב לשמר ערכים של שוויון הזדמנויות, צדק וכבוד לאדם - ולהשתמש בבינה מלאכותית ככלי לקידום מטרות חברתיות חיוביות.

בפרק זה, נלמד על האופן שבו AI יכול לשמש בתהליך הגיוס. נדבר על השימוש ב-AI בפרסום משרות, סורסינג, ניהול תהליך הגיוס, ואבחון מועמדים. נראה גם כיצד AI יכול לשפר את חווית המועמד.

2.1 שימוש בבינה מלאכותית באפיון משרות:

אפיון פרופיל המשרה הוא השלב הראשון והמשמעותי בתהליך הגיוס. אפיון פרופיל משרה מדויק הוא הבסיס לתהליך גיוס מוצלח. אפיון מדויק מאפשר לחברות לזהות את המועמדים הטובים ביותר לתפקיד, ולחסוך זמן וכסף בגיוס. אפיון לא מספיק מדויק יכול לגרום לטעויות גיוס שעולות לארגון זמן וכסף ועשויות אף לפגוע במיתוג המעסיק ובמורל העובדים.

אפיון פרופיל משרה מדויק צריך לכלול את המידע הבא:

- **תיאור התפקיד:** מהם המשימות והאחריות של התפקיד?
- **ניסיון:** איזה ניסיון נדרש? מאילו חברות? (ובאותה מידה, איזה ניסיון יפסול מועמד)
- **השכלה:** מה ההשכלה הנדרשת לתפקיד? האם נדרש תואר? תעודת הסמכה? שאלה למחשבה: האם יש הסמכות שניתן לבצע פנים ארגונית?
- **כישורים, ערכים והתנהגויות:** מהם הכישורים, הערכים וההתנהגויות הדרושים כדי להצליח בתפקיד?
- **בנוסף יש להגדיר למי הכפיפות, מה ממשקי העבודה וכמובן תנאי העבודה המוצעים לרבות שכר**

מדוע אפיון פרופיל משרה כל כך חשוב?

כתיבת פרופיל משרה מדויק ומפורט היא קריטית לתהליך גיוס מוצלח. הנה מספר סיבות לכך:

- מאפשר למצוא את המועמד המתאים ביותר לתפקיד. כשיש פרופיל ברור של התפקיד, הכישורים והניסיון הנדרשים, קל יותר לזהות מועמדים פוטנציאליים שיתאימו לו.
- עוזר לסנן מועמדים לא מתאימים ולחסוך זמן בתהליך המיון והראיונות. כשהדרישות ברורות, קל יותר לזהות מועמדים שחסרים ניסיון רלוונטי או כישורים הכרחיים.

- מאפשר למועמדים פוטנציאליים להבין טוב יותר את התפקיד ולהחליט אם הוא מתאים להם. פרופיל ברור עוזר למועמדים להעריך אם כישוריהם ושאיפותיהם תואמים את המשרה.
- יוצר ציפיות ברורות מהתפקיד עבור המועמד שיזכה בו. כשהפרופיל מדויק, העובד החדש יודע בדיוק מה מצופה ממנו ומה האחריות שלו.
- עוזר לשמור על תהליך גיוס הוגן וענייני שאינו מוטה. פרופיל משרה ברור ואובייקטיבי מבטיח שההחלטות מתבססות על כישורים ולא על הטייות.
- עוזר ליצור הלימה בין הגיוס ליעדים העסקיים והאסטרטגיים של הארגון תוך התאמה למצב השוק.

כתיבת פרופיל משרה איכותי דורשת זמן ומחשבה, אבל השקעה זו משתלמת בסופו של דבר עבור שני הצדדים - המעסיק והמועמד. זה חלק הכרחי בתהליך גיוס אפקטיבי. אחד האתגרים החשובים עמם מתמודדים אנשי משאבי אנוש וגיוס היא המשימה של הגדרה ויצירה של משרות חדשות בארגון או עדכון פרופילי משרות קיימות. תהליך זה כרוך בשיקולים מורכבים, החל מזיהוי פערי מיומנויות ועד הבטחת התאמה ליעדים האסטרטגיים של החברה.

הגדרת משרה חדשה בארגון הייתה תהליך עתיר עבודה ולעיתים קרובות סובייקטיבי. אנשי משאבי אנוש נוטים להסתמך על ניסיונם, אינטואיציה, ודיונים עם מנהלי מחלקות כדי לזהות את הצורך בתפקיד חדש. למרות שיש בכך ערך, גישה זו עשויה להיות איטית, נתונה להטייות, ולא תמיד מבוססת על נתונים קונקרטיים. בנוסף, הצלחת המשרה החדשה תלויה במידה רבה בשיפוט אנושי ולא במדדים כמותיים.

בינה מלאכותית, עם יכולתה המרשימה לנתח כמויות עצומות של נתונים, לחזות מגמות, ולהציע המלצות מבוססות-נתונים, יכולה להיות כלי חזק בשינוי תהליך מסורבל זה למאמץ יעיל וממוקד-נתונים. בפרק זה, נחקור כיצד בינה מלאכותית יכולה לחולל מהפכה באופן בו ארגונים מגדירים משרות חדשות, תוך שהיא הופכת אותו לממוכן יותר, מבוסס-נתונים, ובסופו של דבר, מוצלח יותר.

תפקידה של בינה מלאכותית באפיון תפקיד

1. תובנות מבוססות-נתונים

בינה מלאכותית מעניקה לאנשי משאבי אנוש את היכולת לקבלת החלטות מבוססת נתונים. באמצעות שימוש בכלי ניתוח מבוססי-AI, ארגונים יכולים לגשת למגוון רחב של מקורות נתונים, כמו רשומות ביצועי עובדים, מגמות שוק ונתוני בנצ'מארק. כלים אלו יכולים לזהות תבניות וקורלציות שאולי לא ברורות בניתוח ידני. למשל, אלגוריתמי AI יכולים לנתח נתונים על מנת לזהות פערי מיומנויות בארגון או לחזות צרכי איש עתידיים בהתבסס על תחזיות צמיחה וקריטריונים תעשייתיים.

2. ניתוח תפקיד

כלי ניתוח תפקיד המבוססים על AI יכולים לספק בחינה מעמיקה של תפקידים קיימים בארגון, תוך הדגשת האחריות המרכזית, המיומנויות הנדרשות, ומדדי ביצוע. נתונים אלו יכולים לשמש כבסיס להגדרת משרות חדשות או לעדכון המשרות הקיימות. באמצעות השוואת תפקידים קיימים לסטנדרטים ולפרקטיקות מיטביות בארץ ובעולם, בינה מלאכותית יכולה לסייע לאנשי משאבי אנוש לזהות הזדמנויות לאופטימיזציה ולחדשנות.

היום יותר מתמיד יש לדבר חשיבות מכרעת שכן ברור לכולנו שכניסת הבינה המלאכותית למגוון תחומים עשויה לייתר את הצורך בתפקידים מסוימים, לשנות את הגדרות התפקיד בחלק מהמקרים וגם לדרוש תפקידים חדשים (למשל אנשים שהמומחיות שלהם תהיה לכתוב פרומפטים לבינה המלאכותית). רבות מדובר על Upskilling ועל Reskilling. ניתוח תפקיד בעזרת AI יוכל לסייע גם בכך.

3. מחקר שוק והשוואת תעשייתיות

אלגוריתמי AI יכולים לבצע מחקר שוק נרחב והשוואת תעשייתיות, מה שמאפשר לארגונים להבין כיצד המשרה החדשה המוצעת בהשוואה לתפקידים דומים בחברות אחרות. מעבר לעזרה בקביעת חבילות תגמול תחרותיות זה גם מבטיח שהתפקיד תואם לסטנדרטים ולמגמות בתעשייה. בינה מלאכותית יכולה גם לספק תובנות לגבי

זמינות של עובדים עם המיומנויות הנדרשות בשוק העבודה, מה שעוזר לארגונים להעריך את היתכנות של תוכניות האיוש שלהם.

4. ניתוח חיזוי

אחת היכולות החזקות ביותר של AI היא ניתוח חיזוי. באמצעות ניתוח נתונים היסטוריים ומגמות נוכחיות, בינה מלאכותית יכולה לחזות צרכי איוש עתידיים בדיוק גבוה. הדבר מסיר את הצורך בגיוס ריאקטיבי ומאפשר לארגונים ליצור באופן פרואקטיבי משרות חדשות על מנת לענות על צרכים צפויים. ניתוח חיזוי יכול גם לזהות פערי מיומנויות פוטנציאליים שעלולים להתעורר בעתיד, מה שמאפשר למשאבי אנוש לטפל בנושאים אלה באופן מונע באמצעות תוכניות הדרכה ופיתוח.

5. התאמת תפקיד

בינה מלאכותית יכולה לסייע לאפיין משרות חדשות כך שיתאימו לתרבות הייחודית של הארגון וליעדיו. באמצעות ניתוח נתוני עובדים, כולל מדדי ביצוע, העדפות ומשוב, בינה מלאכותית יכולה להציע שינויים בתיאורי תפקידים, ולהבטיח שהם מדברים למועמדים פוטנציאליים ותומכים במעורבות ושימור עובדים.

האם ארגונים שלא יכולים להטמיע כרגע טכנולוגיות מורכבות יכולים להנות מיישומים של בינה מלאכותית באפיון המשרה?

בהחלט כן. כלי AI יוצר כמו ChatGPT יוכלו לסייע בכך.

בדוגמה המצרפת ביקשנו מ-GEMINI לכתוב אפיון תפקיד למשרת מנהל שיווק לחברת מוצר טכנולוגי. הסיבות המרכזיות שבגללן בחרנו בו היא רמת השליטה בעברית והחיבור לאינטרנט

הפרומפט שכתבנו: *התנהג כמו יועץ בכיר בתחום משאבי אנוש. צור אפיון תפקיד למשרת מנהל שיווק בחברת מוצר טכנולוגי.*

בצילום המסך הראשון ניתן לראות את התשובה של GEMINI כפי שפורסמה במהדורה הקודמת של הספר בשנת 2023.

טיטות אחרות

אפיון תפקיד למשרת מנהל שיווק בחברת מוצר טכנולוגי

תפקיד: מנהל שיווק

מיקום: תל אביב, ישראל

דיווח: סמנכ"ל שיווק

מטרות התפקיד:

- גיבוש אסטרטגיה שיווקית כללית לחברה, תוך התבססות על הבנת צרכים ורצונות של המשתמשים והלקוחות
- תכנון, פיתוח ויישום של תוכניות שיווקיות אפקטיביות להגדלת המודעות למוצרים ולשירותים של החברה
- הובלת צוות שיווק וסיוע לו בהשגת יעדי

אחריות תפקיד:

- זיהוי והבנה של צרכים ורצונות של המשתמשים והלקוחות
- גיבוש אסטרטגיה שיווקית כללית לחברה, תוך התבססות על הבנת צרכים ורצונות של המשתמשים והלקוחות
- תכנון, פיתוח ויישום של תוכניות שיווקיות אפקטיביות להגדלת המודעות למוצרים ולשירותים של החברה
- ניהול צוות שיווק, תוך מתן הדרכה והכוונה
- מעקב אחר תוצאות הפעילות השיווקית וניתוחן
- שיתוף פעולה עם גורמים אחרים בחברה, כגון מכירות, פיתוח ושירות לקוחות

דרישות:

- תואר ראשון בתחום השיווק, ניהול או תחום רלוונטי אחר
- +5 שנות ניסיון בתחום השיווק, בעיקר בתחום הטכנולוגי
- ניסיון בניהול צוותים
- ניסיון בעבודה עם כלי שיווק דיגיטליים
- יכולת אנליטית ותובנה עסקית
- יכולת עבודה עצמאית ועבודה בצוות
- יכולת תקשורת מצוינות

הערות:

- המשרה מיועדת לנשים וגברים כאחד
- המשרה כרוכה בנסיעות לחו"ל

שכר: משכורת תחרותית, בהתאם לניסיון וההשכלה

בצילום המסך הבא תראו את חלק מהתשובה של GEMINI בדצמבר 2025:



מה נשתנה?

שימו לב שלפני התשובה מופיע הטקסט "הצגת תהליך החשיבה". זה אומר שהיה כאן שימוש במודל מעמיק/THINKING. המודל הזה קיים במגוון כלים והוא מאפשר מענה הרבה חכם: הוא מפרק את הבעיה לשלבים, הוא חושב לפני מתן התשובה וכך אנחנו מקבלים תוצר איכותי ומדוייק יותר.

לסיכום, תהליך הגדרת משרות חדשות בארגון הוא היבט קריטי בתכנון כוח אדם ופיתוח ארגוני. עם שילובה של בינה מלאכותית בתחום משאבי האנוש, ניתן לחולל מהפכה בתהליך זה, ולהפוך אותו ליעיל יותר ואסטרטגי יותר. בינה מלאכותית מאפשרת לאנשי משאבי אנוש לקבל החלטות מושכלות, לחזות צרכי איוש עתידיים, וליצור תפקידים שהם לא רק תחרותיים אלא גם מותאמים לצרכים הספציפיים של הארגון. ככל ש-AI תמשיך להתפתח, תפקידה בהגדרת משרות חדשות בארגונים יהפוך להכרחי יותר ויותר, מה שמאפשר לארגונים להישאר זריזים ורגישים לסביבה העסקית המשתנה במהירות.

2.2 ניסוח תיאורי תפקיד מקיפים בעזרת בינה מלאכותית

בתחום משאבי האנוש, תהליך כתיבת תיאורי תפקידים הוא בעל חשיבות עצומה. תיאור תפקיד מנוסח היטב מהווה את הבסיס למשיכת מועמדים ומשפיע הן על חווית המועמד והן על מיתוג מעסיק.

כתיבת תיאורי משרות עשויה להיות משימה רוטינית שגוזלת זמן רב. בסדנאות כתיבה שיווקית גיוסית שאנחנו מנחים נתקלנו לא פעם במגיסות שהסבירו בהתנצלות שאין להן מספיק זמן להשקיע בכתיבת המשרות, או כאלה ששיתפו בגלוי לב שמלאכת הכתיבה מאתגרת מאוד עבורן. הדבר יוצר הרבה פעמים פערים אפילו ברמת הצוות וחוסר סטנדרטיזציה: חלק מהמשרות מנוסחות באופן מסוים, וחלקן האחר מנוסח באופן שונה.

עד כה כתיבת תיאורי תפקיד הייתה תהליך איטי וידני. אנשי משאבי אנוש ומנהלי גיוס היו מעורבים בסשנים של סיעור מוחות כדי לתאר את תחומי האחריות המרכזיים, הכישורים והציפיות עבור תפקיד מסוים. בעוד שגישה זו אפשרה רמה מסוימת של התאמה אישית, היא לעיתים קרובות הביאה לשימוש בשפה לא אחידה, הטיות וחוסר בתובנות מבוססות נתונים. תיאור תפקיד לא מדויק יכול לגרום מועמדות לא רלוונטיות ואף טעויות בגיוס.

עם הופעת הבינה המלאכותית (AI), אנשי משאבי אנוש יכולים כעת לנצל את הפוטנציאל של אוטומציה, ניתוח נתונים ועיבוד שפה כדי ליצור תיאורי תפקיד שהם לא רק מקיפים אלא גם מותאמים אישית למשיכת המועמדים הנכונים. פרק זה יעסוק בשאלה כיצד בינה מלאכותית יכולה לחולל מהפכה באומנות כתיבת תיאורי תפקיד, תוך שהיא הופכת את התהליך ליותר יעיל, מדויק ואפקטיבי.

תפקידה של בינה מלאכותית בכתיבת משרות:

1. יצירת תוכן בצורה אוטומטית

אלגוריתמי עיבוד שפה טבעית (NLP) המונעים על ידי AI יכולים להפוך לאוטומטי את יצירת תיאורי תפקיד על ידי ניתוח תבניות קיימות, תרבות החברה וסטנדרטים בתעשייה. אלגוריתמים אלה יכולים לייצר תיאורי תפקיד במבנה טוב, עקבי ומקצועי בחלק מהזמן שהיה לוקח לכותב אנושי. זה לא רק מזרז את התהליך אלא גם מבטיח שתיאורי התפקיד שומרים על פורמט אחיד בכל הארגון.

2. התאמת מיומנויות וכישורים

מערכות מבוססות AI יכולות לנתח בסיסי נתונים רחבים של מועמדים, רשומות עובדים ונתוני שוק כדי לזהות את המיומנויות והכישורים הרלוונטיים ביותר עבור תפקיד נתון. על ידי השוואת הדרישות בתיאור התפקיד למיומנויות הקיימות אצל מועמדים פוטנציאליים, בינה מלאכותית יכולה להציע כישורים מתאימים, ולהבטיח שתיאורי התפקיד מותאמים למאגר הכישרונות הזמין.

3. יצירת פרסומים מותאמי פלטפורמה

יש שונות באופן בו משרה תתפרסם באתר הקריירה שלנו, לעומת אתר דרושים, לעומת פייסבוק, לינקדאין, אינסטגרם או טיקטוק. נוסח תואם פלטפורמה יכול לשפר משמעותית את ביצועי המודעה. כיום רוב המגייסים משתמשים בנוסח גנרי אחד לכל הפלטפורמות בשל אילוצי זמן. דמיינו לעצמכם שעכשיו AI יוכל לבצע את ההתאמות הללו תוך שניות.

ההמלצה שלנו לבנות עוזר מותאם (GPTS/Agent/Gem) עבור משימה כזו. היתרון המובהק שאנחנו מלמדים את העוזר/הסוכן שלנו פעם אחת מה לעשות והוא כבר יבצע את המשימה בצורה מדוייקת בפעמים הבאות. אגב, לינקדאין (בבעלות מיקרוסופט) הטמיעה כלי AI שמנסח עבורכם את המשרה במקטע ה-JOBS. משתמשי לינקדאין בתשלום יכולים להנות גם מניסוח פוסטים אוטומטי בעזרת AI (מדובר ביכולות הדומות לקופיילוט/צ'ט גיפיטי). כמובן, חשוב לעבור על המידע ולתקף אותו. זכרו שאנחנו לא רוצים להישמע כמו כולם. אנחנו רוצים להביא את הקול הייחודי שלנו, את הערכים והשפה הארגונית, ולכן הטאץ' שלנו מאוד חשוב (או של הסוכן שנבנה לנו).

4. הכללה וצמצום הטיות

בינה מלאכותית יכולה לסייע לאנשי משאבי אנוש לכתוב תיאורי תפקיד שהם כוללניים וחופשיים מהטיות. על ידי ניתוח מאגרי נתונים גדולים, אלגוריתמי AI יכולים לזהות שפה פוטנציאלית מוטה או מונחים מקודדי מגדר, ולקדם מגוון והזדמנות שווה. בנוסף, כלי AI יכולים להציע ביטויים חלופיים כדי להבטיח שתיאורי תפקיד ימשכו טווח רחב יותר של מועמדים. עם זאת, חשוב לציין שזו לא תמיד ברירת המחדל של כלי ה-AI, והאחריות שלנו היא לדעת לבקש זאת מהם.

5. התאמה לשפת מיתוג המעסיק, לאישיות ולתרבות הארגונית.

בינה מלאכותית יכולה להתאים תיאורי תפקיד כדי לשקף את התרבות והערכים הייחודיים של ארגון. על ידי ניתוח תוכן ייחודי לחברה, כמו ספר מותג, אפיון EVP, הגדרות משימה ועדויות עובדים, בינה מלאכותית יכולה להטמיע בתיאור התפקיד שפה שמדברת למועמדים פוטנציאליים ומחזקת את זהות החברה. חשוב לציין כי ביכולתנו ללמד את הבינה המלאכותית לכתוב בהתאם לסגנון כתיבה מסוים, לחקות סגנון כתיבה על ידי דוגמאות שניתן לבינה ועוד. בניית סוכן/עוזר אישי מותאם זה פתרון מאוד יעיל למשימה הזו: אנחנו נלמד אותו פעם אחת והחל מהשימוש הראשון נוכל לקצור את הפירות.

כמו כן, כלי ה-AI יכולים לתמוך בביצוע התאמות ושינויים בפרסומים בהתאם לנסיבות. למשל, עם פרוץ מלחמת חרבות ברזל, ארגונים רבים שהמשיכו לגייס ביצעו נוסחי משרות ברוח התקופה. כלי AI סייעו מאוד בהתאמת הנוסחים למצב הרגיש.

6. מדידה ואופטימיזציה / שיפור ביצועים

בעזרת כלים מבוססי AI, ניתן להגדיר יעדים לפרסומי המשרות. כלים אלו יכולים לנטר ולנתח את אפקטיביות תיאורי התפקיד שפורסמו על ידי מעקב אחר מדדים כמו שיעורי הגשת מועמדות, כישורי מועמדים/אחוז מועמדות רלוונטיות וזמן איוש משרות. לולאת משוב מבוססת-נתונים זו מאפשרת לאנשי משאבי אנוש לבצע אופטימיזציה מתמשכת של תיאורי תפקיד לתוצאות טובות יותר.

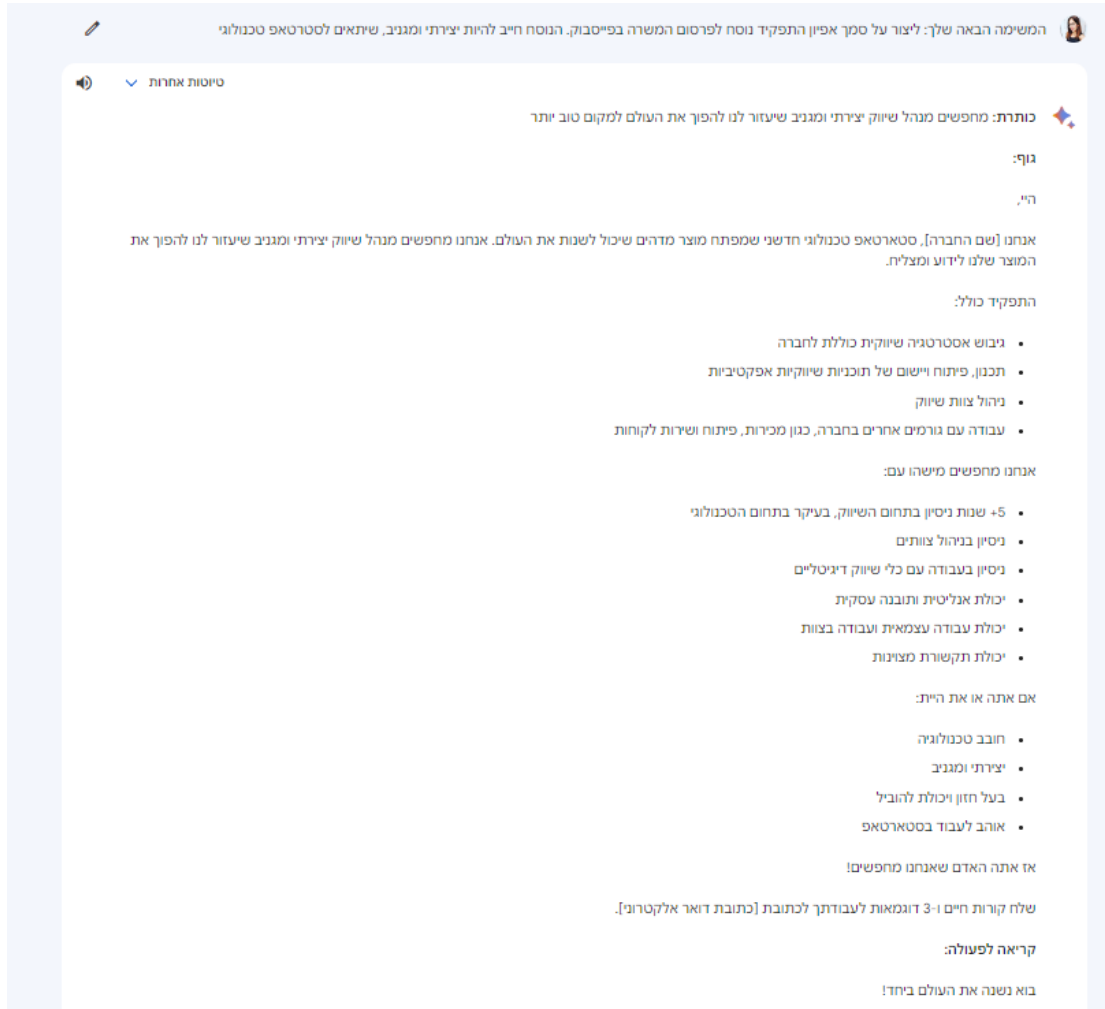
איך ארגונים יכולים להשתמש בכלי ה-AI היוצר שזמינים היום לשימוש לצורך ניסוחי משרות?

אפשר להשתמש בכלים כמו ChatGPT על מנת ליצור נוסחים לפרסום. אנחנו נדאג לספק לכלי את כל המידע החיוני על מנת ליצור נוסח לפרסום כך שיהיה תואם לצרכים שלנו. אפשר אפילו להגדיר לכלי לאיזו פלטפורמה הטקסט מיועד, לתת לו טמפלט ולבקש ממנו להתייחס אליו, לבקש ממנו לחקות סגנון כתיבה מסוים, לבקש ממנו לכתוב משרה בשפת קוד, בצורת שיר ועוד.

בנוסף, ניתן לבנות ג'יפיטי אישי (GPTs) שישמש ככותב משרות אוטומטי. אנחנו ניתן לו מראש את כל ההנחיות: סגנון הכתיבה, דגשים של מיתוג מעסיק, טמפלט שצריך לשמור עליו וכו'. נוכל להזין לתוכו גם מידע גולמי לגבי כל אחת מהמשרות. את הפעולות הללו נעשה באופן חד פעמי. בשימושים העתידיים בכלי הוא כבר ידע ליצור לנו ניסוח משרה אוטומטי בהתאם למה שלימדנו אותו.

בדוגמה הבאה ביקשנו מ-Bard (שלימים הפך להיות Gemini) לכתוב תיאור משרה מגניב על סמך אפיון הפרופיל שעשינו בפרק הקודם.

הפרומפט: המשימה הבאה שלך: ליצור על סמך אפיון התפקיד נוסח לפרסום המשרה בפייסבוק. הנוסח חייב להיות יצירתי ומגניב, שיתאים לסטרטאפ טכנולוגי (כמובן אפשר היה לכתוב פרומפט מעמיק יותר, לבקש להתייחס לחוק שיוויין הזדמנויות וכו')



איך להעתיק סגנון כתיבה ולאמן כלי AI לכתוב בסגנון האישי שלנו (או של מישהו אחר שנרצה לחקות):

1. אספו דוגמאות של סגנון הכתיבה: משורות, תקשורים ארגוניים, אימיילים וכו'.
2. הכניסו לכלי ה-AI את הדוגמאות אחת אחרי השניה עד לסיום. ככל שתתנו יותר דוגמאות, כלי ה-AI ילמד לעשות זאת טוב יותר.

3. תנו שם לסגנון ובקשו מכלי ה-AI להשתמש בסגנון הזה בכל פעם שתצינו את שם הסגנון, למשל "JOB Style" ישמש כטמפלט לפרסומי משרות. אגב, אפשר אפילו ליצור סגנון שונה לעיסוקים שונים: למשל סגנון למשרות מטה לעומת סגנון למשרות צווארון כחול.

4. בקשו מכלי ה-AI לכתוב בסגנון הרצוי וודאו שהוא אכן עושה זאת. אם יש משהו לא מדויק, תקנו אותו כדי שילמד לפעמים הבאות.

לסיכום, תהליך כתיבת תיאורי תפקיד הוא צעד קריטי בגיוס. שילוב בינה מלאכותית יכול לחסוך זמן וגם לשפר את תיאורי התפקיד תוך שמירה על עדכניות. אוטומציה וניתוח מבוססי-AI מבטיחים שתיאורי התפקיד יישארו מעודכנים, רלוונטיים ואפקטיביים בשוק עבודה משתנה במהירות. ככל ש-AI תמשיך להתקדם, אנשי הגיוס יכולים לצפות שכתובת תיאורי תפקיד תהפוך למתוחכמת ואסטרטגית יותר, ובסופו של דבר תתרום להצלחת הארגון.

2.3 תהליך הפצת מודעות דרושים בערוצים שונים באמצעות

אוטומציה

בעולם גיוס העובדים המהיר, הצגת מודעות דרושים בפני הקהל הנכון בזמן הנכון היא קריטית. כיום אנחנו מפיצים מודעות דרושים באופן ידני במגוון ערוצים, כמו לוחות דרושים, מדיה חברתית ואתרי קריירה. תהליך זה לא רק היה איטי אלא גם נתון לשגיאות וחוסר יעילות.

הגעת הבינה המלאכותית (AI) והאוטומציה מחוללות מהפכה באופן בו ארגונים מפיצים מודעות דרושים. בפרק זה, נבין כיצד אוטומציה מבוססת בינה מלאכותית יכולה לייעל את הפצת מודעות הדרושים, ולהבטיח שמשורות פנויות מגיעות לקהל הרחב והרלוונטי ביותר תוך אופטימיזציה של הקצאת משאבים.

פרסום המשורות היום כולל מספר שלבים:

1. בוחרים ומפרסמים באופן ידני משורות פנויות בלוחות דרושים, פלטפורמות מדיה חברתית ובעמוד הקריירה של החברה.
2. עוקבים אחר ביצועי כל ערוץ פרסום בנפרד, ומבצעים התאמות במידת הצורך.
3. משקיעים זמן ומאמץ רב במעקב אחר סטטוס כל מודעת דרושים, עדכון מידע והסרת משורות שהוקפאו או נסגרו.
4. מסתמכים על ניסוי וטעיה כדי לקבוע אילו ערוצים הניבו את התוצאות הטובות ביותר, לעיתים קרובות ללא גישה לנתונים מקיפים לניתוח.

תפקיד הבינה המלאכותית בפרסום משורות

1. בחירת מקורות גיוס מבוססת-נתונים

בינה מלאכותית יכולה לנתח את ביצועי מקורות הגיוס השונים ולספק המלצות מבוססות-נתונים. על ידי בחינת מדדים כמו כמות מועמדות, איכות מועמדים ועלות לגיוס, בינה מלאכותית יכולה לסייע לאנשי משאבי אנוש להקצות משאבים בצורה יעילה יותר. למשל, אם לוח דרושים מסוים מייצר מועמדים איכותיים יותר בעלות נמוכה יותר, בינה מלאכותית יכולה להציע הקצאת

תקציב ומאמצים לערוץ זה. ניתן יהיה לבצע אנליזה מדויקת בהתאם לאזור הגיוס, התפקיד המוצע ועוד. יתכן שלוח דרושים מסוים מצטיין בגיוסי מטה, אך בגיוסי מאסה הוא לא מספק את המענה הרצוי ולהיפך.

2. פרסונליזציה ופנייה לקהל יעד

בינה מלאכותית יכולה להתאים אישית מודעות דרושים לקהלי יעד שונים. על ידי ניתוח פרופילים והתנהגות מועמדים, בינה מלאכותית יכולה להתאים תיאורי תפקידים על מנת למשוך אוכלוסיות מסוימות או מיומנויות ספציפיות. רמה זו של פרסונליזציה מגדילה את הסיכוי למשיכת מועמדים איכותיים שמתאימים לתפקיד.

מי שהשתתפו בסדנאות שלנו ראו את מודל כתיבת המשרות שבנינו שמחבר בין המשרה, הארגון וקהל היעד. ניסוח משרה חייב להתמקד במועמד ולא בנו. כזה ששם דגש מה יוצא למועמד מכך שהוא ייקח את המשרה המוצעת. כדי לעשות זאת בצורה טובה, נדרש לבצע אפיון פרסונה/מיפוי קהלים. יש הבדל בין ניסוח משרה לחיילים משוחררים לבין ניסוח משרת אם. לכל קהל כזה יש צרכים שונים שאפשר להדגיש בפרסום. ולא רק צרכים אלא גם שפה. הניסוח והמשלב הלשוני ישתנו כתלות בפרופיל הגיוס. היכולת של כלי AI לעשות זאת באופן עצמאי מביאה בשורה אדירה לעולם הגיוס!

3. הפצה אוטומטית רב-ערוצית

כלי אוטומציה מבוססי AI יוכלו ליעל את תהליך ההפצה על ידי פרסום אוטומטי של משרות פנויות במספר ערוצים במקביל. כלים אלה יוכלו להתחבר למגוון רחב של לוחות דרושים, פלטפורמות מדיה חברתית ואתרי קריירה, ולצמצם את הצורך בפרסום ידני. בעתיד הקרוב נוכל להגדיר קריטריוני פרסום, כמו סוג משרה, מיקום וקהל יעד, ולאפשר ל-AI לטפל בשאר.

4. ניתוח ואופטימיזציה בזמן אמת

כלים מבוססי AI יכולים לספק ניתוח אנליטי בזמן אמת על ביצועי מודעות דרושים. מגייסות ומגייסים יכולים לעקוב אחר מדדים כמו מספר צפיות, שיעורי

לחיצה ונתוני מועמדים, מה שמאפשר התאמות מיידיות לשיפור תוצאות. לכולנו קרה שהתלבטנו בין שני נוסחים של מודעות דרושים. אפשר לתת לשני הנוסחים לרוץ בצורה ניסיונית ולבדוק איזה נוסח מניב את התוצאות הטובות ביותר ברמת כמות המועמדים ואיכותם. בדיקה זו מקובלת מאוד בעולמות השיווק ונקראת A/B TEST. בעידן ה-AI נוכל להשתמש בבדיקות A/B אוטומטיות כדי לשפר את תוכן המודעה למעורבות מיטבית.

5. רגולציה / היבטים חוקיים

אוטומציה מבוססת בינה מלאכותית יכולה לסייע בציות לדיני עבודה ותקנות על ידי הבטחה שמודעות דרושים כוללות את כל המידע הנדרש כמו למשל אי אפליה ושמירה על חוק שוויון הזדמנויות.

עד להטמעת כלים מתקדמים ואוטומציות, כיצד כלי AI יוצר יכולים לסייע בהפצת משרות?

ניתן להיעזר בכלי AI כדי לבקש המלצות היכן לפרסם. חשוב לשים לב לתאריך העדכון של כלי ה-AI בו אנחנו בוחרים להשתמש. כלי AI שאינו עדכני יכול להשפיע על התוצאות.

כמובן, חשוב לוודא את אמינות ודיוק המידע שמתקבל.

בדוגמה המצורפת ביקשנו מכלי AI בשם BARD (שכיום שמו השתנה ל-Gemini) ליצור טבלה עם המלצות היכן לפרסם. זה התוצר:

היכן מומלץ לפרסם את המשרה? צור טבלה מסודרת

טיטוס אחות

היכן לפרסם משרת מנהל שיווק בחברת מוצר טכנולוגי

פלטפורמה	יתרונות	חסרונות
פורטלים לגיוס עובדים	מגוון רחב של מועמדים	עלות פרסום
אתר החברה	חשיפה למועמדי החברה	הגעה מוגבלת למועמדים
רשתות חברתיות	חשיפה לקהל יעד רלוונטי	תחרות גבוהה
פורומים קהילתיים	חשיפה למועמדים איכותיים	תחרות נמוכה יותר
חברות השמה	שירות מקצועי	עלות גבוהה יותר

Sheets ייצוא אל

המלצות

- מומלץ לפרסם את המשרה במספר פלטפורמות כדי להגיע לכמה שיותר מועמדים איכותיים.
- עבור סטארטאפ טכנולוגי, מומלץ להתמקד בפורומים קהילתיים וברשתות חברתיות רלוונטיות, כגון LinkedIn, Facebook ו-Twitter.
- ניתן גם לפרסם את המשרה באתר החברה, אך חשוב להציע דרך פשוטה וקלה להגשת מועמדות.

דוגמאות לפלטפורמות מומלצות לסטארטאפ טכנולוגי

- פורומים קהילתיים:
 - Stack Overflow
 - Quora
 - Product Hunt
- רשתות חברתיות:
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Twitter
- פורטלים לגיוס עובדים:
 - Job Boards
 - Indeed
 - Glassdoor
- חברות השמה:

אוטומציה של הפצת מודעות דרושים באמצעות AI תהיה גורם משנה-משחק בעולם גיוס העובדים. היא מזרזת את התהליך, מפחיתה שגיאות ידניות וחוסכת משאבים, מה שבסופו של דבר מוביל לתוצאות גיוס טובות יותר. על ידי ניצול תובנות מבוססות-נתונים וניתוח אנליטי בזמן אמת, מגייסות ומגייסים יכולים לשפר באופן מתמיד את הגישה שלהם להפצת מודעות דרושים, ולהבטיח שמשרות פנויות מגיעות למועמדים הנכונים בערוצים היעילים ביותר. ככל שטכנולוגיות AI ימשיכו להתקדם, ארגונים יכולים לצפות לאסטרטגיות הפצה מתוחכמות ויעילות אף יותר, המשפרות עוד יותר את יכולתם למשוך ולגייס את המועמדים המתאימים ביותר למשרה המוצעת.

2.4 מהפכת הסורסינג ואיתור מועמדים עם בינה מלאכותית

בנוף התחרותי של גיוס עובדים, זיהוי ואיתור מועמדים באיכות גבוהה הוא משימה קריטית עבור נשות ואנשי הגיוס. שיטות מסורתיות לאיתור מועמדים לרוב כוללות חיפושים ידניים ברשתות החברתיות ובמאגרי המועמדים, וסינון איטי. עם זאת, עם הופעת הבינה המלאכותית (AI), תהליך איתור ומשיכת המועמדים עובר טרנספורמציה מהפכנית. בפרק זה, נראה כיצד טכנולוגיית AI מעצבת מחדש את הסורסינג הטקטי והאסטרטגי, והופכת אותו ליעיל, מדויק ומבוסס-נתונים יותר.

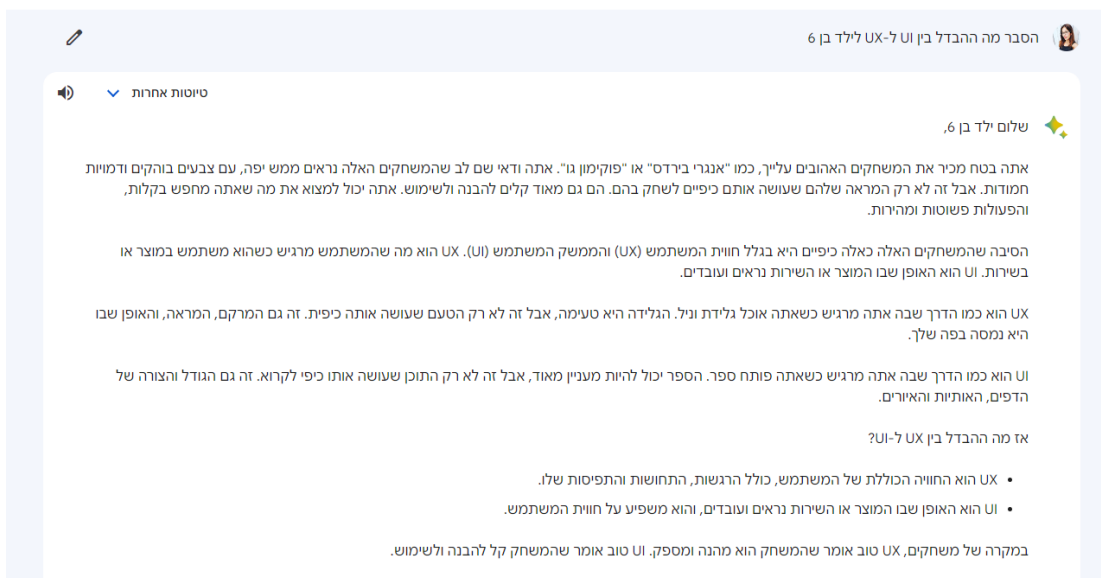
איתור מועמדים כולל פעולות רוטיניות ועתירות עבודה ידנית כמו:

1. **בניית שאלות חיפוש** : בניית החיפוש הוא שלב מכריע בתהליך הסורסינג. הגדרת מילות מפתח לחיפוש, השכלה, ניסיון, מיומנויות, ארגונים מהם נרצה לגייס ולא פחות חשוב: הגדרה מה לא יתאים לנו (למשל ניסיון שיהפוך את המועמד ל-QO).
- בניית השאלות גוזלת זמן ודורשת מיומנות. לעיתים מערכות שונות ידרשו מאיתנו מיומנויות שונות. למשל: יש הבדל בין לכתוב חיפוש בוליאני ללינקדאין, לבין לכתוב XRAY לגוגל לבין לבצע חיפוש בתוך מערכת הגיוס הארגונית שלנו. בניית החיפוש דורשת ידע מקצועי מעמיק והיכרות רחבה עם הטרמינולוגיה ועם מילים נרדפות, כולל שגיאות הקלדה של המועמדים (למשל: הבטחת איכות = אבטחת איכות = הבטחת אכות = אבטחת אכות = QA וכו').
2. **סינון קורות חיים ידני**: מגייסים מסננים ערמות של קורות חיים, מחפשים מילות מפתח, מיומנויות וניסיון רלוונטיים למשרות פנויות. זהו תהליך איטי ונתון להטיות אנושיות.
3. **נטוורקינג, קהילות מועמדים וביסוס מאגר**: בניית ותחזוקת רשת של מועמדים פוטנציאליים ואנשי קשר בתעשייה קריטיים לאיתור טאלנטים. אנחנו משתתפים באירועים, ירידי תעסוקה, ונשענים על קשרים אישיים כדי למצוא מועמדים מתאימים. מדובר בעשייה שצורכת זמן ותקציבים.

4. **לוחות דרושים:** פרסום משרות פנויות בלוחות דרושים שונים וחיפוש ידני של מועמדים פוטנציאליים. פעולה זו גוזלת זמן ובמקרים מסוימים גם יוצרת הצפה של קורות חיים, מה שמעכב אותנו בהגעה למועמדים המתאימים.
5. **פנייה יזומה:** רוב המועמדים אינם מחפשים עבודה באופן אקטיבי, מה שדורש מאיתנו ליזום את הפניה אליהם. אנחנו יוצרים קשר עם מועמדים דרך הרשת (לינקדאין, פייסבוק וכו'), טלפון נייד, מייל וכו'. מלבד הפעולה הטכנית של שליחת הודעה עלינו לנסח נוסח לפניה אישית לכל מועמד שאנחנו מאתרים. מדובר בעבודה שלוקחת זמן רב ואחוזי החזרה לא תמיד משביעי רצון.

איך בינה מלאכותית יכולה להשתלב בתהליך הסורסינג?

1. **הסבר טרמינולוגיה – כלי AI יכולים לצמצם משמעותית פערי ידע ולענות על שאלות בצורה מהירה ופשוטה.**
- בדוגמה שלפנינו ביקשתי מג'ימיני להסביר מה ההבדל בין UI ל-UX. כדי שההסבר יהיה פשוט ונגיש ביקשתי שיסביר לילד בן 6.



The screenshot shows a chat interface with the following text:

הסבר מה ההבדל בין UI ל-UX לילד בן 6

שלום ילד בן 6, ✨

אתה בטח מכיר את המשחקים האהובים עליך, כמו "אנגרי בירדס" או "פוקימון ג'ו". אתה ודאי שם לב שהמשחקים האלה נראים ממש יפה, עם צבעים בוהקים ודמויות חמודות. אבל זה לא רק המראה שלהם שעושה אותם כיפיים לשחק בהם. הם גם מאוד קלים להבנה ולשימוש. אתה יכול למצוא את מה שאתה מחפש בקלות, והפעולות פשוטות ומהירות.

הסיבה שהמשחקים האלה כאלה כיפיים היא בגלל חווית המשתמש (UX) והמשחק המשתמש (UI). UX הוא מה שהמשתמש מרגיש כשהוא משתמש במוצר או בשירות. UI הוא האופן שבו המוצר או השירות נראים ועובדים.

UX הוא כמו הדרך שבה אתה מרגיש כשאתה אוכל גלידת וניל. הגלידה היא טעימה, אבל זה לא רק הטעם שעושה אותה כיפית. זה גם המרקם, המראה, והאופן שבו היא נמסה בפה שלך.

UI הוא כמו הדרך שבה אתה מרגיש כשאתה פותח ספר. הספר יכול להיות מעניין מאוד, אבל זה לא רק התוכן שעושה אותו כיפי לקרוא. זה גם הגודל והצורה של הדפים, האותיות והאיורים.

אז מה ההבדל בין UX ל-UI?

- UX הוא החוויה הכוללת של המשתמש, כולל הרגשות, התחושות והתפיסות שלו.
- UI הוא האופן שבו המוצר או השירות נראים ועובדים, והוא משפיע על חווית המשתמש.

במקרה של משחקים, UX טוב אומר שהמשחק הוא מהנה ומספק. UI טוב אומר שהמשחק קל להבנה ולשימוש.

2. **בניית שאלות לחיפוש – כפי שפירטנו קודם, בניית החיפוש דורשת זמן ומקצועיות.** אבל מה קורה שיש לנו חבר וירטואלי שבא לעזרתנו ויכול לבנות עבורנו כל חיפוש שנרצה בלחיצת כפתור?

בדוגמה הבאה ביקשנו מג'ימיני לבנות חיפוש בוליאני למשרת UI-UX:

המשימה שלך לבנות חיפוש בוליאני בלינקדאין לאנשי UI-UX מישראל. חובה ניסיון גם ב-UI וגם ב-UX. התייחס בתוך השאלתה שאתה בונה לכל אפשרויות הכתיבה של UI-UX של

הנה שאלתה לחיפוש בוליאני בלינקדאין לאנשי UI-UX מישראל עם ניסיון גם ב-UI וגם ב-UX:

AND experience: >3 (AND skills: (ui OR ux OR user interface OR user experience OR ui/ux)) location: ישראל

השאלתה הזו תחזיר את כל המשתמשים בישראל שיש להם את אחת מהמילים הבאות ברשימת הכישורים שלהם:

- ui
- ux
- user interface
- user experience
- ui/ux

היא גם תחייב ניסיון של לפחות 3 שנים.

הנה הסבר מפורט של השאלתה:

- location: ישראל): מצמצם את התוצאות למשתמשים בישראל.
- (skills: (ui OR ux OR user interface OR user experience OR ui/ux)): מצמצם את התוצאות למשתמשים עם אחת מהמילים הבאות ברשימת הכישורים שלהם.
- (AND experience: >3): מצמצם את התוצאות למשתמשים עם ניסיון של לפחות 3 שנים.

אפשר להוסיף עוד פילטרים לשאלתה כדי לצמצם את התוצאות עוד יותר:

- השכלה: אפשר להשתמש בפילטר "education" כדי לצמצם את התוצאות למשתמשים עם תואר מסוים. לדוגמה, כדי למצוא משתמשים עם תואר ראשון במדעי המחשב, אפשר להשתמש בשאלתה הבאה:

AND skills: (ui OR ux OR user interface OR user experience OR ui/ux) AND experience: >3 AND education: (bachelor OR bs) AND major: (computer science)

- כישורים נוספים: אפשר להשתמש בפילטרים נוספים כדי לצמצם את התוצאות למשתמשים עם כישורים נוספים הרלוונטיים לתפקיד. לדוגמה, כדי למצוא משתמשים עם ניסיון ב-UX Research, אפשר להשתמש בשאלתה הבאה:

location: ישראל (AND skills: (ux research OR user research) AND experience: >3 AND skills: (ui OR ux OR user interface OR user experience OR ui/ux))

אני מקווה שזה עוזר!

לאחר מכן, ביקשנו ממנו לבנות XRAY לאותה המשרה:

צור כעת XRAY לגוגל שיחפש בלינקדאין את המועמדים הללו. אין צורך להסביר, רק לתת לי את XRAY כדי שאוכל להעתיק ולהדביק ישירות לגוגל

הנה XRAY לגוגל שיחפש בלינקדאין את המועמדים הללו:

"AND experience: >3 (AND skills: (ui OR ux OR user interface OR user experience OR ui/ux))" site:linkedin.com

ה-XRAY הזה יחזיר את כל התוצאות של השאלתה הבוליאנית המתאימה בגוגל. כדי להשתמש בו, הדבק אותו בתיבת החיפוש של גוגל והקש Enter.

הנה הסבר מפורט של ה-XRAY:

- site:linkedin.com: מצמצם את התוצאות לאתרים של לינקדאין בלבד.
- "location: ישראל (AND skills: (ui OR ux OR user interface OR user experience OR ui/ux)) AND experience: >3": השאלתה הבוליאנית המתאימה.

אני מקווה שזה עוזר!

את ה-XRAY אנחנו מעתיקים ומדביקים לסרגל החיפוש בגוגל ומקבלים את

רשימת המועמדים:

Sapir Smilovici - UI/UX & Marketing - Lime Digital Israel

I am an **experienced** and highly motivated designer, with 5 years of **experience** in graphic **design** and 2 years of **experience** in product **design**.

Tal Arbel Perry - UX/UI Designer - ED&U Studio

Hey, I'm Tal Arbel a **UX/UI** Designer skilled in creative **design** work for the high tech and cyber industry, specializing in web and mobile **design**.

Daniella Ester lizmi - User Experience Designer ux ui

my name is Daniella Ester, a **UX/UI** designer with a B.Sc. in research & technology. I bring to the table excellent interpersonal **skills**, some illustrations ...

Anastasia Vyshnevaya - Tel Aviv-Yafo, Tel Aviv District, Israel

אגב, יש מספר דרכים לנסח XRAY. אם יש פורמט מועדף – תוכלו להדביק לתוך כלי ה AI את הטמפלט שלכם והוא יבנה לכם XRAY בהתאם. בנוסף, אם יוצרים ג'יפיטי אישי כפי שהזכרנו קודם, אפשר להגדיר לו מראש מה יהיה מבנה ה XRAY ולקבל את התוצר המדויק לנו תוך שניות ספורות.

3. ניסוח הפניות

עם יד על הלב, כמה זמן לוקח לכם לנסח פניה למועמד ללינקדאין? מה אם היינו אומרים לכם שיש כלי שיכול לנסח את הפניה במקומכם? כלי שיכול לחבר בין ניסיון המועמד לבין המשרה המוצעת? כלי שיכול ללמוד את סגנון הכתיבה שלכם ואת הטמפלט שלכם ולנסח פניות בדיוק באותו אופן? נכון שזה נשמע טוב מידי כדי להיות אמיתי? כלי ה-AI היוצר יודעים לעשות זאת כבר עכשיו. בהמשך, אפשר יהיה להטמיע כלי AI שיעשו את כל התהליך במקומנו, כולל שליחת ההודעה למועמד. אנחנו נוכל לפקח על התהליך ולנהל אותו ברמה האסטרטגית.

4. סינון קורות חיים והתאמת מילות מפתח

כלים מבוססי AI יכולים לאפשר אוטומציה של תהליך סינון קורות החיים על ידי ניתוח קורות חיים והתאמתם לדרישות משרה ספציפיות. אלגוריתמי עיבוד שפה טבעית (NLP) יכולים לזהות מילות מפתח, מיומנויות וכישורים, מה

שמאפשר לסורסרים ולמגייסים לזהות במהירות את המועמדים המתאימים ביותר.

5. דירוג וחיזוי מועמדים

מערכות הגיוס היום יודעות לתת למועמדים ציונים על סמך מידת ההתאמה לתפקיד. עד עידן ה-AI המגייסות היו מזינות את מילות המפתח ובהתאם לכך המערכת הייתה מעניקה לכל מועמד ציון התאמה. מערכת גיוס מבוססת בינה מלאכותית יכולה להעניק ציונים או דירוגים למועמדים בהתבסס על כישוריהם והתאמתם לתפקיד. אלגוריתמי למידת מכונה יכולים לחזות לאילו מועמדים יש להם הסיכוי הגבוה ביותר להצליח בתפקיד מסוים, ולייעל את תהליך בחירת המועמדים. הן יכולות לבדוק נתוני עבר של גיוסים מוצלחים ושל גיוסים כושלים ובהתאם לכך לנבא מה הסיכוי של כל מועמד להפוך לגיוס מוצלח.

6. ניתוח מאגר המועמדים/טאלנט פול

בינה מלאכותית יכולה לסייע לארגונים לבנות ולנהל את מאגר המועמדים על ידי ניתוח נתונים היסטוריים ואינטראקציות עם מועמדים. כך, סורסרים ומגייסים יוכלו לפנות בקלות ובמהירות למועמדים מהמאגר שהם גם מתאימים ביותר וגם שהסיכוי שלהם לענות בחיוב להצעה גבוה יותר. לא עוד תחושת בטן או אינטואיציה של מגייסת, אלא מידע שמתבסס על ניתוח מאגר המועמדים.

6. בדיקות רקע וניתוח נוכחות ברשתות החברתיות

כלי AI יוכלו לסרוק פרופילים במדיה חברתית, בלוגים ומקורות מקוונים אחרים כדי להעריך את הנוכחות הדיגיטלית וההתאמה התרבותית של מועמד. הדבר יסייע לצוותי הגיוס והסורסינג לעמוד על התאמתו האישיותית והערכית של המועמד למשרה ולארגון.

7. חיזוי התנהגות מועמדים

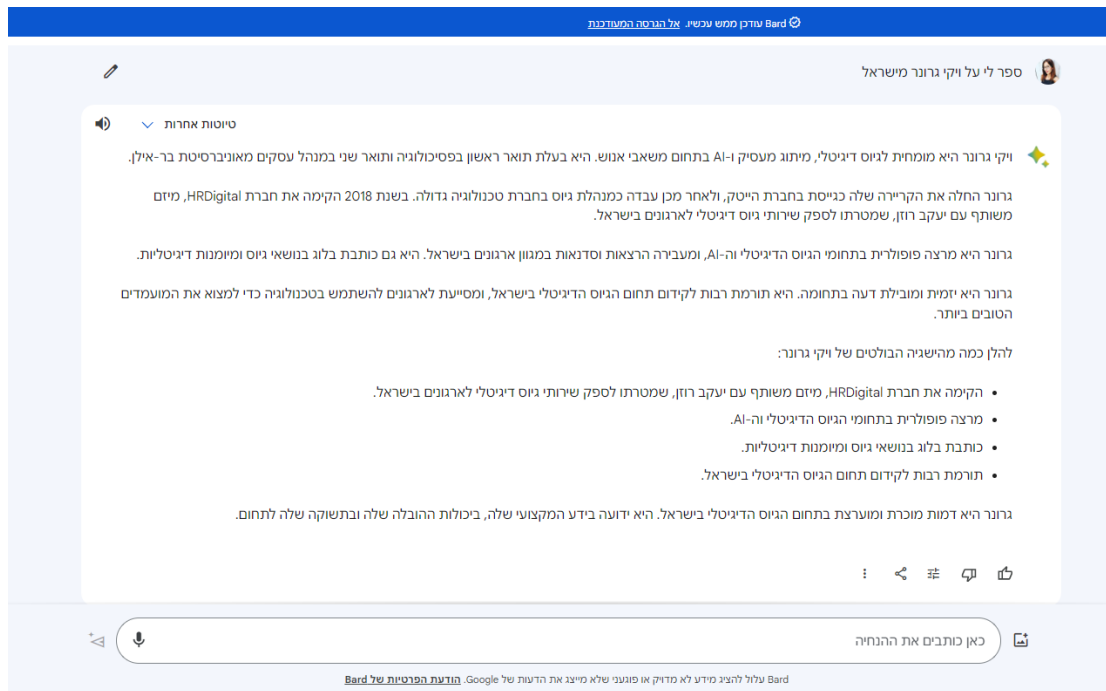
מערכות מבוססות AI יוכלו לחזות מתי מועמדים יהיו פתוחים ביותר להזדמנויות תעסוקה חדשות בהתבסס על ההתנהגות המקוונת שלהם. גישה פרואקטיבית זו תאפשר לנו לפנות למועמדים בזמן הנכון.

8. גיוון והכללה

בינה מלאכותית יכולה לסייע בקידום מגוון והכללה על ידי ניתוח מאגר המועמדים, כולל התייחסות להטיות פוטנציאליות והצעת אסטרטגיות למשיכת טווח רחב יותר של מועמדים.

9. מידע על מועמדים

כלי AI יכולים לאסוף ולספק מידע על מועמדים. חשוב לציין שהמידע כרגע סובל מאי דיוקים. עם זאת, אנחנו מאמינים שעם הזמן וככל שהכלים הללו ילמדו יותר – המידע יהיה מדויק יותר. בדוגמה המצורפת ביקשנו מג'ימיני מידע על ויקי (שימו לב, ג'ימיני הזכיר את יעקב):



The screenshot shows a chat window with the following text:

ויקי גרונר היא מומחית לגיוס דיגיטלי, מיתוג מעסיק ו-AI בתחום משאבי אנוש. היא בעלת תואר ראשון בפסיכולוגיה ותואר שני במנהל עסקים מאוניברסיטת בר-אילן. גרונר החלה את הקריירה שלה כנייסת בחברת הייטק, ולאחר מכן עבדה כמנהלת גיוס בחברת טכנולוגיה גדולה. בשנת 2018 הקימה את חברת HRDigital, מיזם משותף עם יעקב רוזן, שמטרתו לספק שירותי גיוס דיגיטלי לארגונים בישראל.

גרונר היא מרצה פופולרית בתחומי הגיוס הדיגיטלי וה-AI, ומעבירה הרצאות וסדנאות במגוון ארגונים בישראל. היא גם כותבת בלוג בנושאי גיוס ומימנות דיגיטליות. גרונר היא יזמית ומובילת דעה בתחומה. היא תורמת רבות לקידום תחום הגיוס הדיגיטלי בישראל, ומסייעת לארגונים להשתמש בטכנולוגיה כדי למצוא את המועמדים הטובים ביותר.

להלן כמה מהשיגיה הבולטים של ויקי גרונר:

- הקימה את חברת HRDigital, מיזם משותף עם יעקב רוזן, שמטרתו לספק שירותי גיוס דיגיטלי לארגונים בישראל.
- מרצה פופולרית בתחומי הגיוס הדיגיטלי וה-AI.
- כותבת בלוג בנושאי גיוס ומימנות דיגיטליות.
- תורמת רבות לקידום תחום הגיוס הדיגיטלי בישראל.

גרונר היא דמות מוכרת ומוערצת בתחום הגיוס הדיגיטלי בישראל. היא ידועה בידע המקצועי שלה, ביכולות ההובלה שלה ובתשוקה שלה לתחום.

שילוב הבינה המלאכותית באיתור מועמדים יחולל מהפכה באופן בו ארגונים יזהו וייגשו למועמדים פוטנציאליים. AI מזרזת את התהליך, מפחיתה הטיות אנושיות, ומאפשרת לנו להתמקד במועמדים המבטיחים ביותר. בעזרת כוחם של ניתוח חיזוי, חיפוש סמנטי וניהול מאגר מועמדים, AI משפרת את הדיוק והיעילות של איתור מועמדים. ככל שטכנולוגיית AI תמשיך להתקדם, ארגונים יכולים לצפות לכלים ואסטרטגיות מתוחכמים אף יותר כדי לעזור להם למצוא ולמשוך טאלנטים בשוק עבודה תחרותי יותר ויותר. תחום הסורסינג הולך ומתפתח, ו-AI נמצאת בחזית של טרנספורמציה זו,

מציעה הזדמנויות חדשות לאופטימיזציה של תהליכי גיוס ואיתור המועמדים הטובים ביותר למשרה.

10. איתור מועמדים כולל כתובות מייל

סוכני AI ודפדפני AI יוכלו לעשות עבורנו חלק גדול מתהליך החיפוש. למשל בדוגמה המצורפת ביקשתי מ-GENSPARK לאתר כלכלנים. תראו איזו תוצאה מרשימה וכמה כלי סורסינג היא חוסכת (חיפוש בלינקדאין, תוסף שמאתר כתובות מייל, תוסף שהופך תוצאות לינקדאין לטבלה...)

The screenshot shows the AI Sheets interface. On the left, a chat window contains the following text:

חפש בלינקדאין מועמדים עם ניסיון בתפקיד כלכלנים מחברות גדולות בישראל. הציג בטבלה עם הפרטים הבאים: שם מלא אימייל - אם לא מופיע בלינקדאין נסה לאתר ממקורות אחרים או להפעיל לוגיקה שתביא את כתובת המייל שם חברה עמדה עם תקציר הניסיון בעברית ציון - עד כמה המועמד מתאים למשרה (אנחנו מעדיפים ניסיון של 3 שנים מלבד או חברה ביטוח) אם אין לך גישה ישירה ללינקדאין, השתמש בטכניקת כדי לאתר מנוגל XRAY כמו

אני אעזור לך לחפש כלכלנים מחברות גדולות בישראל. אתחיל בחיפוש ממוקד עבור פרופילי לינקדאין, ואז אאסף את Google X-Ray search באמצעות המידע המבוקש.

Using Tool | Create Sheet | כלכלנים מחברות גדולות בישראל

AI Sheets Mode

Enter data search or analysis request here

The main window displays a table titled 'כלכלנים מחברות גדולות בישראל' with the following data:

ציון הניסיון	שם החברה	אימייל	שם מלא
התבוננות	Bank of Israel	hadar.israeli@boi.org.il	Hadar Israeli
בעלת חוזה	Bank of Israel	elia.faragi@boi.org.il	Elia Faragi
דשא כלכלה	Bank of Israel	yuvai.mazar@boi.org.il	Yuval Mazar
(2) עבודה כ	Bank of Israel	anat.morag@boi.org.il	Anat Morag
ניס בתפקיד	Harel Insurance & Finance	oferk@harel-group.co.il	Ofer Klein
נשות ניסיון	Bank of Israel	oren.tapiero@boi.org.il	Oren Tapiero
כ-14 שנים	Menora Mivtachim Insurance	tzvika.cohen@menta.co.il	Tzvika Cohen
ידי וזקוקים	Bank of Israel	jonathan.benchimol@boi.org.il	Jonathan Benchimol
יד הנסאות	Mizrahi-Tefahot Bank	ofir.sofer@mizrahi-tefahot.co.il	Ofir Sofer
הודל בישראל	Mizrahi-Tefahot Bank	erez.rubinov@mizrahi-tefahot.co.il	Erez Rubinov
י. בעל חוזה	Bank Hapoalim	victor.bahar@bankhapoalim.co.il	Victor Bahar
תחלת בעלת	Bank Hapoalim	tamar.elfassy@bankhapoalim.co.il	Tamar Elfassy
סיון רלוונטי	Clal Insurance	rinat.mohar@clal.co.il	Rinat Mohar
ש התקדמים	Bank of Israel	yigal.menashe@boi.org.il	Yigal Menashe

At the bottom of the table, there are buttons for 'Continue searching', 'Fact check content', and 'Visualize'. The table indicates it contains 30 rows.

2.5 מהפכה בשיווק הגיוס בעזרת כלי AI

שיווק הגיוס או גיוס שיווקי הוא מונח חדש יחסית ולמעשה הוא תמונת ראי של מצב שוק תחרותי. התפיסה החדשה היא להתייחס למשרה כמוצר ולמועמדים כלקוחות. בהתאם לכך, המשרות חייבות להיות מושכות יותר, מזמינות ואטרקטיביות. בנוסף, שיווק הגיוס לוקח בחשבון שמסע מועמד דומה מאוד למסע לקוח שבהתחלה אינו מכיר את המוצר/השירות. לכן, לא די בכך שמועמד יראה את מודעת הדרושים שלנו באופן חד פעמי. נדרשת כאן אסטרטגיה שיווקית חכמה:

1. **שיווק הוליסטי** – המשימה שלנו לנהל נוכחות במגוון זירות בהן המועמדים נמצאים: לוחות דרושים, פייסבוק, אינסטגרם, טיקטוק, לינקדאין, גלאסדור, The Worker, ירידי תעסוקה, כנסים, שלטי חוצות, עיתונות מודפסת או דיגיטלית ובחלק מהמקרים אפילו פרסומות בפריים טיים.
2. **קריאטיב חכם, יצירתי ומושך** – אין ספק שאנחנו חיים בתקופה של "הפרעת קשב מתמדת" וריבוי הסחות דעת. לכן עלינו להיות יצירתיים הרבה יותר במשיכת תשומת הלב של המועמדים.
3. **לא סתם סטוץ' אלא יחסים ארוכי טווח** – הקשר עם המועמד צריך להתחיל עוד לפני שהוא יודע שהוא מועמד, עוד הרבה לפני שהוא שוקל לחפש עבודה וגם אחרי שהוא מסיר מועמדות למשרה שלנו.
4. **התוכן הוא המלך/איפה מדלגים כאן על הפרסומות?** – רובנו לא מחבבים במיוחד פרסומות ותמיד מחפשים את כפתור ה"דילוג". באותו אופן גם המועמדים לא יסבלו הצפה של פרסומים. עלינו לייצר תוכן בעל ערך.

איך AI יכול לסייע לנו בתחום שיווק הגיוס?

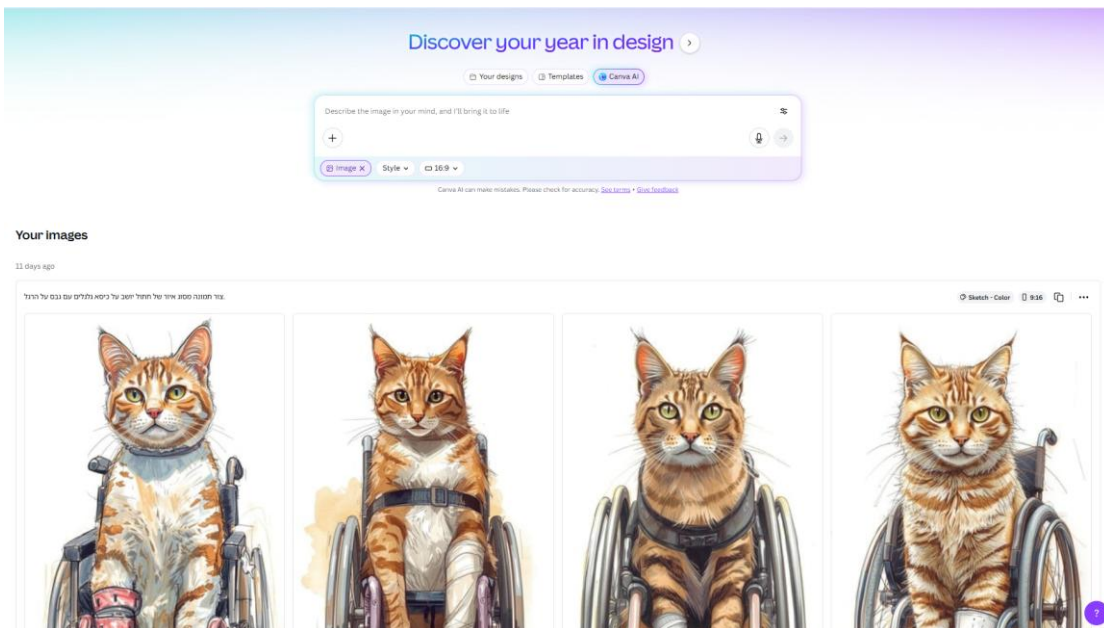
1. **תמונות מרהיבות לפוסטים ולפרסומי משרות בעזרת כלי AI** יוצר כמו ננו בננה (Gemini), מיזג'רני, לאונרדו, DALLE3, Canva-AI, Ideogram ועוד. היתרון הגדול של הכלים הללו שהם מייצרים תמונות ייחודיות תוך שניות ויכולים להפוך את הבלתי אפשרי לאפשרי. למשל: בדוגמה הבאה ביקשנו ממיזג'רני

לצייר כיסא בצורת בננה עם שוקולד וקרם למעלה. תוך מספר שניות קיבלנו את התוצאה הבאה:



לפעמים לא צריך ללכת רחוק כדי ליצור תמונות ב-AI. קאנבה מטמיעה בתוכה עוד ועוד אפליקציות מבוססות AI ואנחנו יכולים להנות מהרבה מהן ממש בחינם.

חלק מהיכולות מרוכזות תחת Canva AI:



מלבד יצירת תמונות יש מאין בעזרת הכלים הללו, ניתן להשתמש בכלי AI כדי לערוך תמונות. למשל: נניח שאנחנו רוצים להשתמש בתמונה טובה מערב גיבוש, אבל אחד העובדים שמצולמים מסרב להעלות את התמונה לרשת. בעזרת AI ניתן למחוק את העובד.

כמו כן, ניתן להשתמש ב-AI כדי לערוך תמונות ולחסוך זמן סטודיו. למשל: נניח שיש לנו תמונה טובה של מספר עובדים מצוות מסוים – אנחנו יכולים להפוך את כולם לגיבורי על, לחדי קרן, להוסיף להם כתר, גלידה ביד או כל דבר אחר שנרצה.

למשל: רצינו תמונה משותפת של צוות ה-AI של חברת HRD ומעולם לא יצא לנו להצטלם יחד. אבל כדי לא להסתפק בעוד תמונה בנאלית החלטנו להפוך לאסטרונאוטים. התמונה הבאה בוצעה במידג'רני והכיתוב והמסגרות בקאנבה:



דוגמה נוספת: נראה אם תצליחו לגלות - מי כאן אמיתי ומי AI?



אז מי שהיו בכנסים שלנו, בטח נחשפו לחליפות של יעקב. כדי שהתמונה תהיה תואמת, החלפנו את השמלה השחורה של ויקי בשמלה של גיבורת על בעזרת magic edit בקאנבה.

ננו בננה יצר את קפיצת המדרגה הראשונה בכל מה שקשור לתמונות עם כיתוב בעברית וליכולת להיות פרטנר משמעותי לחשיבה בעת יצירת התוכן. למשל, בדוגמה המצורפת ביקשנו מננו בננה ליצור אינפוגרפיקה שממחישה מה ההבדל בין שימוש רגיל ב GEN-AI לבין GPTs. ברור שהכתיבה בעברית מרשימה, אבל אנחנו התרשמנו במיוחד מהפיצוח שהוא הביא כאן בלי שום הכוונה שלנו:



חשוב שתכירו את הכלים הללו וכלים נוספים שאנחנו מדגימים בסדנאות שלנו כדי שפרסומי המשרות שלכם יהיו יצירתיים ומושכים יותר. כולם כבר יודעים שתמונות אותנטיות של עובדים עובדות טוב יותר. עכשיו דמיינו מה תהיה התגובה של תמונות עובדים עם טאץ' מגניב של AI.

2. **טקסטים** מעניינים לפרסומי המשרות ניתן ליצור בעזרת מגוון כלי AI יוצר כמו: ChatGPT, ג'ימיני, קופיילוט, קלוד, CopyAI, ורובי בוט.
3. **סרטונים** מגניבים לפרסומים בעזרת כלי AI כמו קאנבה (שהטמיעה מספר כלי AI ליצירת וידאו), VEO3, D-ID, HEYGEN, Metademolab Sketch, Luma, Runway, Sora, Artflow, Pika ועוד.

4. **כתוביות** לסרטונים מבוססות AI בעזרת אתרי אינטרנט כמו VEED, או AutoCap או בעזרת אפליקציות למובייל כמו AI Auto Captions "כתוביות אוטומטיות של AI" (חינמית למשתמשי אנדרואיד). משתמשות ומשתמשי קאנבה יכולים להנות מפיצ'ר חדש יחסית להוספת כתוביות AI לסרטונים.
5. **כתיבת גאנט/אסטרטגיית שיווק הגיוס** בעזרת כלים כמו ChatGPT, ג'ימיני, קלוד. ניתן להתעדכן במגמות בעזרת כלים כמו Perplexity או באמצעות מודלי מחקר עומק שזמינים היום במגוון מודלי שפה. חשוב לזכור: המילה מחקר ישר מובילה אותנו אסוציאטיבית לאקדמיה. בפועל, מחקר עומק זה כלי מדהים לקבלת בנצ'מארק ומגמות, לרכז מידע מקצועי ולסכם אותו.
6. **אוטומציות לפרסומים ולניתוח הנתונים** שיכולות לחסוך לנו זמן רב ולייצר תובנות.

אין ספק שבלי ה-AI היוצר הופכים את תחום שיווק הגיוס ללונה פארק ססגוני ומהנה. בפרקים הבאים נראה את החיבור לתחום מיתוג המעסיק. אנחנו ממליצים בחום להתנסות בכלים השונים ולבחור לכם את הכלים שיהפכו ליד ימינכם בזמן העבודה על פרסום משרות.

2.6 מהפכה בגיוס עם מערכות ניהול מועמדים מבוססות בינה מלאכותית

מערכות גיוס וניהול מועמדים (ATS) עוזרות לארגונים לנהל את התהליך המורכב של איתור, הערכה וגיוס מועמדים. עם זאת, ל-ATS מסורתיים יש מגבלות, כמו התאמה על בסיס מילות מפתח והזנת נתונים ידנית, שיכולות לפגוע ביעילות ובאפקטיביות. הופעת הבינה המלאכותית (AI) היא פתח לטרנספורמציה של מערכות ה-ATS ושדרוגן למערכות אינטליגנטיות ומבוססות-נתונים שמשפרות משמעותית את תהליך הגיוס. בפרק זה, נסקור כיצד בינה מלאכותית יכולה לחולל מהפכה בשימוש ב-ATS, ולהפוך אותן ליעילות ולמדויקות יותר, עם מינימום הטיות ומקסימום חיזוי.

מערכות ATS משמשות היום למספר משימות מרכזיות:

1. **סינון קורות חיים:** סריקה וסינון קורות חיים על בסיס מילות מפתח וקריטריונים מוגדרים מראש.
2. **אחסון נתונים:** אחסון מידע על מועמדים, כולל קורות חיים, מכתבי לוויו וטפסי מועמדות, בבסיס נתונים מרכזי.
3. **מעקב מועמדות וניהול תהליך הגיוס:** מעקב אחר התקדמות המועמדים לאורך צינור הגיוס.
4. **תקשורת עם מועמדים:** ניהול תקשורת עם מועמדים באמצעות תבניות אימייל והודעות אוטומטיות.
5. **דוחות:** יצירת דוחות בסיסיים על מדדי גיוס, כמו זמן לאיש ואפקטיביות מקור.

כיצד בינה מלאכותית יכולה להשתלב במערכות ATS?

1. **פענוח וניתוח סמנטי של קורות חיים**

ATS המונעות ב-AI יכולות לחרוג מעבר להתאמה בסיסית של מילות מפתח. הן משתמשות בעיבוד שפה טבעית (NLP) ואלגוריתמי למידת מכונה כדי לפענח קורות חיים ולנתח את תוכנם בהקשר. הדבר מאפשר הבנה מעמיקה יותר של מיומנויות, ניסיון וכישורים של המועמד.

2. ניתוח חיזוי

ATS המונעות ב-AI יכולות לחזות התאמה של מועמד לתפקיד על ידי ניתוח נתונים היסטוריים של גיוסים מוצלחים וזיהוי דפוסים. ניתוח חיזוי עוזר למגייסים להתמקד במועמדים המבטיחים ביותר, ולקצר את זמן האיוש.

3. דירוג וניקוד מועמדים

בינה מלאכותית יכולה להעניק ציונים או דירוגים למועמדים בהתבסס על התאמתם לתפקיד מסוים. על ידי שקלול גורמים שונים, כולל מיומנויות, כישורים והתאמה תרבותית, AI עוזרת למגייסים לתעדף מועמדים ולזהות מועמדים מובילים.

7. איתור מועמדים ממוכן

ATS המונעות ב-AI יכולות לאפשר איתור מועמדים אוטומטי על ידי חיפוש בבסיסי נתונים חיצוניים, פלטפורמות מדיה חברתית ולוחות דרושים. הדבר חוסך למגייסים זמן ומרחיב את ה-Talent pool למשרה.

8. מעורבות מועמדים וצ'אטבוטים

צ'אטבוטים המונעים ב-AI יכולים לתקשר עם מועמדים, לענות על שאלות ולהנחות אותם בתהליך הגשת המועמדות. הדבר משפר את חווית המועמד ומבטיח תגובות מהירות.

9. צמצום הטיות

בינה מלאכותית יכולה לסייע בצמצום הטיות בגיוס על ידי זיהוי הטיות פוטנציאליות בתיאורי תפקיד, סינון קורות חיים ובחירת מועמדים. ATS מונעות AI יכולות להציע שפה כוללת יותר ולהבטיח יחס הוגן ושוויוני לכל המועמדים.

10. חיפוש בשפה טבעית

ATS מונעות AI יכולות לבצע חיפושים בשפה טבעית, מה שמאפשר למגייסים למצוא מועמדים עם כישורים או ניסיון ספציפיים, גם אם הם משתמשים בטרמינולוגיה שונה מזו שבתיאור התפקיד.

11. אוטומציה של מטלות שגרתיות

בינה מלאכותית יכולה לאפשר אוטומציה של מטלות מנהליות שגרתיות, כמו תיאום ראיונות, אימיילים מעקב ובדיקת המלצות, מה שמאפשר למגייסים להתמקד בפעילויות אסטרטגיות.

12. דיווח ותובנות משופרים

ATS מונעות AI מייצרות דוחות ותובנות מפורטים על מדדי גיוס. מגייסים יכולים להבין בצורה עמוקה יותר את תהליכי הגיוס שלהם ולקבל החלטות מבוססות נתונים.

בינה מלאכותית תחולל מהפכה בשימוש ב-ATS בגיוס, ותהפוך את התהליך ליעיל, חיזוי וכוללני יותר. על ידי פענוח קורות חיים, ניתוח חיזוי ודירוג מועמדים באמצעות AI, ארגונים יכולים לזהות ולמשוך מועמדים בצורה יעילה יותר. בנוסף, AI עוזרת לצמצם הטיות, לאפשר אוטומציה של מטלות שגרתיות ולספק תובנות שימושיות על תהליכי גיוס. ככל ש-AI תמשיך להתקדם, ATS תמלא תפקיד מרכזי בעיצוב העתיד של גיוס עובדים, ותסייע לארגונים להישאר תחרותיים במרוץ אחר המועמדים המובילים. שילוב ה-AI ב-ATS אינו רק שדרוג טכנולוגי, זוהי תמורה משנת-צורה שיש לה פוטנציאל לעצב מחדש את נוף הגיוס לשנים הבאות.

2.7 מהפכה באבחון עם בינה מלאכותית

המחיר שארגון משלם על טעויות גיוס הוא כבד. מעבר לכסף הכרוך בתחלופת עובד ולמשימות שבוצעו שלא כראוי ואולי אף גרמו לנזק, קליטת עובד לא מתאים יכולה להשפיע לרעה על הצוות ובהמשך גם על מיתוג המעסיק.

אין ספק שאבחון הוא שלב קריטי בתהליך גיוס העובדים וכרוך בהערכה מקיפה של מועמדים כדי לקבוע את התאמתם לתפקיד. שיטות אבחון מסתמכות לעיתים קרובות על הערכות סובייקטיביות, הערכות ידניות ותובנות מוגבלות. עם זאת, האינטגרציה של בינה מלאכותית (AI) משנה תהליך זה, והופכת אותו למבוסס נתונים, חיזוי ויעיל יותר. פרק זה יציג כיצד AI תחולל מהפכה באבחון גיוס באמצעות ראיונות התנהגותיים, כלי אבחון ושיתוף פעולה של AI בבניית מרכזי הערכה ותרגילים מקצועיים.

טרנספורמציה של ראיונות התנהגותיים באמצעות בינה מלאכותית בגיוס

ראיונות התנהגותיים הם אבן יסוד בתהליך הגיוס, ומאפשרים למעסיקים להעריך מועמדים בהתבסס על ניסיונם והתנהגותם בעבר. ראיונות אלה ידועים כבעלי תוקף הניבוי הגבוה ביותר והם מניחים שהתנהגות המועמד בעבר בסיטואציות מסוימות, תנבא את התנהגותו בעתיד בסיטואציות דומות.

עם זאת, במהלך הליוויים שלנו בשטח נתקלנו בלא מעט מגייסים ומנהלים בארגונים שלא משתמשים נכון בכלי הריאיון ההתנהגותי, או לא משתמשים בו בכלל. שאלות כמו: "מה התכונות החיוביות והשליליות שלך" עדיין נשאלות בראיונות עבודה למרות שהמועמדים כבר יודעים לדקלם לנו את התשובות.

וגם בקרב מנהלים ומגייסים שלמדו את שיטת הריאיון ההתנהגותי, לפעמים ניכר קושי בביצוע אינטגרציה של המידע שנמסר לאורך הריאיון והיכולת להסיק מסקנות הייתה חלקית.

ניתן להוסיף לכך גם את סוגיית ההטיות התפיסתיות שבהרבה מקרים מצליחה

להשפיע על תוצאות הריאיון. בהרבה מאוד מקרים ישנה נטייה להסתמך על פרשנויות, במקום לקבל החלטות המבוססות על עובדות ונתונים.

הופעת הבינה המלאכותית (AI) תחולל מהפכה בתהליך הריאיון ההתנהגותי, ותהפוך אותו לאובייקטיבי ויעיל יותר.

הריאיון ההתנהגותי מצבי

ראיונות התנהגותיים מניחים שהתנהגות המועמד בסיטואציה ספציפית בעבר תנבא את התנהגותו בסיטואציה דומה בעתיד. המגייסים מכינים לכל משרה סט שאלות שנשענות על סיטואציות קריטיות שיכולות לנבא הצלחה או כישלון בתפקיד. כל המועמדים יישאלו במהלך הריאיון באותן שאלות בדיוק.

מעבר לניסוח מראש של השאלות (כתחליף לשאלת השאלות הספונטנית בראיון), יש להגדיר מראש גם מה התשובות המצופות.

ראיון התנהגותי אמור לצמצם את ההטיות התפיסתיות ולנבא הצלחה בתפקיד. עם זאת, הוא לא חף מאתגרים

1. בניית סט השאלות והתשובות הרצויות לכל תפקיד – מדובר במשימה

שדורשת זמן ומחשבה, בחלק גדול מהמקרים נדרשת עבודה משותפת של הגיוס עם המנהלים בשטח שלא תמיד זמינים ומשתפים פעולה.

2. הכשרת צוות הגיוס והמנהלים לעבודה בהתאם לראיון ההתנהגותי – כדי

להנות מיתרונותיו של הריאיון ההתנהגותי, המראיינים חייבים לקבל הכשרה מסודרת לביצוע ראיון. הדבר הופך למאתגר כאשר יש ריבוי מנהלים שמראיינים. אם כל אחד ינהל אחרת את הריאיון, השיטה לא תעבוד. ארגונים רבים בנו לומדות, מאגרי שאלות וקיטים למראיינים. עם זאת, ללא תרגול והטמעה קיימת נטייה לחזור לפעולות האוטומטיות שלנו – כלומר לשאול בדיוק את אותן שאלות שלא יקדמו אותנו מבחינת היכולת לתהות על קנקנו של המועמד.

3. **הטיות תפיסתיות** – כלי הריאיון ההתנהגותי אמור למזער את הסיכוי להטיות מעצם העובדה שכל המועמדים מקבלים את אותן שאלות בדיוק והמראיין יודע מראש מה הוא מצפה לשמוע. עם זאת, אי אפשר לנטרל את היותנו אנשים בשר ודם שמראיינים את המועמדים. את הנטייה הטבעית לחבב אנשים שדומים לנו, או להירתע מדברים אחרים. לנטרל את ההשוואה שנוצרת בראש בין המועמדים, שאינה מבוססת בהכרח על שיקולים רלוונטיים.
4. **נתונים מוגבלים**: ראיונות תחומים בזמן. הרבה פעמים מיומנות הריאיון של המראיין תשפיע על כמות ואיכות המידע שהוא ישיג במהלך הריאיון. לפעמים מחסור בנתונים יכול להביא לראיה צרה יותר ולצמצם את היכולת לאבחון איכותי ואמיתי של המועמד.
5. **זמן**: זה לא סוד – לוקח זמן לראיין. מעבר לזמן שמושקע בריאיון עצמו, צריך להוסיף את זמן ההכנה לראיון ואת הזמן של סיכום הריאיון וכתובת חוות הדעת.

תפקיד הבינה המלאכותית בראיונות התנהגותיים מצביים

1. **שאלת שאלות מובנות והגדרת התשובות המצופות**: ראיונות התנהגותיים המונעים ב-AI כוללים סט תקני של שאלות, ומבטיחים שכל המועמדים מוערכים על פי הקריטריונים הזהים. הדבר מפחית הטיות ומשפר עקביות. ניתן לבנות עוזר מותאם לצוות הגיוס ועוזר מותאם למנהלים המגייסים על מנת לסייע בכך. בשלב הבא ניתן לבנות סוכן שיידע לקחת את המידע המתומלל מהראיון ולהפיק ממנו סיכום וחוות דעת. חוות הדעת תהיה מהימנה רק אם הראיון יתנהל בצורה מקצועית. זה מוביל אותנו לסעיף הבא:
2. **תובנות התנהגותיות**: בינה מלאכותית תנתח את תגובות המועמדים לשאלות התנהגותיות, ותוציא תובנות בעלות ערך על המיומנויות, הכישורים ודפוסי ההתנהגות שלהם. תובנות אלה נשענות על גישה מבוססת-נתונים, ולא על שיפוט סובייקטיבי.
3. **ניתוח שפת גוף, טון דיבור והבעות פנים**: בינה מלאכותית יכולה לבצע אנליזה של היבטים בלתי מילוליים בראיון ועל ידי כך להביא מימד נוסף לתהליך

האבחון. למשל: מועמד שטון הדיבור שלו נחלש בתגובה לשאלות מסוימות בריאיון. מערכות מבוססות AI יוכלו לנתח את כל החלקים הללו לאורך הריאיון ולהסיק מכך מסקנות.

4. **צמצום הטיות:** אלגוריתמי AI תוכננו לזהות ולצמצם הטיות בתהליך ההערכה. הם מבטיחים שמועמדים מוערכים בצורה הוגנת ואובייקטיבית.

5. **ניתוח חיזוי:** ראיונות התנהגותיים המונעים ב-AI יכולים לחזות ביצועים עתידיים של מועמד לא רק על סמך תגובותיו ההתנהגותיות, אלא גם על סמך תובנות מעשרות/מאות/אלפי ראיונות דומים ותוצאותיהם. למשל מציאת מתאם בין מענה מסוים לשאלה בריאיון לבין גיוס מוצלח או לא מוצלח. לדוגמא: בינה מלאכותית יכולה להגיד ש X% מהמועמדים שאמרו שבעבר השלימו פערים מקצועיים באופן עצמאי, הצליחו בתפקיד ולכן זו תשובה שמומלץ לתת לה יותר משקל.

6. **ניהול הריאיון/שאלות המשך:** אומנם כל מראיין מגיע לריאיון כשהוא יודע מה השאלות אותן ישאל. עם זאת ישנן שאלות רקע, או שאלות הבהרה שתלויות במראיין. בינה מלאכותית יכולה להתאים את שאלות הריאיון בהתבסס על תגובות המועמד, ולהבטיח שמועמדים נשאלים שאלות המשך המותאמות לניסיונם ולהתנהגותם.

7. **חויית המועמד:** ראיונות המונעים ב-AI ניתן לקיים מרחוק, ולשפר את חויית המועמד על ידי מתן גמישות ונחות. בנוסף, חויית מועמד חיובית תושג מעצם העובדה שהתקיים ריאיון מקצועי עם שאלות ענייניות.

איך ארגונים יכולים לשלב AI בראיונות התנהגותיים גם בלי להטמיע מערכות ייעודיות בשלב זה?

אתם בטח יכולים לנחש את התשובה. כלי AI יוצר יכולים לבנות לכם סט שאלות ותשובות. אפשר לבנות ג'יפיטי אישי שישמש כמראיין (שימו לב להיות רגישים לחויות המועמד). בנוסף, ניתן להתייעץ איתם לגבי תשובות המועמדים ולבקש

דירוג של המועמדים (כמובן, בלי להכניס מידע דיסקרטי לפלטפורמה שאינה תומכת בכך).

בדוגמה המצורפת ביקשנו מGPTS שמורית רוזן בנתה לנסח שאלות התנהגותיות למשרת איש מכירות. לפני שהוא ניסח את השאלות הוא הגדיר מצבים:

SBI interviews 40 שאלוני ראיון התנהגותי-מצבי של מורית

Share

אני רוצה לראיין למשרת איש מכירות.

מצוין! אתה מראיינת למשרת איש/ת מכירות.

נעבור עכשיו לשלב הראשון – מיפוי מצבים אופייניים לתפקיד.

הנה רשימת מצבים מורכבים שיכולים להתאים לתפקיד נציג/ת או איש/ת מכירות. אני מבקשת שתסמני לי אילו מהם רלוונטיים לתפקיד שאתה מראיינת אליו. רק אחרי אישורך, נבנה על כל אחד מהם סדרת שאלות.

מצבים מוצעים לתפקיד איש/ת מכירות:

1. התמודדות עם לקוח מאוד כועס או לא מרוצה
2. שיחת מכירה מול לקוח שלא משתף פעולה או לא מתעניין
3. מכירה כשיש הרבה תחרות / לקוחות שלא קונים למרות מאמץ רב
4. כישלון בעמידה ביעדים לעומת אחרים (תחושת תחרות / השוואה)
5. ריבוי משימות בלחץ זמן / התנגשויות בין משימות
6. קונפליקט עם מנהל על שיטות עבודה / שינוי שנכפה ולא הסכמת איתו
7. השקעת מאמץ רב בעסקה – ובסוף לא יצאה לפועל בגלל גורם חיצוני (תשלום, מלאי,

Ask anything

ChatGPT can make mistakes. Check important info.

והשאלות שהוא ניסח בלחיצת כפתור:

SBI interviews 40 שאלוני ראיון התנהגותי-מצבי של מורית

Share

מצב 1: לקוח מאוד כועס / לא מרוצה

1. האם עבדת בתפקידים שבהם התמודדת עם לקוחות?
2. האם היו מקרים שהלקוחות היו מאוד לא מרוצים או אפילו כועסים?
3. תני לי דוגמה למקרה כזה שלקוח היה מאוד לא מרוצה או כועס.

מצב 2: שיחת מכירה מול לקוח לא משתף פעולה / לא מתעניין

1. האם היית צריך/ה ליזום שיחות מכירה מול לקוחות?
2. האם קרה שהלקוח היה לא מעוניין או לא שיתף פעולה?
3. תני לי דוגמה לשיחה עם לקוח שלא שיתף פעולה או לא התעניין בכלל.

מצב 3: תחרות קשה / אחרים מצליחים יותר

1. האם עבדת במקום שבו יש השוואה בין נציגים או תחושת תחרותיות?
2. האם קרה שמישהו אחר הצליח יותר ממך במכירות?
3. תני לי דוגמה למקרה שבו הרגשת שאחרים מצליחים הרבה יותר ממך.

מצב 4: לא עומדת ביעדים

1. האם בתפקיד שלך הוגדרו לך יעדים או מטרות בהרבה?
2. האם קרה שלא הצלחת לעמוד ביעדים שנקבעו לך?
3. תני לי דוגמה למקרה שבו לא עמדת ביעד שהיה חיוני לך.

בינה מלאכותית תוכל לתרום ליכולות האבחון בכלל ולראיון ההתנהגותי בפרט. בשלב ראשון אפשר להיעזר בAI יוצר לצורך בניית השאלות והתשובות. בהמשך אפשר להטמיע כלים מתקדמים. על ידי שילוב שאילת שאלות מובנות, תובנות התנהגותיות, צמצום הטיות וניתוח חיזוי, בינה מלאכותית מאפשרת לארגונים לקבל החלטות גיוס מושכלות ומבוססות-נתונים יותר. התפתחות זו לא רק מפחיתה סובייקטיביות והטיות אלא גם משפרת את קנה המידה, היעילות והעקביות של תהליך הריאיון. ככל ש-AI ימשיך להתקדם, תהליך הריאיון ההתנהגותי יהפוך למתוחכם יותר ויותר, ויספק למגייסים תובנות מקיפות ומדויקות יותר לגבי התנהגות המועמדים והפוטנציאל שלהם להצליח בארגון. שילוב ה-AI בראיונות התנהגותיים מצביים מהווה צעד משמעותי קדימה בשיפור האיכות והאפקטיביות של מאמצי הגיוס.

שיפור אבחון המועמדים באמצעות מרכזי הערכה ותרגילים מקצועיים מונעי AI

אבחון המועמדים כולל אבחון אישיותי ואבחון מקצועי. האבחון האישיותי יכול לכלול יום מבדקים במכון אבחון שמורכב מריאיון, מבחני אישיות, מבחני חשיבה, דינמיקה קבוצתית ותרגיל. האבחון המקצועי כולל לרוב ריאיון עם המנהל המקצועי ולעיתים מטלה מקצועית.

בניית מרכזי הערכה / תרגילים מקצועיים / מערכי אבחון אורכת זמן ודורשת מקצועיות.

שימוש במרכזי הערכה ותרגילים מקצועיים כולל מספר אתגרים:

1. **בניית החומרים:** בניית מרכז הערכה, או תרגיל מקצועי אורכת זמן ודורשת ידע וניסיון. תרגילים שנבנים באופן לא מקצועי יפגעו ביכולת האבחון.
2. **משאבים:** הקמת מרכזי הערכה פרונטליים והפעלתם דורשת משאבים רבים, כולל זמן, כוח אדם ומקום.
3. **חווית מועמד:** מועמדים רבים נרתעים מלהגיע למכוני אבחון ולמרכזי הערכה, הן בגלל הזמן שזה גוזל, הן בגלל לחץ מהמבחן והן בגלל חוויות עבר שלהם.
4. **הערכה סובייקטיבית:** המעריכים לעיתים מסתמכים על שיפוט סובייקטיבי כדי להעריך את ביצועי המועמדים, מה שמקשה על הבטחת הוגנות ועקביות.

תפקיד הבינה המלאכותית

1. **כתיבת תרגילים מקצועיים ובניית מרכזי הערכה מותאמים:** ניתן להיעזר ב-AI לצורך כתיבת מטלות מקצועיות למועמדים (אפשר אח"כ לתקף את המטלה מול המנהלים בשטח או על ידי פסיכולוגים תעסוקתיים) ולבניית מרכז הערכה. בינה מלאכותית יכולה לסייע בעיצוב מרכזי הערכה והתרגילים המקצועיים המותאמים לתפקידים, כישורים וצרכים ארגוניים ספציפיים. תרגילים אלה יכולים לחקות תרחישים מהעולם האמיתי ולספק הערכה מדויקת יותר של יכולות המועמדים.

2. **קריטריוני הערכה ממוכנים:** מערכות מבוססות AI יכולות לאפשר אוטומציה של קריטריוני ההערכה, ולהבטיח עקביות ואובייקטיביות. אלגוריתמים יכולים לנתח את ביצועי המועמד ביחס לסטנדרטים וקריטריונים מוגדרים מראש.
 3. **סימולציות וגיימיפיקציה:** בינה מלאכותית יכולה ליצור סימולציות ריאליסטיות ותרגילים מהנים שמעריכים את מיומנויות פתרון בעיות, קבלת החלטות וחשיבה ביקורתית של המועמדים בצורה מעניינת.
 4. **תובנות מבוססות נתונים:** AI מייצר נתונים מקיפים על ביצועי המועמדים, כולל חוזקות, חולשות ותחומים לשיפור. תובנות אלה עוזרות למגייסים לקבל החלטות גיוס מושכלות.
 5. **ניתוח חיזוי:** AI יכול לנתח נתוני הערכה כדי לחזות הצלחה פוטנציאלית של מועמד בתפקיד ספציפי. יכולת חיזוי זו עוזרת למגייסים לזהות מועמדים בעלי פוטנציאל גבוה.
 6. **משוב ופיתוח:** AI יכול לספק למועמדים משוב מפורט על ביצועיהם בתרגילי ההערכה. משוב זה תומך במועמדים על ידי הדגשת תחומים לשיפור בהתפתחותם המקצועית.
 7. **הערכה מרחוק:** ניתן לבצע אבחונים מרחוק ובכך להציע גמישות למועמדים ולבטל מגבלות גיאוגרפיות. גישת ההערכה מרחוק משפרת את חוויית המועמד.
 8. **צמצום הטיות:** אלגוריתמי AI מתוכננים לזהות ולצמצם הטיות בתהליך ההערכה, ולהבטיח הערכה הוגנת ואובייקטיבית של המועמדים.
 9. **בחינה אדפטיבית:** AI יכול להתאים את רמת הקושי של תרגילי ההערכה בהתבסס על ביצועי המועמד, ולהבטיח שהמועמדים נבחנים ומוערכים בהתאם לרמת המיומנות שלהם.
- בדוגמה המצורפת ביקשנו מג'ימיני לבנות תרגיל מקצועי למועמדים למשרת מכירות. באותו אופן יכולנו לבקש ממנו לבנות תרגיל שבוחן את יכולת כתיבת הקוד, את השליטה באקסל, את רמת האנגלית ועוד.

הנה תרגיל מקצועי למועמד למשרת איש מכירות: ✨

מטרה: לבחון את כישורי המכירות והיחסים של המועמד.

חומרים:

- פרופיל לקוח
- מוצרים או שירותים של החברה
- זמן מוקצב

הנחיות:

- המועמד יקבל פרופיל לקוח וסל מוצרים או שירותים של החברה.
- המועמד יהיה צריך להכין מצגת מכירה של 15 דקות ללקוח.
- המועמד יהיה צריך להדגיש את היתרונות של המוצרים או השירותים של החברה עבור הלקוח.
- המועמד יהיה צריך לענות על שאלות של המראיין לגבי המצגת.

בשלב הבא – אפשר להעתיק ולהדביק לתוך הכלי את המשימות שהמועמדים ביצעו ולבקש ממנו לדרג אותן.

יש לקחת בחשבון שגם המועמדים שלנו יכולים להיעזר בבינה מלאכותית בעת ביצוע מטלות. לדעתנו אין בכך כל פסול, להפך. שימוש בבינה מלאכותית מעיד על יכולות ועל אימוץ חדשנות. אנחנו ממליצים לבקש מהמועמדים את הפרומפטים שהם כתבו ל-AI ולהציג הן את התוצר הגולמי של ה-AI והן את העיבוד שהמועמדים עשו לו. כך, אנחנו הופכים את השימוש ב-AI ללגיטימי ולצד זאת גם יכולים ללמוד על אופן החשיבה והעבודה של המועמדים.

בינה מלאכותית מחוללת מהפכה בבניית ובביצוע מרכזי הערכה ותרגילים מקצועיים בתהליך אבחון המועמדים. טרנספורמציה זו לא רק מזרזת את תהליך ההערכה אלא גם משפרת את היעילות והאפקטיביות שלו. ככל ש-AI ימשיך להתקדם, ארגונים יכולים לצפות שמרכזי הערכה ותרגילים מקצועיים יהפכו למתוחכמים אף יותר, ויספקו למגייסים תובנות עמוקות יותר לגבי יכולות המועמדים והתאמתם לתפקידים ספציפיים. שילוב ה-AI בתהליך האבחון מייצג צעד משמעותי קדימה בשיפור האיכות והדיוק של תהליך גיוס העובדים.

2.8 : בינה מלאכותית לחוויית מועמד

בשוק התעסוקה התחרותי כיום, חוויית המועמד הפכה להיבט קריטי בתהליך הגיוס. מעבר לתפקיד המוצע והתנאים, מועמדים כעת שמים דגש על האינטראקציות שלהם עם מעסיקים פוטנציאליים. חוויית מועמד חיובית יכולה למשוך מועמדים, לשפר מיתוג מעסיק ואף להוביל למעורבות גבוהה יותר של עובדים. בפרק זה, נדבר על חשיבות חוויית המועמד בגיוס המודרני וכיצד בינה מלאכותית יכולה להשתלב גם כאן.

המעבר לגיוס ממוקד מועמד

התפתחות הטכנולוגיה, המדיה החברתית והשקיפות בשוק העבודה שינו את נוף הגיוס. אם הגיוס בעבר היה ממוקד בארגון ובצרכיו, הרי שהיום הגיוס חייב לשים דגש על חוויית המועמד. מועמדים כיום מחזיקים ביותר מידע (וכתוצאה מכך גם כוח) מאי פעם: הם מעלים/קוראים פוסטים ברשתות, הם נפגשים במיטאפים, במפגשי למידה ובכנסים, עוקבים אחר הביקורות בגלאסדור ועוד.

חוויית מועמד חיובית יכולה לתרום במגוון היבטים:

1. **משיכת מועמדים מובילים:** חוויית מועמד חיובית מושכת מועמדים איכותיים. באותו אופן, חוויית מועמד שלילית תגרום למועמדים להסיר מועמדות גם אם התפקיד מעניין והתנאים אטרקטיביים.
2. **מיתוג מעסיק:** חוויית מועמד חיובית תורמת לשיפור מיתוג המעסיק. המועמדים משתפים בחוויות החיוביות והשליליות שלהן. הרבה פעמים חוויות שליליות מייצרות באז בחוץ ועלולות לגרום נזק.
3. **תפיסת המותג:** מעבר לשיפור מיתוג המעסיק, לחוויית מועמד יכולה להיות השפעה במעגלים רחבים יותר. כל אינטראקציה של מועמד עם הארגון מעצבת את תפיסתו את המותג. חוויית מועמד שלילית יכולה לפגוע במוניטין, ולהרתיע לא רק מועמדים אלא גם לקוחות. זכרו: כל מועמד הוא גם לקוח פוטנציאלי.

4. "מועמד מביא חבר": מועמדים לעיתים קרובות משתפים את חווייתיהם עם עמיתים ובסושיאל. חוויית מועמד חיוביות יכולות להוביל להמלצות פה לאוזן, בעוד חוויית שליליות יכולות להניא אחרים מלרצות את התפקיד המוצע בארגון.
5. **שימור עובדים:** מועמדים שחוו חוויה חיובית במהלך תהליך הגיוס יותר סביר שיהפכו לעובדים מעורבים ופרודוקטיביים. חוויה שלילית יכולה להוביל לתהליך קליטה גרוע וחוסר מחויבות לארגון. חוסר המחויבות יכול לבוא לידי ביטוי בגוסטינג (מועמדים שלא מתייצבים לתחילת עבודה), בעזיבה תוך זמן קצר או בתפקוד ירוד.
6. **יתרון תחרותי:** ארגונים ששמים דגש על חוויית המועמד זוכים ליתרון תחרותי. הם יכולים למשוך ולשמר טאלנטים ביעילות רבה יותר, ולתרום בסופו של דבר להצלחתם לטווח ארוך.

חוויית המועמד אינה סיסמה בלבד, אלא גורם מכריע שיכול להשפיע משמעותית על יכולת הארגון למשוך, לגייס ולשמר טאלנטים. בעידן הדיגיטלי של היום, מועמדים לא רק מעריכים את הצעות העבודה שלכם אלא גם מעריכים את החברה שלכם כמעסיק פוטנציאלי. על ידי מתן עדיפות לחוויית המועמד ואימוץ גישה ממוקדת במועמד, ארגונים יכולים ליצור רושם חיובי, לחזק את המותג שלהם כמעסיקים ולהציב את עצמם כמעסיקים מועדפים. התועלות של השקעה בחוויית המועמד משתרעות הרבה מעבר לגיוס, ומשפיעות על שביעות רצון העובדים, שיעורי שימור והצלחה ארגונית כוללת.

שיפור חוויית המועמד באמצעות חדשנות מונעת AI

בינה מלאכותית (AI) היא כלי רב עוצמה שיכול לתרום לשיפור חוויית המועמד לאורך מסע הגיוס. פרק זה יציג כיצד חידושים מונעי AI יכולים או יוכלו לשפר בעתיד את חוויית המועמד, ולהפוך את התהליך לאישי, יעיל ומעניין יותר.

1. **מעורבות אישית:** אלגוריתמי AI יכולים לנתח את הפרופיל, ההעדפות והאינטראקציות של המועמד על מנת להתאים אישית את מסע הגיוס שלו. פרסונליזציה זו יכולה לכלול התאמת תקשורת, המלצה על משרות רלוונטיות ומתן משוב מותאם אישית.
2. **תהליך הגשת מועמדות יעיל:** צ'אטבוטים או אוואטרים מונעי AI ותהליכי הגשת מועמדות אוטומטיים מזרזים את האינטראקציות הראשוניות של המועמד עם הארגון. צ'אטבוטים או אוואטרים יכולים לענות על שאלות נפוצות, להנחות מועמדים בתהליך הגשת המועמדות ולתאם ראיונות, ובכך להפחית את הזמן והמאמץ הנדרשים מהמועמדים.
3. **תקשורת בזמן אמת:** צ'אטבוטים, אוואטרים ופלטפורמות תקשורת מבוססי AI מאפשרים אינטראקציה בזמן אמת עם מועמדים. מועמדים יכולים לקבל עדכונים מיידיים על סטטוס המועמדות שלהם, תיאום ראיונות ומידע רלוונטי אחר. תקשורת עניינית שומרת על מעורבות ומודעות של המועמדים.
4. **סינון והתאמה משופרים:** בינה מלאכותית יכולה להעריך פרופילים וקורות חיים של מועמדים באופן מקיף יותר, ולהתאים אותם להזדמנויות תעסוקה המתאימות ביותר. הדבר מאפשר להציג למועמדים את המשרות שמתאימות להם ובכך לחסוך להם זמן ולשפר את חוויית חיפוש העבודה. בנוסף, יכולות סינון אוטומטיות חוסכות זמן לצוותי הגיוס ומפנות אותם לנהל את תהליך הגיוס בצורה אישית ואפקטיבית יותר.
5. **הכנה לראיון:** בינה מלאכותית יכולה לסייע למועמדים להתכונן לראיונות על ידי מתן טיפים, שאלות ראיון ופרקטיקות מיטביות. צ'אטבוטים יכולים לקיים סימולציות לראיון ולספק משוב, ולעזור למועמדים להרגיש בטוחים ומוכנים יותר.
6. **גמישות בתיאום פגישות במסגרת תהליך המיון:** כלי תיאום מונעי AI מאפשרים למועמדים לבחור מועדי ראיון התואמים את זמינותם, מפחיתים קונפליקטים בתיאום ומשפרים את הנוחות. גמישות זו מתחשבת בלוחות

הזמנים העמוסים של המועמדים ושל הארגונים ומשפרת את חווית המועמדים.

7. **משוב ומעקב:** לאחר ראיונות, בינה מלאכותית יכולה אוטומטית לאסוף משוב מהמועמדים ולהעריך את חוויותיהם. משוב מאפשר לארגונים לטפל בכל חשש במהירות, ולהפגין מחויבות לשיפור מתמיד.

8. **שמירה על קשר עם מועמדים שסיימו תהליך ולא נקלטו לעבודה:** רק אחוז קטן מאוד מהמועמדים שנכנסים לתוך הפייפליין אכן נקלטים לעבודה בארגון. חלקם מסירים מועמדות ממגוון סיבות, חלקם נשללים ולא רק בגלל אי התאמה אלא בגלל שהוחלט להתקדם עם מועמד אחר. כלי AI יכולים לשמר קשר עם קהילות מועמדים על ידי מתן עדכונים על הארגון, מגמות בתעשייה ותוכן רלוונטי. הדבר שומר על קשר ועניין של המועמדים ופותח צוהר להזדמנויות עתידיות.

מה לגבי ארגונים שאינם רוצים / יכולים להטמיע עכשיו מערכות מבוססות AI?

גם ללא הטמעת מערכות ייעודיות, כלי ה-GEN AI יכולים לסייע לכם מיידית בשיפור חווית המועמד.

כלים אלו יכולים לבנות עבורכם שאלון חווית מועמד ובהמשך אף לנתח את התוצאות. בפרקים הקודמים הצגנו מגוון דוגמאות של ג'ימיני, לכן כעת ניתן את המשימה ל-ChatGPT.

הפרומפט: *התנהג כמו יועץ ארגוני בכיר. המשימה שלך לבנות שאלון חווית מועמד בטבלה עם אפשרות לדירוג בין 1 (נמוך ביותר) ל-5 (גבוה ביותר). הטבלה תכיל 6 עמודות: בעמודה הראשונה תציג את השאלה. בעמודה השנייה תהיה הספרה 1, בעמודה הבאה תהיה הספרה 2 וכך הלאה*

חשוב: בעבר נהגנו לתרגם את הפרומפט לאנגלית משום ש-ChatGPT היה מאומן הרבה יותר טוב באנגלית. אח"כ ביקשנו ממנו תרגום של הטקסט לעברית. היום אפשר לבקש ישירות בעברית. הוא מבצע את התרגום מאחורי הקלעים



Act like a senior organizational consultant. Your task is to build a candidate experience questionnaire in a table with the option of ranking between 1 (lowest) and 5 (highest). The table will contain 6 columns: in the first column you will present the question. The second column will have the number 1, the next column will have the number 2 and so on



Certainly, I can create a candidate experience questionnaire in a table format with a ranking scale from 1 (lowest) to 5 (highest). In this format, each question will be followed by five columns numbered from 1 to 5 for respondents to select their rating. Here's the table:

Candidate Experience Questionnaire

Question	1	2	3	4	5
1. How would you rate the clarity of the job description and role expectations?					
2. Were the communication channels (email, phone, etc.) used by the company clear and responsive?					
3. How would you rate the efficiency of the application process (ease of applying, required documents, etc.)?					
4. Did you receive timely feedback on the status of your application?					
5. How would you rate the professionalism of the interviewers and recruiters?					
6. Were the interview questions relevant to the role and your qualifications?					
7. Did the company provide sufficient information about its culture and values?					
8. Were you given the opportunity to ask questions about the company and role?					
9. How would you rate the overall interview experience (scheduling, format, duration, etc.)?					
10. Were you informed about the next steps in the hiring process?					
11. Did the company maintain effective communication during the post-interview phase?					
12. How satisfied are you with the level of transparency throughout the hiring process?					
13. Were accommodations for interviews and assessments made when necessary (e.g., for remote interviews)?					
14. How would you rate the overall candidate experience with our company?					

Regenerate

Send a message

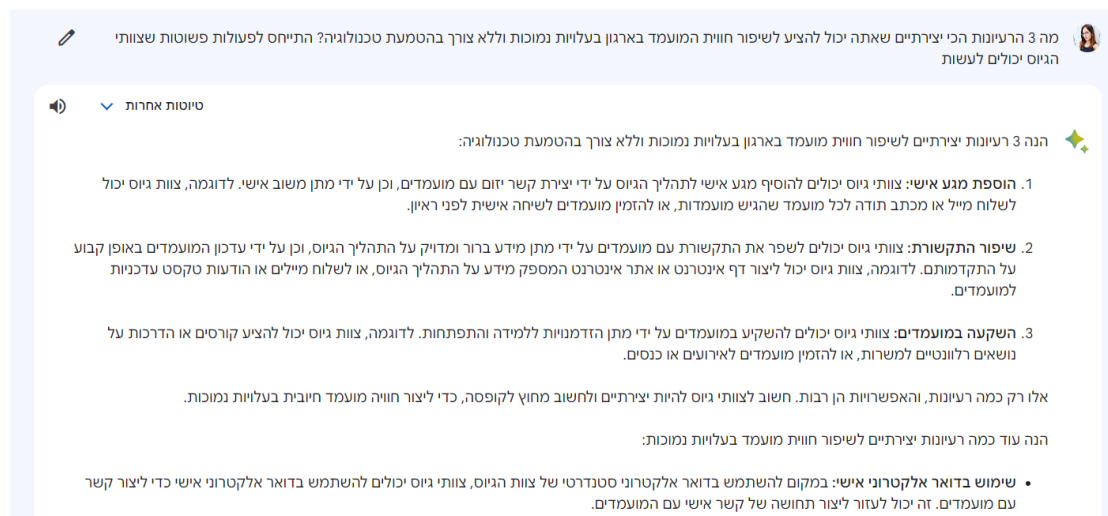


אם יש לכם COPILOT תוכלו לבקש ממנו לבנות את השאלון כולו בגרסה שניתנת למילוי. הוא יחבר בעצמו את השאלות (אפשר לערוך הכל), יצור דף נחיתה וגם ינתח את התגובות בזמן אמת.

אם עדיין אין לכם שאלון חווית מועמד, זו הזדמנות מעולה לשלב שאלון בתהליך הגיוס. על פי בנצ'מארק מיתוג מעסיק של HRD לסוף שנת 2024: כ-70% מהארגונים עדיין לא משתמשים בשאלון חווית מועמד כחלק מתהליך הגיוס. יתכן שכעת, עם שימוש בכלי AI, יהיה לארגונים קל יותר ליצור, להטמיע ולנתח שאלון כזה.

אבל לא רק שאלון חווית מועמד! תוכלו לבקש מכלי ה-AI היוצר לשכתב את כל הטקסטים שאתם שולחים למועמדים תוך שימת דגש לחווית המועמד: נוסחי המשרות, וואטצאפים/SMSים והאימיילים השונים – אישור קבלת קורות חיים, זימון לראיון/מבדקים, תשובה חיובית/שלילית ועוד.

בנוסף, תוכלו לבקש מכלי ה-AI להציע לכם כיצד לשפר את חווית המועמד אצלכם בארגון. בואו נראה דוגמה להתכתבות כזו עם ג'ימיני ביקשנו ממנו להציע 3 רעיונות יצירתיים אך פשוטים לשיפור חווית מועמד:



אפשר כמובן לבקש מהבינה המלאכותית לבצע התאמות בהתאם לסוג הארגון. למשל בדוגמה הבאה ביקשתי מג'ימיני לספק רעיונות לשיפור חווית המועמד עבור ארגון תעשייתי:

הצע רעיונות יצירתיים לשיפור חוויית המועמד למועמדים בכלל העיסוקים בחברה תעשייתית שמייצרת מזון (לא רק עובדי ייצור, אלא גם עובדי מטה). חשוב על מחוות שיתנו להם הרגשה טובה ויעניקו להם מוטיבציה להשתלב בתפקיד המוצע בחברה

טיוטות אחרות

הנה כמה רעיונות יצירתיים לשיפור חוויית המועמד למועמדים בכלל העיסוקים בחברה תעשייתית שמייצרת מזון:

- שילוב טכנולוגיה: טכנולוגיה יכולה לשמש כדי ליצור חוויית מועמד אינטראקטיבית ומושכת. לדוגמה, חברה יכולה ליצור משחק אובן מקוון שבו מועמדים יכולים ללמוד על החברה ועל התפקידים הפנויים.
- התאמה אישית: מועמדים מעריכים יחס אישי. חברה יכולה להתאים אישית את חוויית המועמד על ידי יצירת קשר עם מועמדים באופן אישי, או על ידי מתן הזדמנויות ללמידה והתפתחות.
- מחוות קטנות: מחוות קטנות יכולות לעשות הבדל גדול. חברה יכולה לשלוח למועמד מכתב תודה או מתנה קטנה לאחר ראיון.
- הזמנה לבקר: מועמדים יכולים ללמוד הרבה על חברה על ידי ביקור במפעל או במשרדים. חברה יכולה להזמין מועמדים לבקר כדי לקבל תחושה של מה זה יהיה לעבוד בחברה.
- שיתוף פעולה עם עובדים: מועמדים מעריכים קבלת פנים חמה. חברה יכולה לעודד עובדים קיימים להתחבר עם מועמדים פוטנציאליים ברשתות החברתיות או באירועים.
- הקשבה למשוב: חברה יכולה לשפר את חוויית המועמד על ידי הקשבה למשוב של מועמדים. חברה יכולה ליצור פורום מקוון שבו מועמדים יכולים להביע את מחשבותיהם ורגשותיהם.

לבינה מלאכותית יש את הכוח לחולל מהפכה בחוויית המועמד על ידי הפיכתה לאישית, יעילה ומעניינת יותר. ככל שארגונים מאמצים חידושים מונעי AI, הם לא רק משפרים את יכולתם למשוך ולשמר טאלנטים, אלא גם מחזקים את המותג שלהם כמעסיקים. חוויית מועמד חיובית משקפת את מחויבות הארגון לנהוג במועמדים בכבוד ובמקצועיות, ויוצרת רושם בל יימחק שיכול להוביל לקשרים חזקים יותר ונאמנות גוברת. בנוף התחרותי של גיוס מועמדים, שיפורים מונעי AI בחוויית המועמד אינם רק יתרון; הם הכרחיים עבור ארגונים השואפים לגייס את המועמדים הטובים ביותר בשוק ממוקד מועמדים.

מדידת חוויית המועמד בעזרת AI: תובנות מבוססות-נתונים להצלחת גיוס

מדידה מדויקת ומקיפה של חוויית המועמד קריטית עבור ארגונים כדי לזהות תחומים לשיפור ולקדם שינויים חיוביים. מדידת חוויית המועמד יכולה להיות כמותית ויכולה להיות איכותנית. על פי רוב מקובל לשלב בן שאלות סגורות שמספקות מידע אמפירי לבין שאלות פתוחות שמספקות תובנות נוספות.

לבינה מלאכותית (AI) יש תפקיד מכריע באיסוף ובניתוח נתונים על מנת למדוד ביעילות את חוויית המועמד. בפרק זה, נראה כיצד ניתן להשתמש ב-AI כדי למדוד את חוויית המועמד, ולספק תובנות מבוססות-נתונים להצלחת הגיוס.

1. **איסוף משוב ממוכן:** כלים מונעי AI יכולים לאפשר איסוף אוטומטי של משוב מועמדים בנקודות מגע שונות לאורך תהליך הגיוס. ניתן להשתמש בסקרים, צ'אטבוטים ואינטראקציות דוא"ל כדי לאסוף משוב על חוויית הגשת מועמדות, תהליכי ראיון ורושם כללי.
2. **ניתוח תחושות המועמדים כלפי הארגון:** אלגוריתמי AI יכולים לבצע ניתוח על משוב מועמדים, ולסווג תגובות כחיוביות, שליליות או ניטרליות. ניתוח זה מספק מדד כמותי של תחושות המועמד ומאפשר לארגונים לזהות מגמות.
3. **מיפוי מסע המועמד:** חווית מועמד הוא מושג כללי: ישנם שלבים שונים במסע המועמד וגורמים שונים שיכולים להשפיע על שביעות הרצון של המועמדים. בינה מלאכותית יכולה לסייע לארגונים למפות את מסע המועמד, על ידי מעקב אחר האינטראקציות ונקודות המגע של המועמדים עם הארגון. כך ניתן לקבל תובנות על חוויית המועמד מהמגע הראשוני ועד הכניסה לתפקיד ולהבין באילו נקודות מגע הייתה חוויה מצוינת והיכן חוויית המועמד דורשת שיפור.
4. **מדדי יעילות:** ניתן ללמוד על חוויית המועמד גם מנתוני היעילות של משפכי הגיוס. בינה מלאכותית יכולה לנתח את יעילות תהליך הגיוס על ידי מעקב אחר מדדים כמו זמן לאיוש, זמן לגיוס, ושיעור נשירת מועמדים. מדדים אלו מאירים תחומים בהם ניתן ליעל את התהליך ולשפר את חוויית המועמד.
5. **יחסי המרה:** בינה מלאכותית יכולה להעריך יחסי המרה בשלבים שונים של משפך הגיוס, כולל הגשת מועמדות, נוכחות בריאיון וקבלת הצעות עבודה. הבנת היכן מועמדים נושרים או ממירים מספקת תובנות לגבי צווארי בקבוק או נקודות כאב פוטנציאליות. למשל אם נראה שיש אחוז הסרות מועמדות גבוה אחרי ראיון מנהל מגייס, נצטרך לעשות zoom in על השלב הספציפי הזה בתהליך הגיוס ולבחון כיצד ניתן לשפרו.
6. **ניתוח סקרים ומשוב מועמדים:** בינה מלאכותית יכולה לנתח תגובות פתוחות בסקרי מועמדים וטפסי משוב, לזהות תימות ותחומים ספציפיים לשיפור. ניתוח זה חורג מדירוגים מספריים ומספק הבנה איכותית של חוויית המועמד.

7. **השוואות ייחוס:** מערכות מונעות AI יכולות להשוות את חוויית המועמד של ארגון לסטנדרטים בתעשייה או למתחרים. נתוני ההשוואה עוזרים לארגונים להבין היכן הם נמצאים ביחס לאחרים בשוק. ככל שיותר ארגונים ישתמשו בכלים הללו, כך היכולת ליצור בנצ'מארק תגדל.
8. **תובנות לצורך חיזוי:** בינה מלאכותית יכולה להשתמש בנתונים היסטוריים על חוויית מועמד כדי לבצע חיזוי מעורבות עתידית של מועמדים ותוצאות ארגוניות. לדוגמה, היא יכולה לחזות כיצד חוויית מועמד חיובית עשויה להשפיע על שיעורי שימור עובדים.
9. **מעקב מתמשך:** בינה מלאכותית מאפשרת לארגונים לעקוב ברצף אחר חוויית המועמד, לספק תובנות בזמן אמת ולאפשר התאמות מיידיות לשיפור התהליך. מדידת חוויית המועמד באמצעות תובנות מונעות AI אינה רק בעלת ערך אלא גם הכרחית עבור ארגונים השואפים לייעל את מאמצי הגיוס שלהם. על ידי ניצול אוטומציה וניתוח מעמיק של הנתונים, ארגונים יוכלו להשיג תובנות משמעותיות. תובנות מבוססות-נתונים אלה מקנות כוח לארגונים לקבל החלטות מושכלות, לזהות תחומים לשיפור ולשדרג את אסטרטגיות הגיוס. בשוק עבודה תחרותי, מדידה ושיפור של חוויית המועמד באמצעות AI הם כלי אסטרטגי שבסופו של דבר יכול להוביל לגיוסים טובים יותר, שיעורי שימור גבוהים יותר ומיתוג מעסיק חזק יותר.

למה גיוון חשוב לארגונים

גיוון והכללה הפכו מסיסמאות גרידא לרכיבים חיוניים להצלחת ארגון בנוף העסקי המודרני. כוח עבודה הטרוגני ומגוון מוכיח שהשלם גדול מסך חלקיו והופך לאבן פינה של ארגונים פרוגרסיביים ומשגשגים.

מדוע חשוב שכל ארגון ינהיג מדיניות גיוון והכללה?

1. **חדשנות ויצירתיות:** צוותים מגוונים מאגדים יחידים בעלי פרספקטיבות, רקעים וניסיונות ייחודיים. הגיוון מהווה קרקע פורייה ליצירתיות ולחדשנות, מכיוון שחברי הצוות ניגשים לבעיות ולפתרונות מזוויות שונות.
2. **מאגר מועמדים (talent pool) רחב יותר:** מחויבות לגיוון מרחיבה את היצע המועמדים של ארגון, ומאפשרת לו למשוך מועמדים שמגיעים מרקע שונה, עם ניסיון וכישורים שונים. גיוון זה מבטיח שלארגון יש את הכלים לענות על צרכי עסקים משתנים.
3. **הבנת לקוחות ושווקים:** לכוח עבודה מגוון יש בסיס טוב יותר לתת מענה למגוון סוגי לקוחות. הדבר עוזר לארגונים להתחבר ללקוחות השונים.
4. **קבלת החלטות משופרת:** צוותים מגוונים מקבלים החלטות טובות יותר. כאשר יחידים בעלי פרספקטיבות מגוונות משתפים פעולה, הם שוקלים טווח רחב יותר של גורמים, מה שמוביל לקבלת החלטות מאוזנת ומושכלת יותר.
5. **פתרון בעיות משופר:** בעיות מורכבות לעיתים קרובות דורשות פתרונות יצירתיים. צוותים מגוונים יותר מיומנים בהתמודדות עם אתגרים רבי-פנים כי הם מביאים עושר של רעיונות וגישות.
6. **יתרון תחרותי:** ארגונים שנותנים עדיפות לגיוון אטרקטיביים יותר עבור מועמדים. מוניטין של הכללה יכול להוות יתרון תחרותי משמעותי בגיוס ושימור אנשי מקצוע מיומנים.

7. **מעורבות עובדים מוגברת:** עובדים שמרגישים שמעריכים אותם על תרומתם ועל הפרספקטיבות הייחודיות שלהם, מרוצים יותר. הדבר מוביל לשביעות רצון גבוהה יותר בעבודה, שיעורי שימור גבוהים ופרודוקטיביות כללית.
8. **פרספקטיבה גלובלית:** בעולם מגובש, כוח עבודה מגוון עם פרספקטיבה גלובלית הוא הכרחי. ארגונים רב-לאומיים נהנים מעובדים שמבינים שווקים, שפות ותרבויות בינלאומיות.
9. **חובות משפטיות ואתיות:** ארגונים מחויבים לקדם גיוון והכלה כחלק מחובותיהם המשפטיות והאתיות. אי-עמידה עלולה לגרום לתוצאות משפטיות ולפגיעה במוניטין הארגון.
10. **אחריות חברתית:** ארגונים המקדמים גיוון והכלה מפגינים אחריות חברתית ומנהיגות אתית. הדבר יכול לשפר את המוניטין שלהם ואת יחסי בעלי העניין.
11. **חוסן וגמישות:** צוותים מגוונים חסינים וגמישים יותר בתקופות של שינוי ואי-ודאות. הם יכולים להתמודד טוב יותר עם אתגרים ולאמץ הזדמנויות חדשות.
12. **הפחתת הטיית ואפליה:** טיפוח גיוון והכלה עוזר להפחית הטיית ואפליה במקום העבודה. כך נוצרת סביבה הוגנת וצודקת יותר, שבה כל העובדים יכולים לשגשג.

גיוון אינו רק אידיאל נעלה אלא מהלך אסטרטגי עבור ארגונים השואפים להצטיין בסביבה העסקית המהירה והדינמית של היום. צוותים מגוונים הם חדשניים, תחרותיים וגמישים יותר. ארגונים הנותנים עדיפות לגיוון והכלה נהנים מהחלטות משופרות, ממאגר מועמדים עשיר יותר ומעורבות עובדים מוגברת. יתר על כן, הם תורמים לבניית חברה צודקת והוגנת יותר על ידי קידום הוגנות, כבוד וקבלה במקום העבודה. בקיצור, גיוון אינו רק יעד ארגוני; זהו ערך יסודי המוביל להצלחה ארגונית ולשינוי חברתי חיובי.

קידום גיוון והכללה באמצעות כלים מונעי AI

קידום גיוון והכללה (D&I) בתוך ארגון דורש פעולות מוחשיות והשקעה בטכנולוגיות ותהליכים. בינה מלאכותית (AI) יכולה להיות בת ברית חזקה במסע אחר יעדי D&I. בפרק זה, נבין כיצד כלי AI יכולים להשפיע על קידום גיוון והכללה בארגונים.

1. **גיוס והעסקה ללא הטיות:** בינה מלאכותית יכולה לסייע בהפחתת הטיות בתהליך הגיוס. באמצעות שימוש בטכניקות סינון עיוורות המסתירות מידע אישי של מועמדים, AI מבטיחה שמועמדים מוערכים אך ורק על בסיס הכישורים והניסיון שלהם, וממתנת הטיות לא-מודעות שעלולות להשפיע על החלטות גיוס.

2. **שפה מעודדת גיוון והכללה:** כלי AI יכולים לנתח תיאורי תפקיד ותקשורים פנים-ארגוניים על מנת לזהות ולסמן שפה מוטה או מפלה. הם מציעים חלופות כוללניות יותר, ומבטיחים שמודעות דרושים והתקשורים הארגוניים יפנו בצורה רחבה ושוויונית לכולם. אפילו בכלי ה-AI היוצר דוגמת ChatGPT ניתן להיעזר על מנת להשתמש בשפה שמעודדת גיוון. לדוגמה- ביקשנו מקלוד ליצור ברכה משולבת לחג חנוכה ולחג המולד:

התנהג כמו מומחה לגיוון והכללה. המשימה שלך לכתוב ברכה לחג החנוכה ולחג המולד לעובדות ועובדי ארגון בישראל. העובדים מגוונים וכוללים דתות שונות. חשוב שהנוסח יפנה לגברים ולנשים כאחד, רצוי שיהיה מנוסח כיוניסקס או ברבים

שלום רב לכל העובדים והעובדות בימים אלו אנו חוגגים את חג החנוכה ואת חג המולד, חגים של אור, תקווה ואחווה ימי החג הם הזדמנות נפלאה להאיר את החושך באור, להדליק נרות של תקווה ולהתכנס יחד עם המשפחה והקהילה. הם מזכירים לנו לשאוף לטוב, לצדק ולשלום בעולמנו בימים אלו אני מאחלת לכולנו ולכולכם חג חמים ומוארים. שנזכור לקבל כל אדם כמות שהוא, ללא הבדל דת, גזע או מין. ושנפעל יחד ליצירת חברה מכילה ומכבדת

חג שמח ומואר לכולם

AI
Copy
Retry

חשוב לזכור שכלי ה-AI בשלב זה נותנים לנו את הבסיס לניסוח והאחריות שלנו לתקן, לתקוף ולוודא שאין טעויות.

3. **איתור מועמדים מגוונים:** בינה מלאכותית יכולה לסייע לארגונים לאתר באופן פרואקטיבי מועמדים מגוונים. על ידי ניתוח מאגרי נתונים גדולים, כלי AI יכולים לזהות מועמדים פוטנציאלים מקבוצות מיוצגות בחסר, ולעזור לארגונים לגייס טאלנטים שהם אולי התעלמו מהם.
4. **הדרכה ופיתוח בנושא D&I:** פלטפורמות למידה אלקטרוניות מונעות AI יכולות להתאים אישית הדרכות בנושא גיוון והכללה לעובדים. פלטפורמות אלה מסגלות תוכן ומשאבים על בסיס צרכים אישיים, ועוזרות לעובדים לפתח מודעות וכשירות תרבותית.
5. **מעקב הטיות בזמן אמת:** במהלך פגישות ואינטראקציות, בינה מלאכותית יכולה לנטר ולנתח שפה, טון דיבור והתנהגות על מנת לזהות מקרים של הטיה או הדרה. משוב בזמן אמת מתריע בפני משתתפים על אינטראקציות בעייתיות, ומקדם מודעות עצמית ושינוי.
6. **ניתוח שוויון בשכר:** בינה מלאכותית יכולה לנתח נתוני תגמול על מנת לזהות ולתקן פערי שכר על בסיס מגדר, גזע או גורמים אחרים. כך נבטיח שעובדים מתוגמלים באופן הוגן על תרומתם, ללא קשר לרקע שלהם.
7. **תמיכה בקבוצות משאבי עובדים:** פלטפורמות מונעות AI יכולות לתמוך בקבוצות משאבי עובדים (ERG) על ידי מתן ניתוח נתונים, תיאום אירועים ואמצעי תקשורת. פלטפורמות אלה עוזרות ל-ERG לטפח תחושת שייכות והכלה בקרב חבריהן.
8. **שיפור נגישות:** כלים מונעי AI לנגישות מבטיחים שתוכן דיגיטלי וטכנולוגיות במקום העבודה הן כוללניות ונגישות לעובדים עם מוגבלויות. כך נקדם השתתפות שווה ומעורבות בקרב כלל העובדים.
למשל: כלי AI שמתמללים פגישות יכולים לסייע מאוד לכבדי שמיעה. כלי AI שמתארים תמונות או שמקריאים מסך יכולים לסייע לכבדי ראייה. כלי AI שיכולים להנגיש את אתר הקריירה של החברה ועוד.

9. **יישוב סכסוכים וגישור:** בינה מלאכותית יכולה להקל על יישוב סכסוכים וגישור על ידי מתן תובנות ניטרליות ומבוססות-נתונים על סכסוכי עבודה או מחלוקות מקצועיות. כך נבטיח תהליך הוגן ואובייקטיבי ליישוב קונפליקטים.

10. **ניתוח נתוני גיוון:** בינה מלאכותית יכולה לספק לארגונים ניתוחים מקיפים על הגיוון בכוח העבודה שלהם. תובנות אלה עוזרות לארגונים להציב יעדי D&I, לעקוב אחר התקדמות ולקבל החלטות מבוססות-נתונים לשיפור מאמצי ההכללה.

11. **גישור על פערי שפה / פערים תרבותיים:** אחד האתגרים בארגונים מגוונים הוא הצורך בגישור על פערים תרבותיים ופערי שפה החל ממודעות הדרושים וכלה בתקשורים הארגוניים. כלי AI יכולים לבצע התאמות נוסח ואף לתרגם משרות ותקשורים למגוון שפות בלחיצת כפתור. כמובן, עלינו לבצע בקרה על התוצרים, לתקף ולתקן אותם, אך אין ספק שהחיסכון בזמן אדיר והגמישות גדלה באופן משמעותי.

בינה מלאכותית יכולה להיות כוח מניע בקידום מגוון והכללה לאורך תהליך הגיוס:

מודעות דרושים כוללניות

כלי AI יכולים לנתח תיאורי תפקיד ולזהות שפה מקדמת הטיות שעלולה להרתיע מועמדים מגוונים. הם מציעים ניסוח חלופי ליצירת מודעות דרושים כוללניות יותר.

איתור מועמדים מגוונים

בינה מלאכותית יכולה לסייע לארגונים לאתר מועמדים ממגוון רחב יותר של ערוצים. על ידי ניתוח נתונים היסטוריים ופרופילי מועמדים, בינה מלאכותית יכולה להמליץ על פלטפורמות ורשתות שמושכות מנעד רחב יותר של מועמדים.

"גיוס עיוור"

כלי AI יכולים להסתיר פרטים מזהים של מועמדים במהלך תהליך הסינון הראשוני. הדבר מבטיח שהחלטות גיוס מתבססות אך ורק על כישורים וכישורים, ומפחית את ההשפעה של הטיות.

ראיונות מובנים עם AI

בינה מלאכותית יכולה לסייע בעיצוב שאלות ריאיון מובנות המתמקדות בכישורים ויכולות רלוונטיים לתפקיד, ובכך להפחית פוטנציאל להטיות לא מודעות במהלך ראיונות.

AI לגיוס מבוסס מיומנויות

חלק מפלטפורמות הגיוס המונעות על ידי AI מעמידות מיומנויות ויכולות לפני כישורים מסורתיים, מה שעוזר לארגונים למצוא כישרונות חבויים במקומות לא שגרתיים.

כיצד בינה מלאכותית יכולה לעזור במדידת הגיוון והשונות בארגון?

1. **איסוף וניתוח נתונים:** היא מאפשרת איסוף וניתוח של נתונים דמוגרפיים ונתונים הקשורים להכללה ממקורות שונים בארגון כמו משאבי אנוש, סקרי עובדים והערכות ביצועים.
2. **מדדי רבגוניות:** היא יכולה לאפשר יצירת מגוון מדדים כמו מין, גזע, גיל, נטייה מינית ומצב מוגבלות. מדדים אלה עוזרים להבין את הרכב התעסוקה.
3. **סקרי הכללה:** סקרים וכלים לניתוח רגשות בעזרת אי אינטליגנציה יכולים לאמוד תחושות שייכות והכללה. הם מנתחים תשובות פתוחות וטון ורגש שבתשובות.
4. **ניתוח שכר שווה:** היא יכולה לנתח נתוני שכר ולזהות פערים על בסיס מגדר, גזע או גורמים אחרים.
5. **ניתוח ביצועים וקידום:** היא יכולה לנתח ביצועים, קידומים והזדמנויות ולזהות הטיות ופערים בהתקדמות הקריירה.
6. **מעקב בזמן אמת:** היא יכולה לעקוב רציפות אחר שיחות ואינטראקציות הקשורות להכללה, לזהות מגמות ולתת התראות.
7. **השוואות ובנצ'מארק:** היא יכולה להשוות מדדי D&I לתעשייה ולמתחרים.
8. **ניתוח ניבוי:** היא יכולה לנתח נתונים היסטוריים ולחזות מגמות עתידיות.

9. **אנליטיקה חזותית:** כלי ויזואליזציה המציגים מדדים באופן חזותי ואינטראקטיבי.

10. **המלצות ותוכניות פעולה:** היא יכולה לספק המלצות ותוכניות פעולה ממוקדות.

11. **ניתוח שפה:** היא יכולה לנתח תקשורת פנימית ולזהות שימוש בשפה מכיליה.

12. **תמיכה בקבוצות משאבי עובדים:** היא יכולה לספק כלים ואנליטיקה לקבוצות אלה.

התמודדות עם הטיות ב-AI

הבנת הטיה ב-AI

הטיה ב-AI מתייחסת לנוכחות של תוצאות לא הוגנות, מפלות או בלתי צודקות במודלים ואלגוריתמים של למידת מכונה. בהקשר של גיוס, הטיה יכולה לבוא לידי ביטוי בדרכים שונות, כולל הטיות מגדר, גזע, גיל ומעמד סוציו-אקונומי.

סוגי הטיות בגיוס:

- **הטיית נתונים:** הטיות הקיימות בנתוני גיוס היסטוריים יכולות להנציח אפליה. אם החלטות גיוס קודמות היו מוטות, AI שאומן על נתונים אלה עלול לשכפל הטיות אלה.

- **הטיית אלגוריתם:** העיצוב והאלגוריתמים המשמשים במערכות AI יכולים להכניס הטיה. לדוגמה, אם מודל אומן על נתונים מוטות, הוא יכול להנציח את אותן הטיות בתחזיות.

- **הטיית לולאת משוב:** מערכות AI יכולות בשוגג ליצור לולאות משוב, שבהן תחזיות מוטות משפיעות על נתונים עתידיים, ובכך להחמיר הטיות קיימות.

כדי לפשט ולהמחיש את סוגיית ההטיות החלטנו לפנות לכלי AI ולבקש ממנו לצייר VP HR. לאחר מכן ביקשנו מאותו כלי AI לצייר CEO. בכוונה לא הוספנו שום טקסט נלווה. התמונות מדברות בעד עצמן.

בך מידג'רני צייר ב VP HR 2023:



בך מידג'רני צייר CEO:



צמצום הטיות ב-AI

התמודדות עם הטיות ב-AI קריטית כדי להבטיח פרקטיקות גיוס הוגנות ושוויוניות.

• עיבוד נתונים מוקדם ותיקון הטיות

ארגונים יכולים להשקיע בעיבוד נתונים מוקדם כדי לזהות ולתקן הטיות בנתוני האימון של כלי ה-AI. זה יכול לכלול הסרת מאפיינים רגישים מהנתונים או דגימת יתר של קבוצות מיוצגות בחסר כדי לאזן את מאגר הנתונים.

• הוגנות אלגוריתמית

חוקרים ומדעני נתונים מפתחים אלגוריתמים המעמידים הוגנות בראש סדר העדיפויות. מודלי למידת מכונה מודעי הוגנות שואפים להפחית השפעה בלתי פרופורציונלית על קבוצות דמוגרפיות שונות.

• ביקורת ובדיקה סדירות

יש לערוך בדיקות וביקורת סדירות על מערכות AI לאיתור הטיות. כלים ומסגרות עולים כדי לסייע לארגונים להעריך ולצמצם הטיות במודלים של AI.

לבינה מלאכותית יש פוטנציאל לחולל מהפכה באופן שבו ארגונים מקדמים גיוון והכללה. על ידי הפחתת הטיות בגיוס, זיהוי וטיפול בהטיות לא-מודעות בתקשורת, הקלת הדרכות D&I, וקידום נהלי תגמול הוגנים, לכלים מונעי AI יש תפקיד מכריע ביצירת מקומות עבודה שוויוניים יותר. ככל שארגונים ימשיכו לאמץ את D&I כנושא אסטרטגי, פתרונות מונעי AI יהיו כלי עזר קריטיים בקידום שינוי משמעותי, טיפוח תרבויות כוללניות ובניית צוותים מגוונים ובעלי ביצועים גבוהים. על ידי ניצול היכולות של AI, ארגונים יכולים להשיג התקדמות ממשית לקראת עתיד כוללני ושוויוני יותר עבור כל העובדים.

חשיבות מיתוג המעסיק בבניית זהות ארגונית חזקה

מיתוג מעסיק הפך למרכיב מרכזי בהצלחה וצמיחה של ארגונים ברחבי העולם. הוא מייצג את המאמצים של הארגון לטפח ולתקשר תדמית חיובית כמעסיק, הן פנימה לעובדים והן החוצה למועמדים פוטנציאליים. להיות "מעסיק נבחר"/"מעסיק מועדף" זה יתרון משמעותי בסביבה בה התחרות על מועמדים איכותיים הולכת וגדלה. אך לא רק מול עובדים ומועמדים! מיתוג מעסיק חיובי ישפיע גם על לקוחות הארגון, על הספקים ויצור אדוות רבות בעולם שם בחוץ.

4.1 הגדרת מיתוג מעסיק

מיתוג מעסיק הוא התהליך של עיצוב וקידום המוניטין של הארגון כמעסיק מועדף. הוא כולל את ערכי הארגון, התרבות, סביבת העבודה, והחוויה הכוללת שהוא מציע לעובדיו. מיתוג מעסיק שם לו למטרה ליצור זהות ייחודית שתמשוך, תגייס ותשמר עובדים.

4.2 מדוע מיתוג מעסיק חשוב?

- 1. משיכת מועמדים:** מותג מעסיקים משכנע הופך ארגון לאטרקטיבי יותר עבור מועמדים פוטנציאליים. בשוק תעסוקה תחרותי, טאלנטים מחפשים מעסיקים שתואמים את ערכיהם ומציעים חוויית עבודה חיובית.
- 2. שימור ומעורבות עובדים:** מותג מעסיקים חזק מטפח תחושת שייכות וגאווה בקרב העובדים הנוכחיים. עובדים מעורבים ומרוצים נוטים להישאר בארגון, מה שמפחית תחלופה ועלויות גיוס.
- 3. יתרון תחרותי:** ארגונים עם מותג מעסיק מדויק וברור זוכים ליתרון תחרותי. הם בולטים בעיני מועמדים ולקוחות, ומבדילים עצמם ממתחרים.
- 4. התאמות תרבותיות:** מיתוג מעסיק עוזר ליישר את תרבות הארגון עם מטרותיו וערכיו האסטרטגיים. כאשר עובדים מזדהים עם תרבות החברה, הם נוטים יותר להיות מבעלי מוטיבציה גבוהה יותר למשימות הארגון.

5. **עלייה בפריון:** מותג מעסיק חיובי יכול להוביל לרמות גבוהות יותר של מוטיבציה ופריון בקרב העובדים. עובדים שמרגישים גאווה במקום העבודה שלהם, נוטים יותר להשקיע יותר כדי לתרום להצלחת הארגון.
 6. **שגרירי מותג:** עובדים מעורבים לעיתים קרובות הופכים לשגרירי מותג שמקדמים את הארגון ברשתות שלהם. תמיכתם יכולה להשפיע לטובה על מאמצי גיוס ומוניטין המותג. מסרים שמגיעים מעובדים הם אותנטיים יותר ונתפסים כבעלי אמינות גבוהה יותר.
 7. **פיתוח אישי ולמידה:** לארגונים עם מותג מעסיקים חזק יש נטייה למשוך אנשים המחויבים לצמיחה האישית והמקצועית שלהם. הדבר מטפח תרבות של למידה ופיתוח מתמידים.
 8. **שיפור איכות המועמדים:** מיתוג מעסיק מוגדר היטב עוזר למשוך מועמדים שמתאימים לתרבות ולערכי הארגון. זה מוביל לאיכות גבוהה יותר של מועמדים בפייפליין.
 9. **הפחתת עלויות גיוס:** מיתוג מעסיק אפקטיבי מניב יותר מועמדויות (כולל פניות יזומות של מועמדים) ומגדיל את אחוז החזרה לפניות בלינקדאין, מה שמפחית את הצורך במאמצי גיוס יקרים מהחוץ.
 10. **תפיסת הלקוחות:** האופן שבו ארגון מתייחס לעובדיו לעיתים קרובות משקף כיצד הוא מתייחס ללקוחותיו. מותג מעסיקים חיובי יכול לשפר את תפיסת הלקוחות ונאמנותם.
- על פי בנצ'מארק מיתוג מעסיק לשנת 2024 של חברת HRD: המוטיבציה המרכזית למיתוג מעסיק היא גיוס עובדים ומיד אחריה שימור עובדים. בשנת 2023 שימור עובדים הוביל על פני הגיוס מה שניתן להסביר על רקע מלחמת חרבות ברזל. בשנת 2022 גיוס עובדים היה במקום הראשון ואחריו במקום השני שימור עובדים. בנצ'מארק מיתוג מעסיק הוא תמונת ראי של שוק העבודה.



מיתוג מעסיק אינו סיסמה חולפת אלא הכרח אסטרטגי בנוף העסקי של היום. הוא ממלא תפקיד מרכזי במשיכה, גיוס ושימור טאלנטים, ובסופו של דבר מניע את הצלחת הארגון ואת יתרונו התחרותי. מותג מעסיקים חזק מחבר בין תרבות, ערכים וחוויות עבודה של הארגון לציפיות ושאיפות של עובדיו. הוא מטפח תחושת גאווה, תמיכה ומחויבות בקרב העובדים, מוביל לפריון, פיתוח כישרון וחיסכון בעלויות משופרים. בעולם שבו עובדים הם נכס קריטי, מיתוג מעסיק הוא כלי חזק עבור ארגונים לעצב את המוניטין שלהם, למשוך את הכישרונות הטובים ביותר, ולבנות כוח עבודה שתורם להצלחתם לטווח ארוך.

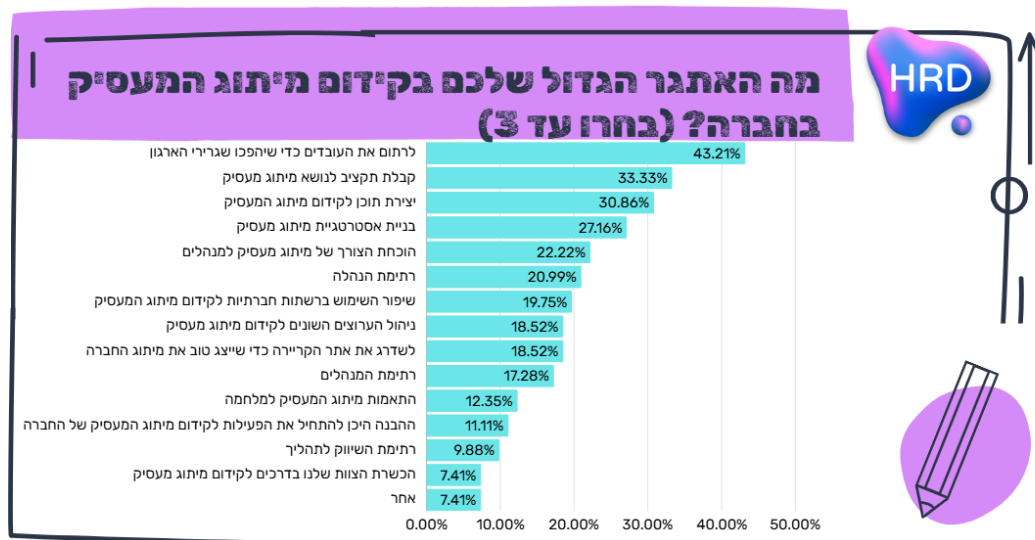
4.3 מיתוג מעסיק בעלות נמוכה בעזרת AI

בסביבה העסקית התחרותית של היום, מיתוג מעסיק הוא הכרחי על מנת למשוך ולשמר טאלנטים. ארגונים רבים נעזרים בספקים חיצוניים לצורך בניית אסטרטגיית מיתוג מעסיק וליווי שותף, לעומת אחרים שמבצעים זאת עצמאית. התקופה הנוכחית מתאפיינת במגמה "לעשות יותר בפחות משאבים" (Do more)

(with less). בינה מלאכותית (AI) מציעה פתרונות חדשניים שמאפשרים לארגונים לשפר את מותג המעסיק שלהם בתקציבים צנועים. בפרק זה, נכיר אסטרטגיות מבוססות AI שמאפשרות לארגונים לבצע פעילויות מיתוג מעסיקים בעלות נמוכה או אפילו ללא עלות.

האתגרים בתחום מיתוג מעסיק

על פי בנצ'מארק מיתוג מעסיק של חברת HRD שבוצע בסוף 2024: 4 האתגרים הגדולים ביותר של ארגונים הם רתימת עובדים, קבלת תקציב, בניית אסטרטגיית מיתוג מעסיק ויצירת תוכן:



מיד נראה כיצד AI יכול לסייע באתגרים הללו ובאתגרים נוספים:

רגע לפני התשובה המפורטת שלנו, בואו נשמע מה ל-AI יש להגיד בנושא. ביקשנו מג'ימיני לכתוב תחומי אחריות של מנהל/ת מיתוג מעסיק ולציין כיצד AI יכול לעזור. אומנם התשובה חלקית ביותר, אבל גם ממנה אפשר לשאוב השראות ורעיונות. אגב, אם היינו שואלים את ChatGPT התשובה הייתה ארוכה ומפורטת יותר. אנחנו ממליצים לכל אחת ואחד מכם לעשות זאת באופן עצמאי ולשאוב רעיונות.

תשובתו של ג'ימיני:

צור טבלה עם אחריות של מנהל מיתוג מעסיק. לגבי כל תחום אחריות, כתוב כיצד AI יכול לעזור. תן דוגמאות לכלי AI

אחריות מנהל מיתוג מעסיק

תחום אחריות	AI יכול לעזור	כלי AI
ניהול נוכחות דיגיטלית	AI יכול לשמש כדי לנתח נתוני מדיה חברתית ולזהות טרנדים בקרב מועמדים פוטנציאליים. מידע זה יכול לשמש כדי ליצור תוכן מותאם אישית יותר עבור מועמדים פוטנציאליים, ולשפר את נוכחות הארגון במדיה החברתית.	כלי ניתוח נתוני מדיה חברתית, כגון Sprinklr, Brandwatch, Hootsuite, IA.
שיפור חווית המועמד	AI יכול לשמש כדי לספק מענה לשאלות של מועמדים פוטנציאליים באופן אוטומטי, או כדי להתאים אישית את תהליך הגיוס לכל מועמד. זה יכול לעזור לשפר את חווית המועמד ולהפוך את הארגון למקום עבודה אטרקטיבי יותר עבור מועמדים פוטנציאליים.	כלי ניהול גיוס, כגון Hiretual, Workable, Recrutee, IA.
יצירת תוכן יוצר	AI יכול לשמש כדי ליצור תוכן יוצר, כגון סרטוני וידאו או סיפורי עובדים, שיכולים לשמש כדי לספר את סיפור הארגון ולמשוך מועמדים פוטנציאליים.	כלי AI יוצרים, כגון Whimsical, Canva, Adobe Creative Cloud, IA.
מדידת הצלחה	AI יכול לשמש כדי לנתח נתוני גיוס כדי לזהות יעדים וכן כדי למדוד את ההצלחה של תוכניות מיתוג מעסיק.	כלי ניתוח נתוני גיוס, כגון Workday, SAP, Analytics, Oracle Taleo, SuccessFactors, IA.

כאן כותבים את ההנחיה

Bard עלול להציג מידע לא מדויק או פוגעני שלא מייצג את הדעות של Google. הודעת הפרטיות של Bard

ועכשיו ההרחבה שלנו, איך AI יכול לסייע במיתוג מעסיק – הן באופן מיידי עם כלי AI יוצר חינוניים או בהמשך עם כלים מתקדמים יותר.

4.4 יישומים פרקטיים של בינה מלאכותית למיתוג מעסיק

4.4.1 יצירת הצעת ערך מושכת לעובדים (EVP) בעזרת בינה

מלאכותית

בנוף התחרותי של גיוס עובדים, הצעת ערך מוגדרת היטב לעובדים (Employee Value Proposition - EVP) היא קריטית על מנת למשוך ולשמר עובדים. הצעת הערך לעובדים היא סט ייחודי של הצעות, הטבות וערכים שמייחדים את הארגון כמעסיק מועדף. באמצעות שימוש חכם בבינה מלאכותית, ארגונים יכולים ליצור הצעת ערך מושכת שמדברת הן למועמדים והן לעובדים.

1. **בניית שאלונים:** חלק מתהליך אבחון ה-EVP כולל שאלונים, סקרים ושולחנות

עגולים. כלי AI יכולים לבנות עבורכם את הבסיס לשאלונים הללו ובכך לחסוך זמן רב. את הבסיס הזה אנחנו נדייק ונשפר טרם ההפצה.

2. **תובנות מבוססות נתונים:** בינה מלאכותית יכולה לנתח כמויות עצומות של

נתונים, כולל סקרי עובדים, ביקורות ודעות במדיה חברתית, כדי לזהות את הגורמים החשובים ביותר עבור העובדים והמועמדים הפוטנציאליים. גישה זו

מבוססת נתונים מבטיחה שהצעת הערך שלכם מבוססת על העדפות וצרכים אמיתיים של העובדים.

3. **ניתוח מתחרים:** בינה מלאכותית יכולה לבצע מעקב וניתוח של הצעות ערך של מתחרים על מנת לזהות פערים והזדמנויות. על ידי הבנת מה ארגונים אחרים מציעים, אתם יכולים לעצב את הצעת הערך שלכם כדי שתבלוט ותענה על הציפיות המשתנות של מועמדים.

4. **הצעות ערך מותאמות אישית:** אלגוריתמים מבוססי בינה מלאכותית יכולים ליצור הצעות ערך מותאמות אישית עבור מגזרי מועמדים שונים בהתבסס על הפרופילים והעדפות שלהם. מיקוד זה מבטיח שאתם מתקשרים ביעילות את ההיבטים בארגון שמדברים ביותר לקבוצות ספציפיות.

5. **יצירת תוכן:** בינה מלאכותית יכולה לייצר תוכן, כמו פוסטים בבלוג, סרטונים ועדכוני מדיה חברתית, שמדגישים את המרכיבים הייחודיים בהצעת הערך שלכם. תוכן זה יכול להתפרסם בפלטפורמות שונות ולהגיע לקהל רחב יותר ללא צורך במאמצי יצירת תוכן נרחבים.

ראוי לציין שבינה מלאכותית יודעת לחקות סגנונות כתיבה (הסבר מפורט בפרק גיוס עובדים). כך נוכל לשמור על שפת מיתוג המעסיק שלנו ועל "הפסים הייחודיים לנו" (או כמו שאנחנו תמיד אומרים: **BE BOLD, BE YOU**)

6. **סקרים וניתוח משוב מועמדים:** בינה מלאכותית יכולה לערוך סקרים למועמדים ולנתח תגובות פתוחות על מנת להבין מה חשוב למועמדים במעסיק פוטנציאלי. משוב זה עוזר לעצב את הצעת הערך שלכם כדי שתתאים לציפיות המועמדים.

7. **ניתוח שפה וטון:** בינה מלאכותית יכולה לנתח את השפה והטון של העובדים על מנת להבטיח שמסר הצעת הערך תואם לתרבות ולערכים של הארגון.

8. **גיוון והכללה גם בהצעת הערך:** בינה מלאכותית יכולה לסייע בזיהוי היבטים בהצעת הערך שלכם שעשויים למשוך מאגרי כישרון מגוונים. זה מבטיח שהמסר שלכם הוא כוללני ומדבר למועמדים מרקעים שונים.

9. **תיקוף הצעת הערך:** בינה מלאכותית יכולה לנתח את התאמת הצעת הערך שלכם בכל רגע נתון ולאפשר תיקוף או תיקון מהיר במידת הצורך.

לסיכום יצירת הצעת ערך היא אבן היסוד בתהליך מיתוג מעסיק. על ידי ניצול הכוח של בינה מלאכותית, ארגונים יכולים ליצור הצעת ערך לעובדים שהיא לא רק מבוססת נתונים ומותאמת אישית אלא גם תואמת לציפיות המועמדים והעובדים. תובנות, יצירת תוכן ואנליטיקה המבוססות על בינה מלאכותית מאפשרות לארגונים לשפר באופן רציף את הצעת הערך שלהם על מנת להישאר תחרותיים בנוף המשתנה. בעידן שבו עובדים הם נכס יקר ערך, בינה מלאכותית מבטיחה שהצעת הערך שלכם לא רק תבלוט אלא גם תדבר למועמדים, ובסופו של דבר תוביל להצלחה בגיוס ולכוח עבודה מרוצה ומעורב.

4.4.2 הגדרת שפה עיצובית

שיפור עיצוב המותג באמצעות כלים מבוססי בינה מלאכותית

שפה גרפית היא חלק חשוב ממיתוג מעסיק. היא יכולה לשמש כדי ליצור רושם ראשוני חיובי, להעביר מסרים חזותיים, ולעזור לזיהוי הפוסטים של מיתוג מעסיק. על ידי יצירת שפה גרפית יעילה, ארגונים יכולים ליצור מיתוג מעסיק חזק וזכור, שימשוך מועמדים פוטנציאליים. כולנו מכירים את ה"וי" של נייק, את הלוגו והשפה של קוקה-קולה, של מקדונלדס, מיקרוסופט או של מרצדס. כשם שהשפה הגרפית מסייעת לזהות את המותגים, כך היא תסייע גם בזיהוי הפוסטים של מיתוג מעסיק.

לא סתם אומרים ש"תמונה שווה אלף מילים". שפה גרפית חשובה למיתוג מעסיק ממגוון סיבות:

- **יצירת רושם ראשוני:** שפה גרפית היא אחד הדברים הראשונים שמועמדים פוטנציאליים רואים כאשר הם נחשפים לארגון. שפה גרפית יעילה תוכל ליצור רושם ראשוני חיובי על המועמדים, ולהעביר את הערכים והתרבות של הארגון.

- **יצירת תחושה של אמינות:** שפה גרפית מקצועית ואטרקטיבית יכולה לעזור ליצור תחושה של אמינות בארגון. מועמדים פוטנציאליים רוצים להרגיש שהם מגישים מועמדות לחברה רצינית ומובילה בתחומה.
- **העברת מסרים חזותיים:** שפה גרפית יכולה לשמש כדי להעביר מסרים חזותיים על הארגון. לדוגמה, שימוש בצבעים בהירים וקלילים יכול ליצור תחושה של שמחה וחדשנות, בעוד ששימוש בצבעים כהים ועמוקים יכול ליצור תחושה של סמכותיות ומסורתיות.
- **יצירת תחושת הזדהות/חיבור:** שפה גרפית יכולה לשמש כדי ליצור תחושת הזדהות/חיבור. שימוש בתמונות של עובדים יכול לעזור להמחיש את התרבות והערכים של הארגון, ולהראות למועמדים שהם יהפכו לחלק מקבוצה גדולה יותר.
- **זיהוי הפוסטים וחדירה לתודעה של המועמדים והעובדים -** שפה גרפית אחידה ועקבית חשובה גם כדי לסייע לזיהוי הפוסטים של מיתוג מעסיק. כאשר מועמדים פוטנציאליים רואים פוסטים של מיתוג מעסיק, הם צריכים להיות מסוגלים לזהות מיד שהם קשורים לאותו ארגון. שפה גרפית אחידה ועקבית יכולה לעזור להשיג זאת.

איך יוצרים שפה גרפית יעילה למיתוג מעסיק?

1. **מתחילים מהערכים והתרבות של הארגון:** שפה גרפית צריכה לשקף את הערכים והתרבות של הארגון. מה חשוב לארגון? מה הוא מייצג? שפה גרפית יעילה תוכל להעביר את המסרים האלה בצורה חזותית.
2. **משתמשים בצבעים, תמונות וטיפוגרפיה בצורה יעילה:** צבעים, תמונות וטיפוגרפיה יכולים לשמש כדי ליצור תחושות ורגשות מסוימים. השתמש בהם בצורה יעילה כדי ליצור את האפקט הרצוי.

חשיבות הצבעים

צבעים יכולים להשפיע על הרגשות שלנו בצורה חזקה. הם יכולים ליצור תחושה של שמחה, עצב, כעס, או פחד. לכן, חשוב לבחור צבעים בצורה שתשקף את הערכים והתרבות של הארגון.

בחירת פלטת צבעים

כאשר בוחרים פלטת צבעים למיתוג מעסיק, יש לקחת בחשבון את הגורמים הבאים:

- ערכים ומסר: הצבעים צריכים לשקף את הערכים והמסר של הארגון. לדוגמה, אם הארגון דוגל בחדשנות, הוא יכול להשתמש בצבעים בהירים וקלילים.
- תרבות: הצבעים צריכים לשקף את התרבות של הארגון. לדוגמה, אם הארגון הוא חברה צעירה ותוססת, הוא יכול להשתמש בצבעים עזים.
- תדמית: הצבעים צריכים לעזור ליצור את התדמית הרצויה לארגון. לדוגמה, אם הארגון רוצה ליצור תחושה של אמינות, הוא יכול להשתמש בצבעים כהים וסולידיים.

לכל צבע יש משמעות רגשית מסוימת. לדוגמה:

אדום: אדום הוא צבע של אהבה, תשוקה, וחום. הוא יכול גם ליצור תחושה של לחץ או סכנה.

כתום: כתום הוא צבע של שמחה, יצירתיות, וחדשנות. הוא יכול גם ליצור תחושה של התרגשות או אנרגיה.

צהוב: צהוב הוא צבע של שמחה, אושר, ותקווה. הוא יכול גם ליצור תחושה של קלילות או שובבות.

ירוק: ירוק הוא צבע של טבע, צמיחה, ופוריות. הוא יכול גם ליצור תחושה של שלווה או רוגע.

כחול: כחול הוא צבע של אמינות, יציבות, וסמכות. הוא יכול גם ליצור תחושה של שלום או שלווה.

סגול: סגול הוא צבע של יוקרה, רומנטיקה, ויצירתיות. הוא יכול גם ליצור תחושה של מסתורין או קסם.

חום: חום הוא צבע של חום, ביטחון, ויציבות. הוא יכול גם ליצור תחושה של נוחות או נחמה.

צבעים הם כלי רב עוצמה שיכולים לשמש כדי ליצור רושם ראשוני חיובי, להעביר מסרים חזותיים, ולעזור לזיהוי הארגון. על ידי בחירת צבעים בצורה נכונה, ארגונים יכולים ליצור מותג מעסיק חזק וזכור, שימשוך מועמדים פוטנציאליים איכותיים.

מומלץ לבחור פלטת צבעים שכוללת 2-3 צבעים עיקריים ולשמור על פלטת צבעים אחידה פנימה והחוצה.

3. **משאירים את זה פשוט:** שפה גרפית מורכבת מדי יכולה להיות מבלבלת ופחות יעילה. לכן, חשוב להישאר עם עיצוב פשוט וקל להבנה.

על ידי יצירת שפה גרפית יעילה, ארגונים יכולים ליצור מיתוג מעסיק חזק וזכור, שימשוך מועמדים פוטנציאליים.

איך בינה מלאכותית משתלבת ביצירת שפה גרפית יעילה למיתוג מעסיק?

מהפכת הבינה המלאכותית (AI) תורמת רבות ליצירת תמונות, לוגואים, אייקונים וכו' למיתוג מעסיק. כלים מבוססי AI כמו ננו בננה, Kling, Midjourney, Canva ו-MINIMAX, בין היתר, הפכו את התהליך של יצירת חזות מרשימה שמדברת לקהל לקל ויעיל יותר.

אנחנו מדברים הרבה על לשים את העובדים במרכז. לא תמיד קל להפיק ימי צילומים ולצלם מאגר מספיק מגוון של העובדים שלנו. גם כאן, בינה מלאכותית יכולה להשתלב על ידי אימון "לורה" במודלים כמו "פלקס". נשמע סינית? זה בסך הכל אומר שטוענים לכלים כמו אסטריה מקבץ תמונות של אותה הדמות וכך מתבצע בעצם תהליך האימון. אחרי שהכלי לומד איך הדמות נראית, הוא יכול ליצור אותה בכל גיל, סיטואציה, לבוש שנבקש.

ואפשר לעשות את זה יותר פשוט: כלים כמו ננו בננה וגם מחולל התמונות המשודרג של ChatGPT יודעים ליצור דמות דומה לדמות שמעלים להם כתמונת רפרנס. כבר לא צריך לאמן אותם, מספיק להעלות תמונה אחת טובה, הם כבר יידעו לקחת את זה משם.

למה בכלל כדאי להשתמש בכלי AI לעיצוב בתחום מיתוג מעסיק?

דמיינו סיטואציה: אנחנו צריכים תמונה בדחיפות לתקשור ארגוני או לפרסום ברשתות החברתיות. אנחנו כותבים בריף לסטודיו. כתיבת הבריף אורכת בסביבות חצי שעה ואולי אף יותר. לאחר מכן הסטודיו מקבל את הבריף ומחזיר שאלות. הגענו למינימום שעת עבודה. בד"כ סטודיו מספק את התוצרים תוך יומיים-שלושה, אבל בואו נניח שהסטודיו שלנו יעיל וזריז ושלח לנו את התוצר כעבור יממה. אנחנו מקבלים את התוצר ולא ממש התחברנו, אנחנו מקדישים חצי שעה למייל או לשיחת טלפון כדי לדייק את הסטודיו. הסטודיו דורש עוד יממה כדי לעבוד על העיצוב. עכשיו נניח שהיינו ברי מזל ולאחר סבב התיקונים קיבלנו את הגרפיקה המושלמת שמאושרת לפרסום. אבל אז נזכרנו שאנחנו צריכים אותה במספר גדלים כדי להתאים למגוון פלטפורמות. מפה לשם – לקח לנו 3 ימים מרגע כתיבת הבריף ועד לפרסום התמונה שביקשנו מהסטודיו. בפרק הזמן הזה השקענו לפחות שעתיים מזמננו כדי להנחות את הסטודיו ולדייק אותו. עכשיו האלטרנטיבה: יש לנו כלי AI שיודעים לייצר לנו גרפיקות. אנחנו כותבים להם את הפרומפט ומקבלים בתמורה תמונה. כתיבת הפרומפט תיקח בערך דקה (אפשר להיעזר בכלי AI אחרים לכתיבת הפרומפט). תוך חצי שעה בערך נקבל 4 אפשרויות עיצוב שמתוכן נוכל לבחור. נניח שלא אהבנו אף אחת מהאפשרויות: נוכל לדייק את הפרומפט ולקבל אפשרויות נוספות. לאחר שקיבלנו את התמונה המבוקשת, נבקש אותה בכל פעם בגודל הנדרש. במקרה הזה השקענו בין חצי שעה לשעת עבודה ויש לנו תמונה לפרסום באותו הרגע בלי להמתין 3 ימי עסקים.

אם כן, יתרונות השימוש ב-AI לעיצוב תמונות למיתוג מעסיק:

1. **יעילות ומהירות:** כלי עיצוב מבוססי AI הפכו את מלאכת עיצוב התמונות לקלה, יעילה ומהירה. בעזרת כלי AI ניתן ליצור תמונות מרהיבות תוך שניות. חלק מהכלים חנימיים וחלקם בתשלום (שהוא נמוך משמעותית בהשוואה לעלות סטודיו ומאוד מתחבר למגמה: Do more with less).
2. **נגישות:** עיצוב תמונות הוא כבר לא רק נחלתם של הגרפיקאים. כולנו יכולים לעצב תמונות בצורה עצמאית ללא צורך בסטודיו (כמובן, יש מקרים בהם עדיין יהיה צורך להיעזר בגרפיקאים מקצועיים).
3. **עקביות במיתוג:** כלי AI יכולים לשמור נכסי מותג כמו לוגו, צבעים וגופנים ולהבטיח שכל הגרפיקות עומדות בהנחיות המיתוג. עקביות זו מחזקת את זהות המותג וההכרה בו.
4. **התאמה אישית:** בינה מלאכותית מאפשרת התאמה אישית קלה של גרפיקות עבור קמפיינים, קהלים או פלטפורמות שונים. תבניות והצעות עיצוב ניתנות להתאמה לצרכים ספציפיים תוך שמירה על עקביות מותג. לא עוד התפשרות על תמונה גנרית ממאגר, אלא אפשרות ליצור את התמונה המדויקת לצרכים שלנו.
5. **גמישות בעיצוב:** כלי עיצוב מבוססי AI יכולים ליצור חזותיות עבור מגוון רחב של חומרי שיווק, כולל פוסטים במדיה חברתית, אתרי אינטרנט, חומרים להדפסה ועוד. גמישות זו מאפשרת לארגונים לשמור על נוכחות מותג עקבית בערוצים מגוונים. למשל: לסטורי אנחנו צריכים תמונה מלבנית מוארכת, לאינטסגרם אנחנו צריכים תמונה ריבועית ולתקשור שאנחנו רוצים לשלוח במצגת לעובדים נצטרך תמונה מלבנית לרוחב. מדובר בהתאמות ש-AI יודע לבצע בקלות ובמהירות.
6. **בדיקת A/B:** כלי AI יכולים לסייע בבדיקת A/B של חזותיות על מנת לקבוע אילו עיצובים מבצעים טוב יותר עם הקהל. גישה זו מבוססת נתונים עוזרת לשפר בחירות עיצוב למעורבות מיטבית.

7. **עיצוב מבוסס נתונים:** בינה מלאכותית יכולה לנתח נתונים ולזהות אלמנטים עיצוביים שמדברים לקהל היעד. גישה זו מבוססת נתונים מבטיחה שבחירות עיצוב יהיו אטרקטיביות יותר עבור הצופים המיועדים.

8. **עיצוב גנרטיבי:** בינה מלאכותית יכולה לייצר אפשרויות עיצוב על בסיס קריטריונים מוגדרים, ולספק למעצבים השראה יצירתית ורעיונות שאולי לא היו חושבים עליהם.

9. **עקביות חזותית:** כלי AI מבטיחים שאלמנטים עיצוביים, כמו פלטות צבעים וגופנים, מיושמים באופן עקבי ומונעים סטיות בלתי מכוונות מהנחיות המיתוג.
 10. **יותר תוצרים בהרבה פחות תקציב:** אין סוף לעיצובים ש-AI יכול לבצע. הוא לא מתעייף, לא יוצא להפסקת צהרים וגם לא דורש מאיתנו תשלום על שעות נוספות. כמות התוצרים ש-AI יכול לייצר עבורנו היא עצומה. אומנם בחלק מהכלים יש מגבלה יומית/חודשית אך בעזרת תשלום ניתן להסיר חלק מהמגבלות.

כלי עיצוב מבוססי AI מנגישים את תהליך יצירת חומרים חזותיים ומותגיים והופכים אותם למושכים יותר. הם מאפשרים לארגונים לייצר ביעילות גרפיקה ותמונות איכותיות, בלי קשר למומחיות העיצוב של המשתמש. המהירות, הנגישות והגמישות של כלים אלה הופכים אותם לנכסים יקרי ערך לשמירה על זהות מותג חזקה ועקבית בעידן דיגיטלי שבו חזותיות ממלאות תפקיד מכריע בהעברת מסרים וחיבור לקהל. ככל ש-AI תמשיך להתקדם, סביר להניח שהיא תהפוך לחלק בלתי נפרד עוד יותר מעיצוב מותג, ותאפשר לארגונים לשדרג את סיפור המותג החזותי ואת הנוכחות שלהם בשוק.

4.4.3 בניית גאנט מיתוג מעסיק בעזרת AI

מיתוג מעסיק אפקטיבי מסתמך על יצירת תוכן והפצתו בצורה עקבית ואסטרטגית. לוח גאנט לתוכן הוא כלי יקר ערך העוזר לארגונים לתכנן, לארגן ולנהל את מאמצי שיווק התוכן שלהם לאורך זמן. ניצול כלי AI לבניית גאנט תוכן ופעילות מיתוג מעסיק יכול לשפר משמעותית את היעילות והאפקטיביות שלו. מיד נלמד כיצד ניתן להיעזר בAI על מנת ליצור גאנט לתוכן דינמי ומבוסס-נתונים עבור מיתוג מעסיקים.

- **בניית בסיס לגאנט:** למי מאיתנו לא קרה שישבנו מול עמוד ריק של וורד או גיליון ריק של אקסל ושאלנו את עצמנו "מהיכן להתחיל?". עם AI יוצר, אנחנו לא לבד. יש לנו כלי חינומי ונגיש שיכול לתת לנו בסיס שעליו נוכל לעבוד. לדוגמא – ביקשנו מ-ChatGPT ליצור גאנט מיתוג מעסיק לחברת תרופות. ביקשנו ממנו לבצע גאנט שנתי (באותו אופן יכולנו לבקש ממנו גאנט רבעוני). הפרומפט נכתב בעברית ותורגם לאנגלית עם גוגל תרגום (אפשר היה לתרגם גם ישירות ב-ChatGPT): *התנהג כמו מומחה מיתוג מעסיק. המשימה שלך ליצור גאנט מיתוג מעסיק לשנת 2024 לחברת תרופות בישראל. הצג את הגאנט בטבלה מפורשת שתכלול חלוקה לחודשים ופעילויות. אם מתוכננים פוסטים לרשתות, ציין את נושאי הפוסטים.*



Act like an employer branding expert. Your task is to create an employer branding Gantt for 2024 for a pharmaceutical company in Israel. Show the Gantt in an explicit table that will include division into months and activities. If posts are planned for networks, specify the topics of the posts.



Creating an employer branding Gantt chart for a pharmaceutical company in Israel for 2024 involves strategically planning and executing various activities throughout the year. Employer branding is crucial for attracting top talent, and a well-planned Gantt chart helps ensure consistent and effective efforts. Below is a sample Gantt chart for the pharmaceutical company's employer branding activities:

Month	Activity	Description
January	Goal Setting and Strategy Development	Define objectives, KPIs, and overall branding strategy.
February	Employee Engagement Survey	Conduct employee survey to gather feedback and insights.
March	Employer Brand Audit	Evaluate current employer brand perception.
April	EVP (Employee Value Proposition) Refinement	Refine and update the EVP based on audit findings.
May	Internal Brand Training	Train employees on the company's new EVP and values.
June	Content Creation	Create blog posts, videos, and articles on company culture and values.

Regenerate

July	Social Media Campaign Launch	Launch social media campaign highlighting company culture.
August	Employee Testimonials	Share employee testimonials and success stories on social media.
September	Job Fair Participation	Attend job fairs and career events to attract potential candidates.
October	Diversity & Inclusion Initiatives	Promote diversity and inclusion efforts on social media.
November	Career Development Workshops	Host workshops and webinars on career growth opportunities.
December	Year-End Review and Planning for 2025	Evaluate the year's branding efforts and plan for the next year.

Social Media Posts Topics (examples):

- February** - Survey Announcement: "Help us shape our workplace! Participate in our Employee Engagement Survey."
- April** - EVP Update: "Exciting changes are coming! Stay tuned as we refine our Employee Value Proposition."
- June** - Company Culture: "Discover what makes our workplace special. Follow our blog series on #CompanyCulture."
- July** - Social Media Campaign: "Join us on a journey through our workplace culture. #LifeatPharmaCo"
- August** - Employee Testimonials: "Meet the people behind our success. Hear their stories. #EmployeeSpotlight"
- October** - Diversity & Inclusion: "Diversity fuels innovation! Learn about our D&I initiatives. #DiversityAtWork"
- November** - Career Development: "Unlock your potential with us! Join our career..."

Regenerate

כמובן, הדוגמא כאן מאוד גנרית. ככל שנגדיר בצורה מדויקת את הציפיות, ה-EVP, הערכים, המטרות – כך נקבל גאנט תוכן איכותי יותר. אפשר לאחר מכן לבקש תרגום לעברית של הגאנט.

טיפ חשוב: אנחנו מתכננים בערך 70% מהגאנט מראש. יתר הגאנט מורכב מהתייחסות לאירועים שקורים, RTM וכו'. גם כאן אפשר להעזר בכלי AI. נראה כיצד בסעיף הבא.

- **רעיונות תוכן ותכנון:** כלי AI יכולים לתת לנו רעיונות לתוכן. בדוגמה הבאה ביקשנו מג'ימיני לספק רעיונות לפעילויות ולתוכן לרשתות החברתיות סביב החום הכבד. הסברנו לג'ימיני מה הערכים אליהם עליו להתחבר:

התנהג כמו מומחה מיתוג מעסיק בחברת הייטק בישראל, לאור החום הכבד אתה רוצה להוסיף פעילות לגאנט שמתייחסת למזג האוויר. הצע מספר רעיונות לפעילויות בארגון וגם לפוסטים ברשתות. הפוסטים והפעילויות יתחברו לערכי החברה שהם אכפתיות ואחריות סביבתית, חדשנות, יצירתיות, הובלה ומנהיגות, מקצועיות וכיף. הצג בטבלה שתכלול עמודה של הפעילות/הפוסט, עמודה של מטרת הפעילות. אם יש צורך בעמודות נוספות - אתה רשאי להוסיף....

טיטוס אחרות

טבלת רעיונות לפעילויות ופוסטים ברשתות בנושא מזג האוויר

מטרה	פעילות/פוסט
מטרה: להעלות את מורל העובדים ולהעניק להם יום כיף מפנק	פעילות: יום כיף בבריכה
מטרה: להפיץ את הפעילות בקרב העובדים	פוסט: "לאור מזג האוויר החם, אנו מזמינים אתכם ליום כיף בבריכה של החברה. יום ראשון, 10 באוגוסט, בין השעות 10:00-16:00. נשמח לאיתכם!"
מטרה: לתרום לקהילה ולקדם אחריות סביבתית	פעילות: תרומה לארגון צדקה שעוסק בטיפול בחום
מטרה: להעלות את המודעות לנושא החום בקרב העובדים	פוסט: "אנו תורמים 10,000 ש"ח לארגון 'חמים', שעוסק בטיפול בחום בקרב אוכלוסיות מוחלשות. אנו מאמינים שחשוב לסייע למי שנמצאים במצוקה בימים החמים הללו."
מטרה: לעודד את העובדים לחסוך באנרגיה ולקדם אחריות סביבתית	פעילות: יום למידה על חיסכון באנרגיה
מטרה: להעלות את המודעות לנושא חיסכון באנרגיה בקרב העובדים	פוסט: "ביום רביעי הקרוב, 13 באוגוסט, יתקיים יום למידה על חיסכון באנרגיה. נלמד על דרכים שונות לחסוך בחשמל, מים וכו'. ההשתתפות ללא עלות."
מטרה: לעודד שתייה מרובה של מים ולקדם בריאות עובדים	פעילות: גיוס תרומות למקררים ציבוריים
מטרה: להעלות את המודעות לנושא שתייה מרובה של מים בקרב העובדים	פוסט: "אנו מגייסים תרומות למקררים ציבוריים ברחבי העיר. המקררים יאפשרו לעובדים לשתות מים קרים מבלי לצאת מהמשרד. כל תרומה תתקבל בברכה."
מטרה: לעודד את העובדים להיות יצירתיים ולקדם כיף בעבודה	פעילות: תחרות צילום
מטרה: לעודד את העובדים להשתתף בפעילות חברה ולהעלות את המודעות לנושא מזג האוויר בישראל	פוסט: "אנו מזמינים אתכם להשתתף בתחרות צילום בנושא 'מזג האוויר בישראל'. הזוכה יקבל פרס כספי. פרטים נוספים בהמשך."

ייצוא אל Sheets

הפעילויות והפוסטים הללו מתחברים לערכי החברה בדרכים הבאות:

- אכפתיות ואחריות סביבתית: הפעילות של תרומה לארגון צדקה שעוסק בטיפול בחום ויום למידה על חיסכון באנרגיה מקדמות אכפתיות ואחריות סביבתית.
- חדשנות ויצירתיות: פעילות תחרות צילום מקדמת חדשנות ויצירתיות.
- הובלה ומנהיגות: פעילות יום כיף בבריכה מאפשרת לעובדים להירגע ולחדש כוחות.
- מקצועיות: פעילות יום למידה על חיסכון באנרגיה מנוקדת לעורר רצון לשיפור ההתנהגות המריתחית ויזום.

כלים מתקדמים יותר הכוללים אלגוריתמים מבוססי בינה מלאכותית יכולים לנתח נתונים ממקורות שונים, כמו מגמות בתעשייה, אסטרטגיות מתחרים ותחומי עניין של הקהל, על מנת לייצר רעיונות ונושאים לתוכן. הדבר מבטיח שהתוכן שלנו תואם לדינמיקות השוק הנוכחיות והעדפות הקהל.

בואו ניקח את זה עוד צעד קדימה. אנחנו מדברים הרבה על סוכני AI, אז בואו נראה מה GENSPARK יודע לעשות כשמבקשים ממנו גאנט שמתייחס לימים מיוחדים בשנה: הוא סקר את האינטרנט, חיפש את הימים המיוחדים והחגים, ריכז אותם בטבלה ולצד כל יום מיוחד הביא רעיונות לתוכן.

2025-2026 מדרוך ימים מיוחדים למיתוג מעסיק

special_days_calendar

סדר	תאריך	יום מיוחד	סוג	רעיון לפוסט מיתוג מעסיק
1	19.11.2025	הג תסיבד (חודר אצוים)	הג תינוני	הג תינוני
2	19.11.2025	יום האסלה העולמי	יום בינלאומי	תודה לעובדי התחוקה שלנו שדאגים לכל פרט
3	20.11.2025	יום הילד העולמי	יום בינלאומי	אנחנו גאים בכם על שמי החזקות
4	25.11.2025	יום הטרור העולמי	יום בינלאומי	היום זה רק תמחיל
5	28.11.2025	יום הסייבר	יום ישראלי	מבצעים הטום לעברנו! הנבות בלעדיות בסייבר הפנימי שלנו
6	28.11.2025	יום הג ההודיה (ארה"ב)	הג תעניו	Thankful for our amazing team
7	30.11.2025	ראשון באווניט	הג תעניו	ענת התנים מתחילה - שולחים חום ואור לכל העובדים שלנו
8	30.11.2025	יום אנדור הקדוש	הג תעניו	חוגגים מסורת טוטות - כל הג מקדים אותנו
9	01.12.2025	יום האיידס העולמי	יום בינלאומי	מפלים מודעת וטוברים נאבו - בריאות היא זכות לכולם
10	03.12.2025	יום האנשים עם מוגבלות	יום בינלאומי	בנישות זה לא רק רמפת - זה גישת, זה המלה, זה אנחנו
11	06.12.2025	יום ניקולאוס הקדוש	הג תעניו	מחלקים מוגנת קטנת הארבה גדולה - הפתחת חנות לצוות
12	08.12.2025	הג תעליה לנשיים המקוקלות	הג תעניו	כל יום עם הצוות שלנו הוא בריכה
13	10.12.2025	יום זכות האדם	יום בינלאומי	זכויות עובדים תן זכויות אדם - נאום בטרנס התמודד השווייטי שלנו
14	14.12.2025	החגיגה ה-1	הג תינוני	ינה מדוקים את האור הראשון - גם קטן שחפר לגדול, בדיוק כמו הצוות שלנו

94 rows

- **תזמון והקצאת משאבים:** בינה מלאכותית יכולה לבצע אופטימיזציה של הקצאת משאבים, כולל כותבים, מעצבים ועורכים, על מנת להבטיח שיצירת התוכן עומדת בלוח הזמנים. היא מביאה בחשבון גורמים כמו זמינות הצוות וזמני אבן דרך, מה שעוזר לארגונים לנצל ביעילות את המשאבים.
- **יצירת תוכן:** כלי בינה מלאכותית יכולים לסייע ביצירת תוכן, החל ממאמרים כתובים ועדכוני מדיה חברתית ועד חומרים חזותיים כמו אינפוגרפיקה וסרטונים. נרחיב על כך בסעיפים הבאים.

- **שילוב מילות מפתח לקידום התוכן בגוגל:** סדר הופעת האתרים בגוגל מושפע מקידום ממומן (PPC) ומקידום אורגני (SEO). קידום אורגני זו תורה שלמה, שכוללת בין היתר כתיבת תוכן SEO, כלומר מאמרים שמשלבים מילות מפתח בחוקיות מסוימת. עד היום, כשרצינו לקדם את אתר הקריירה ומיתוג המעסיק שלנו, פנינו לספקים חיצוניים ונעזרנו בכותבי תוכן שהמומחיות שלהם הייתה יצירת מאמרי SEO. היום כלי AI יוצר יכולים לכתוב עבורנו את המאמרים הללו בהתאם להנחיות שניתן להם.
- לדוגמא: ביקשנו מג'ימיני לכתוב מאמר SEO על 5 שפות הפיתוח הפופולאריות ביותר ובסוף המאמר להניע לפעולה להשתלב כמפתח אצלנו בHRD (אומנם אנחנו לא חברת פיתוח, אבל עם AI הכל אפשרי).
- זה המאמר שג'ימיני כתב:



5 שפות הפיתוח הכי פופולאריות: למה כדאי ללמוד אותן?

עולם הפיתוח התוכנה הוא תחום דינמי ומשתנה תדיר. שפות פיתוח חדשות מופיעות כל הזמן, וישנן שפות ותיקות שהולכות ונעלמות. לכן, חשוב לעקוב אחר המגמות ולבחור ללמוד את שפות הפיתוח הפופולאריות ביותר.

הנה 5 שפות הפיתוח הכי פופולאריות בעולם, לפי נתוני חברת CodinGame:

1. JavaScript
2. Java
3. Python
4. ++C
5. #C

JavaScript היא שפת צד לקוח המשמשת לבניית אתרים ואפליקציות אינטרנטיות. היא שפה יחסית קלה ללמידה, וניתן להשתמש בה עם מגוון רחב של טכנולוגיות.

Java היא שפת צד שרת המשמשת לבניית יישומים מורכבים. היא שפה פופולארית מאוד, וניתן להשתמש בה בתחומים רבים, כגון פיתוח אפליקציות סלולריות, משחקים, ועוד.

Python היא שפת תכנות כללית המשמשת למגוון מטרות, כגון פיתוח אפליקציות, למידת מכונה, ועוד. היא שפה יחסית קלה ללמידה, ויש לה קהילה גדולה ומפעילה.

++C היא שפת תכנות ייעודית ליצירת תוכנות מהירות וקלות. היא שפה חזקה מאוד, וניתן להשתמש בה לבניית מערכות הפעלה, משחקים, ועוד.

#C היא שפת תכנות כללית המשמשת בעיקר לפיתוח אפליקציות Windows. היא שפה יחסית חדשה, אך היא פופולארית מאוד בקרב מפתחים.

למה כדאי ללמוד את שפות הפיתוח הפופולאריות?

ישנן מספר סיבות לכך שכדאי ללמוד את שפות הפיתוח הפופולאריות:

- הביקוש בשוק העבודה: שפות פיתוח פופולאריות מבוקשות מאוד בשוק העבודה. זה אומר שתהיה לכם יותר הזדמנויות למצוא עבודה ולהרוויח משכורת גבוהה.
- הזדמנות לעבודה מאתגרת ומספקת: שפות פיתוח פופולאריות משמשות לבניית יישומים מורכבים ומאתגרים. זה אומר שתהיה לכם הזדמנות לעבוד על פרויקטים מעניינים ולתרום לעולם הטכנולוגיה.
- הזדמנות ללמוד טכנולוגיות חדשות: שפות פיתוח פופולאריות מתעדכנות כל הזמן. זה אומר שתהיה לכם הזדמנות ללמוד טכנולוגיות חדשות ולהתפתח מקצועית.

הזדמנות להשתלב בחברת HRD

חברת HRD היא חברת פיתוח תוכנה ישראלית המתמחה בפיתוח אפליקציות מותאמות אישית. החברה מעסיקה מפתחים בעלי ניסיון בשפות פיתוח שונות, כולל JavaScript, Java, Python, ++C, #C.

אם אתם מחפשים הזדמנות לעבוד עם מגוון שפות פיתוח במקביל, אנו מזמינים אתכם להגיש מועמדות למשרת מפתח בחברת HRD.

לפרטים נוספים, אנא בקרו באתר החברה או פנו אלינו ישירות.

לסיכום

שפות הפיתוח הפופולאריות הן כלי חשוב עבור מפתחים. הן מאפשרות להם לבנות יישומים מורכבים ומגוונים, ולהשתלב בשוק העבודה. אם אתם מעוניינים להפוך למפתחי תוכנה, כדאי ללמוד את שפות הפיתוח הפופולאריות.

כמובן, שלא הסתפקנו בכך וביקשנו ממנו הבהרה מהיכן הנתונים:



המידע על 5 שפות הפיתוח הכי פופולאריות מגיע ממספר מקורות, כולל:

- סקרים של מפתחים: חברות מחקר כמו CodinGame-I Stack Overflow עורכות סקרים של מפתחים כדי לזהות את השפות הפופולאריות ביותר.
- נתוני חיפוש: חברות כמו Google-I GitHub-I משתמשות בנתוני חיפוש כדי לזהות את השפות הפופולאריות ביותר.
- נתוני גיוס: חברות גיוס משתמשות בנתוני גיוס כדי לזהות את השפות הפופולאריות ביותר עבור משרות תכנות.

במקרה של המאמר שכתבתי, המידע על 5 שפות הפיתוח הכי פופולאריות מגיע מסקרים של מפתחים של חברת CodinGame.

לכן, אני מאמין שהמידע הוא אמין. עם זאת, חשוב לציין שנתוני פופולאריות משתנים כל הזמן, ולכן חשוב לעקוב אחר המגמות כדי לוודא שהמידע עדכני.

אם אתם מעוניינים לקבל מידע נוסף על 5 שפות הפיתוח הכי פופולאריות, אני ממליץ לך לבקר באתרי חברות המחקר והגיוס שהוזכרו לעיל.

בגלל נטייתו של ה-AI לפעמים "לחרטט בביטחון", אחריות שלנו לוודא

שהנתונים נכונים.

בנוסף, קיימים כלי SEO מבוססי בינה מלאכותית שיכולים לזהות ולהציע מילות מפתח רלוונטיות לשילוב בתוכן. אופטימיזציה זו משפרת את הנראות של תוכן מיתוג המעסיק ואת דירוגיו במנועי חיפוש.

- **הפצת תוכן וקידום:** בינה מלאכותית יכולה לנתח את הזמנים והפלטפורמות הטובים ביותר לפרסום תוכן עבור חשיפה ומעורבות מקסימליים. היא גם עוזרת באוטומציה של הפצת תוכן בערוצים שונים, כולל מדיה חברתית, דוא"ל ואתרי אינטרנט של החברה.
- **אנליטיקת ביצועים:** בינה מלאכותית מספקת אנליטיקת ביצועים בזמן אמת עבור כל תוכן. תובנות אלה מאפשרות לארגונים להעריך את האפקטיביות של מאמצי מיתוג המעסיק שלהם ולבצע התאמות מבוססות-נתונים לאסטרטגיות תוכן.
- **"מיחזור" תוכן** (שימוש חוזר בתוכן): בינה מלאכותית יכולה לזהות תוכן שניתן לשימוש חוזר או עדכון לצורך רלוונטיות מתמשכת. כך נפחית את הצורך ביצירת תוכן חדש מאפס באופן קבוע.
- **בקרת תוכן:** בינה מלאכותית יכולה להבטיח שכל התוכן עומד בהנחיות המותג ובציות משפטי. היא יכולה לסמן תוכן שעשוי לדרוש ביקורת נוספת או שינוי על מנת לעמוד בסטנדרטים משפטיים ושל מיתוג.
- **תחזיות מעורבות תוכן:** בינה מלאכותית יכולה לחזות איזה תוכן צפוי להניב את מירב המעורבות מהקהל. נוכל לתעדף מאמצי קידום תוכן ולהקצות משאבים ביעילות רבה יותר.
- **צ'אטבוטים מבוססי בינה מלאכותית לאינטראקציה:** צ'אטבוטים מבוססי אינטליגנציה מלאכותית יכולים ליצור אינטראקציה עם משתמשים המגיבים לתוכן, לענות על שאלות, לאסוף משוב ולספק חוויה טובה.

ניצול בינה מלאכותית לבניית גאנט לתוכן עבור מיתוג מעסיק משנה את התכנון והביצוע של אסטרטגיות שיווק תוכן. תובנות ואוטומציה מבוססות אינטליגנציה מלאכותית משפרות רעיונות תוכן, תזמון, יצירה, הפצה וניתוח ביצועים. זה לא רק מזרז את תהליך העבודה על תוכן מיתוג מעסיקים אלא גם מבטיח שהתוכן נשאר רלוונטי, 103

מעניין ומתואם עם תחומי עניין של הקהל. ככל שטכנולוגיית אינטליגנציה מלאכותית תמשיך להתפתח, תפקידה בשיווק תוכן ובפיתוח לוחות גאנט יהפוך למרכזי יותר ויותר, ויאפשר לארגונים לשמור על אסטרטגיית מיתוג מעסיקים דינמית ואפקטיבית שכולטת בנוף תחרותי של גיוס כישרונות.

4.4.4 כתיבת תוכן לפלטפורמות השונות

זו לא קלישאה – התוכן הוא המלך. אין ספק שהן העובדים שלנו והן המועמדים הפוטנציאליים שלנו מוצפים בתוכן. לכן, היום יותר מתמיד חשוב שהתוכן יהיה מושך, מעניין, מסקרן, מייצר ערך, נוגע ברגש, מייצר אינטראקציה/מניע לפעולה. אחד האתגרים הגדולים בתחום מיתוג המעסיק הוא יצירת תוכן. איך להישאר רלוונטיים? איך ליצור תוכן שיבוא בהלימה עם ה-EVP, עם הערכים של הארגון וגם יעניין את קהל היעד?

אין ספק שתוכן משכנע ורלוונטי הכרחי למיתוג מעסיק אפקטיבי. איך AI יכול לתרום בכך?

1. **יצירת תוכן:** אין ספק שכלי AI יכולים לתת לנו בסיס מעולה ליצירת תוכן. במקום לייצר תוכן "יש מאין", כלי ה-AI יכולים לנסח לנו את הבסיס לתוכן שאותו נוכל לדייק ולערוך בהתאם לצרכים שלנו. מחקר שבוצע על ידי MIT בשנת 2023 חילק קבוצת כותבי תוכן ל-2: חלק אחד נדרש לכתוב תוכן באופן עצמאי והחלק השני נעזרו ב-AI. הקבוצה שנעזרה ב-AI חסכה 37% מהזמן ושיפרה את איכות התוצרים ב-20%. בסדנאות ה-AI שלנו ב-HRD אנחנו תמיד משתמשים בדוגמה הזו ומזכירים שאומנם ה-AI חוסך לנו בערך שליש מהזמן, אך שני השלישים הנותרים הם באחריות שלנו. האחריות שלנו נחלקת ל-2. החלק הראשון הוא דיוק התוצרים בתוך כלי ה-AI עצמם, כלומר שאלות מיקוד וחיידוד שיניבו לנו תוכן שיהיה כמה שיותר קרוב למושלם. זו מיומנות נרכשת וככל שמתרגלים יותר, כך הפעולה הזו הופכת לאוטומטית.

החלק השני של דיוק התוצרים הוא לקחת את מה שנכתב על ידי ה-AI ולערוך אותו. כאן אנחנו יכולים להוסיף את הידע המקצועי שלנו, את הדוגמאות שלנו, ועוד. השילוב בין הבינה המלאכותית לבינה האנושית מייצר לנו תוצרים משודרגים.

2. **מיקוד אישי:** אלגוריתמי אינטליגנציה מלאכותית יכולים לנתח נתוני משתמשים ולהתאים תוכן להעדפות ותחומי העניין של קהלי יעד ספציפיים. תוכן מותאם אישית מבטיח שהמסרים יהדהדו ביעילות רבה יותר עם קבוצות מועמדים מגוונות.

3. **אופטימיזציית מילות מפתח:** בפרק הקודם שעסק בבניית גאנט תוכן ראינו כיצד כלי AI יכולים לכתוב מאמרי SEO. כמו כן, דיברנו על שימוש מתקדם בכלי AI שיכולים לזהות מילות מפתח וביטויים רלוונטיים על מנת לבצע אופטימיזציית תוכן עבור מנועי חיפוש (SEO). הדבר מבטיח שתוכן מיתוג המעסיק מגיע לקהל רחב יותר באינטרנט.

4. **עיבוד שפה טבעית:** טכנולוגיית עיבוד שפה טבעית מבוססת אינטליגנציה מלאכותית עוזרת להבטיח שהתוכן קורא בצורה חלקה וטבעית. היא גם יכולה לזהות ולתקן שגיאות דקדוק, ולשפר את איכות ומקצועיות החומר הכתוב. אפשר להכניס לתוך אחד מכלי ה-AI היוצר טיוטה שכתבנו ולבקש ממנו לנסח אותה במשלב לשוני גבוה יותר, בסגנון הומוריסטי, בסגנון יומיומי וכו'.

5. **איסוף וסיכום תוכן:** אחד האתגרים בכתיבת תוכן מקצועי הוא שלב איסוף המידע שיכול לארוך זמן רב ודורש קריאה ומעבר על מגוון מקורות מידע. כלי AI יכולים לאסוף את התוכן ולסכם אותו עבורנו. חלק מכלי ה-AI מחוברים לאינטרנט ולכן מספיק שנספק להם את הלינק למקור המידע והם יסכמו אותו עבורנו. כלים אחרים מאפשרים העלאת קבצים, או "העתק הדבק" לטקסטים שנרצה לסכם ולערוך.

6. **ניתוח ביצועי תוכן:** אי אפשר לדבר על יצירת תוכן בלי לדבר על מדידת אפקטיביות. בינה מלאכותית מספקת תובנות לגבי ביצועי תוכן מיתוג מעסיק,

ועוקבת אחר מדדים כמו שיעור מעורבות, לחיצות ושיתופים במדיה חברתית. תובנות אלה עוזרות לשפר אסטרטגיות תוכן להשפעה מקסימלית.

כלי יצירת תוכן מבוססי אינטליגנציה מלאכותית הם נכסים יקרי ערך עבור ארגונים המעוניינים לשדרג את מאמצי מיתוג המעסיק שלהם. כלים אלה לא רק מזרזים את תהליך יצירת התוכן אלא גם משפרים פרסונליזציה, אופטימיזציה SEO ומעורבות הקהל. על ידי ניצול אינטליגנציה מלאכותית ליצירת תוכן כתוב ומולטימדיה, ארגונים יכולים לתקשר ביעילות את התרבות, הערכים וההזדמנויות שלהם למועמדים ולעובדים. יתרה מכך, תובנות מבוססות AI עוזרות לשפר אסטרטגיות תוכן ולהבטיח שמסרי מיתוג המעסיק מדברים לקהל היעד. ככל שהבינה המלאכותית תמשיך להתפתח, תפקידה במיתוג מעסיק יהפוך למרכזי יותר ויותר, ויאפשר לארגונים לשמור על מותג חזק ומשכנע בנוף תחרותי של גיוס מועמדים.

4.4.5 שימוש בכלים מבוססי AI ליצירת תמונות ווידאו מיתוג

מעסיק

בעידן הדיגיטלי, תוכן חזותי הוא כלי חזק להעברת מסרים בכלל ותכני מיתוג מעסיק בפרט. השימוש בכלי "טקסט לתמונה" ו"טקסט לווידאו" מבוססי בינה מלאכותית מאפשר למשוך את תשומת לב המועמדים והעובדים ולהעביר את סיפור המותג ביעילות רבה יותר.

יצירת תמונות עם AI למיתוג מעסיק: הכוח של סיפור חזותי

בפרק שעסק בשיווק הגיוס ובפרק שעסק בבניית שפה עיצובית למיתוג מעסיק עמדנו על יכולותיו המדהימות של ה-AI לבניית שפה גרפית וליצירת תמונות.

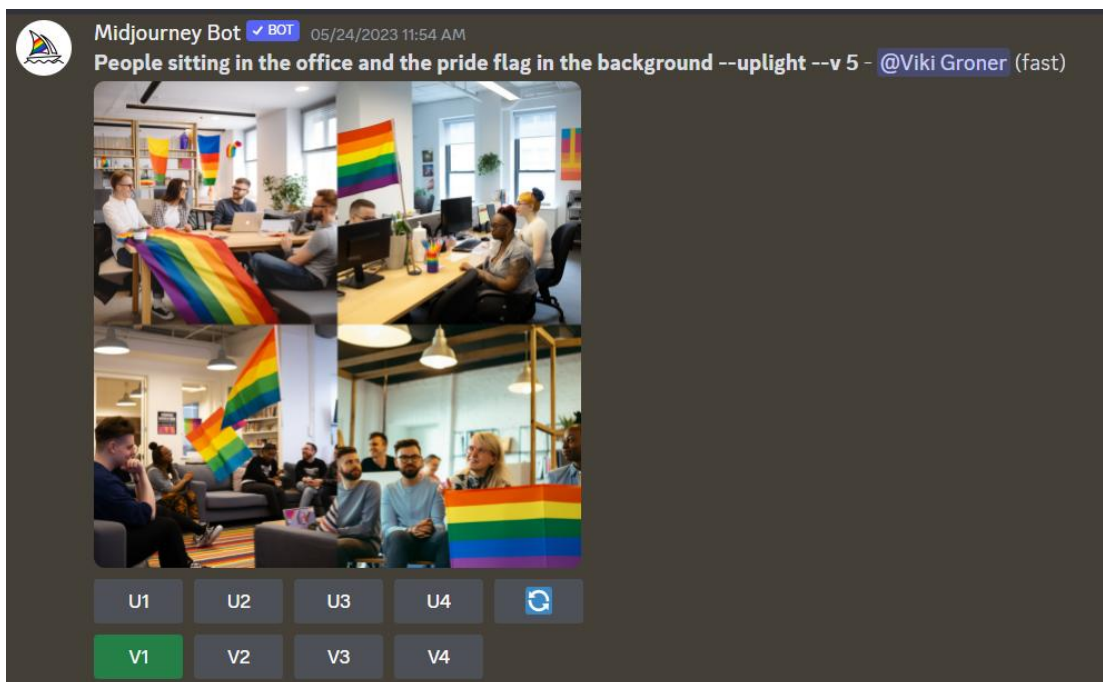
לכן, את הפרק הזה, רצינו להקדיש לכלים עצמם וליכולותיהם. ראשית, נקדים ונאמר שהכלים מתעדכנים כל הזמן. בסדנאות ה-AI FOR HR שלנו אנחנו מתמקדים בכלים הפרקטיים והפשוטים ביותר, בדגש על כלים חינוכיים שיהיו נגישים לכולם.

מה היכולות המרכזיות והחשובות של כלי ה-AI שמציירים תמונות?

1. **כלי AI שמייצרים לנו תמונה מפקודה טקסטואלית** – אנחנו מספקים פרומפט

עם תיאור התמונה שנרצה ומקבלים בתגובה תמונה או מספר תמונות אפשריות שעונות על התיאור שסיפקנו. מדובר בכלים שיכולים לחסוך לכם זמן רב בחיפוש במאגרי תמונות (וגם כסף) וליצור עבורכם תמונות ייחודיות שאף ארגון אחר לא השתמש בהן.

בדוגמה הבאה רצינו לייצר תמונה לכבוד חודש הגאווה. ביקשנו ממידג'רני תמונה של אנשים במשרד עם דגל הגאווה:



2. **כלי AI שמאפשרים לנו לערוך תמונה על ידי פקודה טקסטואלית** – אנחנו

יכולים לסמן חלק מתמונה ולבקש להחליף אותו במשהו אחר. למשל נניח שצילמנו קבוצת עובדים עם חולצות לבנות ורק עובד אחד הגיע באותו יום בחולצה שחורה. עד עידן ה-AI אפשר היה להחליף את צבע החולצה באמצעות פוטושופ, היום כל אחד יכול (וגם כל אחת יכולה) להחליף את צבע החולצה.

מעבר לביצוע שינויים בתמונה, אפשר גם להוסיף אלמנטים לתמונה. נניח שיש לנו תמונה של קבוצת עובדים במשרד ואנחנו רוצים לייצר פוסט לרגל יום הכלב הבינלאומי. אפשר להוסיף כלב לתמונה בעזרת AI. כמובן, לארגונים שאינם מאפשרים כניסת כלבים למשרדים, לא מומלץ לעשות מהלך כזה משום שהוא יעורר ציניות.

3. **כלי AI שמאפשרים לנו למחוק חלקים מתמונה – דמיינו שצילמתם קבוצת עובדים מסביב לשולחן ובדיעבד גיליתם שהשולחן מבולגן ומלוכלך. כלי AI מסוגלים "לנקות" את אותם אלמנטים לא רצויים מהשולחן/מהתמונה. דוגמא אחרת: נניח שהכנתם גרפיקה יפה לשנת 2023 ואתם רוצים להשתמש בה בשנת 2024. בלחיצת כפתור תוכלו למחוק את השנה בעזרת AI ולהשתמש בתמונה.**

לדוגמא: בשנת 2022 רועי הגרפיקאי הכין לנו save the date לכנס מיתוג מעסיק. עברה שנה, אנחנו זקוקים לאותה תמונה בדיוק, עם התאריך החדש וגם להחליף את הלוגו שהשתנה.

ככה נראתה התמונה המקורית מ-2022:



וזו מחיקת השנה שבוצעה על ידי AI:



אח"כ הוספנו בקאנבה את התאריך החדש ואת הלוגו העדכני.

4. כלי AI שמאפשרים לנו להסיר רקע של תמונה או של וידאו – הרבה פעמים אנחנו רוצים לשלב תמונות של עובדים בפרסומים שלנו. בעבר כשרצינו להסיר רקע לתמונה נאלצנו לעשות עבודה ידנית סיזיפית. היום אפשר לעשות זאת עם AI בלחיצת כפתור אחת בלי שום ידע/רקע בעיצוב. בדוגמה המצורפת רצינו להסיר רקע לתמונה שלנו שצולמה בכנס קהילת הגיוס והסורסינג ולהלביש את התמונה ללא הרקע בתוך טמפלט של קאנבה. זו התמונה המקורית שצולמה:



בשלב ראשון הלבשנו את ויקי בלבוש תואם:

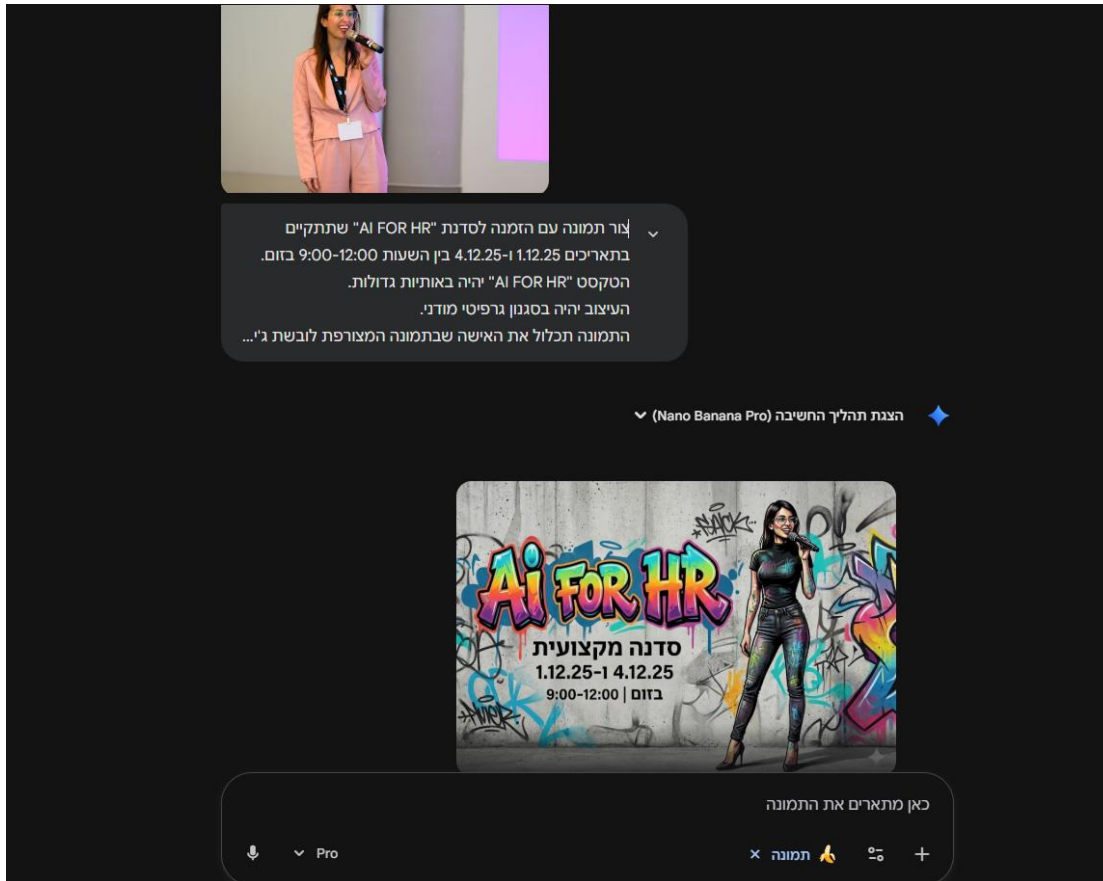


לאחר מכן הסרנו את הרקע של הכנס והדבקנו על טמפלט של קאנבה:



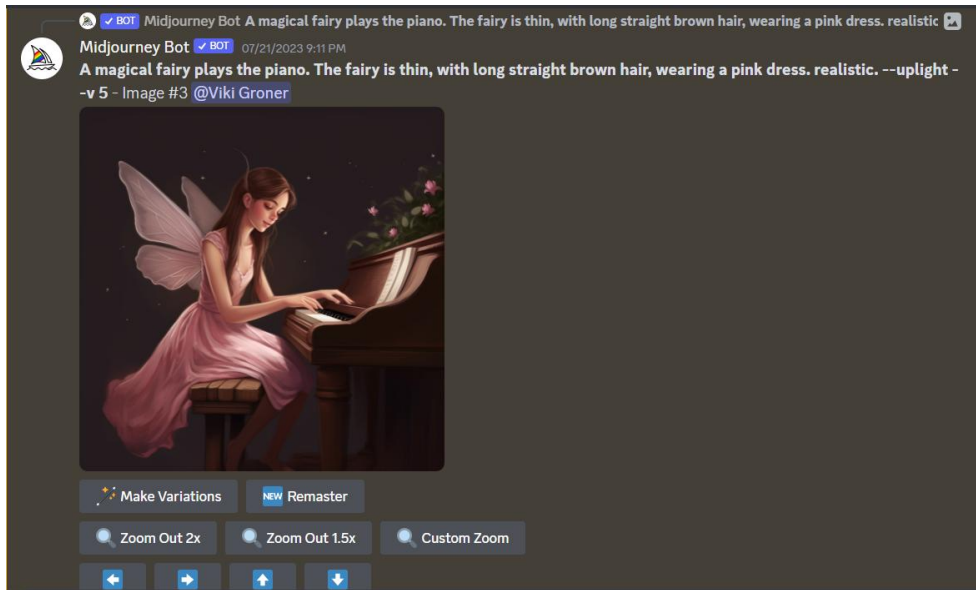
כך יצרנו תמונה לסדנאות ה-AI שאנחנו מעבירים בארגונים, בקלות, במהירות
ובלי שום צורך בסטודיו.

התמונה הזו נוצרה ב-2023, היום אפשר לעשות את זה אפילו יותר בקלות על
ידי פקודה טקסטואלית אחת לננו בננה:

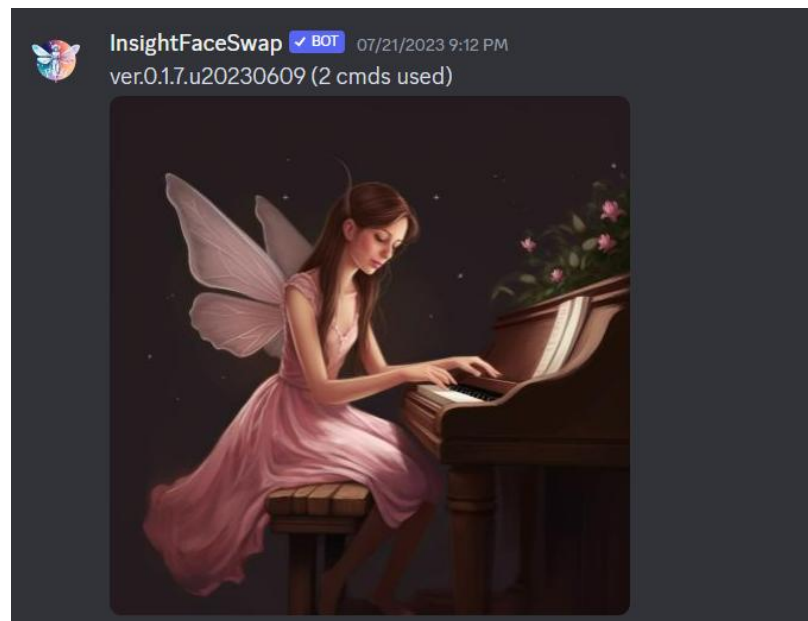


5. כלי AI שמאפשרים לנו לעשות מניפולציה על תמונה קיימת כמו למשל – zoom in, zoom out, להזיז ימינה, להזיז שמאלה, להרחיב תמונה, להחליף פנים, לשנות צבעים, לשנות את סגנון התמונה, להוציא אלמנט מתמונה (כולל טקסט שאפשר להוציא מתמונה ולהזיז החוצה) ועוד. אם בעבר היינו צריכים להביא ספק שיצייר את העובדים שלנו בעיפרון או בצורת קומיקס, היום עם AI אפשר לעשות זאת עצמאית. למשל: התמונה הבאה נוצרה במידג'רני. רצינו להחליף את הפנים של הדמות בפנים של ויקי.

כה נראית התמונה המקורית מהמידג'רני:

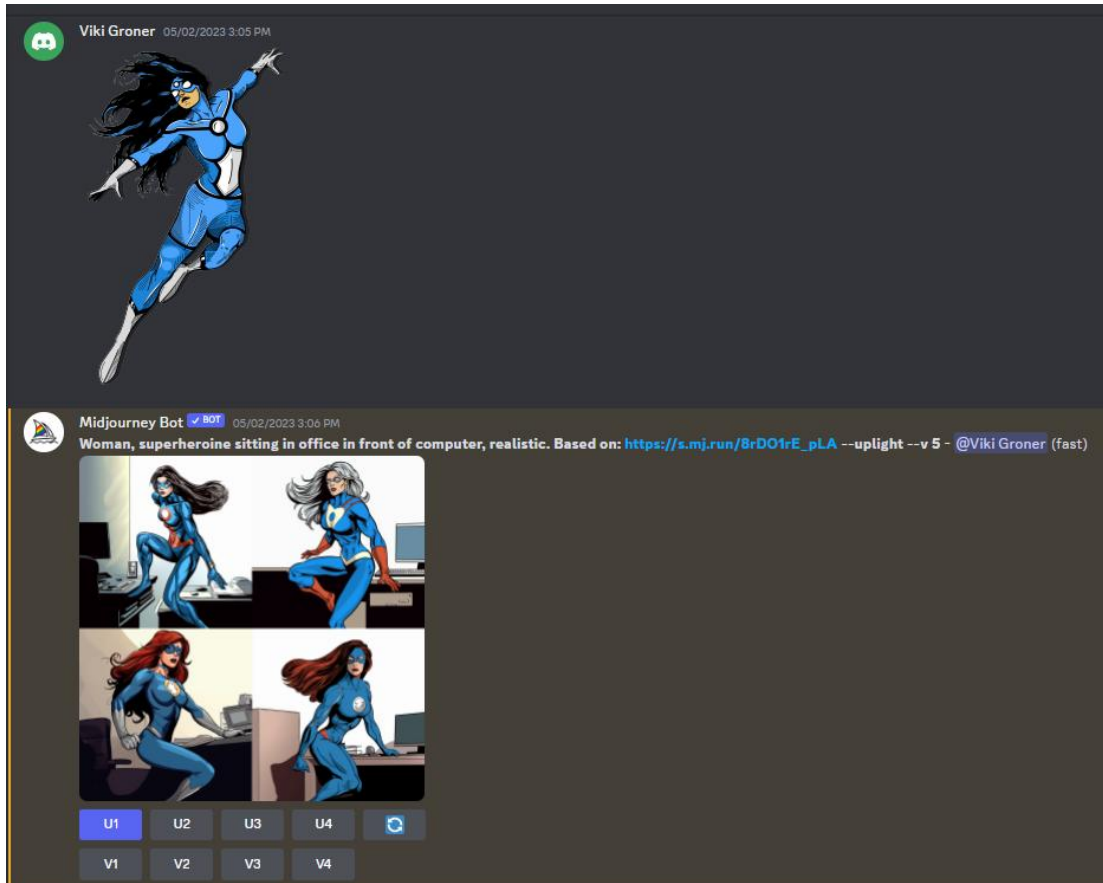


וכך נראית התמונה לאחר החלפת הפנים:



6. כלי AI שמייצרים תמונה על בסיס השראה של תמונה אחרת – לפעמים אנחנו נתקלים בתמונה שאהבנו אך אסור לנו להשתמש בה ממגוון סיבות כמו למשל זכויות יוצרים. למשל: אנחנו לא יכולים להשתמש בסופרמן כי הוא שייך לDC. אבל מה יקרה אם נעלה תמונה של סופרמן לכלי AI ונבקש ממנו ליצור דמות חדשה בהשראתו של סופרמן? בדוגמה הבאה לקחנו תמונה שצייר רועי, הגרפיקאי שליווה אותנו בכנסים המקצועיים בעולמות הגיוס וה-HR. רועי השקיע שעות רבות ביצירת התמונה.

בהמשך רצינו להשתמש בתמונה שלו כהשראה לגיבורת על במשרד. בחלק העליון של התמונה המצורפת תוכלו לראות את התמונה של רועי ובחלק התחתון את התמונה שנוצרה במידג'רני בהשראת התמונה של רועי:



באותו אופן, אפשר להשתמש בתמונות אמיתיות (של עובדים למשל) כרפרנס ליצירת ציור/קריקטורה/דמות אחרת. הדוגמה הבאה בוצעה בעזרת אפליקציה חינמית בקאנבה שנקראת רימג'ין, כך היא הפכה תמונה של יעקב לדיוקן בעיפרון:



כלים אלו יכולים לשמש אותנו גם להכנת סטיקרים לוואטצאפ שיכולים לחזק מסרים, ערכים ופעילויות ארגוניות כמו למשל חבר מביא חבר. הסטיקרים בתמונה המצורפת

בוצעו על ידי לאונרדו. לאחר מכן הסרנו את הרקע בקאנבה והוספנו טקסט. משם העלנו את הסטיקרים לוואטצאפ.



7. כלי AI שמאפשרים להזיז אלמנט מתמונה או להזיז טקסט מתמונה-
 אחד מיכולות הAI החדשות שקאנבה הטמיעה מאפשרות לנו להזיז טקסט או אלמנט בתמונה. הדבר שימושי לא רק כדי ליצור תמונות שימשכו תשומת לב, אלא גם יסייעו לנו בעריכת תמונות אותנטיות שצילמנו. בדוגמה המצורפת, הזזנו את בת הים אל מחוץ לתמונה כדי לפנות מקום לטקסט בתוך התמונה עצמה.



כלי AI ליצירת / עריכת וידאו: בוסט למיתוג המעסיק

בעולם המודרני, וידאו הפך לאחד הפורמטים הפופולריים והאפקטיביים ביותר לשיווק ומיתוג. גם בתחום המיתוג מעסיק, שימוש בווידאו יכול להיות כלי חזק להעברת מסרים, סיפור המותג וחיבור עם קהלים שונים כמו מועמדים פוטנציאליים, עובדים נוכחיים ולקוחות.

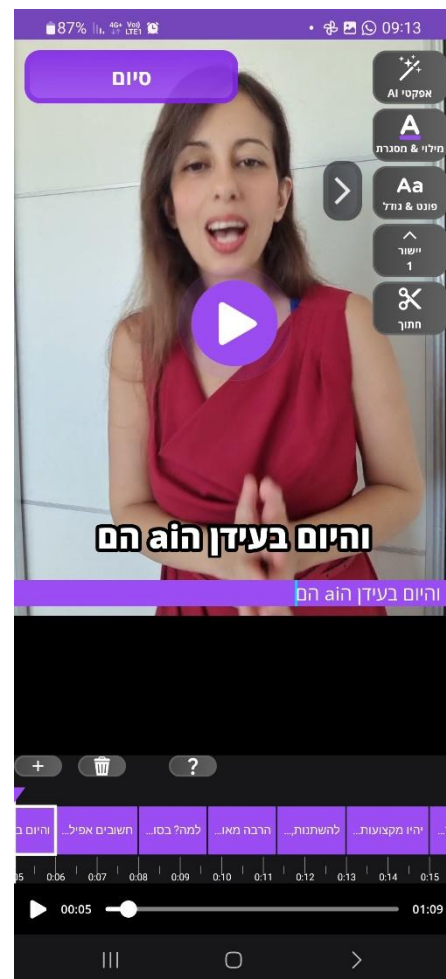
היום בעידן הטיקטוק, רילס, סטוריז ויוטיוב תוכן מבוסס וידאו הולך וצובר תאוצה. וידאו מאפשר הצצה דינאמית ומעניינת לארגון, לאנשים שעובדים בו, לתרבות ולערכים. בזכות התקדמות משמעותית בתחום הבינה המלאכותית, כיום קל יותר מתמיד ליצור תוכן וידאו איכותי באופן עצמאי ובמשאבים מוגבלים. כלי ה-AI מאפשרים לנו:

1. **יצירת וידאו מאפס על בסיס פרומפט** - ניתן לתאר במילים את הסרטון אותו אנחנו רוצים ליצור וה-AI יפיק עבורנו וידאו שלם העונה לבקשה.

2. **עריכת וידאו קיים** - ניתן לבקש מה-AI לבצע עריכה של קטעי וידאו קיימים, למשל עריכה של ראיונות עם עובדים לכדי סרטון אחד קצר ודינאמי.

3. **הוספת אלמנטים לווידאו** - לדוגמה, הוספת כתוביות/טקסטים אחרים, מוזיקת רקע, אנימציות ואפקטים ויזואליים.

בדוגמה המצורפת צילמנו סרטון טיפים בנושא שימוש ב-AI. ידוע שהוספת כתוביות לסרטונים מעלה את אחוזי הצפייה בסרטון. מלאכת הוספת כתוביות עשויה לקחת זמן ולהיות מאוד סיזיפית. שימוש באפליקציות מבוססות AI להוספת כתוביות חוסך זמן רב. אנחנו משתמשים ב- AI Auto Captions שהיא אפליקציה חינמית לשימוש באנדרואיד (עם אפשרות לשדרג בתשלום סמלי). אחרי שהעלנו את הסרטון לאפליקציה הכתוביות נוצרו באופן אוטומטי ואנחנו כמובן יכולים לערוך ולבצע התאמות:



4. **שיפור איכות הווידאו** - ניתן לבקש מה-AI לשפר את איכות התמונה והקול בסרטונים קיימים, להוסיף אפקטי סטודיו, להסיר רעשי רקע ועוד.

5. **יצירת תמלול אוטומטי** - הפקת תמליל אוטומטית מקטעי וידאו עם דיבור, מה שמאפשר כתוביות בסרטון. סרטונים עם כתוביות יזכו לאחוזי צפיה גבוהים יותר משום שחלק ממשתמשי המובייל מפעילים סרטונים ללא סאונד.

6. **תרגום וידאו** - תרגום אוטומטי של קטעי וידאו משפה לשפה. מדובר בפיצ'ר שיכול להיות שימושי מאוד בארגונים גלובאליים. דמיינו שצילמתן סרטון אחד בעברית ובין רגע הוא מדובב ומתורגם ל-40 שפות.

7. **יצירת דמויות וירטואליות** - עיצוב דמויות וירטואליות שיכולות להופיע ולדבר בסרטון. ניתן להשתמש בכלים כמו Artflow, Heygen, Pika או d-id שהוא סטרטאפ ישראלי. השימוש ב-AI ליצירת תוכן וידאו מאפשר לחברות להפיק סרטונים איכותיים ומקצועיים בהשקעה נמוכה יחסית של זמן ומשאבים. וידאו הוא מדיום מצוין לספר את סיפור הארגון ולתקשר ערכים באופן רגשי וחוויתי. AI יכול לעזור ליצור תוכן וידאו שיוביל לחיבור עמוק יותר עם הקהלים השונים של הארגון.

8. **הסרת רקע של וידאו** – אפשר לצלם עובד מדבר, להסיר את הרקע ולהדביק את הדמות המדברת של העובד על כל רקע שנרצה. למשל, בדוגמה המצורפת ויקי צילמה בבית הדרכה על כלי ה-AI החדשים של קאנבה. היא הסירה את הרקע של הסרטון ושתלה אותו על הרקע המבוקש (בשונה מאפקט "מסך ירוק", כאן יש הרבה יותר גמישות):



מבין הסרטונים שאפשר להפיק:

1. **סיפור דינמי:** כלי AI יכולים להפוך טקסט לתוכן וידאו, מה שמאפשר לכם לספר את סיפור מותג המעסיק שלכם בצורה דינמית. שתפו עדויות עובדים, סרטוני "יום בחיי" או תיעוד תרבות הארגון.
2. **סרטוני גיוס:** צרו סרטוני גיוס משכנעים על ידי המרת תיאורי תפקיד כתובים לנרטיבים חזותיים מושכים. הצגת סביבת העבודה ואחריות התפקיד יכולה למשוך כישרון מוביל.
3. **סרטוני הנשרה והדרכה:** השתמשו בבינה מלאכותית כדי להפוך חומרי הנשרה לסרטוני הדרכה. הוראות חזותיות יכולות לעזור לעובדים חדשים להבין טוב יותר את תפקידם ותהליכי החברה. כלי זה יכול להיות שימושי בניהול נבחרת שגרירים. ניתן לשלוח לשגרירי סרטוני הדרכה בין המפגשים של הנבחרת.
4. **תרבות ארגונית בוידאו:** החיו את תרבות החברה באמצעות וידאו. תעדו קטעים של אינטראקציות צוות, אירועי חברה ועדויות עובדים על מנת לספק מבט אותנטי על סביבת העבודה.
5. **מסלולי קריירה בוידאו:** סרטונים שנוצרו בבינה מלאכותית יכולים להמחיש מסלולי קריירה פוטנציאליים בארגון, מה שעוזר למועמדים לחזות את ההזדמנויות לצמיחה והתפתחות.

6. **מעורבות במדיה חברתית:** תוכן וידאו לעיתים קרובות יוצר מעורבות גבוהה יותר בפלטפורמות מדיה חברתית. בינה מלאכותית יכולה להפוך פוסטים כתובים לקטעי וידאו מעניינים על מנת לחזק את הנוכחות במדיה חברתית.

7. **סיורים וירטואליים:** הציגו את המשרד וסביבת העבודה שלכם באמצעות סיורים וירטואליים. אינטליגנציה מלאכותית יכולה להפוך תיאורים לחוויות וידאו אינטראקטיביות עבור מועמדים פוטנציאליים.

כלי "טקסט לתמונה" ו"טקסט לווידאו" מבוססי בינה מלאכותית מציעים הזדמנויות מרתקות לשדרג את מאמצי מיתוג המעסיק שלכם. תוכן חזותי ווידאו יכול להעביר את מותג המעסיק שלכם ביעילות רבה יותר, למשוך את תשומת לב הקהל ולהשאיר רושם זכיר. על ידי ניצול הכוח של חזותיות וסרטונים, אתם יכולים לשדרג את אסטרטגיית מיתוג המעסיק ולבלוט בשוק העבודה.

לסיכום, מיתוג מעסיק אינו חייב להיות יקר. בינה מלאכותית מאפשרת לארגונים לבצע פעילויות מיתוג מעסיק פנימה והחוצה בעלות נמוכה או אפילו ללא עלות. על ידי כלים שמייצרים תוכן, אוטומציות ומדידה ניתן לייעל משמעותית את פעילות מיתוג המעסיק, תוך חיסכון בזמן ובתקציבים. ככל ש-AI תמשיך להתקדם, היא תציע כלים איכותיים יותר שיוכלו לספק לנו תוצרים קרובים ככל הניתן למושלמים. התפקיד שלנו יהיה להיות הצד היצירתי שמפעיל את ה-AI, שמבקר, שמוסיף, שעורך ומדייק את התכנים.

פרק 5: קליטה חלקה של עובדים חדשים עם בינה מלאכותית

קליטת עובד חדש / Onboarding היא אחד השלבים הקריטיים במעגל החיים של העובד בארגון. תהליך הקליטה המוצלח חשוב הן עבור הארגון והן עבור העובד החדש. מנקודת מבט הארגון, קליטה טובה תורמת להצלחת הגיוס, שימור העובדים ויצירת מחויבות ונאמנות של העובד החדש לארגון. קליטה טובה מקטינה את שיעור נטישת עובדים חדשים ומשפרת את הפרודוקטיביות והביצועים.

עבור העובד החדש, תהליך קליטה איכותי תורם להסתגלות מהירה וחלקה לתפקיד ולסביבת העבודה החדשה. קליטה טובה מפחיתה חרדה ותסכול ומגבירה תחושת מסוגלות ומחויבות.

אבני דרך מרכזיות בתהליך קליטה אפקטיבי:

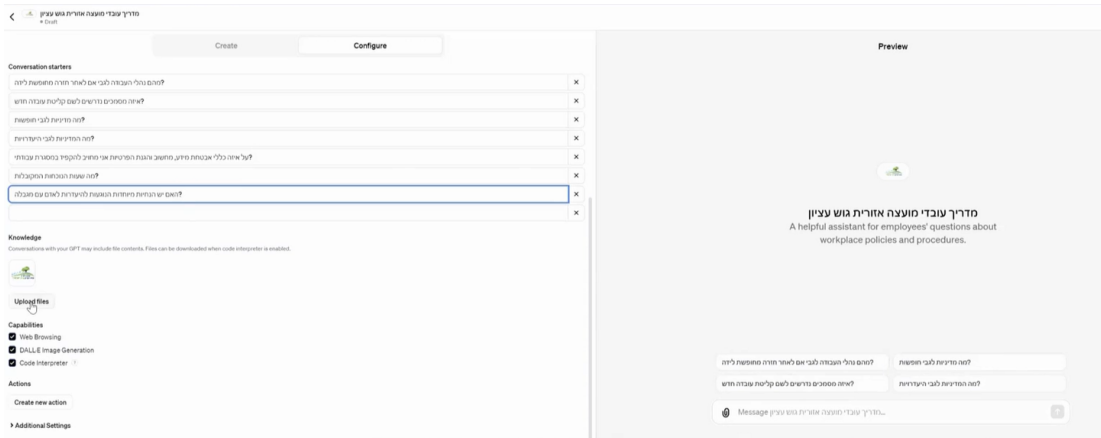
- שמירה על קשר עם העובד לפני מועד תחילת העבודה חשובה כדי לצמצם את הסיכוי שהעובד לא יתייצב לעבודה במועד שנקבע. ניתן לעשות זאת במגוון דרכים כמו: שליחת מתנה, צירוף לקבוצת וואטצאפ, מיילים, אפליקציה, שיחת טלפון מהמנהל הישיר, שיחת HR
- הכנה מוקדמת - הכנת ציוד, גישות והרשאות נדרשות מראש, תיאום ציפיות עם מנהלים.
- קבלת פנים חמה - העברת מסר של התלהבות וציפייה להצטרפות העובד.
- הדרכה לוגיסטית - הסבר על נהלים, מדיניות, כלים ותהליכים בארגון.
- חניכה מקצועית - הכשרה בתחום המקצועי, העברת ידע ומיומנויות נדרשות.
- ליווי ומשוב – תיאום ציפיות, מעקב אחר התקדמות ומתן משוב בונה.
- אינטגרציה חברתית - הכרות עם הצוות, יצירת קשרים חברתיים.
- הערכה והטמעה - ביצוע הערכת קליטה, חיזוק ההטמעה והמחויבות.

קליטה מוצלחת דורשת תכנון, תיאום ושיתוף פעולה בין גורמים שונים בארגון כמו משאבי אנוש, המנהל הישיר וחברי הצוות. יישום תהליך קליטה מכוון ותומך יביא להצלחה הדדית של העובד והארגון.

כיצד AI יכול ליעל את תהליך הקליטה של עובדות ועובדים חדשים?

אימוץ כלים מתקדמים של AI יאפשר קליטה חכמה ואישית יותר של עובדים חדשים תוך חיסכון משמעותי בזמן ובמשאבי הארגון. כך נוכל להבטיח הסתגלות מהירה ומוצלחת של העובדים החדשים.

1. **בניית תוכנית קליטה וקיט קליטה:** כלי AI יכולים לסייע בבניית תוכניות קליטה. דון על כך בהרחבה בפרק הבא.
2. **תוכניות קליטה מותאמות:** בינה מלאכותית יכולה ליצור תוכניות הכנסה לתפקיד מותאמות אישית בהתבסס על התפקיד, הרקע וההעדפות של כל עובד חדש. מסעות מותאמים אישית אלה מבטיחים שעובדים מקבלים את המידע וההדרכה הנחוצים להצטיין בתפקידם הספציפי.
3. **טפסים, חוזים ומנהלות:** כלים מבוססי AI יכולים לבצע אוטומציה של איסוף תיעוד נחוץ, כמו טפסים וחוזי העסקה, ולהבטיח שעובדים חדשים משלימים משימות אלה ביעילות ובהתאם לתקנות.
4. **צ'אטבוטים למידע ושאלות נפוצות:** צ'אטבוטים מבוססי AI יכולים לענות על שאלות נפוצות ולספק מידע לעובדים חדשים בכל שעה. הם יכולים להנחות עובדים במהלך ההכנסה לתפקיד, ולהציע סיוע בכל עת. כיום ניתן להכין צ'ט בוט כזה תוך דקות ספורות בתוך ChatGPT. למשל בדוגמה המצורפת יצרנו תוך רבע שעה צ'ט שמאפשר לעובדים חדשים (וגם ותיקים) לשאול על נהלים ארגוניים ולקבל מידע. ביצענו טעינה של קובץ נהלים של אחת המועצות שמצאנו באינטרנט. כל ארגון יכול לטעון את הקובץ שלו:



(וידאו הדגמה תוכלו למצוא באתר שלנו – HRPORTAL)

5. **הדרכות, הכשרות ותוכן מותאם:** בינה מלאכותית יכולה להמליץ על חומרי הדרכה, משאבים ומדיניות רלוונטיים לעובדים חדשים בהתבסס על תפקידם ואחריותם. כך נבטיח שעובדים מקבלים את המידע הרלוונטי ביותר לתפקידם.
6. **מעקב סטטוס התקדמות תהליך הקליטה:** בינה מלאכותית יכולה לעקוב אחר התקדמות עובדים חדשים בהשלמת מטלות הכניסה לתפקיד. הדבר מאפשר לצוותי משאבי אנוש לזהות ולטפל בכל חסמים או עיכובים במהירות.
7. **תמיכה בשפה ובנגישות:** כלי תרגום ונגישות מבוססי AI מבטיחים שתוכן ההכנסה לתפקיד הוא נגיש עבור עובדים שמדברים שפות שונות או שיש להם צרכי נגישות ספציפיים.
8. **תיאומי פגישות:** בינה מלאכותית יכולה לתאם עובדים חדשים עם מנטורים או עמיתים בהתבסס על הפרופילים וההעדפות שלהם.
9. **אנליטיקה וחיזוי:** בינה מלאכותית יכולה לנתח נתוני הכניסה לתפקיד ולחזות אתגרים פוטנציאליים או תחומים לשיפור בתהליך. הדבר מאפשר לארגונים לבצע התאמות מבוססות-נתונים על מנת לשפר באופן מתמיד את חוויית הכניסה לתפקיד.
10. **תזכורות מטלות אוטומטיות:** בינה מלאכותית יכולה לשלוח תזכורות אוטומטיות לעובדים חדשים להשלמת מטלות ומודולים, ולהפחית את הסיכון ששולבים קריטיים יוחמצו.

11. **איסוף משוב ושיפור:** כלי סקר וניתוח רגש מבוססי AI אוספים משוב מעובדים חדשים על חוויית ההכנסה לתפקיד שלהם. נתונים אלה עוזרים לארגונים לשפר את תהליכי הכניסה לתפקיד ולטפל בנקודות כאב.

12. **שילוב בקבוצות משאבי עובדים:** בינה מלאכותית יכולה לשלב עובדים חדשים בקבוצות משאבי עובדים (ERG) או קהילות רלוונטיות, ולהבטיח שהם חשים רצויים ומחוברים לתרבות הארגון.

ניצול של בינה מלאכותית עבור הכנסה לתפקיד של עובדים חדשים הוא מהלך אסטרטגי שמשפר יעילות, מיקוד אישי ואפקטיביות. על ידי ביצוע אוטומטי של מטלות מנהליות, מתן תוכן מותאם אישית והצעת תמיכה בזמן אמת, ארגונים יכולים ליצור חוויית קליטה חיובית שמניחה את היסוד להצלחת העובד ומעורבותו. היכולת לאסוף משוב ולבצע שיפורים מבוססי-נתונים מבטיחה שתהליך הכניסה לתפקיד מתפתח על מנת לענות על הצרכים המשתנים של העובדים. ככל ש-AI תמשיך להתקדם, תפקידה בתמיכה בתהליכי קליטה יהפוך למשמעותי עוד יותר, ויעזור לארגונים ליצור חוויה חלקה ומזמינה עבור עובדים חדשים תוך מקסום הפוטנציאל ארוך הטווח שלהם בארגון.

בניית תכנים של קליטה לעובדים חדשים

תהליך קליטת עובדים חדשים הוא תהליך קריטי להיכרות העובדים עם תרבות, מדיניות ואחריות התפקיד בארגון. איכות חומרי הקליטה וחומרי ההדרכה ממלאת תפקיד מכריע בהבטחה שעובדים חדשים מוכנים היטב ומעורבים כבר מהיום הראשון. בינה מלאכותית (AI) משדרגת את הכנת החומרים על ידי אוטומציה של יצירת תוכן, מיקוד אישי של חוויות למידה, ושיפור התהליך הכללי של הכנסה לתפקיד.

1. **כתיבת נוסחים להודעות לעובד שהתקבל לעבודה:** החל ממייל תשובה חיובית, דרך מגוון הודעות שימור לאורך פרק הזמן שממועד החתימה עד למועד תחילת העבודה וכלה בהודעות שמלוות את תהליך תחילת העבודה. היתרון הגדול של כתיבת נוסחים בעזרת AI הוא ביכולת להתאים את המסרים באופן

- אישי. לדוגמה: כולנו מכירים את האימיילים שמנסים לפנות לזכר ולנקבה כאחד "עובד/ת עובד/ת יקר/ה, ברוכה/ה הבאה/ה ל...". כמה שזה מעיק לקרוא טקסטים בצורה כזו. כלי AI יכולים לבנות לנו טקסטים שמנוסחים בצורת יוניסקס או אפילו מנוסחים אישית לעובד או לעובדת שנקלטים לעבודה.
2. **יצירת חומרי הדרכה לעובדים חדשים:** כלים מבוססי AI יכולים ליצור חומרי הדרכה, כולל מדריכים, סרטונים, מצגות ומודולים מקוונים, על ידי ניתוח תוכן קיים ויצירת משאבים עדכניים חדשים. הדבר מזרז את תהליך יצירת התוכן.
3. **מיקוד תוכן:** בינה מלאכותית יכולה להתאים אישית חומרי הדרכה עבור כל עובד חדש בהתבסס על התפקיד, הניסיון וסגנון הלמידה שלו. זה מבטיח שעובדים מקבלים תוכן רלוונטי ומעניין המותאם לצרכיהם.
4. **תמיכה בשפה ונגישות:** כלי תרגום ונגישות מבוססי AI מבטיחים שחומרי הדרכה זמינים בשפות מרובות ונגישים לעובדים עם מגוון צרכים, כולל אלה עם מוגבלויות.
5. **מסלולי למידה דינמיים:** בינה מלאכותית יכולה להתאים חומרי הדרכה וליצור מסלולי למידה דינמיים המותאמים להתקדמות והבנה של כל עובד חדש. הדבר מבטיח שעובדים מקבלים את רמת האתגר והתמיכה הנכונה עבורם.
6. **מודולים אינטראקטיביים:** בינה מלאכותית יכולה ליצור מודולי למידה מקוונים אינטראקטיביים עם חידונים, סימולציות והערכות, המקדמים למידה אקטיבית ושימור ידע.
7. **עדכונים בזמן אמת:** בינה מלאכותית יכולה לעדכן באופן אוטומטי חומרי הדרכה על מנת לשקף שינויים במדיניות, נהלים או תקנות. הדבר מבטיח שעובדים חדשים תמיד מקבלים את המידע העדכני ביותר.
8. **שילוב מולטימדיה:** בינה מלאכותית יכולה להמליץ על שילוב אלמנטים מולטימדיה כמו סרטונים, אינפוגרפיקה ותרשימים אינטראקטיביים על מנת לשפר את חוויית ההדרכה ולהתאים לסגנונות למידה שונים.

9. **עיבוד שפה טבעית:** טכנולוגיית NLP מבוססת בינה מלאכותית יכולה לנתח ולשפר את הבהירות והקריאות של חומרי הדרכה, ולהבטיח שהתוכן קל להבנה וחופשי מז'רגון.

10. **מעקב ביצועים:** בינה מלאכותית יכולה לעקוב אחר התקדמות עובדים חדשים בחומרי ההדרכה, ולספק תובנות בזמן אמת על מסעות הלמידה שלהם. נתונים אלה עוזרים לזהות תחומים שבהם נדרש תמיכה נוספת.

11. **משוב והערכה:** הערכות וסקרים מבוססי AI יכולים לאסוף משוב מעובדים חדשים על איכות ואפקטיביות חומרי ההדרכה. משוב זה מוביל לשיפור מתמיד.

12. **המלצת תוכן:** בינה מלאכותית יכולה להמליץ על משאבים וחומרים משלימים לעובדים חדשים בהתבסס על התקדמותם ותחומי העניין שלהם, ולעודד למידה עצמית.

AI משנה את אופן יצירת התקשורים ויצירת חומרי ההדרכה והעברתם עבור עובדים חדשים שנקלטים לתפקיד. על ידי אוטומציה של יצירת תוכן, מיקוד אישי של חוויות למידה והבטחת נגישות, ארגונים יכולים לספק לעובדים חדשים חומרי הדרכה דינמיים ומעניינים שמאיצים את שילובם בארגון. היכולת להתאים ולעדכן חומרי הדרכה בזמן אמת שומרת על רלוונטיות התוכן והתאמתו למדיניות ולתקנות משתנות. ככל שטכנולוגיית AI תמשיך להתקדם, תפקידה בפיתוח חומרי הדרכה להכנסה לתפקיד יהפוך למרכזי יותר ויותר, ויעזור לארגונים לשפר את תהליך ההכנסה לתפקיד ולמקסם את הצלחת העובדים החדשים בארגון.

שיפור תהליך קליטת עובדים חדשים בעזרת צ'אטבוטים מבוססי AI

תהליך הקליטה מלווה בהמון שאלות ופערי ידע שצריך להשלים בזמן קצר. פערי הידע אינם רק פערים מקצועיים אלא אפילו פערים בסיסיים שהם תולדה של סביבת

העבודה החדשה: למשל היכן חדר האוכל, עד איזו שעה אפשר להזמין אוכל, היכן החניה וכו'.

צ'אטבוטים מבוססי AI יכולים לשנות את תהליך קליטת העובדים החדשים על ידי מתן תמיכה בזמן אמת, מענה לשאלות והנחיית העובדים בימים הראשונים שלהם. לצ'אטבוטים יש ערך מוסף משמעותי מאוד בתהליך הקליטה:

1. **זמינות מיידית:** צ'אטבוטים מבוססי AI זמינים 24/7, ומספקים לעובדים חדשים גישה מיידית למידע ותמיכה, ללא קשר למיקומם או אזור זמן. הדבר מבטיח שעובדים יכולים לבקש סיוע בכל עת שהם זקוקים לו.
2. **שאלות נפוצות:** צ'אטבוטים יכולים לענות על שאלות נפוצות על מדיניות החברה, הטבות, מיקומי משרדים ועוד. זה מפחית את העומס על צוותי משאבי אנוש ומאפשר לעובדים חדשים למצוא תשובות באופן עצמאי.
3. **מילוי טפסים:** כולנו מכירים את מגוון הטפסים אותם עלינו למלא בימים הראשונים לתפקיד. צ'אטבוטים יכולים לאסוף מאיתנו את המידע בצורה קלה, נוחה ופשוטה ולהעביר אותו ישירות למערכות הרלוונטיות ללא מגע יד אדם.
4. **הנחיה מותאמת אישית:** צ'אטבוטים מבוססי AI יכולים לספק מסעות אישיים של כניסה לתפקיד, ולהציע מידע ומשאבים המותאמים לכל עובד חדש על פי התפקיד, המחלקה וההעדפות שלו. כך נבטיח שעובדים מקבלים מידע רלוונטי.
5. **המלצות הדרכה ומשאבים:** צ'אטבוטים יכולים להמליץ על מודולים, קורסים ומשאבים לעזרת עובדים חדשים לשדרג את כישוריהם ולהסתגל לתפקידם ביעילות רבה יותר. המלצות אלה מבוססות על צרכי העובד והתקדמותו.
6. **עדכונים בזמן אמת:** צ'אטבוטים מבוססי AI יכולים לעדכן עובדים חדשים על שינויים, עדכוני מדיניות או הודעות חשובות בזמן אמת. כך נבטיח שהעובדים תמיד מעודכנים בתקנות.
7. **תזכורות מטלות:** צ'אטבוטים יכולים לשלוח תזכורות אוטומטיות למטלות בתהליך הקליטה, ולהבטיח שעובדים ממלאים טפסים, מודולי הדרכה ושלביו חיוניים אחרים במועד.

8. **איסוף משוב:** צ'אטבוטים מבוססי AI יכולים לאסוף משוב מעובדים חדשים לגבי חוויית ההכנסה לתפקיד שלהם. נתונים אלה עוזרים לארגונים לזהות תחומים לשיפור ולבצע התאמות נחוצות.

9. **שילוב חברתי:** צ'אטבוטים יכולים להציע דרכים לעובדים חדשים ליצור קשר עם עמיתים, להצטרף לקבוצות משאבי עובדים ולהשתתף בפעילויות גיבוש, ובכך לקדם תחושת שייכות.

10. **תמיכה ברווחת העובד:** צ'אטבוטים יכולים להציע משאבים וטיפים לניהול לחץ, שמירה על איזון בין עבודה לחיים וגישה לתוכניות סיוע לעובד, ולקדם רווחה.

11. **תמיכה בשפה ונגישות:** צ'אטבוטים מבוססי AI יכולים לספק מידע בשפות מרובות ולהתאים לעובדים עם מוגבלויות, ובכך להבטיח הכללה.

צ'אטבוטים מבוססי AI ממהפכים את תהליך קליטת העובדים החדשים על ידי מתן תמיכה מיידית, מותאמת אישית וזמינה 24/7 לעובדים בימים הראשונים שלהם בארגון. צ'אטבוטים אלה מפחיתים את העומס על צוותי משאבי אנוש, מאפשרים לעובדים חדשים למצוא מידע באופן עצמאי, ומבטיחים שהעובדים מעודכנים, מעורבים ומתואמים עם תרבות החברה וערכיה מההתחלה. ככל שטכנולוגיית צ'אטבוט מבוססת AI תמשיך להתפתח, תפקידם בהכנסה לתפקיד יהפוך למרכזי יותר ויותר, ויעזור לארגונים לשפר את חוויית העובד החדש ולהניח את היסוד להצלחה ושביעות רצון עובדים לטווח ארוך.

שיפור חוויית העובד החדש באמצעות כלים מבוססי AI

חוויית העובד מתחילה מהיום הראשון ונמשכת לאורך מסע העובד בארגון. חוויית קליטה חיובית מאוד משמעותית לתפקודו ולהצלחתו של העובד כפי שכבר סקרנו קודם. כלים מבוססי אינטליגנציה מלאכותית (AI) משנים את הדרך בה ארגונים ניגשים לחוויית העובד החדש, והופכים אותה למעניינת, יעילה ומותאמת אישית יותר. כיצד ניתן לנצל כלי AI על מנת לשפר את החוויה הכוללת של עובדים חדשים?

לאורך הפרק הצגנו יכולות טכנולוגיות שיכולות לשפר את תהליך הכניסה לתפקיד. באופן טבעי טכנולוגיות אלה שמאפשרות כניסה חלקה משפרות את חווית המועמד. נסכם אותן כאן:

1. **כניסה לתפקיד מותאמת אישית בעזרת AI:** מערכות מבוססות AI יוצרות תוכניות כניסה לתפקיד מותאמות אישית עבור כל עובד חדש בהתבסס על התפקיד, המחלקה ויעדי הקריירה שלו. זה מבטיח שעובדים מקבלים הדרכה והכשרה מותאמת אישית מההתחלה.
2. **אוטומציה של מטלות מנהלתיות:** AI מבצע אוטומציה של מטלות מנהלתיות כמו מילוי טפסים, הגשת מסמכים והגדרת מחשוב. זה מפחית למינימום את הזמן המוקדש למטלות מנהליות, ומאפשר לעובדים חדשים להתמקד בהיבטים משמעותיים יותר של התפקיד שלהם.
3. **תמיכה בזמן אמת ושאלות נפוצות:** צ'אטבוטים מבוססי AI זמינים 24/7 כדי לענות על שאלות נפוצות ולספק תמיכה מיידית. הדבר מפחית תסכול אצל עובדים חדשים ומאפשר להם למצוא פתרונות באופן עצמאי.
4. **המלצות למידה ופיתוח:** AI מנתחת את הרקע והתפקיד של כל עובד חדש על מנת להמליץ על מודולי הדרכה, קורסים ומשאבים רלוונטיים. הדבר עוזר לעובדים לשדרג כישורים ולהסתגל לתפקידם ביעילות רבה יותר.
5. **ניהול מטלות ותזכורות:** AI שולח תזכורות אוטומטיות להשלמת מטלות בהכנסה לתפקיד, ומבטיח שעובדים עומדים בלוח ומבצעים את המטלות.
6. **שילוב חברתי:** AI מציע דרכים לעובדים חדשים ליצור קשר עם עמיתים, להצטרף לקבוצות משאבי עובדים ולהשתתף בפעילויות גיבוש. זה מטפח תחושת שייכות וחברות.
7. **תובנות על ביצועים:** בינה מלאכותית יכולה לעקוב אחר התקדמות עובדים חדשים ולספק תובנות בזמן אמת על חוויית ההכנסה לתפקיד שלהם. צוותי משאבי אנוש יכולים לזהות תחומים הדורשים שיפור ולבצע התאמות נחוצות.
8. **תמיכה בשפה ונגישות:** כלי AI יכולים לספק מידע בשפות מרובות ולהתאים לעובדים עם מוגבלויות, ולהבטיח הכללה ונגישות.

9. **איסוף משוב ושיפור:** כלי AI אוספים משוב מעובדים חדשים לגבי חוויית ההכנסה לתפקיד שלהם. נתונים אלה עוזרים לארגונים לזהות נקודות כאב ולבצע שיפורים מבוססי-נתונים.

10. **חניכה ותאום עמיתים:** בינה מלאכותית יכולה לתאם עובדים חדשים עם מנטורים או עמיתים בהתבסס על הפרופילים וההעדפות שלהם, ולטפח התפתחות מקצועית ויצירת קשרים.

כלי AI ממלאים תפקיד חיוני בשיפור חוויית העובד החדש, והופכים אותה למותאמת אישית, יעילה ומעניינת יותר. על ידי אוטומציה של מטלות מנהלתיות, מתן תמיכה בזמן אמת וסיפוק הדרכה מותאמת אישית, ארגונים יכולים להבטיח שעובדים חדשים בעלי פוטנציאל להצליח ולהיות מרוצים מהיום הראשון. תובנות ואיסוף משוב המבוססים על AI גם עוזרים לארגונים לשפר באופן מתמיד את תהליך הכניסה לתפקיד על מנת לענות על הצרכים המשתנים של כוח העבודה שלהם. ככל שטכנולוגיית AI תמשיך להתקדם, התפקיד שלה בעיצוב חוויית העובד יהפוך למרכזי יותר ויותר, ויעזור לארגונים לבנות צוותים מעורבים, עם מחוברות ארגונית גבוהה.

פרק 6: למידה ופיתוח ארגוני עם AI

כשהטכנולוגיה ממשיכה להתקדם בקצב מהיר, אין זה מפתיע שהיא חוללה מהפכה בדרך שבה אנו לומדים ומתמקצעים. ממצואות מדומה לבינה מלאכותית, הטכנולוגיה שינתה את הדרך בה אנו הוכשים ומעבירים ידע, והפכה את ההדרכה והלמידה לנגישים ויעילים יותר.

בניית מערכי/חומרי הדרכה בעזרת AI

בניית מערך הדרכה דורשת זמן ולמידה מעמיקה של עולם התוכן. מעבר לבניית הסילבוס והתכנים, עלינו לקבל החלטות כמו האם זו תהיה למידה פרונטאלית או למידה ממוחשבת? באילו עזרי הדרכה נרצה להשתמש? האם נשלח לעובדים טקסט כתוב? מצגת? סרטון?

מהיום יש לנו עוזרים אישיים וירטואליים שיבואו לעזרתנו בכל דילמה מקצועית ואפילו יעזרו לנו לכתוב ולהכין את החומרים.

נשמע כמו מדע בדיוני? קבלו דוגמה:

המשימה שלנו לבנות מערך הדרכה לשיפור מיומנויות המכירה אצלנו בארגון. עד עידן ה-AI היינו מחפשים חומרים באינטרנט, מתייעצים עם קולגות, פונים לספקים וליועצים חיצוניים. גם אחרי שעשינו את כל אלה והבנו מה אמורה לכלול הדרכה כזו, נדרש עוד הרבה זמן לבניית החומרים ולחשיבה על אופן העברתם. לזמן הזה יש להוסיף גם מבדק ידע ותהליך הטמעה.

נשמע מוכר? היום התהליך הזה יכול להיראות אחרת.

נתחיל בכלי כמו צ'ט ג'יפיטי ונבקש לבנות תוכנית הכשרה, כולל סילבוס מפורט. לגבי כל אחד מהתכנים בסילבוס נבקש ממנו לספק ראשי פרקים למצגת ולאחר מכן לפתח אותם. את התוכן הזה נוכל לקחת לכל כלי שמאפשר בניית מצגות, כמו למשל קאנבה או Gamma או NOTEBOOKLM/GEMINI ומשתמשי אופיס 365 עם קופיילוט יכולים

להעזר בקופיילוט שמוטמע בתוך פאוור פוינט. גם בתוך קאנבה מוטמעים כלי AI שיכולים לסכם/לעבות/לשנות את סגנון הכתיבה.

במקביל נוכל לקחת את הטקסט לכלי AI שממיר טקסט לסאונד ולבקש ממנו ליצור מלל מדובב. בכלי אחר נוכל לצייר מרצה וירטואלי ואז להנפיש אותו ולגרום לדמות להגיד את הטקסט שכתבנו לו. רוצים שהדמות תדבר בשפה אחרת? אין בעיה, גם את זה אפשר לעשות בלחיצת כפתור. כך בעצם יצרנו הדרכה שלמה בעזרת AI (וכמובן עם המון דיוקים וחידודים שלנו).

אבל זה לא הסוף. אח"כ נוכל לבקש מכלים כמו צ'ט גיפיטי ליצור מבדק ידע ואפילו לתת פידבק לעובדים. למשל להגדיר לצ'ט לגבי כל שאלה להגיד אם התשובה נכונה, שגויה או לא מלאה/מדוייקת. אם נדרשת הרחבה של התשובה – כלי ה-AI ייתן פידבק לעובד.

האזנות לאנשי מכירות? היום אפשר אחרת. בהנחה שהשיחות שלהם מוקלטות, כלי AI יכולים לתמלל את השיחות ולספק תובנות. אנחנו יכולים ללמד את כלי ה-AI מה מהלך השיחה המצופה וכך ה-AI יוכל לבחון את השיחה בהשוואה לסטנדרט שהצבנו לו.

מהפכה, כבר אמרנו?

זכרו שזו רק דוגמה אחת מיני רבות ליישום כלי AI במערכי הדרכה. מדובר בדוגמה פשוטה יחסית, שניתן ליישם בכל ארגון גם בלי להטמיע מערכות למידה ייעודיות. חלק גדול מהכלים חנימיים, או כרוכים בעלות זניחה.

כבר לא צריך לקרוא ערמות של מסמכים-

דמיינו סיטואציה: מסמכים שלמים עם ידע מקצועי הופכים בלחיצת כפתור לפודקאסט, לסרטון פרזנטציה, למפת חשיבה, למצגת, לאינפוגרפיקה ולכרטיסיות לימוד. כל זה קורה בקלות ובמהירות ב NotebookLM שהוא כלי שחובה להכיר.

דוגמה נוספת וחדשה יותר היא יצירת ג'יפיטי אישי לצורכי הדרכה. למשל – ניתן ליצור ג'יפיטי אישי לשיפור האנגלית העסקית/המקצועית של העובדים, ניתן ליצור ג'יפיטי

אישי שילמד את העובדים שלב אחרי שלב להפעיל מכונה מסוימת, אפשר ליצור ג'יפיטי אישי שיציג בפני העובדים עדכונים מקצועיים ואח"כ יבחן אותם על כך ועוד.

מציאות מדומה בהדרכה ולמידה

מציאות מדומה (VR) לקחה את ההדרכה והלמידה לגבהים חדשים על ידי יצירת חוויות סוחפות שמעסיקות את הלומדים כפי שלא היה מעולם. עם VR, העובדים יכולים לחוות תרחישים וסימולציות מהחיים האמיתיים בסביבה בטוחה ומבוקרת, מה שמאפשר להם לעשות טעויות וללמוד מהן ללא כל השלכות בעולם האמיתי.

לדוגמה, בתוכנית הכשרה רפואית, ניתן להשתמש ב-VR כדי לדמות ניתוחים, מה שמאפשר לסטודנטים לתרגל ולשכלל את הטכניקות שלהם בחדר ניתוח וירטואלי. בתחומים אחרים, ניתן להשתמש ב-VR כדי ליצור מחדש מערכות מורכבות, כמו תחנת כוח או אסדת נפט, מה שמאפשר לעובדים להכיר את הציוד והנהלים לפני שהם נכנסים לסביבה האמיתית.

בינה מלאכותית באימון ולמידה

הבינה המלאכותית (AI) השפיעה משמעותית גם על עולם ההדרכה והלמידה. מערכות למידה המופעלות על ידי בינה מלאכותית יכולות להתאים אישית את חווית הלמידה על ידי התאמה לצרכים האישיים של כל תלמיד. הדבר הופך את הלמידה ליעילה ואפקטיבית יותר, שכן המודרכים מקבלים שיעורים המותאמים במיוחד ליכולותיהם וסגנונות הלמידה שלהם.

לדוגמה, בינה מלאכותית יכולה לנתח נתונים משיעורים קודמים כדי לקבוע את נקודות החוזק והחולשה של העובד, ולאחר מכן להשתמש במידע זה כדי ליצור תוכנית לימודים מותאמת אישית. זה יכול להיות שימושי במיוחד לעובדים שמתקשים בנושא מסוים, שכן המערכת המופעלת על ידי בינה מלאכותית יכולה לספק משאבים נוספים ותמיכה כדי לעזור להם להצליח.

למידה אלקטרונית ולמידה מרחוק

הופעת האינטרנט וההתקדמות בטכנולוגיה הפכו את הלמידה האלקטרונית והלמידה מרחוק לנגישה ואפקטיבית יותר. באמצעות e-learning, העובדים יכולים לגשת לשיעורים, חידונים וחומרים אחרים מכל מקום עם חיבור לאינטרנט, מה שמאפשר להם ללמוד בקצב שלהם ובלוח הזמנים שלהם.

למידה מרחוק מאפשרת לעובדים להשתלב בקורסים המוצעים והכשרות ללא תלות במיקומן הגיאוגרפי. הדבר שימושי מאוד עבור ארגונים מבוזזים / ארגונים מרובי אתרים וכמובן חברות גלובאליות.

משוב

משוב הוא מרכיב חיוני בכל תהליך למידה ארגוני, שכן הוא מאפשר לאנשים לזהות תחומים לשיפור ולהניע צמיחה. הטכנולוגיה מקלה על ארגונים לאסוף ולנתח משובים, תוך מתן תובנות חשובות לגבי האפקטיביות של תוכניות ההדרכה שלהם.

לדוגמה, פלטפורמות למידה מתוקשבות יכולות להשתמש בבינה מלאכותית כדי לנתח נתונים ממבדקים ובחנים, ולספק משוב מפורט הן לתלמידים והן למדריכים. הדבר יכול לעזור למדריכים לזהות אזורים שבהם התלמידים שלהם מתקשים, ולאחר מכן לבצע התאמות בשיעורים שלהם כדי להבטיח שלכולם יש הבנה טובה יותר של החומר.

בנוסף, מציאות מדומה וכלי סימולציה יכולים לספק משוב בזמן אמת, המאפשר לאנשים לקבל משוב מיידי על הביצועים שלהם ולבצע התאמות בזמן אמת. סוג זה של משוב יכול להיות בעל ערך במיוחד בסביבות עם סיכון גבוה, כגון אימונים רפואיים או סימולציות צבאיות, שבהן תגובה מהירה ומדויקת היא קריטית.

אבל לא צריך ללכת רחוק כדי למצוא את האוצר. אפילו כלי GEN AI כמו קלוד או צ'ט ג'יפיטי יוכלו לנתח את נתוני המשוב: גם את הנתונים המספריים וגם את הנתונים המילוליים. דמיינו כמה תובנות אפשר להפיק מהפידבקים המילוליים של העובדים שלפני עידן ה-AI, היה הרבה יותר מורכב לנתח אותם.

ואפרופו משובים: משתמשות ומשתמשי קופיילוט יכולים ליצור טפסי משוב בקלות ובמהירות, כולל ניתוח AI של התוצאות.

למידה בהתאמה אישית

הטכנולוגיה מאפשרת להתאים אישית תוכניות הכשרה לעובדים בודדים על סמך ביצועיהם. הדבר נעשה על ידי שימוש בטכנולוגיית למידה אדפטיבית חכמה, שיכולה לזהות קשיים שעומדים בפני עובד ולהתאים את תוכנית ההכשרה בהתאם.

לדוגמה, אם עובד מתמודד עם קושי מסוים, הטכנולוגיה יכולה לספק משאבים וחומרים נוספים שיעזרו לו להתגבר על האתגר. בנוסף, הטכנולוגיה יכולה לעקוב אחר התקדמות העובד ולספק משוב מתמשך, מה שמאפשר שיפור מתמיד ומבטיח שההדרכה תישאר רלוונטית ומשפיעה.

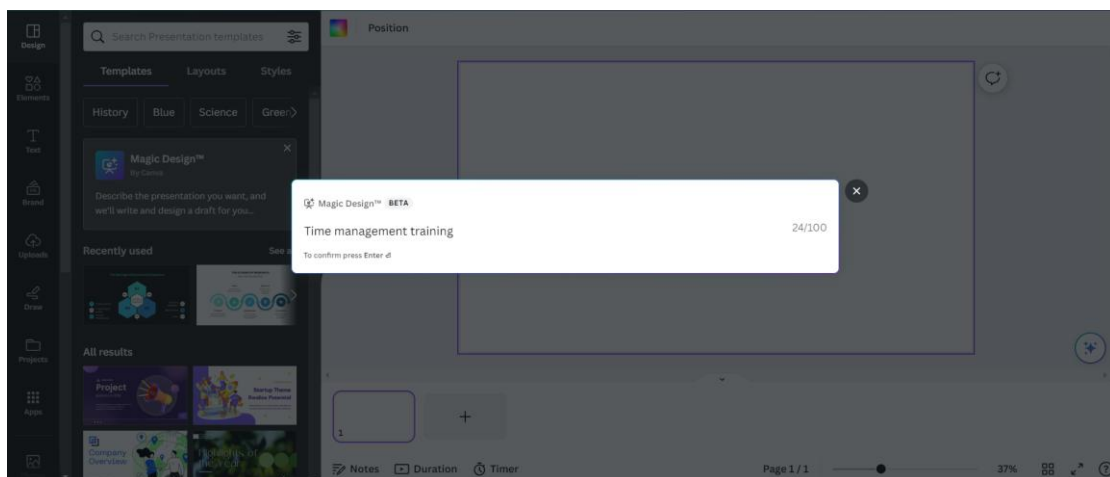
סוג זה של טכנולוגיה לא רק עוזר לעובדים להשיג תוצאות טובות יותר, אלא הוא גם הופך את ההכשרה ליעילה וחסכונית יותר עבור ארגונים. עם טכנולוגיית למידה אדפטיבית חכמה, ארגונים יכולים להבטיח שהעובדים שלהם יקבלו את ההכשרה הנכונה בזמן הנכון, ולהפיק את המרב מההשקעה שלהם בפיתוח עובדים.

אין ספק שהטכנולוגיה יכולה לשפר מאוד מאוד את תהליך המשוב בלמידה ארגונית, ולהפוך אותו למדויק, יעיל ואפקטיבי יותר.

ואפילו עיצוב וכתובה

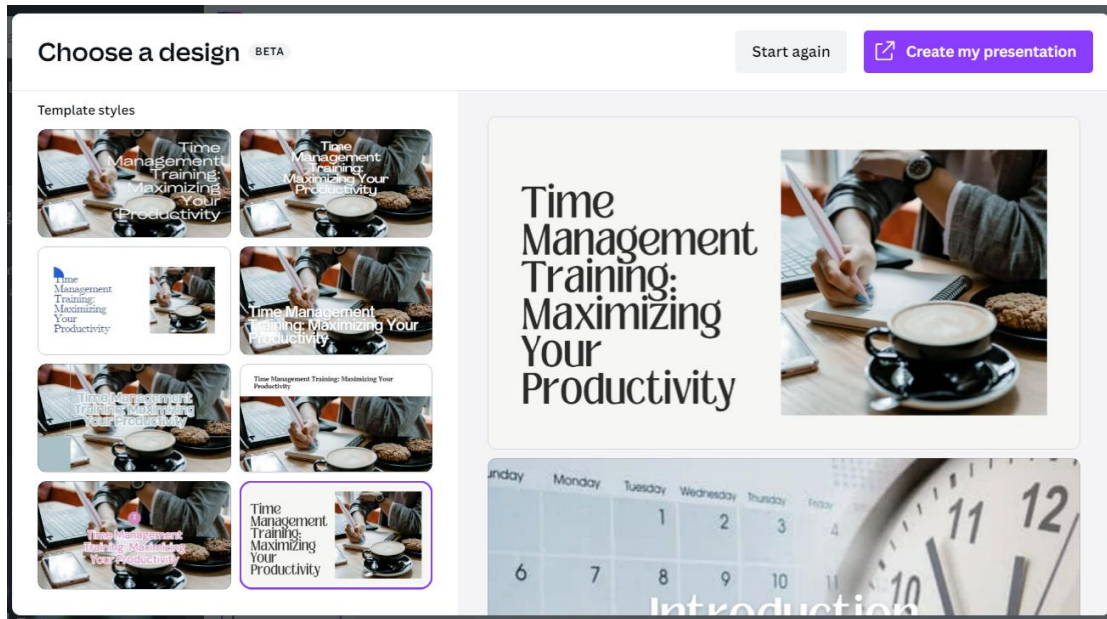
אם בעבר עיצבנו חומרי הדרכה בPower Point, הרי שהיום עומדים לרשותנו מגוון רחב של כלים החל מעיצוב מצגות Canva, פיצ'ר שמעניק הרבה מעבר לעיצוב כמו למשל הקלטת דובר במהלך המצגת עם חלופית וידאו, דרך יצירת סרטונים בקאנבה וכלה בתיבול חומרי ההדרכה בתמונות מרהיבות של מידיג'רני.

למשך בדוגמה המצורפת ביקשנו מ Canva-ai להכין לנו מצגת בנושא ניהול זמן. כך נראית הפקודה:



והתוצר:

בצד שמאל נוכל לבחור באחד מהטמפלטים המוצעים ובצד ימין נקבל תצוגה מקדימה של המצגת. לאחר בחירת הטמפלט נוכל לערוך את המצגת ולדייק אותה בהתאם



כמובן, בנוסף לקאנבה, קיימים כלי AI ייעודיים ליצירת מצגות בעזרת AI כמו למשל GAMMA. כמו כן, מיקרוסופט קופיילוט (שניתן להטמיע כרגע רק אצל משתמשי אופיס 365) נותן לכך מענה על ידי שילוב כלי AI בתוך חבילת האופיס.

בנוסף, כלי AI יכולים לחסוך זמן רב בכתיבת חומרי הדרכה וטקסטים. למשל, בעזרת ChatGPT תוכלו ליצור כותרות מעניינות, טקסטים, שאלות למשובים, חומרים מקצועיים למצגות ועוד.

אגב, גם כלי ה-AI של קאנבה יודעים ליצור תוכן, להרחיב תוכן, לסכם תוכן, לשנות את סגנון הכתיבה ואפילו לתרגם למגוון שפות. פיצ'ר התרגום יכול להיות שימושי כאשר רוצים ליצור חומרי הדרכה במספר שפות. בלחיצת כפתור ניתן להמיר את המצגת לשפה הרצויה.

בדוגמה הבאה ביקשנו מ-ChatGPT לכתוב סילבוס לתוכנית פיתוח מנהלים. מצורף חלק מתוכנית שנתית שהצ'ט בנה תוך שניות ספורות. כמובן, ככל שהיינו מנחים אותו טוב יותר בהתחלה לגבי הציפיות מהתוכנית, כך התוכן היה מדויק יותר.



צור סילבוס לתוכנית פיתוח מנהלים בארגון תעשייתי שנמצא במספר אתרים בישראל



שם התוכנית: תוכנית פיתוח מנהלים בארגון תעשייתי מרובה-אתרים בישראל



מטרות:

1. שיפור והעשרת יכולות הניהול של מנהלים ברמות שונות בארגון.
2. ייעוץ בתחומי הפיתוח הארגוני והאישי של המנהלים.
3. הכנה לאתגרים ארגוניים מרובים במספר האתרים בישראל.

סדר הפרקים והנושאים

שבוע 1: מבוא לתוכנית פיתוח מנהלים

- הבנה של מטרות התוכנית והציפיות מהמשתתפים
- ייעוץ אישי מותאם אישית לכל מנהל

שבוע 2: יכולות הניהול המרכזיות

- ניהול זמן ומשאבים
- יכולות ניהול משאבי אנוש

שבוע 3: ניהול פרויקטים ותהליכי עבודה

- פיתוח וניהול פרויקטים בארגון
- שיפור תהליכי העבודה והיציבות בארגון

שבוע 4: יציבות וניהול משברים

Regenerate

לסיכום, הטכנולוגיה שינתה לחלוטין את עולם ההדרכה והלמידה. ממצאות מדומה ועד לבינה מלאכותית, למידה מתקשבת ולמידה מרחוק, הטכנולוגיה הפכה את הלמידה לנגישה, יעילה ואפקטיבית יותר.

מסלולי קריירה, reskilling ו-upskilling בעידן הבינה המלאכותית

בעולם העבודה המודרני, המיומנויות והידע הנדרשים משתנים בקצב מואץ. התפתחויות טכנולוגיות כמו בינה מלאכותית, רובוטיקה ואוטומציה משנות את פני המקצועות ויוצרות צורך במיומנויות חדשות. עידן ה-AI יצור שינוי דרסטי בתמהיל העיסוקים הארגוניים: יהיו מקצועות שיתווספו, לצד מקצועות שישתנו ומקצועות שייעלמו כליל.

על מנת להישאר רלוונטיים ותחרותיים בשוק העבודה, עובדים חייבים להשתתף בתהליכי הכשרה והסבה מקצועית מתמדת (reskilling ו-upskilling). מנגד, מעסיקים צריכים לאפשר ולעודד את ההתפתחות המקצועית של עובדיהם.

Reskilling מתייחס לרכישת מיומנויות חדשות ושונות שיאפשרו לעובד מעבר לתפקיד או תחום חדש לחלוטין. לעומת זאת, upskilling הוא שדרוג ושיפור המיומנויות הקיימות של העובד באותו התחום.

כיצד הבינה המלאכותית יכולה לסייע בתהליכי Reskilling ו-Upskilling של עובדים?

בינה מלאכותית יכולה לסייע בביתוח מיומנויות ופערי מיומנויות תוך זיהוי צרכי ההכשרה האישיים של כל עובד. בהתאם לכך תהיה אפשרות לפיתוח מסלולי קריירה אישיים והמלצה על קורסים והכשרות רלוונטיים על ידי אלגוריתמי AI. רבות מדובר על גיוס מבוסס כישורים. שילוב כלי AI יוכל לסייע לנו הן בזיהוי הכישורים (של מועמדים ושל עובדים קיימים) ובהמלצה על קורסי הכשרה, הדרכה ולמידה מקוונים המותאמים אישית לעובד בעזרת AI.

בנוסף, כפי שראינו קודם, בינה מלאכותית יכולה לסייע לנו בביצוע סימולציות לתרגול מיומנויות חדשות באמצעות טכנולוגיות AR ו-VR.

אך בכך לא תם חלקה של הבינה המלאכותית. עוזרי הדרכה וירטואליים יוכלו ללוות את העובדים בתהליך הלמידה, מערכת ניהול למידה (LMS) חכמה תעקוב ותנתח את ההתקדמות והביצועים של העובדים.

יישום נכון של יכולות הבינה המלאכותית יכול לשדרג משמעותית את מערך פיתוח ההון האנושי והקריירה בארגון ולאפשר הסתגלות מהירה לעולם העבודה המשתנה.

מימוש פוטנציאל ניהולי וניהול טאלנטים פנים ארגוני בעזרת AI:

אחת המטרות האסטרטגיות של משאבי אנוש היא זיהוי, טיפוח וקידום עובדים בעלי פוטנציאל ניהולי גבוה כדי לבנות עתודת מנהיגות איכותית לטווח הארוך.

כלי בינה מלאכותית יספקו יכולות מתקדמות לאיתור, ניתוח ומימוש הפוטנציאל הניהולי בארגון:

- **זיהוי עובדים בעלי פוטנציאל** - אלגוריתמי AI לניתוח פרופיל עובדים על בסיס ביצועים, כישורים רכים, נתוני הערכות וסקרים. איתור עובדים בעלי פוטנציאל ניהולי גבוה.
- **פיתוח מנהיגים עתידיים** - המלצה על תוכניות הכשרה, קורסים, הדרכה וליווי אישיים מותאמים אישית לפיתוח הפוטנציאל הניהולי של כל עובד.
- **הקטנת פערי מנהיגות** - שימוש בסימולציות מנהיגות ותרגילי ניהול מאתגרים ב-VR כדי לפתח ולתרגל מיומנויות ניהוליות.
- **תכנון עתודה** - מיפוי וניתוח פערי מנהיגות וצרכי איוש תפקידים ניהוליים עתידיים. גיבוש תוכנית עתודה אסטרטגית.
- **ניטור התקדמות** - מעקב אחר ביצועי העתודה הניהולית המתפתחת ובהתאם לכך קידום המנהלים הפוטנציאליים ושילובם במשרות ניהוליות.
- **למידה מותאמת אישית** - פלטפורמות למידה חכמות המזהות פערים במיומנויות ניהוליות אצל מנהיגים וממליצות על תכנים והדרכות מתאימים.
- **משוב והערכה** - סקרי 360 ממוחשבים להערכת פוטנציאל ניהולי וקבלת משוב בזמן אמת על יכולותיהם מהסביבה הארגונית.
- **תכנון המשכיות** - מידול תרחישי יציאה והערכת סיכונים בקרב מנהלים ועתודה ניהולית, תכנון המשכיות ניהולית.

יישום נכון של יכולות הבינה המלאכותית יכול ליעל ולשפר באופן משמעותי את תהליכי זיהוי, טיפוח ומימוש הפוטנציאל הניהולי בארגון לטווח הארוך.

שימור עובדים ומחברות ארגונית מהווים אתגר אסטרטגי לארגונים בין אם בתקופות צמיחה ובין אם בתקופות של צמצומים ומיתון. גם כאן הבינה המלאכותית תיצור פריצת דרך משמעותית בהתמודדות עם האתגרים הללו בארגונים.

לבינה מלאכותית, עם יכולתה המרשימה לעבד כמויות עצומות של נתונים, לזהות דפוסים, ולספק תובנות, יש יותר מאשר ערך שיווקי - היא כלי חזק שניתן לנצל כדי להטמיע אסטרטגיות מיטביות לשימור עובדים והגברת המחברות.

7.1: חיזוי במשאבי אנוש: מינוף כוחה של בינה מלאכותית

לשימור ומחברות עובדים

במסע לשימור עובדים, מנהלי משאבי אנוש יוכלו לפנות לכלי ניתוח וניבויי המבוססים על בינה מלאכותית (AI).

הגישה הקלאסית לשימור עובדים ומעורבותם הסתמכה במידה רבה על אמצעים ריאקטיביים, כשלעיתים קרובות זיהו בעיות רק אחרי שכבר השפיעו לרעה על כוח העבודה.

עם זאת, עם הופעת הבינה המלאכותית, אנחנו יכולים כעת לאמץ עמדה פרואקטיבית, לחזות בעיות ואתגרים פוטנציאליים, ולנקוט פעולה בזמן כדי לטפל בהם. בפרק זה נראה כיצד בינה מלאכותית מעצבת מחדש את תחום הניתוח והניבוי במשאבי אנוש, ומאפשרת לארגונים לצפות תחלופת עובדים, להגביר מעורבות, ולטפח כוח עבודה מרוצה ופרודוקטיבי יותר.

הבנת תהליכי החיזוי במשאבי אנוש

היכולת להשתמש בכלי חיזוי (Predictive Analytics) במשאבי אנוש כרוכה בשימוש בנתונים היסטוריים ונוכחיים על מנת לחזות מגמות ותוצאות עתידיות של המשאב

האנושי. מדובר בשימוש באלגוריתמים סטטיסטיים ומודלים של למידת מכונה כדי לזהות דפוסים ומתאמים בנתוני העובדים, שלאחר מכן ניתן להשתמש בהם כדי לקבל החלטות מושכלות. בהקשר של שימור עובדים ומעורבותם, ניתוח ניבויי מתמקד בהבנת הגורמים המשפיעים על תחלופה וחוסר מעורבות.

תפקיד הבינה המלאכותית בשיפור תוצאות הניבוי

1. **איסוף נתונים וביצוע אינטגרציה ביניהם:** מערכות בינה מלאכותית מצטיינות באיסוף, עיבוד ומיזוג מקורות נתונים מגוונים. הן יכולות למזג נתונים ממערכות משאבי אנוש שונות, כולל סקירות ביצועים, סקרי עובדים, מעקב זמן ועוד. על ידי מיזוג מרכזי של נתונים אלה, בינה מלאכותית מספקת תמונה כוללת של מסעו של כל עובד בארגון.

2. **זיהוי גורמי מפתח:** אלגוריתמים מבוססי בינה מלאכותית יכולים לזהות גורמי מפתח התורמים לתחלופת עובדים וחוסר מעורבות. גורמים אלה עשויים לכלול חוסר שביעות רצון מהעבודה, יחסים גרועים בין מנהלים לעובדים, הזדמנויות צמיחה מוגבלות, ועוד. בינה מלאכותית מנתחת נתונים היסטוריים על מנת לזהות את המשתנים הספציפיים שרלוונטיים ביותר למצב הייחודי של כל ארגון.

3. **יצירת מודלי חיזוי:** מודלים של למידת מכונה, כגון עצי החלטה, רגרסיה לוגיסטית ורשתות עצביות, משמשים ליצירת מודלים ניבויים. מודלים אלה יכולים לחזות אילו עובדים נמצאים בסיכון הגבוה ביותר לעזוב או להפוך ללא מעורבים בעתיד הקרוב. מערכות בינה מלאכותית משפרות מודלים אלה ברציפות ובכך מבטיחות את דיוקם לאורך זמן.

4. **מעקב בזמן אמת:** בינה מלאכותית מאפשרת מעקב בזמן אמת אחר רגשות והתנהגויות של עובדים. אלגוריתמים של עיבוד שפה טבעית (NLP) יכולים לנתח נתוני טקסט, כגון משוב עובדים, מיילים ושיחות צ'אט, על מנת להעריך את הלך הרוח של העובדים ולזהות סימני אזהרה מוקדמים של חוסר שביעות רצון או חוסר מעורבות.

5. **תובנות מנחות:** בינה מלאכותית לא מסתפקת בזיהוי נקודות סיכון, אלא גם מציעה פתרונות. היא לא רק אומרת לנו אילו עובדים בסיכון אלא גם מציעה התערבויות

מותאמות אישית על מנת למנוע תחלופה או להגביר מעורבות. המלצות אלה יכולות לכלול תוכניות פיתוח קריירה אישיות, הזדמנויות חונכות, או שינויים בגישות ניהוליות.

בינה מלאכותית תוכל להעניק לנו כלים חשובים לשימור עובדים ולשיפור מחוברות ארגונית. על ידי ניצול כוחם של אלגוריתמים וניתוח נתונים מבוססי בינה מלאכותית, ארגונים יכולים לצפות אתגרי כוח אדם, למנוע נטישת טאלנטים, וליצור סביבה שבה עובדים מעורבים, מחוברים ובעלי מוטיבציה. אין ספק שהשילוב בין הבינה האנושית לבינה המלאכותית תאפשר לנו קפיצת מדרגה משמעותית גם בתחום הזה.

7.2: למידה והתפתחות מותאמות אישית: התפקיד של בינה

מלאכותית בשימור ומחברות עובדים

למידה ופיתוח ארגוני הם בסיס משמעותי לשימור עובדים ולמחברות ארגונית. כבר היום הבינה המלאכותית מחוללת מהפך בלמידה ובפיתוח המותאמים אישית לעובדים. בפרק זה נראה כיצד בינה מלאכותית מעצבת מחדש תוכניות הדרכה, עוזרת לעובדים לממש את הפוטנציאל המלא שלהם, ומטפחת תרבות של מעורבות ונאמנות. למידה ופיתוח ארגוני נשענים בדרך כלל על מודולי הדרכה גנריים ונתיבי קריירה רחבים. בעוד שלתוכניות אלה ישנן יתרונות, לעיתים קרובות הן נכשלות בטיפול בפערי מיומנויות אישיים ובשאיפות קריירה. בהכרה במגבלה זו, ארגונים כיום פונים לבינה מלאכותית על מנת להתאים חוויות למידה מותאמים וליצור נתיבי פיתוח קריירה משמעותיים.

התאמה אישית מונעת בינה מלאכותית בלמידה ופיתוח

1. **הערכת מיומנויות:** בינה מלאכותית מתחילה בהערכת המיומנויות, הכישורים ויעדי הקריירה של כל עובד. היא לוקחת בחשבון נתונים מהערכות ביצועים, מבחני מיומנויות והערכות עצמיות.

2. **מנועי המלצות מותאמים אישית:** מנועי המלצות מונעי בינה מלאכותית מנתחים את המיומנויות ומסלולי הקריירה של בעלי ביצועים גבוהים בארגון, ומזהים את הנתיבים שהובילו להצלחתם. מנועים אלה מציעים משאבי למידה, קורסים והזדמנויות פיתוח מותאמים אישית עבור כל עובד.

3. **למידה אדפטיבית:** בינה מלאכותית מתאימה חומרי הדרכה לקצב ורמת המיומנות של הלומד. היא מזהה תחומים שבהם עובד עלול להתקשות ומספקת תמיכה ומשאבים נוספים בתחומים אלה. לחילופין, אם עובד מצטיין בלמידה, המערכת יכולה להאיץ את הכשרתו בצורה מהירה יותר.

4. **מיקרו-למידה:** בינה מלאכותית מאפשרת מיקרו-למידה, מספקת שיעורים קצרים וממוקדים שתואמים את הגדרת התפקיד הנוכחית של העובד ואת יעדי הקריירה העתידיים. גישה זו מבטיחה שהלמידה מעשית, ישימה באופן מיידי, ולא מעיקה.

5. **מעקב התקדמות:** בינה מלאכותית עוקבת אחר ההתקדמות של העובד ומעריכה את שליטתו במיומנויות שונות. היא מספקת משוב ותובנות סדירים הן לעובד והן למנהל שלו, ומאפשרת שיפור מתמשך.

למידה ופיתוח אישיים מונעי בינה מלאכותית מייצגים שינוי פרדיגמה בפרקטיקות משאבי אנוש. על ידי ניצול יכולות הבינה המלאכותית, ארגונים יכולים ליצור כוח עבודה שלא רק בעל מיומנויות גבוהות אלא גם מעורב ונאמן. עובדים החשים שמסלולי הקריירה שלהם מותאמים אישית ליעדיהם, סביר יותר שיישארו מחויבים לארגון, מובילים לשיעורי שימור גבוהים יותר ותורמים בסופו של דבר להצלחת החברה.

7.3 שימוש בצ'אטבוטים לתמיכת משאבי אנוש: מהפכה

במעורבות ושימור עובדים

בנוף הדינמי של ניהול משאבי אנוש, מתן תמיכה וסיוע אפקטיביים לעובדים הוא היבט קריטי בהבטחת מעורבותם ושימורם. ערוצי תמיכה מסורתיים במשאבי אנוש לעיתים קרובות נתקלים באתגרים כגון זמינות מוגבלת, עיכובים במענה, ושאלות חוזרות ונשנות.

ה AI מביא עימו צ'אטבוטים, עוזרים וירטואליים מונעי בינה מלאכותית המעצבים מחדש את האופן שבו נשות ואנשי מקצוע במשאבי אנוש מתקשרים עם עובדים. בפרק זה נראה כיצד צ'אטבוטים משפרים את חוויית העובד, מתמודדים עם בירורים בנושאי משאבי אנוש במהירות, ותורמים למעורבות ושימור משופרים.

מתן שירות לעובדים

אחד התפקידים הקלאסיים של מחלקות משאבי אנוש הוא לטפל בשאלות עובדים בנושאים כגון תגמולים והטבות, מדיניות ארגונית, תהליכי קליטה, שכר, ועוד. עם זאת, ככל שארגונים גדלים, היקף הפניות הקשורות למשאבי אנוש יכול להיות גדול. בחלק מהארגונים הגדולים הטמיעו "מרכזי חווית עובד" הפועלים כמו מוקד שירות פנים ארגוני ונותנים מענה לפניות מעובדים. הצ'אטבוטים והסוכנים/אוטארים מציעים פתרון בר-קיימא ויעיל לאתגרים אלה, מספקים תמיכה מיידית לעובדים תוך שחרור אנשי משאבי אנוש למשימות אסטרטגיות יותר.

מהם היתרונות של צ'אטבוטים ואוואטרים מונעי בינה מלאכותית למשאבי אנוש?

1. **זמינות 24/7:** צ'אטבוטים של משאבי אנוש זמינים לאורך כל השעות, ומבטיחים שעובדים יכולים לבקש סיוע בנוחותם, ללא תלות באזורי זמן או משמרות עבודה. זמינות זו היא בעלת ערך מיוחד עבור ארגונים גלובליים.

2. **מענה מיידי:** צ'אטבוטים מספקים מענה מיידי לשאלות משאבי אנוש נפוצות. בין אם מדובר בשאלה על חופשה, עדכון מידע אישי או גישה לחומרי הדרכה, העובדים מקבלים תשובות בזמן אמת.

3. **סיוע מותאם אישית:** צ'אטבוטים מונעי בינה מלאכותית יכולים להתאים אישית תשובות בהתבסס על הפרופיל וההיסטוריה של העובד, מה שהופך אינטראקציות למותאמות ורלוונטיות יותר.

4. **אינטגרציה עם מערכות משאבי אנוש:** צ'אטבוטים משתלבים באופן חלק עם מערכות משאבי אנוש, ומאפשרים לעובדים לגשת למידע מרשומות משאבי האנוש שלהם, כגון תלושי שכר, פירוט הטבות וסקירות ביצועים.

5. **עיבוד שפה טבעית (NLP):** צ'אטבוטים מצוידים ביכולות NLP, המאפשרות להם להבין ולפרש שאלות ובקשות של עובדים בשפה טבעית. זה הופך אינטראקציות לידידותיות ונגישות יותר למשתמש.

6. **אוטומציה של מטלות שגרתיות:** צ'אטבוטים יכולים לאפשר אוטומציה של מטלות שגרתיות במשאבי אנוש כגון הגשת בקשות חופשה, מעקב אחר יתרות חופשה ועיבוד דוחות הוצאות. אוטומציה זו מנגישה תהליכי משאבי אנוש ומפחיתה נטל מנהלי.

לסיכום

צ'אטבוטים תומכי משאבי אנוש הפכו לכלי שמשנה את כללי המשחק עבור מחלקת משאבי אנוש העונים לצרכים של כוח עבודה מגוון ופרוס גאוגרפית. היכולת שלהם לספק מענה מיידי, סיוע אישי ושילוב חלק עם מערכות משאבי אנוש לא רק משפרת את חוויית העובד אלא גם עוזרת לצוותי משאבי אנוש לפעול ביעילות רבה יותר. ככל



שעובדים מקבלים תמיכה מהירה, מדויקת ונוחה, המעורבות שלהם עם הארגון מתחזקת, מובילה לשביעות רצון גבוהה יותר בעבודה ולשיעורי שימור גבוהים יותר.

הערכת ביצועים היא תהליך במסגרתו מעריכים המנהלים את הביצועים של העובדים שלהם. הערכה זו יכולה לשמש למספר מטרות, כגון:

- **שיפור הביצועים:** הערכה יכולה לעזור לעובדים לזהות את נקודות החוזק והחולשה שלהם, ולפתח תוכניות לשיפור הביצועים שלהם.
- **קבלת החלטות על קידום, שכר, והכשרה:** הערכה יכולה לשמש להחלטות על קידום עובדים, מתן שכר, והקצאת משאבים להכשרה.
- **פיתוח עובדים:** הערכה יכולה לשמש כדי לזהות עובדים עם פוטנציאל לצמוח, ולפתח תוכניות פיתוח מקצועי עבורם.

ישנם מספר סוגים של הערכות ביצועים:

- **הערכות 360 מעלות:** הערכות אלו כוללות משוב ממנהלים, עמיתים, לקוחות, ועצמי.
- **הערכות מבוססות יעדים:** הערכות אלו מבוססות על היעדים שהעובדים הציבו לעצמם.
- **הערכות מבוססות מיומנויות:** הערכות אלו מבוססות על המיומנויות והידע הדרושים לתפקיד.

הערכת ביצועים היא תהליך חשוב עבור ארגונים. הערכה זו יכולה לעזור לארגונים לשפר את הביצועים של העובדים שלהם, ולפתח עובדים מוכשרים ומחויבים.

שלבי הערכת ביצועים

הערכת ביצועים היא תהליך מורכב הכולל מספר שלבים, כגון:

- הגדרת יעדים: שלב זה כולל הגדרת היעדים שהעובדים צריכים להשיג.
 - הגדרת קריטריונים: שלב זה כולל הגדרת הקריטריונים שבאמצעותם יבחנו הביצועים של העובדים.
 - איסוף מידע: שלב זה כולל איסוף מידע על הביצועים של העובדים, כגון:
 - הישגים: מידע על הישגי העובדים, כגון: מספר הפרויקטים שהשלימו, המכירות שהשיגו, והלקוחות שהם שירתו.
 - התנהגות: מידע על ההתנהגות של העובדים, כגון: היעילות שלהם, היחס שלהם ללקוחות, ועבודת הצוות שלהם.
 - ניתוח מידע: שלב זה כולל ניתוח המידע שנאסף כדי להעריך את הביצועים של העובדים.
 - מתן משוב: שלב זה כולל מתן משוב לעובדים על הביצועים שלהם.
 - פיתוח תוכנית פעולה: שלב זה כולל פיתוח תוכנית פעולה לעובדים כדי לשפר את הביצועים שלהם.
- כדי להבטיח שהערכת ביצועים תהיה יעילה, חשוב להקפיד:
- להיות הוגנים ומקצועיים: הערכה צריכה להתבצע באופן הוגן ומקצועי.
 - להיות מבוססים על נתונים: הערכה צריכה להיות מבוססת על נתונים מוצקים.
 - להיות ספציפיים: הערכה צריכה להיות ספציפית וממוקדת.
 - להיות פרודוקטיביים ומועילים: הערכה צריכה להיות פרודוקטיבית, להסביר לעובד היכן עליו להשתפר ולתת לו את הכלים לכך.

שילוב בינה מלאכותית בתהליכי הערכת עובדים:

תהליכי ניהול ביצועים קלאסיים לעיתים קרובות כוללים סקירות ביצועים שנתיות או חצי-שנתיות, אשר לפעמים נתפסות כפורמליות יותר מאשר כלים אפקטיביים לפיתוח עובדים. תהליכים אלו מסתמכים בחלק גדול מהמקרים על הערכות סובייקטיביות, מה שמוביל לבעיות כגון הטיית דעה וחוסר עקביות. לעומת זאת,

ניהול ביצועים מונע בינה מלאכותית מייצג שינוי פרדיגמה, עם דגש על שיפור מתמיד, אובייקטיביות ותובנות מבוססות-נתונים.

יתרונות מרכזיים של הערכת ביצועים מבוססת בינה מלאכותית:

1. הערכה אובייקטיבית: בינה מלאכותית עוזרת בהערכה אובייקטיבית של ביצועי עובדים על ידי ניתוח נתונים קונקרטיים במקום להסתמך אך ורק על הערכות מנהלים. זה כולל ניתוח מדדים שונים, כגון שיעורי השלמת פרויקטים, נתוני מכירות, ציוני שביעות רצון לקוחות ועוד.

2. משוב רציף/זמן אמת: בינה מלאכותית מאפשרת משוב רציף באמצעות מעקב וניתוח נתונים בזמן אמת. מנהלים יכולים לספק משוב מיידית על משימות או פרויקטים ספציפיים, מה שמאפשר לעובדים לבצע התאמות נחוצות במהירות. בינה מלאכותית מציעה דשבורדים לניתוח נתונים בזמן אמת המספקים תובנות מיידיות על ביצועי צוותים ויחידים. מנהלים יכולים לעקוב אחר התקדמות, לזהות תחומים לשיפור ולקבל החלטות מבוססות נתונים בזמן אמת.

3. משוב 360 מעלות: מערכות בינה מלאכותית יכולות לאסוף משוב ממקורות מגוונים, כולל עמיתים, כפיפים ואפילו בעלי עניין חיצוניים, ולספק תמונה הוליסטית של ביצועי העובד. אלגוריתמי למידת מכונה עוזרים לזהות דפוסים ומגמות במשוב זה.

4. תוכניות פיתוח מותאמות אישית: בינה מלאכותית יכולה לייצר תוכניות פיתוח אישיות עבור עובדים בהתבסס על נתוני הביצועים שלהם ויעדי הקריירה שלהם. תוכניות אלה עשויות לכלול הזדמנויות הכשרה, תוכניות חונכות או משימות מאתגרות שתואמות לשאיפות העובד.

5. ניתוח פערי מיומנויות: בינה מלאכותית יכולה לזהות פערי מיומנויות בכוח העבודה, ולעזור לצוותי משאבי אנוש ומנהלים לקבל החלטות מושכלות על יוזמות

הדרכה ופיתוח. כך נבטיח שעובדים מקבלים תמיכה ממוקדת לשיפור מיומנויותיהם.

בינה מלאכותית משנה את ניהול הביצועים על ידי הפיכתו למבוסס נתונים, אובייקטיבי וממוקד בשיפור מתמיד. על ידי ניצול כוחה של בינה מלאכותית, ארגונים יכולים ליצור תהליך ניהול ביצועים שלא רק מעריך ביצועים בדיוקנות אלא גם משפר את פיתוח העובד, מעורבותו ושביעות הרצון הכללית מהעבודה. העתיד של ניהול ביצועים טמון בשילוב היכולות האנליטיות של בינה מלאכותית עם המגע האנושי של מנהיגות וחונכות אפקטיביות.

פרק 9: תקשורת ארגונית ובינה מלאכותית

תקשורת ארגונית היא תהליך של העברת מידע בין אנשים בארגון, או מההנהלה לעובדים בארגון. היא חיונית להצלחת הארגון, שכן היא מאפשרת לעובדים לשתף פעולה, להבין את מטרות הארגון, ולקבל החלטות מושכלות. אין ספק ששימוש בכלי AI יכול ליצור טרנספורמציה בניהול התקשורת הארגונית.

9.1 מבוא לתקשורת ארגונית ותפקידה בארגון

תקשורת ארגונית נחלקת ל**תקשורת פנים-ארגונית**: תקשורת בין אנשים בארגון, כגון בין עובדים, בין מנהלים לעובדים, ובין עובדים ללקוחות. **תקשורת חוץ-ארגונית**: תקשורת בין הארגון לגורמים חיצוניים, כגון לקוחות, ספקים, שותפים עסקיים, ותקשורת ציבורית.

תקשורת ארגונית ממלאת מגוון תפקידים חשובים בארגון:

יצירת הבנה משותפת: תקשורת ארגונית מאפשרת לעובדים להבין את מטרות הארגון, את תפקידיהם, ואת הדרכים שבהן הם יכולים לתרום להצלחת הארגון.

שיפור שיתוף פעולה: תקשורת ארגונית מאפשרת לעובדים לשתף פעולה ביעילות כדי להשיג מטרות משותפות.

קבלת החלטות מושכלות: תקשורת ארגונית מאפשרת לעובדים לקבל החלטות מושכלות על סמך מידע מלא ומדויק.

ניהול משברים: תקשורת ארגונית יכולה לסייע לארגון לנהל משברים בצורה יעילה.

מחברות ארגונית: תקשורת ארגונית היא אחד הגורמים החשובים ביותר למחברות ארגונית. מחברות ארגונית היא תחושת שייכות, מעורבות, ותחושת מטרה של העובדים כלפי הארגון. תקשורת ארגונית יעילה יכולה לתרום למחברות ארגונית במספר דרכים: ראשית, תקשורת ארגונית מאפשרת לעובדים להבין את מטרות הארגון, את תפקידיהם, ואת הדרכים שבהן הם יכולים לתרום להצלחת הארגון. הבנה משותפת זו היא הבסיס למחברות ארגונית. בנוסף, תקשורת ארגונית מאפשרת

לעובדים לשתף פעולה ביעילות כדי להשיג מטרות משותפות. שיתוף פעולה זה הוא חיוני להצלחת הארגון, ויכול לתרום לתחושת המחברות של העובדים לארגון. כמו כן, תקשורת ארגונית יכולה לסייע לעובדים להרגיש שייכים לארגון. תקשורת יעילה מאפשרת לעובדים לדעת שהם מוערכים, שהם חלק מקבוצה, ושהם תורמים להצלחת הארגון.

חוסן: תקשורת ארגונית יעילה יכולה לתרום לחוסן ארגוני על ידי מתן מידע שיכול להיות חיוני להתמודדות עם משברים או מצבים לא צפויים. למשל בתחילת תקופת הקורונה פונקציות תקשורת ארגונית השקיעו מאמצים במתן מידע, הנחיות והעברת מסרים מההנהלה לשטח. בנוסף, תקשורת ארגונית תורמת לחוסן הארגוני על ידי שיפור שיתוף הפעולה בין עובדים שמאפשר התמודדות עם אתגרים. כמו כן, תקשורת ארגונית תחזק את החוסן הארגוני על ידי יצירת תחושת ביטחון. תחושה זו היא חיונית לחוסן הארגוני, שכן היא מאפשרת לעובדים להתמקד בעבודה שלהם ולא לדאוג לעתיד.

בחלק מהארגונים, יש פונקציה ייעודית לתקשורת ארגונית. פונקציה זו אחראית על תכנון, ביצוע, ומעקב אחר פעילויות תקשורת ארגונית.

פונקציה ייעודית לתקשורת ארגונית יכולה להיות יעילה במיוחד בארגונים גדולים או מורכבים, שבהם יש צורך בתקשורת יעילה בין עובדים ומחלקות שונות.

בחלק מהארגונים, תקשורת ארגונית היא חלק מתפקיד ה-HR. במקרים אלו, מנהל ה-HR אחראי על תכנון, ביצוע, ומעקב אחר פעילויות תקשורת ארגונית. תקשורת ארגונית כחלק מתפקיד ה-HR יכולה להיות יעילה במיוחד בארגונים קטנים או בינוניים, שבהם אין משאבים להקים פונקציה ייעודית לתקשורת ארגונית.

9.2 שימוש ב-AI לתקשורת פנים-ארגונית

תקשורת ארגונית יעילה ושקופה היא אחד הגורמים החשובים ביותר ליצירת סביבת עבודה חיובית ומגובשת. כלי בינה מלאכותית מציעים פתרונות חדשניים לשיפור התקשורת הפנימית בארגון:

● **כתיבת תקשורים ארגוניים בעזרת כלי GEN AI** – כפי שראינו בפרקים הקודמים, כלי AI יוצר יכולים לכתוב תוך שניות טקסטים בהתאם למטרות, לחזון, לערכים ולסגנון הכתיבה שנגדיר להם. משום שהסברנו על הכלים בפרקים קודמים, לא נחזור על ההסבר, אבל כן ניתן דוגמה ליצירת תקשור ארגוני בעזרת AI. את משימת הכתיבה הבאה החלטנו לתת לקלוד. ביקשנו ממנו לכתוב נוסח רותם לתקשור ארגוני בנושא צמצום העבודה מהבית:

התנהג כמו מנהל תקשורת ארגונית. הוצא תקשור ארגוני המודיע לעובדים על צמצום העבודה מהבית מ-3 ימים ליומיים. הסבר את הרציונאל למהלך ורתום את העובדים לשיתוף פעולה מבלי להזכיר סנקציות




שלום עובדים יקרים,

אני מבין שהשינוי במדיניות העבודה מהבית עשוי להיות מאתגר עבור חלק מכם. החלטנו לצמצם את מספר הימים שניתן לעבוד מהבית מ-3 ל-2 ימים בשבוע, כחלק ממואמצים לשפר את התקשורת ושיתוף הפעולה בתוך הארגון.

אני מאמין שנוכחות פיזית מוגברת במשרד תאפשר לנו להיפגש יותר פנים אל פנים, לשתף רעיונות בצורה יעילה יותר, ולחזק את רוח הצוות. עם זאת, אנחנו מכבדים את הצורך שלכם בגמישות, ולכן נותרו 2 ימי עבודה מהבית.

אני סומך על שיתוף הפעולה שלכם במעבר הזה. אם יש לכם חששות או רעיונות כיצד לשפר את התהליך, אנא פנו אליי באופן ישיר. המטרה המשותפת שלנו היא ליצור סביבת עבודה פרודוקטיבית ותומכת עבור כולם.

תודה על הבנתכם ועל מחויבותכם להצלחת הארגון.

 Copy  Retry


אחת השאלות שעולות בסדנאות ה-AI FOR HR שאנחנו מעבירים היא איך AI יכול לכתוב בשפה שלנו, להתאים את סגנון הכתיבה לרוח הארגון, לחזון, לערכים. בפרק שעסק בגיוס הסברנו כיצד ללמד את כלי ה-AI לחקות סגנונות. מומלץ לעיין בשלבים המפורטים שם.

בתחום התקשורת הארגונית אפשר ללמד את ה-AI מספר סגנונות. למשל סגנון שנקרא חוזר מנכ"ל, לעומת סגנון שמשמש לאירועים, לעומת סגנון שמשמש בתקופת משבר (למשל ניתן ליצור סגנון "חרבות ברזל" שיהיה סגנון אמפאתי שתואם יותר לתקופת מלחמה). לימוד הסגנון מבוצע על ידי הכנסת מגוון דוגמאות של תקשורים לכלי ה-AI. כמובן, שימו לב שאינכם מכניסים לכלים הללו מידע דיסקרטי משום שהם לומדים.

● **בניית גאנט תקשורת ארגונית** – ארגונים רבים מנהלים את התקשורת הארגונית בעזרת אפליקציה ארגונית, אימיילים ומסרונים. מלבד שליחת הודעות, תקשורת ארגונית אקטיבית יוזמת יצירת תכנים פנים ארגוניים בהתאם לחזון, לערכים ולמסרים שרוצים לחזק. למשל אם רוצים לעודד חבר מביא חבר, תקשורת ארגונית יכולה להוציא תקשור עם סיפורי הצלחה.

בניית גאנט תקשורת מאוד דומה לבניית גאנט פעילות למיתוג מעסיק עליה דיברנו בפרקים קודמים. גם כאן, כלי AI יוצר יכולים לתמוך בבניית הגאנט. כלים כמו ChatGPT יכולים לבנות את הגאנט עצמו, כלים כמו Canva ai או Tome יכולים לבנות מצגת.

● **יצירת תמונות לתקשורים וסטיקרים לוואטצאפ** – כפי שראינו בפרקים שדנו במיתוג מעסיק ובפרק על שיווק הגיוס, כלי AI יכולים לסייע לנו ביצירת תמונות שיעזרו לנו לחזק את המסרים הארגוניים. תמונות אלה יכולות לשמש כבסיס גם לסטיקרים בוואטצאפ שמחזקים "גאוות יחידה", מעלים את המורל וגם מייצרים מוטיבציה לפעילויות ארגוניות שרוצים לקדם.

● **פלטפורמות תקשורת פנימית המבוססות על AI** - ממשק אינטואיטיבי, התאמה אישית של תוכן ועדכונים רלוונטיים לכל עובד.

● **סיכום אוטומטי של פגישות ושיחות** - תמצות מפגשים ארוכים והפצת עיקרי הדברים למשתתפים. קיימים כלים ייעודיים לזום, לטימס ואפילו דרך ה-Word אפשר לתמלל פגישה. באותו אופן ניתן לבצע תמלול אוטומטי של שיחות וועידה - יצירת תמליל מדויק משיחות קוליות והפצתו למשתתפים.

● **אוטומציות, צ'ט-בוטים, בניית דפי נחיתה וטפסים בעזרת AI** – ארגונים רבים המעוניינים לחסוך עבודה ידנית של רישום עובדים לפעילויות משתמשים בדפי נחיתה לאיסוף המידע. בניית דפי נחיתה גוזלת זמן ודורשת מיומנות. היום ניתן לבנות דפי נחיתה בקלות ובמהירות בעזרת כלי AI. כמו כן, ניתן לאסוף פרטים מעובדים בעזרת צ'ט-בוטים שיוכלו לנהל דיאלוג עם העובדים. הרבה מאוד פעולות ידניות שגזלו עד כה הרבה זמן ומילאו את היומן שלנו בתזכורות, יוכלו להתבצע על ידי אוטומציות מבוססות AI.

● **פרסונליזציה** – עם יד על הלב, מה אחוזי פתיחת התקשורים הארגוניים אצלכם? עובדים רבים נוטים להתעלם מהתקשורים או שמוציאים אותם בלא רלוונטיים. כלי AI יוכלו לנטר את תחומי העניין של העובדים ואת מידת הרלוונטיות ולשלוח מסרים מותאמים אישית. יתרה מכך, הם יוכלו לנבא באיזה יום ושעה הסיכוי הגבוה ביותר לפתיחת התקשור ולתזמן אותו בהתאם.

● **תרגום לשפות** – כלי AI שזמינים כיום מאפשרים תרגום הן של טקסטים, הן של סאונד והן של וידאו למגוון שפות. פעולה זו יכולה לתרום מאוד לתקשורת ארגונית בארגונים גלובאליים. ברבעון השלישי של 2023 קאנבה הטמיעה כלי תרגום שמאפשר לתרגם תקשורים שלמים ומצגות לכל שפה שנרצה בלחיצת כפתור.

תרגום טקסטים – אנחנו מזינים לכלי AI טקסט בשפת המקור והכלי יתרגם את הטקסט לכל שפה שנבחר. הדבר שימושי לתקשורים בארגונים בהם יש עובדים שדוברים מספר שפות. האפשרות לפנות לעובדים בשפת האם שלהם תורמת לפרסונליזציה ומחזקת את העברת המסרים.

תרגום סאונד/וידאו - כלי AI יכולים לדובב סרטון/קובץ שמע למגוון שפות אחרות כמו רוסית, גרמנית, צרפתית, ערבית, איטלקית ועוד. כך למשל אם מנכ"ל החברה שלכם צילם סרטון באנגלית, AI יוכל לגרום לו לדבר בכל שפה שתבחרו.

● **זיהוי וסיכון תוכן פוגעני** - מניעת הפצת תכנים פוגעניים או בלתי הולמים ברשת הארגונית.

● **מדידה וניתוח נתוני תקשורת** - זיהוי מגמות ותובנות בנתוני תקשורת פנים-ארגונית.

אימוץ כלי AI יעילים יסייע לשפר את איכות התקשורת הפנימית ויביא לשיתוף פעולה טוב יותר, תרבות ארגונית חזקה וסביבת עבודה חיובית.

10.1 ניהול רווחה וחוויית עובד

ניהול רווחה וחוויית עובד (Employee Well-Being and Experience Management) - EWEM) הוא תהליך של תכנון, יישום, ומעקב אחר תוכניות ופעילויות שנועדו לשפר את רווחת העובדים וחוויית העבודה שלהם. רווחת עובד היא מצב של בריאות פיזית, נפשית, וחברתית טובה. חוויית עובד היא האופן שבו עובד מרגיש לגבי עבודתו, מעבידו, ועמיתיו.

ניהול EWEM חשוב מכיוון שהוא יכול לתרום לשיפור הבריאות והרווחה של העובדים. עובדים בריאים ומאושרים הם עובדים פרודוקטיביים יותר. כמו כן, יש לו תרומה משמעותית לשיפור שביעות הרצון והתחייבות של העובדים: עובדים מרוצים מפגינים מעורבות גבוהה יותר, תורמים יותר לחברה, ופחות עוזבים את הארגון.

ניהול EWEM כולל מספר רכיבים, כולל:

- **מדיניות ופרוטוקולים:** הארגון צריך לפתח מדיניות ופרוטוקולים ברורים בנושאים כגון בריאות, בטיחות, ועבודה מהבית.
- **תוכניות ושירותים:** הארגון צריך להציע תוכניות ושירותים שונים לעובדים, כגון תוכניות בריאות, תוכניות פיננסיות, ותוכניות רווחה.
- **תרבות ארגונית:** הארגון צריך ליצור תרבות ארגונית תומכת ומעודדת רווחת עובדים.

10.2 איך AI יכול לתרום לרווחה וניהול חוויית עובד

בינה מלאכותית (AI) יכולה לתרום רבות לרווחה וניהול חוויית עובד (EWEM) בארגונים:

1. **בניית תוכניות רווחה וחווית עובד בעזרת AI** – כלי AI יוצר יוכלו לסייע לנו בבניית תוכניות רווחה וחווית עובד. במקום להתחיל מ-0, הם יתנו לנו בסיס טוב שאיתו נוכל לצאת לדרך. הבסיס יכלול רעיונות, המלצות והצעות שנוכל ליישם. התוכנית תוכן להתייחס לאילוצים ארגוניים כמו גיוון, פער בין דורי, שיקולי תקציב ועוד.

ביקשנו מג'ימיני ליצור תוכנית רווחה וחווית עובד, הינה חלק מהתוכנית שהוא בנה:

תוכנית עבודה להוחת חווית עובד לשנת 2024

מטרות:

- לשפר את רווחתם הפיזית והנפשית של העובדים
- לעודד את העובדים להרגיש שייכות לארגון
- ליצור חווית עובד חיובית ומוטיבציונית

יעדים:

- להפחית את העדרות מעבודה ב-10%
- להגדיל את שביעות הרצון של העובדים ממקום העבודה ב-5%
- להפחית את תחלופת העובדים ב-2%

פעולות:

חודש	מטרה	פעולה	אחראי
ינואר	סקרים	ביצוע סקרים לאיתור צרכים של העובדים	מנהל רווחה וחווית עובד
פברואר	תוכנית בריאות	פיתוח תוכנית בריאות תעסוקתית	מנהל רווחה וחווית עובד
מרץ	תוכנית רווחה	פיתוח תוכנית רווחה עובדים	מנהל רווחה וחווית עובד
אפריל	ימי גיבוש	ארגון ימי גיבוש ואירועים לעובדים	מנהל רווחה וחווית עובד
מאי	תוכנית פיתוח עובדים	פיתוח תוכנית פיתוח עובדים	מנהל רווחה וחווית עובד


2. **קבלת המלצות למתנות, טיולים, אירועים, ימי גיבוש** - אין כמו לנהל סיעור מוחין עם עוזר וירטואלי יודע כל. נכון, לפעמים הוא לא מדויק ולפעמים יש לו נטייה להמציא מידע או "לחרטט בביטחון", אבל עדיין הוא יכול לחסוך לנו זמן ולתת רעיונות טובים. בדוגמה המצורפת ביקשנו מג'ימיני להציע לנו אטרקציות

הארגון בו אתה עובד יוצא לנופש חברה באילת. הצע 3 אטרקציות במרחק של עד חצי שעה נסיעה מהעיר


טיטות אחרות

הנה 3 אטרקציות במרחק של עד חצי שעה נסיעה מהעיר אילת:

- פארק תמנע: פארק לאומי המציע מגוון אטרקציות, כולל טיולים רגליים, רכיבה על אופניים, טיולי ג'יפים, שחייה במעיינות חמים, טיולי גמלים ועוד.



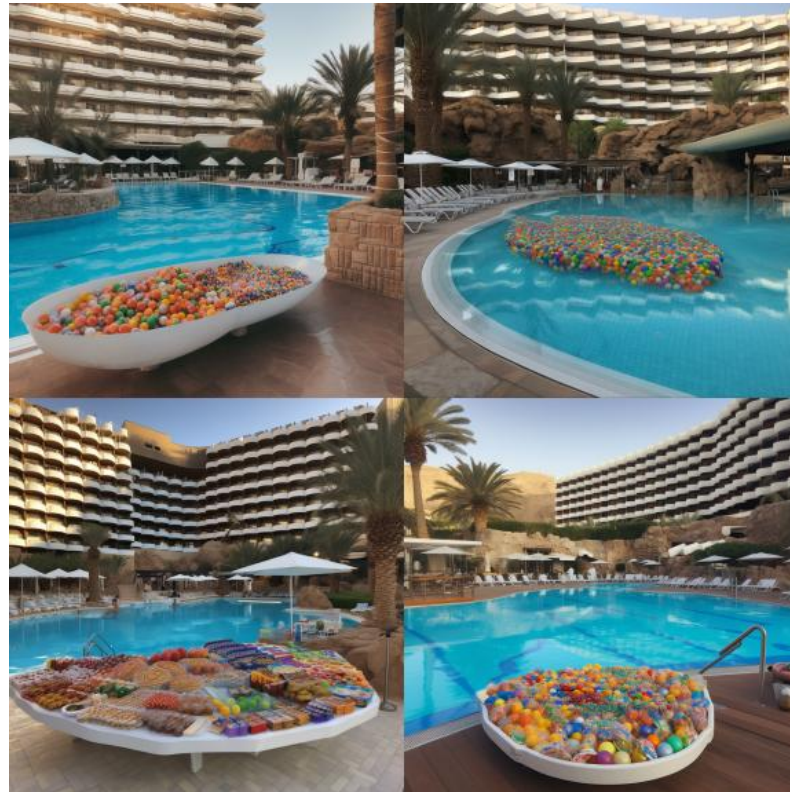
פארק תמנע אילת
- שמורת טבע חולות חלוצה: שמורה טבעית המציעה נוף מדברי עוצר נשימה, עם חולות אדומים, דיונות, עצי שיטה ועוד. ניתן לטייל בשמורה ברגל, ברכב שטח או באופנועים.



שמורת טבע חולות חלוצה אילת

3. **יצירת תקשורי רווחה וחוויית עובד** – כלי AI יכולים לסייע לנו ביצירת הטקסטים, תמונות וסרטונים. תוכלו לקרוא על כך בהרחבה בפרקים העוסקים בשיווק הגיוס, במיתוג מעסיק ובתקשורת ארגונית. בינתיים, תוכלו לעיין בתמונות הבאות שנוצרו בכלי AI שנקרא מידג'רני שיצר תמונות של מלון באילת.

למעוביינים להזמין מקומות במלון, לצערנו המלון הזה לא קיים במציאות:



4. למדוד ולנתח נתונים על רווחת העובדים וחויית העבודה: AI יכול לשמש כדי לאסוף ולנתח נתונים מגוונים על רווחת העובדים וחויית העבודה, כגון נתוני בריאות, נתוני שביעות רצון, ונתוני מעורבות. ניתוח נתונים זה יכול לעזור לארגונים לזהות מגמות ולקבל החלטות מושכלות בנושאי EWEM.

5. אוטומציה של משימות ותהליכים: AI יכול לשמש כדי לייעל ולייצר אוטומציות של משימות ותהליכים הקשורים ל-EWEM, כגון ניהול הבקשות של עובדים ומענה לשאלות. אוטומציה זו יכולה לשחרר את העובדים לעסוק במשימות בעלות ערך מוסף יותר.

ארגונים גדולים הקימו מרכז חוויית עובד. בעתיד חלק גדול מהשירותים הניתנים במסגרת מרכז חוויית עובד יוחלפו על ידי צ'ט-בוטים מבוססי AI. כבר היום ניתן לעשות זאת בצורה פשוטה ומהירה עם גיפיטי אישי אותו ניתן ליצור בקלות ובמהירות ללא צורך במפתח (לאחר מכן, כדי להטמיע בפורטל עובדים או באפליקציה ארגונית – נדרש סיוע נקודתי של מפתח)

6. **יצירת סביבה עבודה אישית יותר:** AI יכול לשמש כדי להתאים אישית את חווית העבודה של כל עובד, כגון על ידי המלצות על תוכניות ושירותים, או על ידי מתן משוב מותאם אישית. למשל – בעת בחירת מתנות לחג, סדר המתנות ישתנה בהתאם למין, גיל והסטטוס המשפחתי של על עובד. התאמה אישית זו יכולה לעזור לעובדים להרגיש יותר מחוברים לארגון ולעבודתם.

לצד היתרונות, קיימים גם כמה אתגרים בשימוש ב-AI לניהול EWEM. אתגרים אלו כוללים:

- **הטיית נתונים:** AI יכול להיות מוטה על ידי נתונים המשמשים לאימונו. חשוב לוודא שהנתונים המשמשים לאימונו AI הם נקיים ממגמות ודעות קדומות.
- **פרטיות:** השימוש ב-AI לניהול EWEM יכול לעורר חששות לגבי פרטיות העובדים. חשוב להבטיח שהנתונים הנאספים על העובדים באמצעות AI יהיו מוגנים.
- **השפעה אנושית:** חשוב להבטיח שהשימוש ב-AI לניהול EWEM לא יחליף את ההשפעה האנושית. על הארגונים להשתמש ב-AI כדי לשפר את השירותים הניתנים לעובדים, ולא כדי להחליף את הקשר האנושי.

AI הוא כלי רב עוצמה שיכול לתרום רבות לרווחה וניהול חווית עובד. עם זאת, חשוב להיות מודעים לאתגרים הקשורים לשימוש ב-AI בתחום זה. על ידי התמודדות עם אתגרים אלו, הארגונים יכולים להשתמש ב-AI כדי ליצור סביבה עבודה בריאה ומספקת יותר לעובדים.

ניהול תגמולים בארגון הוא תהליך מורכב הכולל את קביעת השכר, ההטבות, והבונוסים עבור העובדים. תהליך זה חשוב להבטחת שביעות רצון העובדים, גיוס של כוח אדם איכותי, ושימור עובדים.

בינה מלאכותית (AI) יכולה לשמש כדי לשפר את יעילות ודיוק תהליך ניהול התגמולים ב-4 היבטים מרכזיים:

- **התייעצות מקצועית:** כלי AI יכולים לשמש כיד ימיננו להתייעצויות מקצועיות (כמובן עלינו לבדוק את מידת הדיוק של הדברים), לסיכום חומר מקצועי, לקבלת הסברים מקצועיים ואפילו לסיוע בכתיבת פונקציות לאקסל או תיקון פונקציות קיימות.
- **ניתוח נתונים:** AI יכול לשמש כדי לנתח נתונים על עובדים, כגון הביצועים שלהם, כישוריהם, ושביעות רצונם. ניתוח זה מאפשר לקבל החלטות מושכלות על תגמולים.
- **אוטומציה של משימות:** AI יכול לשמש כדי לייעל משימות ניהול תגמולים, כגון חישוב שכר, מתן הטבות, וניתוח ביצועים. אוטומציה זו יכולה לחסוך זמן וכסף לארגונים.
- **פיתוח תוכניות מותאמות אישית:** AI יכול לשמש כדי לפתח תוכניות תגמולים מותאמות אישית לעובדים. תוכניות אלו יכולות לעזור לארגונים לשמר עובדים מוכשרים ולהתאים את התגמולים לצרכים שלהם.

דוגמאות לשימוש ב-AI לניהול תגמולים בארגון:

- **ניתוח שוק התגמולים ומגמות שכר** - איסוף נתונים ממקורות שונים וניתוחם להשוואה ויישור קו עם שוק העבודה.
- **מיפוי וניתוח עלויות תגמולים** - חישוב והשוואה של עלויות תגמול לעובדים, מחלקות ופרויקטים.

- **תכנון אסטרטגי של מדיניות תגמולים** - ניתוח תרחישים והשפעות ארוכות טווח של שינוי מדיניות תגמול.
- **מודלים לניבוי עלות תגמולים עתידית** - חיזוי ותכנון תקציב על בסיס נתונים היסטוריים ומגמות שוק.
- **התאמה אוטומטית של חבילת תגמולים** - המלצה על חבילת תגמולים אופטימלית לכל עובד על סמך פרופיל והעדפות.
- **ניטור שביעות רצון מתגמולים** - ניתוח סקרים, שיחות ומשובים לזיהוי פערים ובעיות במדיניות התגמול.
- **זיהוי פערי תגמול מגדריים** - ניתוח ואיתור פערי שכר מגדריים והטיות לצורך צמצום.
- **תמריצים ובונוסים על בסיס ביצועים** - קביעה אוטומטית של בונוסים ותגמול משתנה על פי עמידה ביעדים.

כדי להשתמש ב-AI לניהול תגמולים בארגון, ארגונים צריכים:

- **להגדיר את היעדים שלהם:** ארגונים צריכים להבין מה הם מנסים להשיג באמצעות AI לפני שהם יכולים להשתמש בו כדי לשפר את ניהול התגמולים.
- **לאסוף נתונים:** ארגונים צריכים לאסוף נתונים על עובדים, כגון הביצועים שלהם, כישוריהם, ושביעות רצונם. נתונים אלו הם חיוניים לניתוח AI.
- **לבחור את הטכנולוגיה הנכונה:** ישנם מגוון פתרונות AI זמינים לניהול תגמולים. ארגונים צריכים לבחור את הטכנולוגיה המתאימה ביותר לצרכים שלהם.
- **להכשיר את העובדים:** עובדים צריכים להיות מאומנים בשימוש בטכנולוגיות AI.

יישום נכון של יכולות ה-AI בתחום התגמול יכול לשפר את ההוגנות, השקיפות והיעילות בתהליכי התגמול בארגון.

12.1 תפקיד ה-AI בגיבוש אסטרטגיית משאבי אנוש ארוכת טווח

לאורך הספר עמדנו על יישומי AI בתחומי האחריות השונים והמגוונים של צוותי ה-HR בארגונים. בפרק הזה נביא נקודת מבט אסטרטגית לשילוב בינה מלאכותית (AI) בארגון.

ל-AI מגוון שימושים אסטרטגיים בעולמות ה-HR. הוא יכול לעזור לנו:

- **להבין את הצרכים העסקיים הנוכחיים והעתידיים:** AI יכול לשמש כדי לאסוף ולנתח נתונים על הצרכים העסקיים הנוכחיים והעתידיים, כגון מגמות שוק, תחרות, ויעדים אסטרטגיים. הבנה זו יכולה לעזור לארגונים לפתח אסטרטגיית משאבי אנוש שתתמוך ביעדים העסקיים שלהם.
- **לזהות את העובדים הטובים ביותר:** AI יכול לשמש כדי לזהות את העובדים הטובים ביותר עבור התפקידים הפנויים, כגון על ידי הערכת כישורים וניסיון. זיהוי העובדים המצטיינים יכול לסייע בבניית תוכניות שימור והתפתחות.
- **פיתוח עובדים:** AI יכול לסייע באיתור עובדים לפיתוח, בבניית תוכניות ובלייווי תהליכי reskilling ו-upskilling בארגונים
- **שיפור התקשורת:** AI יכול לשמש כדי לשפר את התקשורת בין עובדים, מנהלים, ומנהלים בכירים. שיפור זה יכול לעזור לארגונים ליצור תרבות שיתופית, להגביר את המחוברות הארגונית ולחזק את החוסן הארגוני.
- **ניתוח נתוני עובדים:** AI יכול לשמש כדי לנתח נתוני עובדים, כגון נתוני שביעות רצון, נתוני מעורבות, ונתוני ביצועים. ניתוח זה יכול לעזור לארגונים לזהות מגמות ולקבל החלטות מושכלות בנושאי משאבי אנוש.
- **פיתוח תוכניות הכשרה:** AI יכול לשמש כדי לפתח תוכניות הכשרה מותאמות אישית לעובדים, על ידי התאמה של תוכניות ההכשרה לצרכים והכישורים של כל עובד.

- **שיפור גיוס העובדים:** AI יכול לשמש כדי לשפר את תהליך גיוס העובדים, כגון על ידי זיהוי מועמדים מתאימים יותר ואף לשפר את חווית המועמד.

12.2 שימוש ב-AI לחיזוי ותכנון צרכי כח אדם עתידיים

בינה מלאכותית (AI) יכולה לשמש כדי לחזות את צרכי כוח האדם העתידיים של הארגון.

- **לנתח נתוני שוק:** AI יכול לשמש כדי לנתח נתוני שוק, כגון מגמות שוק, תחרות, וחדשנות. ניתוח זה יכול לעזור לארגונים להבין את הביקושים הצפויים לכוח אדם.
- **להעריך את העובדים הנוכחיים:** AI יכול לשמש כדי להעריך את העובדים הנוכחיים, כגון כישורים, ניסיון, ונטיות. הערכה זו יכולה לעזור לארגונים לזהות עובדים שעשויים להיות מתאימים לתפקידים עתידיים.
- **לפתח מודלים חיזוי:** AI יכול לשמש כדי לפתח מודלים חיזוי שיכולים לחזות את הביקושים לכוח אדם בעתיד. מודלים אלו יכולים לעזור לארגונים לתכנן את צורכי כוח האדם שלהם.

מספר דוגמאות לשימוש ב-AI לחיזוי ותכנון צרכי כוח אדם:

ניתן להשתמש ב-AI כדי לחזות את הביקוש לתפקידים חדשים כגון תפקידים טכנולוגיים. כך נוכל להיערך לתפקידים אלו מראש. כמו כן, שימוש ב-AI יכול לחזות את הביקוש לכישורים ספציפיים כגון כישורי קוד או כישורי ניתוח נתונים. הדבר יכול לעזור לארגונים להשקיע בהכשרה של עובדים לכישורים אלו.

בנוסף, שימוש ב-AI יעזור לנו לזהות עובדים עם פוטנציאל להתקדמות כגון עובדים עם ביצועים טובים או עובדים עם כישורים מיוחדים. זיהוי זה יכול לעזור לארגונים לפתח תוכניות פיתוח לעובדים אלו.

12.3 אופטימיזציה של הוצאות המחלקה בעזרת כלי AI

בינה מלאכותית (AI) יכולה לשמש כדי לייעל ולחסוך בעלויות של מחלקת משאבי אנוש על ידי

- **אוטומציה של משימות:** AI יכול לשמש כדי לייעל משימות רבות במחלקת משאבי אנוש, כגון גיוס, הכשרה, וניהול ביצועים. אוטומציה זו יכולה לחסוך זמן וכסף למחלקת משאבי אנוש.
- **שיפור היעילות:** AI יכול לשמש כדי לשפר את היעילות של משימות במחלקת משאבי אנוש. למשל, AI יכול לשמש כדי לזהות מועמדים מתאימים יותר לתפקידים פנויים, או כדי להתאים אישית תוכניות הכשרה לעובדים. שיפור היעילות יכול להוביל לחיסכון בעלויות.
- **קבלת החלטות מושכלות:** AI יכול לשמש כדי לקבל החלטות מושכלות יותר בנושאי משאבי אנוש, כגון גיוס, הכשרה, וניהול ביצועים. קבלת החלטות מושכלות יכולה להוביל לחיסכון בעלויות ולשיפור הביצועים.

דוגמאות לשימוש ב-AI לאופטימיזציה של הוצאות משאבי אנוש:

- שימוש ב-AI כדי לזהות מועמדים מתאימים יותר: AI יכול לשמש כדי לזהות מועמדים מתאימים יותר לתפקידים פנויים על ידי ניתוח נתונים על כישורים, ניסיון, ונטיות. זיהוי זה יכול לעזור לארגונים לחסוך בעלויות הגיוס.
- שימוש ב-AI כדי להתאים אישית תוכניות הכשרה: AI יכול לשמש כדי להתאים אישית תוכניות הכשרה לעובדים על ידי ניתוח נתונים על כישורים, ניסיון, ויעדים אישיים. התאמה אישית זו יכולה לעזור לארגונים לחסוך בעלויות ההכשרה.
- שימוש ב-AI כדי לנהל ביצועים: AI יכול לשמש כדי לנהל ביצועים של עובדים על ידי ניתוח נתונים על יעדים, תפוקה, ושביעות רצון. ניהול ביצועים זה יכול לעזור לארגונים לחסוך בעלויות העובדים.

12.4 ניתוח נתוני עובדים באמצעות AI לקבלת החלטות אסטרטגיות

ניתוח נתוני עובדים הוא תהליך של איסוף, ניתוח, והצגה של נתונים על עובדים. נתונים אלו יכולים לכלול מידע על כישורים, ניסיון, ביצועים, הכשרות ושביעות רצון.

בינה מלאכותית (AI) יכולה לשמש כדי לניתוח נתוני עובדים באופן מהיר ויעיל יותר מאשר שימוש בשיטות ידניות. AI יכול לשמש כדי:

- **לזהות מגמות:** AI יכול לשמש כדי לזהות מגמות בנתוני עובדים, כגון מגמות בכישורים, בניסיון, או בביצועים. זיהוי מגמות אלו יכול לעזור לארגונים לקבל החלטות אסטרטגיות.
- **לקבל החלטות מושכלות:** AI יכול לשמש כדי לקבל החלטות מושכלות יותר בנושאי משאבי אנוש, כגון גיוס, הכשרה, וניהול ביצועים. קבלת החלטות מושכלות יכולה להוביל לשיפור הביצועים הארגוניים.

דוגמאות לשימוש ב-AI לניתוח נתוני עובדים:

- שימוש ב-AI כדי לזהות עובדים עם פוטנציאל להתקדמות: AI יכול לשמש כדי לזהות עובדים עם פוטנציאל להתקדמות, כגון עובדים עם ביצועים טובים או עובדים עם כישורים מיוחדים. זיהוי זה יכול לעזור לארגונים לפתח תוכניות פיתוח לעובדים אלו.
- שימוש ב-AI כדי להתאים אישית תוכניות הכשרה: AI יכול לשמש כדי להתאים אישית תוכניות הכשרה לעובדים על ידי ניתוח נתונים על כישורים, ניסיון, ויעדים אישיים. התאמה אישית זו יכולה לעזור לארגונים לשפר את האפקטיביות של תוכניות ההכשרה שלהם.

- שימוש ב-AI כדי לנהל ביצועים: AI יכול לשמש כדי לנהל ביצועים של עובדים על ידי ניתוח נתונים על יעדים, תפוקה, ושביעות רצון. ניהול ביצועים זה יכול לעזור לארגונים לזהות עובדים עם ביצועים נמוכים ולנקוט בפעולות מתאימות.

12.5 כלים מתקדמים לניהול סיכונים וצמצום תחלופה

תחלופה של עובדים היא תופעה נפוצה בארגונים רבים. תחלופה גבוהה יכולה להיות בעלת השפעה שלילית על הארגון, כגון עלייה בעלויות הגיוס וההכשרה, ירידה בפרודוקטיביות, ופגיעה בתרבות הארגונית.

קיימים מספר כלים מתקדמים שיכולים לעזור לארגונים לנהל סיכונים וצמצם תחלופה. כלים אלו משתמשים בניתוח נתונים ובבינה מלאכותית כדי לזהות עובדים בסיכון לעזוב, ולנקוט בפעולות מתאימות כדי למנוע זאת.

- **ניתוח נתונים וחיזוי:** ניתוח נתונים יכול לשמש כדי לזהות גורמי סיכון לתחלופה, כגון שביעות רצון מהעבודה, הזדמנויות להתקדמות, וחוסן נפשי. בינה מלאכותית יכולה לשמש כדי לחזות את הסיכוי שהעובד יעזוב את הארגון.
- **תוכניות מעורבות עובדים:** תוכניות מעורבות עובדים יכולות לעזור לשפר את שביעות רצון העובדים ולהפחית את הסיכון לתחלופה.
- **תוכניות פיתוח עובדים:** תוכניות פיתוח עובדים יכולות לעזור לעובדים להתקדם בקריירה שלהם ולהפחית את הסיכוי שהם ימצאו הזדמנויות טובות יותר מחוץ לארגון.

יתרונות של שימוש בכלים מתקדמים לניהול סיכונים וצמצום תחלופה:

- **יכולת לזהות עובדים בסיכון לעזוב:** כלים מתקדמים יכולים לעזור לארגונים לזהות עובדים בסיכון לעזוב מוקדם יותר, מה שמאפשר להם לנקוט בפעולות מתאימות כדי למנוע זאת.

- **יכולת לבנא את הסיכוי שהעובד יעזוב:** כלים מתקדמים יכולים לעזור לארגונים לבנא את הסיכוי שהעובד יעזוב, מה שמאפשר להם להתמקד בעובדים בסיכון הגבוה ביותר.
- **יכולת לשפר את שביעות רצון העובדים:** כלים מתקדמים יכולים לעזור לארגונים לשפר את שביעות רצון העובדים, מה שמפחית את הסיכון לתחלופה.

אתגרים בשימוש בכלים מתקדמים לניהול סיכונים וצמצום תחלופה:

- עלות: כלים מתקדמים יכולים להיות יקרים.
- נתונים: כלים מתקדמים דורשים כמות גדולה של נתונים על העובדים.
- פרטיות: השימוש בכלים מתקדמים יכול לעורר חששות לגבי פרטיות העובדים.

12.6 יצירת תרבות ארגונית חדשנית בעידן הטכנולוגיה

בעידן הטכנולוגיה וה-AI, ארגונים נדרשים להיות חדשניים כדי להצליח. חדשנות דורשת תרבות ארגונית תומכת, המעודדת יצירתיות, שיתוף פעולה, וניסוי.

היבטים חשובים ביצירת תרבות ארגונית חדשנית:

- **מנהיגות תומכת:** מנהיגות היא גורם מכריע בהצלחה של כל יוזמה חדשנית. מנהיגים צריכים להציג את החזון החדשני של הארגון, ולעודד את העובדים לחשוב מחוץ לקופסה.
- **תרבות של שיתוף פעולה:** חדשנות דורשת שיתוף פעולה בין אנשים מתחומים שונים. ארגונים צריכים ליצור סביבה שבה עובדים מרגישים בנוח לשתף רעיונות ולעבוד יחד.
- **תרבות של אומץ ונכונות לניסוי וטעייה:** חדשנות דורשת ניסוי וטעייה. ארגונים צריכים לעודד את העובדים לקחת סיכונים ולנסות רעיונות חדשים, גם אם הם לא מצליחים.

דוגמאות לפעולות שניתן לנקוט כדי ליצור תרבות ארגונית חדשנית:

- השקעה בהכשרה ותוכניות פיתוח לעובדים: הכשרה ותוכניות פיתוח יכולות לעזור לעובדים לפתח את הכישורים והידע הדרושים לחדשנות.
- יצירת סביבה מעודדת יצירתיות: ארגונים יכולים ליצור סביבה מעודדת יצירתיות על ידי מתן מרחב עבודה גמיש, עידוד חשיבה מחוץ לקופסה, ויצירת הזדמנויות לעובדים לעבוד על פרויקטים חדשניים.
- שימוש בטכנולוגיה ליצירת חדשנות: טכנולוגיה יכולה לשמש כדי לתמוך בחדשנות על ידי הנגשת נתונים, סיוע בשיתוף פעולה, ויצירת הזדמנויות חדשות.

יצירת תרבות ארגונית חדשנית היא משימה מאתגרת, אך היא הכרחית עבור ארגונים המעוניינים להצליח בעידן הטכנולוגיה וה-AI. על ידי נקיטת פעולות מתאימות, ארגונים יכולים ליצור סביבה שבה עובדים מרגישים נוח לחשוב מחוץ לקופסה, לשתף רעיונות, ולנסות דברים חדשים.

12.7: שימוש ב-AI לאיתור וטיפול כישרונות עתידיים

בעולם העבודה המשתנה במהירות, ארגונים זקוקים ליכולת לאתר ולטפח כישרונות עתידיים. בינה מלאכותית (AI) יכולה לשמש כדי לסייע באתגר זה.

כיצד AI יכול לעזור לאיתור כישרונות עתידיים?

- **ניתוח נתונים:** AI יכול לשמש כדי לנתח נתונים על מועמדים פוטנציאליים, כגון קורות חיים, מיומנויות, וניסיון. ניתוח זה יכול לעזור לארגונים לזהות מועמדים עם פוטנציאל להתקדמות.
- **התאמה אישית:** AI יכול לשמש כדי להתאים אישית את תהליך הגיוס למועמדים. לדוגמה, AI יכול לשמש כדי להציע למועמד משימות או שאלות מותאמות אישית על סמך כישוריו וניסיונו.

- **חיזוי:** AI יכול לשמש כדי לחזות את הביצועים של מועמדים בעתיד. חזוי זה יכול לעזור לארגונים לקבל החלטות מושכלות על גיוס מועמדים.

כיצד AI יכול לעזור לטיפול טאלנטים?

- **הדרכה:** AI יכול לשמש כדי ליצור תוכניות הדרכה מותאמות אישית לעובדים. תוכניות אימון אלו יכולות לעזור לעובדים לפתח את הכישורים והידע הדרושים להם כדי להצליח בעתיד.
- **פיתוח קריירה:** AI יכול לשמש כדי לעזור לעובדים לפתח תוכניות קריירה. תוכניות אלו יכולות לעזור לעובדים לזהות את היעדים הקריירה שלהם ולפתח את הכישורים הדרושים להם להשגתם.
- **הערכה:** AI יכול לשמש כדי להעריך את הביצועים של עובדים. הערכה זו יכולה לעזור לארגונים לזהות עובדים עם פוטנציאל להתקדמות ולפתח תוכניות פיתוח מותאמות אישית עבורם.

12.8 אוטומציה ושיפור תהליכים אסטרטגיים בעזרת AI

בינה מלאכותית (AI) יכולה לשמש כדי לייעל ולשפר תהליכים אסטרטגיים בארגונים. AI יכול לשמש כדי:

- **אוטומציה של משימות:** AI יכול לשמש כדי לייעל משימות רבות, כגון ניתוח נתונים, יצירת תוכן, ושירות לקוחות. אוטומציה זו יכולה לחסוך זמן וכסף לארגונים.
- **שיפור קבלת החלטות:** AI יכול לשמש כדי לתמוך בקבלת החלטות אסטרטגיות על ידי ניתוח נתונים וזיהוי מגמות. שיפור קבלת החלטות יכול להוביל לשיפור הביצועים הארגוניים.
- **יצירת חדשנות:** AI יכול לשמש כדי ליצור חדשנות על ידי יצירת מוצרים ושירותים חדשים. חדשנות יכולה להוביל לצמיחה ארגונית.

דוגמאות לשימוש ב-AI לאוטומציה ושיפור תהליכים אסטרטגיים:

- **ניתוח נתונים:** AI יכול לשמש כדי לנתח נתונים עסקיים על מנת לזהות מגמות והתנהגויות של לקוחות. מידע זה יכול לשמש כדי לקבל החלטות אסטרטגיות על מוצרים, שירותים, ושיווק.
- **יצירת תוכן:** AI יכול לשמש כדי ליצור תוכן שיווק, מכירות, ושירות לקוחות. תוכן זה יכול לשמש כדי להגיע ללקוחות פוטנציאליים ולשפר את שביעות רצון הלקוחות.
- **שירות לקוחות:** AI יכול לשמש כדי לספק תמיכה ללקוחות 24/7. תמיכה זו יכולה לשפר את חוויית הלקוח ולהפחית את עלויות השירות.
- **הערכת סיכונים:** AI יכול לשמש כדי להעריך סיכונים עסקיים, כגון סיכונים פיננסיים, משפטיים, ורגולטוריים. הערכה זו יכולה לעזור לארגונים להימנע מטעויות יקרות.
- **פיתוח מוצרים ושירותים:** AI יכול לשמש כדי לפתח מוצרים ושירותים חדשים. מוצרים ושירותים אלו יכולים לעזור לארגונים לצמוח ולשפר את התחרותיות שלהם.

12.9: אתגרים וסיכונים בשילוב מואץ של טכנולוגיות חדשות

העולם של היום משתנה במהירות, ועם זאת, טכנולוגיות חדשות מתפתחות בקצב מהיר אף יותר. שילוב מואץ של טכנולוגיות חדשות יכול להציע הזדמנויות רבות, אך הוא גם כרוך באתגרים וסיכונים.

אתגרים

- אי-התאמה: טכנולוגיות חדשות עשויות שלא להתאים לצרכים של הארגון או של העובדים.
- עלויות: הטמעת טכנולוגיות חדשות יכולה להיות יקרה.

- הכשרה: עובדים עשויים להזדקק להכשרה כדי להשתמש בטכנולוגיות חדשות.

- התנגדות: עובדים עשויים להתנגד לשינויים הנובעים מהטמעת טכנולוגיות חדשות.

סיכונים

- הטיית נתונים: טכנולוגיות מבוססות נתונים עשויות להיות מוטה על ידי הנתונים המשמשים לאימון שלהן.

- פרטיות: טכנולוגיות חדשות עשויות לאסוף נתונים אישיים על משתמשים.

- אבטחה: טכנולוגיות חדשות עשויות להיות חשופות להתקפות אבטחה.

- השלכות שליליות: טכנולוגיות חדשות עשויות להוביל לתוצאות שליליות, כגון אובדן מקומות עבודה או עליית אי-שוויון.

כיצד להתמודד עם האתגרים ועם הסיכונים?

על ארגונים להיות מודעים לאתגרים וסיכונים הכרוכים בשילוב מואץ של טכנולוגיות חדשות. על ידי תכנון מוקדם והתמודדות עם אתגרים וסיכונים אלו, ארגונים יכולים להפחית את הסיכונים ולהגביר את הסיכויים להצלחה.

צעדים להתמודדות עם אתגרים וסיכונים:

- ביצוע מחקר: ארגונים צריכים לבצע מחקר מעמיק על הטכנולוגיות החדשות שהם שוקלים לאמץ. המחקר צריך לכלול הערכה של היתרונות והחסרונות של הטכנולוגיות, כמו גם של האתגרים והסיכונים הכרוכים בהן.

- ביצוע תוכנית הכשרה: ארגונים צריכים לפתח תוכנית הכשרה לעובדים כדי לסייע להם להשתמש בטכנולוגיות חדשות.

- יצירת תרבות של חדשנות: ארגונים צריכים לעודד חדשנות וקבלת שינוי בקרב העובדים.

- הקפדה על אבטחה: ארגונים צריכים להקפיד על אבטחת המידע והנתונים שלהם.

שילוב מואץ של טכנולוגיות חדשות יכול להציע הזדמנויות רבות לארגונים. עם זאת, חשוב להיות מודעים לאתגרים וסיכונים הכרוכים בכך. על ידי תכנון מוקדם והתמודדות עם אתגרים וסיכונים אלו, ארגונים יכולים להפחית את הסיכונים ולהגביר את הסיכויים להצלחה.

12.10 בניית יתרון תחרותי מתמיד באמצעות ניהול אסטרטגי של

משאבי אנוש

בעולם העסקי של היום, יתרון תחרותי הוא חיוני להצלחה. ארגונים שרוצים להישאר בחזית צריכים למצוא דרכים חדשות ויצירתיות ליצור ערך מוסף עבור לקוחותיהם.

ניהול אסטרטגי של משאבי אנוש (HRM) יכול להיות כלי רב עוצמה לבניית יתרון תחרותי. על ידי התמקדות באנשים שלהם, ארגונים יכולים ליצור סביבה עבודה בריאה ומפרה, לגייס ולשמר את הכישרון הטוב ביותר, ולפתח את העובדים שלהם כדי להגיע לפוטנציאל המלא שלהם.

AI יכול לשמש כדי לשפר עוד יותר את האפקטיביות של HRM. טכנולוגיות AI יכולות לשמש למגוון משימות, כגון:

- ניתוח נתונים: AI יכול לשמש כדי לנתח נתונים על עובדים, כגון הביצועים שלהם, כישוריהם, ושביעות רצונם. ניתוח זה יכול לשמש כדי לקבל החלטות מושכלות על HRM.
- אוטומציה של משימות: AI יכול לשמש כדי ליעל משימות HRM, כגון גיוס, הכשרה, ומשוב. אוטומציה זו יכולה לחסוך זמן וכסף לארגונים.
- פיתוח תוכניות מותאמות אישית: AI יכול לשמש כדי לפתח תוכניות HRM מותאמות אישית לעובדים. תוכניות אלו יכולות לעזור לעובדים לפתח את הכישורים והידע הדרושים להם כדי להצליח.

באמצעות שילוב של HRM אסטרטגי עם AI, ארגונים יכולים ליצור סביבה עבודה חזקה המקדמת חדשנות, יצירתיות, ומצוינות. סביבה זו יכולה לסייע לארגונים להגיע להישגים חדשים ולשמור על יתרון תחרותי מתמיד.

כדי להשתמש ב-AI לניהול אסטרטגי של משאבי אנוש, ארגונים צריכים:

- **להגדיר את היעדים האסטרטגיים שלהם:** ארגונים צריכים להבין מה הם מנסים להשיג באמצעות HRM לפני שהם יכולים להשתמש ב-AI כדי לשפר את האפקטיביות שלהם.
- **לאסוף נתונים:** ארגונים צריכים לאסוף נתונים על עובדים, כגון הביצועים שלהם, כישוריהם, ושביעות רצונם. נתונים אלו הם חיוניים לניתוח AI.
- **לבחור את הטכנולוגיה הנכונה:** ישנם מגוון פתרונות AI זמינים ל-HRM. ארגונים צריכים לבחור את הטכנולוגיה המתאימה ביותר לצרכים שלהם.
- **הכשרת עובדים:** עובדים צריכים להיות מאומנים בשימוש בטכנולוגיות AI.

שילוב של HRM אסטרטגי עם AI הוא דרך חזקה לבניית יתרון תחרותי מתמיד. על ידי התמקדות באנשים שלהם, ארגונים יכולים ליצור סביבה עבודה חזקה המקדמת חדשנות, יצירתיות, ומצוינות. סביבה זו יכולה לסייע לארגונים להגיע להישגים חדשים ולשמור על יתרון תחרותי מתמיד.

12.11 ביסוס חוסן ארגוני בעזרת AI

בעולם העסקי של היום, ארגונים מתמודדים עם מגוון אתגרים, כגון שינויים טכנולוגיים, תחרות גוברת, ואירועי חירום. אירועים כמו מגפת הקורונה וכמו המלחמה הפתאומית עם עזה שפרצה ב-7.10.23 מעמידים את החוסן הארגוני במבחן. ארגונים שהחוסן

שלהם גבוה יותר, יוכלו להתמודד בצורה טובה יותר עם התרחישים, להפגין גמישות גבוהה יותר ויכולת הסתגלות.

חוסן ארגוני הוא היכולת של ארגון להתמודד עם משברים ולהתגבר עליהם. חוסן ארגוני מורכב ממספר גורמים, כגון:

- **תרבות ארגונית:** תרבות ארגונית תומכת ועוצמתית יכולה לעזור לארגונים להתמודד עם משברים.
- **מנהיגות:** מנהיגות חזקה יכולה להנחות את הארגון דרך משברים.
- **עובדים:** עובדים מחוברים, מקצועיים, מחוייבים ובעלי מוטיבציה יכולים לעזור לארגון להתגבר על משברים. הכשרה מהווה נדבך מאוד חשוב ויכולה לכלול נושאים כגון ניהול משברים, עבודה תחת לחץ ויכולת קבלת החלטות.
- **משאבים:** ארגונים בעלי משאבים מספיקים הם בעלי סיכוי גבוה יותר להתמודד עם משברים. משאבים אלו יכולים לכלול כסף, עובדים, ציוד וידע.
- **תוכניות חירום:** תוכניות חירום מפורטות יכולות לעזור לארגונים להתמודד עם משברים בצורה יעילה יותר.

חוסן הארגון הוא נגזרת של הפסיפס האנושי המרכיב אותו. איך AI יכול להשתלב כאן?

AI יכול לשמש כדי לסייע לארגונים ליצור חוסן ארגוני. טכנולוגיות AI יכולות לשמש למגוון משימות, כגון:

- **ניתוח נתונים:** AI יכול לשמש כדי לנתח נתונים על הארגון, כגון הביצועים שלו, הסיכונים שלו, והיכולות שלו להתמודד עם משברים. ניתוח זה יכול לעזור לארגונים לזהות את נקודות החוזק והחולשה שלהם, ולפתח תוכניות להתמודדות עם משברים.
- **אוטומציה של משימות:** AI יכול לשמש כדי ליעל משימות עסקיות, כגון ניהול סיכונים, תכנון חירום, ותפעול שוטף. אוטומציה זו יכולה לחסוך זמן וכסף לארגונים, ויכולה לשחרר משאבים לטיפול במשברים.

- **פיתוח תוכניות מותאמות אישית:** AI יכול לשמש כדי לפתח תוכניות מותאמות אישית לעובדים, כגון תוכניות פיתוח מקצועי ותוכניות בריאות ורווחה. תוכניות אלו יכולות לעזור לעובדים להיות מוכנים יותר להתמודד עם משברים.
 - באמצעות שילוב של AI עם אסטרטגיות ותוכניות חוסן ארגוני, ארגונים יכולים ליצור ארגונים חזקים יותר ועמידים יותר בפני משברים.
 - כדי ליצור חוסן ארגוני בעזרת AI, ארגונים צריכים:
 - להגדיר את היעדים שלהם: ארגונים צריכים להבין מה הם מנסים להשיג באמצעות AI לפני שהם יכולים להשתמש בו כדי ליצור חוסן ארגוני.
 - לאסוף נתונים: ארגונים צריכים לאסוף נתונים על הארגון, כגון הביצועים שלו, הסיכונים שלו, והיכולות שלו להתמודד עם משברים.
 - לבחור את הטכנולוגיה הנכונה: ישנם מגוון פתרונות AI זמינים ליצירת חוסן ארגוני. ארגונים צריכים לבחור את הטכנולוגיה המתאימה ביותר לצרכים שלהם.
 - להכשיר את העובדים: עובדים צריכים להיות מאומנים בשימוש בטכנולוגיות AI.
- על ידי שילוב של AI עם אסטרטגיות ותוכניות חוסן ארגוני, אפשר ליצור ארגונים חזקים יותר ועמידים יותר בפני משברים.

פרק 13: ניהול שינוי והטמעת טכנולוגיית AI

הטמעת טכנולוגיות חדשות בארגון מצריכה רתימת הנהלה וניהול שינוי. על מנת להבטיח הצלחה, חשוב שמחלקת משאבי האנוש תהיה מעורבת ותוביל את תהליך ניהול השינוי.

ראשית, על משאבי האנוש להבין את הטכנולוגיה החדשה ואת השפעתה הפוטנציאלית על העובדים ותפקידיהם. יש לבצע הערכת צרכים ולזהות תפקידים שיושפעו, מיומנויות שיידרשו ופערי ידע.

חשוב מאוד לרתום את ההנהלה ולאחר מכן את יתר המנהלים בארגון בשלב מוקדם של התהליך. גיבוי מההנהלה מגביר את סיכויי ההצלחה.

יתר על כן, יש לזכור שאנשים רבים נרתעים משינוי ולכן כל תהליך כזה צריך להיות מלווה ברתימה של השטח.

בנוסף, יש לתכנן ולבצע הכשרות והדרכות לעובדים. הכשרות טכניות לשימוש במערכות חדשות, וגם הדרכות רכות יותר על השינויים בתפקידים ובתרבות ארגונית.

כמו כן, חשוב לתקשר את החזון והיתרונות של הטכנולוגיה החדשה. לערב את העובדים ולקבל משוב שוטף. יש לטפל בחששות ולעודד אימוץ השינוי.

משאבי אנוש צריכים גם לעקוב אחרי יישום מוצלח, לבדוק האם יש בעיות ולהתאים את תוכנית השינוי בהתאם.

למשאבי אנוש יש אחריות בהובלת הטמעת תפיסת ה AI הן בארגון, אבל לא פחות חשוב מכך – במחלקת משאבי אנוש עצמה.

נזכיר תחילה את מודל קוטר להטמעת שינוי ולאחריו נתבסס על מודל מיוחד שפיתחה חברת היעוץ הגלובאלית BCG להטמעת AI.

מודל קוטר מתאר 8 שלבים בתהליך הטמעת שינוי ארגוני:

שלב 1 - יצירת תחושת דחיפות - יש ליצור מודעות לצורך בשינוי ולדחיפות שבו.

- שלב 2 - הקמת קואליציית הובלה - יש להקים צוות הובלה שינהיג את השינוי.
- שלב 3 - פיתוח חזון ואסטרטגיה - פיתוח חזון ברור לשינוי הרצוי ואסטרטגיה ליישומו.
- שלב 4 - תקשורת החזון - תקשור נרחב של החזון והאסטרטגיה לכל בעלי העניין.
- שלב 5 - הסמכת עובדים לפעולה - בניית תמיכה רחבה, הסרת מכשולים לשינוי.
- שלב 6 - יצירת הישגים מהירים - יצירת הצלחות מהירות שממחישות את השינוי.
- שלב 7 - חיזוק השינוי - המשך קידום השינוי, התאמת מערכות ותהליכים.
- שלב 8 - עיגון השינוי בתרבות - עיגון ערכי השינוי בנורמות ובתרבות הארגונית.

המודל של חברת הייעוץ הגלובאלית BCG

בהובלת תהליך אסטרטגיית AI בארגון ישנם מספר תפקידים המרכזיים של משאבי אנוש:

1. הצגת החזון של השינוי ויצירת תנופה חיובית:

- סיוע להנהלה לדמיין מחדש באופן אמיץ את הארגון המונע על ידי AI
- הדגשת הצלחות וערך עסקי שמופקים כבר היום בעזרת AI
- יצירת התלהבות וציפייה חיובית לשינוי בקרב העובדים

2. הצגת דוגמה אישית באמצעות אימוץ מוקדם של השינוי:

- אימוץ כלים ודרכי עבודה חדשות המבוססות על AI
- נכונות להתנסות, ללמוד ולהסתגל באופן אישי לאתגרי השינוי
- הפגנת אמפתיה ורגישות לקשיים שחווים העובדים בתהליך
- טיפוח והובלה של התרבות הארגונית הרצויה במהלך השינוי

3. תרגום האסטרטגיה לתוכנית עבודה המתייחסת להשפעה על כוח האדם:

- ניתוח איכותני וכמותי של ההשלכות האפשריות על העובדים
- פירוט מהלכים קונקרטיים לניהול השינוי באופן מיטבי

4. הובלה של עיצוב מחדש של שיטות העבודה, התפקידים והתהליכים:

- עדכון מבנה ארגוני, חלוקת תפקידים ואחריות, תהליכי עבודה ומודלים תפעוליים

- הגדרה מחודשת של מדדי ביצוע ותהליכי ניהול וקידום עובדים

- עדכון מסלולי קריירה, דרישות מיומנויות וכישורים וכדומה

5. הטמעת למידה בכל הארגון

- הבטחת ידע בסיסי אצל כלל העובדים על מנת למצות ערך ממערכות ה-AI

- שותפות עם אבטחת מידע, ניהול סיכונים וייעוץ משפטי

- הדרכות, הכשרות ותוכניות למידה בכל הדרגים מהשטח ועד להנהלה הבכירה

6. מזעור סיכונים והטיות בגישת ה-AI:

- גיבוש מסגרת אתית ליישום אחראי של AI כולל הגנת הפרטיות ומניעת הטיות

- איזון בין תועלת עסקית לבין רווחת ובטיחות העובדים

- עמידה בדרישות החוק והרגולציה לשימוש ב-AI

7. מעקב שהארגון ממש את יעדי הפריון והחיסכון באמצעות ה-AI:

- הגדרת יעדים ברורים של חיסכון ושיפור ביצועים בעזרת כלי ה-GenAI

- מדידה ודיווח שוטף על התקדמות לעבר היעדים

- זיהוי פערים ומתן תמיכה נוספת באזורים הדורשים זאת (למשל באמצעות

הכשרות או תמריצים)

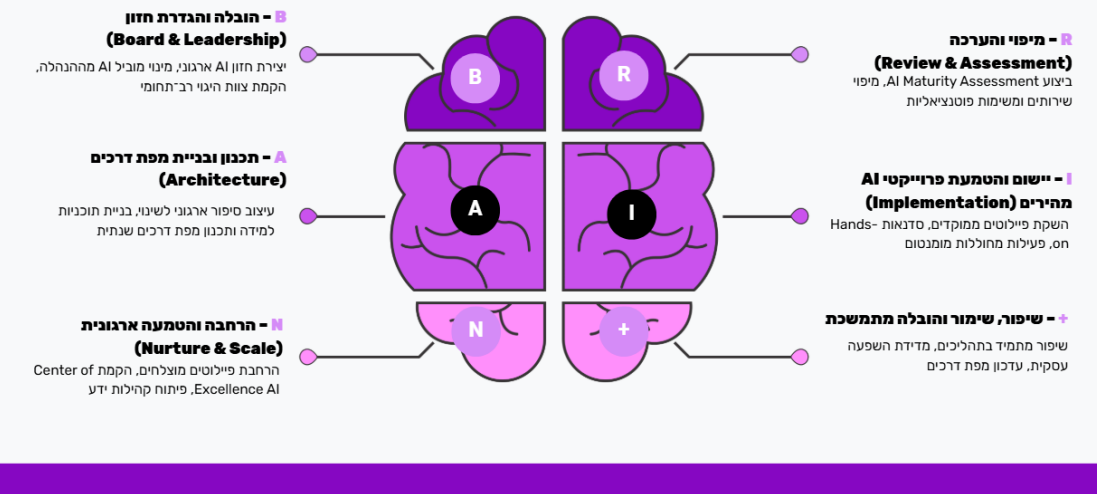
המודל של HRD לניהול הטמעות AI בארגונים – מודל +BRAIN

המודל נבנה מידע פרקטי במאות ארגונים אותם הכשיר וליווה צוות HRD AI TEAM.

אבני היסוד להטמעת AI בארגונים וניהול השינוי



מודל BRAIN+ להטמעת AI של HRD



בעת נחלק את שלבי העבודה ל-2 חלקים – חלק אחד יתייחס להכנת הארגון לשינוי וחלק שני יתייחס להכנת מחלקת משאבי האנוש לשינוי – כך יראה תהליך העבודה בכל אחד מהחלקים:

3 שלבים להכנת הארגון לטרנספורמציה:

1. הנחת היסודות לאסטרטגיית הארגון:

- תכנון ואיוש צוות רב-תחומי ייעודי ל-GenAI (AI יוצר)
- יישור קו עם ההנהלה סביב נרטיב של שינוי/תרבות המותאם ל-AI
- ביצוע פיילוט הסבה כדי לקבוע כיצד להרחיב לקנה מידה משמעותי יותר
- תחילת מיפוי נושאי הליבה של טרנספורמציות כוח האדם, תוך כימות ההשפעות
- זיהוי או בניית יכולות עבור נקודות מגע ל- AI אחראי

2. התאמת אסטרטגיית כח האדם להובלת השלב הבא באסטרטגיית ה-AI:

- יצירת תוכנית כוח אדם ראשונית הכוללת אומדן של היקף ההשפעה
- פיתוח מפת דרכים עבור העובדים וצרכי הכישורים בהתבסס על לוח הזמנים הצפוי להפעלת AI
- התחלת מהלכים שאינם תלויים בהתפתחויות עתידיות – סוגי כישורים שצריך לגייס בניית תוכנית הסבה רחבה לעובדים קיימים ועוד.
- התחלת תוכנית ה Upskilling הנדרשת.

3. הוצאה לפועל של התוכנית ושיפור מתמיד של התהליך

3 שלבים להכנת משאבי האנוש לטרנספורמציה:

1. יישור קו של ציפיות מינוף כלי ה AI מול יעדי משאבי אנוש:

- בדיקה ווידוא שיעדי ה-GenAI של משאבי אנוש מתואמים לאסטרטגיה ויעדים כלליים
- הסכמה על תהליך/פרוייקט/נושא שיכול להוות את המקום הראשון שבו מטמיעים את כלי ה AI
- הבנת הפתרונות הטכנולוגיים בתחום הנבחר שבו רוצים להתחיל כולל הזדמנויות ומגבלות של כל פתרון AI (כולל הבנת מפת הדרכים של הספקים הקיימים בתחום)

2. גיבוש רעיונות לפיילוט:

- זיהוי נקודות כאב שצריך לתיקון
- גיבוש רעיונות לפיתרון מצוותי משאבי אנוש, לקוחות, נתונים על ביצועים, פרספקטיבות חיצוניות
- תכנון מפגשים מובנים להטמעה ויצירת רעיונות
- פיתוח ויצירת רשימה מורחבת של הזדמנויות להטמעת GenAI בקבוצות ה HR השונות.

3. מיון וקביעת סדר עדיפויות:

- אומדן היקף ועלות ביצוע של כל רעיון
- בדיקת אפשרויות הטמעה עם אנשי הטכנולוגיה, לקוחות וצוותי משאבי אנוש
- קביעת סדר עדיפויות ופירוט רעיונות מובילים כולל גיבוש אומדני עלות מול ערך
- איוש צוותים להתחלת פיתוח והתנעת העבודה להצגת התוצר

4. הובלת החדשנות תוך כדי הטמעת המוצרים שהוגדרו

מדידת אפקטיביות הטמעה

כדי לוודא שהטמעת טכנולוגיה חדשה הייתה מוצלחת, חשוב לבצע מדידה והערכה.

ניתן למדוד מספר היבטים:

- **שביעות רצון** - סקרי שביעות רצון בקרב משתמשים לגבי איכות הטכנולוגיה וקלות השימוש.
- **אימוץ הטכנולוגיה** - מדידת אחוז העובדים שאימצו בפועל את הטכנולוגיה החדשה.
- **ביצועים עסקיים** - האם חל שיפור במדדים עסקיים רלוונטיים כמו פרודוקטיביות, רווחיות וכד'.

- **יעדי ההטמעה** - האם הושגו יעדי ההטמעה שהוגדרו מראש כמו חיסכון בזמן/עלויות וכו'.
- **משוב ותובנות** - איסוף משוב מהמשתמשים על חוויית השימוש ותובנות לשיפור.
- **זמן ועלויות ההטמעה** - האם התהליך הסתיים בלו"ז ותקציב המתוכננים.

ניתוח הנתונים יאפשר להפיק לקחים ולשפר תהליכי הטמעה עתידיים. מדידה שיטתית חיונית להצלחה ארוכת טווח.

פרק 14: שיפור הפרודוקטיביות הארגונית בעזרת AI

נושא הפרודוקטיביות הינו אחד הנושאים הקריטיים שבעטיים חשוב שכל ארגון יוביל בצורה יזומה את נושא הטמעת כלי ה AI במשאבי אנוש כמו גם בארגון כולו.

המחקרים מראים שכבר כיום אנחנו עדים לשיפורים הנעים בין 30% ל 90% בשיפור הפרודוקטיביות הארגונית. וזה נכון לכל המחלקות בארגון – שיווק, פיתוח, HR, שירות לקוחות, מכירות, פיתוח עסקי ועוד.

הפרודוקטיביות ארגונית היא חשובה לכל חברה ממגוון סיבות כגון:

- **שיפור רווחיות:** ארגונים פרודוקטיביים יותר יכולים לייצר יותר מוצרים או שירותים, מה שיכול להוביל לעלייה בהכנסות ורווח.
- **שיפור תחרותיות:** ארגונים פרודוקטיביים יותר יכולים להציע מחירים תחרותיים יותר, מה שיכול לעזור להם לזכות בנתח שוק.
- **שיפור שביעות רצון העובדים:** עובדים פרודוקטיביים יותר יכולים להיות מרוצים יותר מהעבודה שלהם, מה שיכול להוביל לעלייה במורל ובתפוקה.

כיצד AI יכול לשפר את הפרודוקטיביות הארגונית?

אוטומציה של משימות: AI יכול לשמש לאוטומציה של משימות חוזרות ונשנות, שיכולות לחסוך זמן וכסף לארגונים.

שיפור תהליכים: AI יכול לשמש לשיפור תהליכים קיימים, מה שיכול להוביל ליעילות מוגברת. אם לפני עידן ה-AI התחלנו כל משימה ב"דף חלק", הרי שעכשיו כלי AI יכולים ליצור עבורנו בסיס עליו נוכל להישען.

קבלת החלטות מושכלות יותר: AI יכול לשמש לקבלת החלטות מושכלות יותר, על ידי ניתוח כמויות גדולות של נתונים.

זמינות 24/7: כלי ה-AI אינם מסיימים את עבודתם ב-17:00 ואף אינם זקוקים ליום מנוחה. הם זמינים בכל שעות היממה, ובכל ימות השבוע לתת מענה. לכן, פתרונות

מבוססי AI יאפשרו לנו לתת מענה זמין. למשל: מרכז חווית עובד מבוסס AI – העובדים יתכתבו עם צ'ט בוט בינה מלאכותית שיוכל לתת להם מענה גם אחרי שעות העבודה.

כלי AI באופיס:

ההשקה של אופיס קופיילוט יצרה מהפכה נוספת בשיפור הפרודוקטיביות הארגונית: קבצי וורד יכולים לכתוב עבורנו טקסטים על ידי פקודה שניתן להם, קבצי אקסל יכולים לנתח לנו עצמאית נתונים על ידי פקודה מתאימה. אפשר להעלות לפאוור פוינט קובץ וורד והוא יהפוך אותו למצגת ואח"כ בעזרת ה"מעצב" לעצב את השקפים. האאוטלוק יכול לענות בשמנו לאימיילים וגם לספק לנו סיכומים. עכשיו, סכמו את כל המשימות הללו והיווכחו כמה זמן ניתן לחסוך על ידי שימוש בכלי ה-AI של אופיס.

אין ספק שאנחנו בעיצומה של מהפכה, ואנחנו מסכימים לגמרי עם מה שאמר חיים ישראלי, האסטרטג הראשי של Bank Of America: "בקרוב נראה 2 סוגי ארגונים – אלו שיאמצו AI ואלו שייעלמו".

האחריות שלנו כמובילי HR הוא לוודא שהמחלקה שלנו כמו גם הארגון כולו בוחרים במסלול שמוביל להישרדות החברה ולשגשוגה בעולם שמשתנה בקצב שמעולם לא הכרנו.

שימוש אתי בבינה מלאכותית במשאבי אנוש

לאורך הספר סקרנו מגוון שימושי בינה מלאכותית לעולמות ה-HR, גיוס, סורסינג, מיתוג מעסיק, למידה ופיתוח ארגוני, רווחה וחווית עובד, תקשורת ארגונית ועוד.

לצד התועלת הרבה, עלינו להיות ערים לסיכונים, להטיות, לאפליות ולסוגיות נוספות המחייבות התייחסות.

בבסיסו של עולם ה-HR עומדים אנשים. הבינה המלאכותית אמורה לשמש כלי תומך, ולהיות יד ימינה של הבינה האנושית שלנו. לצד הבינה, אנחנו כנשות ואנשי משאבי אנוש מביאים לתפקיד גם את הלב הענק שלנו, את הרגש שהוא חלק בלתי נפרד מעבודה עם אנשים.

בתחום שהוא הלב הפועם של הארגון, לא הכל "שחור או לבן", לא תמיד מכונה יכולה לקבל את ההחלטות הטובות והמדויקות ביותר. כאן אנחנו נכנסים, ויכולים להפעיל שיקול דעת אנושי. למשל, לתת אישור חריג לעובד גם אם אינו עומד בקריטריונים. החמלה האנושית באה לידי ביטוי ביתר שאת סביב המלחמה בעזה. קשה לנו להאמין שכלי AI היו יכולים להכניס את אותה מידה של אנושיות לתהליך, אבל היא בהחלט יכולה לתת לנו בסיס לעבוד עליו.

בדוגמה המצורפת ביקשנו מג'ימיני לכתוב תוכנית לניהול משאבי אנוש בצל המלחמה. שימו לב שג'ימיני שילב בין צעדים שיאפשרו פעילות ארגונית/עסקית תקינה לבין צעדים ששמים את הפרט במרכז. בשאלות המשך אפשר לפתח כל אחת מההמלצות לרשימת רעיונות מפורטת.

מטרות:

- לספק תמיכה וסיוע לעובדים המתמודדים עם המלחמה
- לשמור על תפקוד תקין של הארגון
- להפחית את אי הוודאות והלחץ בקרב העובדים

פעולות:

- הקמת צוות חירום HR: צוות חירום שיהיה אחראי על תיאום הפעולות של הארגון בצל המלחמה. הצוות יכלול נציגים מכל המחלקות בארגון.
- יצירת קשר עם עובדים: יצירת קשר עם עובדים המתגוררים באזורי הלחימה או שיש להם קרובי משפחה באזורים אלו. הקשר יהיה באמצעות שיחות אישיות, הודעות טקסט או מיילים.
- הענקת תמיכה לעובדים: מתן תמיכה רגשית ופרקטית לעובדים המתמודדים עם המלחמה. התמיכה תכלול, בין היתר, סיוע במציאת מקומות מגורים זמניים, סיוע בהסעת ילדים לבתי ספר ומעונות, וכן מתן ייעוץ פסיכולוגי.
- הבטחת תפקוד תקין של הארגון: שמירה על תפקוד תקין של הארגון, תוך התחשבות בנסיבות החריגות.
- הפחתת אי הוודאות והלחץ בקרב העובדים: מתן מידע עדכני לעובדים על המצב, וכן נקיטת צעדים להפחתת אי הוודאות והלחץ.

אמינות הנתונים (או אם נקרא לילד בשמו: "פאק באמינות")

לכלי AI דוגמת ChatGPT יש נטייה להמציא מידע, או כמו שאנחנו אומרים בהרצאות שלנו: "לחרטט בביטחון". יש לזכור שכל אחד מהכלים הללו הוא מודל סטטיסטי עם יכולות NLP. בעוד שנדמה לנו שאנחנו מתכתבים עם דמות חכמה מאוד, אמפתית, שירותית ונחמדה – בפועל אנחנו מתכתבים עם כלי בעל היגיון סטטיסטי שמרכיב לנו תשובות מילה אחר מילה בהתבסס על המון מידע שהכלי למד.

אחת הפרשות הראשונות שעוררו הדים רבים הייתה של עורך דין שהציג בבית משפט תקדימים משפטיים שלא היו ולא נבראו. עורך הדין הסביר שהוא קיבל את התקדימים הללו ב-ChatGPT. אותו עורך דין היה צריך לבדוק את אמינותם. במאי 2025 הציגה משטרת ישראל בבימ"ש סעיף חוק שהומצא על ידי הצ'ט.

על מנת להגדיל את הסיכוי לקבל נתונים אמינים אנחנו ממליצים לעבוד עם מספר כלי AI במקביל ולהשוות בין התוצאות. כמו כן, יש לבקש מכלי ה-AI לא להמציא מידע ואף לציין בפנינו את מקורות המידע מהם נלקחה התשובה. שימו לב שלעיתים כלי ה-AI עשויים להמציא גם רשימות ביבליוגרפיות ולכן יש לבדוק גם את אמינות הנתונים הללו.

בנוסף, אנחנו ממליצים להעזר בכלי AI שנקרא Perplexity שמציג מידע עם הפניה למקור ממנו נלקח. הכלי משלב בתשובות מקורות ביבליוגרפיים ואנחנו יכולים להגדיר

לו על אילו מקורות להישען ועל אילו לא (למשל – ניתן לבחור להתייחס רק למאמרים אקדמיים).

אבטחת מידע

כלי ה-AI הם כלים לומדים. מלבד הלמידה מכמות עצומה של חומר שהוזן אליהם, הם לומדים גם מהשאלות שלנו. המשמעות: אם נזין לתוכם מידע דיסקרטי, יתכן מאוד שהמידע לא ישאר דיסקרטי לאורך זמן.

אחרי שקטעי קוד של אמאזון נחשפו בשל שימוש בכלי AI על ידי מפתחים של אמאזון שהעלו קטעי קוד וביקשו מכלי ה-AI לכתוב קוד דומה – ארגונים הבינו שלצד היתרונות הרבים יש לנקוט משנה זהירות. חלק מהארגונים חסמו את השימוש הארגוני ב-ChatGPT מחשש שמידע רגיש יזלוג מחוץ לארגון. אחרים פרסמו מדיניות ארגונית בנושא. דוגמה לקובץ מדיניות ארגונית תוכלו למצוא בבלוג שלנו באתר HRPORTAL

[בלחיצה כאן <<](#)

הטיות ואפליה

אם AI לומד מנתונים שאנחנו מזינים לתוכו, הרי שהטיה בנתונים יכולה להוביל להטיה במודלים של AI. כלומר, אם נתוני האימון של מודל AI מוטים כלפי קבוצה מסוימת של אנשים, המודל עלול להפלות קבוצות אחרות של אנשים.

למשל, נסו לבקש מאחד מכלי ה-AI לצייר CEO. רוב הסיכויים שהתוצר יהיה גבר עם צבע עור לבן. מדובר בתוצר שהוא מוטה ומפלה שהרי גם אישה יכולה לשמש בתפקיד מנכ"לית ובטח שצבע העור הוא לא קריטריון שמשפיע על מידת ההתאמה לתפקיד.

כשמדובר בציור, אנחנו יכולים להנחות את הכלי לצייר לנו אישה ובכך לפתור את הבעיה. אך מה קורה כשמדובר בסינון מועמדים? דמיינו סיטואציה בה כלי AI מסנן מועמדים על פי הערכת הפוטנציאל של כל אחד/אחת להתקבל לעבודה. נניח שעד כה רוב המתקבלים לעבודה היו גברים. במקרה כזה, כלי ה-AI ייתן ציון גבוה יותר לגברים ובכך ינציח את הפער.

לכן, לפחות בשלב זה, האחריות שלנו לבצע בקרה על התוצרים של כלי ה-AI וכמובן ללמד אותם. להיות מודעים לאותן נקודות בעייתיות ולזכור שהבינה המלאכותית לא יכולה לעמוד לבדה ללא בינה אנושית.

הבדלים מגדריים

על פי מחקר של אמאזון, שליטה ב-AI יכולה להעלות את פוטנציאל השכר בעד 40%. מחקרים מראים כי נשים מאמצות פחות AI בהשוואה לגברים. מחקר אמריקאי פרסם ש-8 מתוך 10 נשים נמצאות בסיכון לאבד את מקום עבודתן לטובת ה-AI בשל אופי העיסוקים שלהן. שקלול המידע הזה מצייר תמונת מצב מדאיגה מאוד. לדעתנו, מיומנויות AI יהפכו להיות מיומנויות בסיס כמו שליטה באינטרנט או עבודה עם אופיס. נשים שלא יאמצו את הטכנולוגיה ימצאו את עצמן לא רק נשחקות מבחינת שכר, אלא גם לא רלוונטיות.

כרגע הדברים הללו ברי תיקון, והשליטה היא בידיים שלנו – נשות ואנשי משאבי אנוש שאמונים על הפיתוח הארגוני. זה המקום לשלב נשים בהכשרות AI וגם לדאוג למסלולי קריירה מתאימים שכוללים רכישת מיומנויות שישאירו אותן רלוונטיות בשוק העבודה.

כיצד לוודא שיהיה שימוש מיטיב בבינה מלאכותית בארגון?

בינה מלאכותית (AI) היא טכנולוגיה מתקדמת עם פוטנציאל לקחת את הארגון כמה צעדים קדימה. עם זאת, חשוב להשתמש ב-AI באופן מיטיב, כדי למנוע שימוש לרעה או השלכות שליליות.

1. הגדרה של מטרות ברורות: לפני תחילת השימוש ב-AI, חשוב להגדיר מטרות ברורות. מה הארגון מנסה להשיג באמצעות AI? מהם היעדים העסקיים או החברתיים של השימוש ב-AI?
2. פיתוח אסטרטגיה: לאחר הגדרת המטרות, חשוב לפתח אסטרטגיה לשימוש ב-AI. האסטרטגיה צריכה לקחת בחשבון את הצרכים והיעדים של הארגון, כמו גם את הסיכונים והאתגרים האפשריים.

3. שימוש בנתונים איכותיים: AI מבוסס על נתונים. חשוב להשתמש בנתונים איכותיים לאימון מודלי AI. נתונים איכותיים הם נתונים מדויקים, מאוזנים, ונטולי הטיה.
 4. בדיקת הטיה: חשוב לבדוק מודלי AI להטיה. הטיה יכולה להוביל לאפליה, פגיעה בזכויות אדם, או נזק כלכלי.
 5. שקיפות: חשוב להיות שקופים לגבי השימוש ב-AI. שקיפות תאפשר לעובדים ולקהילה להבין את ההשלכות של השימוש ב-AI.
 6. אחריות: חשוב להיות אחראים לשימוש ב-AI. הארגון צריך לנקוט בצעדים כדי למנוע שימוש לרעה או השלכות שליליות של AI.
 7. הדרכה והכשרה: השימוש בחלק מכלי ה-AI נראה מאוד אינטואיטיבי, בין היתר בגלל היכולת להתכתב עם הכלים בשפה טבעית. עם זאת, חשוב להדריך את העובדים כיצד לעבוד נכון עם AI על מנת להימנע מטעויות, דליפת מידע רגיש, אפליה ועוד.
 8. מדיניות ארגונית: חשוב להפיץ לעובדים מדיניות ארגונית לשימוש ב-AI ולהגדיר בצורה ברורה מה מותר ומה אסור לעשות. חובה להדגיש בפני העובדים לא להעלות לכלי AI דוגמת ChatGPT מידע דיסקרטי/רגיש או כל מידע שאסור שייחשף החוצה.
- אין ספק ש-AI הוא חבר ולא אויב. שימוש ב-AI יכול לחסוך לנו זמן, כסף, לשפר את איכות התוצרים שלנו וגם לגוון לנו את התפקיד. עם זאת, שימוש לא נכון ב-AI יכול לגרום נזק וראינו לאורך הפרק דוגמאות לכך.
- ה-AI כאן כדי להישאר. ככל שעובר הזמן עוד ועוד אנשים נחשפים לכלי ה-AI השונים באופן עצמאי. לכן, גם ארגון שלא מתכנן להטמיע תהליכי עבודה שכוללים AI, חייב לתת את הדעת על הנושא.

בספר זה, הראשון בתחום ה-AI למשאבי אנוש בישראל נחשפנו להשפעה האדירה של בינה מלאכותית על ארגונים בכלל ועל עולמות המש"א והגיוס בפרט. טכנולוגיות בינה מלאכותית צפויות להמשיך ולהשפיע משמעותית על תחום משאבי אנוש בעתיד. בגיוס עובדים ניתן יהיה להשתמש בעוזרים וירטואליים בעלי יכולות שיחה מתקדמות כדי לסנן ולראיין מועמדים. כלי בינה מלאכותית יסייעו לאתר מועמדים מתאימים. ב-Onboarding והכשרה, סוכני AI וירטואליים ילמדו ויכשירו עובדים חדשים. תוכניות הדרכה יותאמו אישית לצרכי הלומד. בניהול עובדים, מערכות AI יספקו ניתוח ותובנות על ביצועי עובדים. כלי ניתוח רגש ושפה יאפשרו ניטור ושיפור חווית העובד. בניהול ההון האנושי, טכנולוגיות AI יאפשרו אוטומציה של תהליכים כגון ניהול היעדרויות, חישוב משכורות וניהול קריירה. AI יאפשר אוטומציה וייעול של מטלות משאבי אנוש רבות, מה שיאפשר להתמקד בערך האנושי ובחווית העובד. עם זאת, חשוב לוודא התאמה אתית של הטכנולוגיה לערכי הארגון וצרכי העובדים.

לאורך הספר נחשפנו לאינספור דוגמאות לשימושי AI פרקטיים שתוכלו ליישם מיידית, לצד שימושים עתידיים שהטמעתם מורכבת יותר.

אך התפקיד שלנו אינו מסתכם רק בלמידת כלי ה-AI והטמעתם. צוותי ה-HR הם הבסיס להובלת שינוי ארגוני שהוא גם אסטרטגי וגם טקטי.

עולם העבודה משתנה. ישנן לא מעט משימות ש-AI יוכל לבצע במקומנו או במקום עובדים בארגון. זה הזמן לבצע ניתוח של העיסוקים הארגוניים ולבחון כיצד הם ישתנו עם כניסתו של ה-AI לכל אחד מהתחומים. לבדוק אילו מיומנויות העובדים צריכים

לרכוש על מנת להישאר רלוונטיים ועל מנת להיות פרודוקטיביים יותר. לבחון אילו תפקידים ייעלמו וכיצד ניתן להכשיר את בעלי התפקידים על מנת לשמור על הרלוונטיות התעסוקתית שלהם. לבדוק לאילו תפקידים חדשים הארגון יגייס ולנסות כבר עכשיו ליצור תוכניות הדרכה שיאפשרו ליצור עתודה פנים ארגונית לתפקידים הללו.

ספר זה, נכתב, נערך ופורסם כשירות לקהילת ה-HR בישראל ויצא לאור לראשונה בדצמבר 2023. הגרסה הזו היא מהדורת תיקון רביעית שיצאה לאור בדצמבר 2024. בגלל השינויים וההתפתחויות הרבות בתחום, אנו נמשיך לעדכן את הספר כך שיהיה מקור הידע המשמעותי לנשות ולאנשי HR בישראל.

צוות ה-AI שלנו ב-HRD כמובן ישמח לסייע בהכשרות בארגונים – הן לצוותי ה-HR והן לכלל העובדים.

רגע לפני שנפרדים...

מה? כבר נגמר?

אנחנו מאמינים שזו רק תחילתה של מהפכת ה-AI.

רגע לפני סיום, ארגז כלים לדרך:

אתרים שמרכזים מידע על כלי AI

- FuturePedia
- AiPedia.co.il (בעברית)
- Thereisanaiforthat

הטמעות AI

- אסטרטגיית הטמעה וניהול השינוי
- מיפוי משימות עם השטח והמלצות פרקטיות לשילוב כלים ולהתאמת תהליכי עבודה
- בניית סוכנים ועוזרים אישיים חכמים
- בניית אוטומציות

לפרטים: info@hrd.co.il

סדנאות והכשרות בנושא AI:

- **סדנאות AI למנהלים ועובדים, כולל סדנאות לשיפור הפרודוקטיביות**
- **סדנאות AI FOR HR** למשאבי אנוש, גיוס, מיתוג מעסיק, למידה ופיתוח ארגוני, רווחה וחוויית עובד, תקשורת ארגונית
- **סדנאות LINKEDIN&AI**

• **סדנאות Canva&Ai**

• סדנאות לגיוס ברשתות החברתיות וכתביה גיוסית שיווקית משולבות AI

• סדנאות לבניית מצגות בעזרת AI

• סדנאות קריירה ומציאת עבודה

• סדנאות אופיס קופיילוט

• שבוע/חודש הAI בארגונים – תהליך הכשרה ארגוני אונליין

• סדנת בניית סוכנים

• סדנת ויד'ואל עם AI – יצירת תמונות ווידאו

ליצירת קשר בנושא סדנאות: info@hrd.co.il

קהילת AI FOR HR בפייסבוק:

• <https://www.facebook.com/groups/1525663197926365>

וזכרו – המפתח להצלחה הוא השילוב בין בינה מלאכותית לבינה מש"אית.

לגזור ולשמור 1 – דוגמאות לשימושי בינה מלאכותית

	<p>רווחה וחווית עובד</p> <ul style="list-style-type: none"> • בניית תוכניות עבודה • רעיונות לפעילויות, למתנות, ספקים • כתיבת ברכות 	<p>משאבי אנוש</p> <ul style="list-style-type: none"> • כתיבת תוכניות • נוסחים ותקשורים • דילמות מקצועיות • ניתוח נתונים • סיכומים ותמלולים 	
	<p>תקשורת ארגונית ומיתוג מעסיק</p> <ul style="list-style-type: none"> • בניית גאנט תוכן • בניית תקשורים מותאמי פלטפורמה: טקסטים, תמונות, וידאו, מוזיקה • כתיבת פוסטים • התייעצויות מקצועיות 	<p>גיוס וסורסינג</p> <ul style="list-style-type: none"> • גיבוש פרופיל משרה • נוסחים לפרסום • מקורות גיוס, בניית שאליות • חיפוש • אבחון מועמדים 	
	<p>שכר, HRIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ניתוח נתונים • מענה על שאלות מקצועיות • הסבר טרמינולוגיה 	<p>למידה ופיתוח ארגוני</p> <ul style="list-style-type: none"> • בניית סילבוסים ותוכניות • בניית מצגות וחומרי הדרכה • בניית מבדקים (ובדיקה שלהם) • נוסחים ותקשורים 	

אנו תלמידי הקורס והעמיתים שלנו

EXAMPLE

לגזור ולשמור 2 – כלי AI שחובה להכיר בעולמות ה-HR

מודלי שפה

- ChatGPT
- Gemini
- Copilot
- Claude
- perplexity

כלים ליצירת תמונות

- Copilot
- Gemini
- ChatGPT
- Canva
- ideogram

- freepik
- adobe
- לאונרדו
- אסטריה (בתשלום)
- Midjourney (בתשלום)

כלים ליצירת וידאו

- Runway
- Minimax
- KLING
- VEO-GEMINI
- Sora
- Artflow
- D-id
- Heygen (כולל סרטונים בשפות)
- luma
- Canva
- idomoo

כלי תמלול וסיכום פגישות שנתמכים בעברית

- המתמלל של WORD
- המתמלל של גוגל דוקס
- timeOS
- וויספר
- עברית
- גוגל סטודיו
- תמלול מובנה בטימס



כלים נוספים שנדאי להכיר:

מצגות – GAMMA ●

סוכנים – GENSPARK ●

NOTEBOOKLM – פודקאסט, וידאו מונפש, אינפוגרפיקה, מצגות ועוד ●

להעמקה בכלי ה-AI וביישומים שלהם לעולמות ה-HR, ניתן ליצור עימנו קשר בנושא
סדנאות AI ליחידים ולקבוצות: info@hrd.co.il

הספר נכתב על ידי ויקי גרונר ויעקב רוזן, מחברת HRD שעובדת ב-18 השנים האחרונות עם אלפי ארגונים מובילים. בשנים האחרונות הכשרנו מעל 30,000 מנהלים, מגייסים וצוותי HR ממעל ל-2,500 ארגונים וחברות ההשמה המובילות בארץ.

לקוחותינו מדווחים לנו שוב ושוב על יעילות הכלים, מקצועיות ההדרכות שלנו, ועל הכלים הפרקטיים שהביאו לשיפור מידי בתהליכי העבודה שלהם.

בנוסף להדרכות ולסדנאות, אנחנו מובילים את הכנסים הגדולים והמקצועיים בארץ בעולמות ה-HR, גיוס, מיתוג מעסיק, רווחה וחווית עובד, AI, HRTECH ועוד.

ויקי גרונר

שותפה בחברה HRD מרצה ומנחת סדנאות AI לארגונים, סדנאות קופיילוט, סדנאות קאנבה, סדנאות לגיוס ומשאבי אנוש. כמו כן יועצת ומלווה ארגונים בצהליכי הטמעה. מביאה ניסיון של מעל 17 שנים בעולמות ה-HR, הגיוס והשיווק, לרבות ניסיון כמנהלת דיגיטל, מנהלת תחום גיוס, מאבחנת, מדריכה ומפתחת כלי אבחון, סינון ומיון. בוגרת תואר ראשון בניהול משאבי אנוש ומערכות מידע מן גוריון ותואר שני ביישוב סכסוכים וגישה באוניברסיטת ת"א.

יעקב רוזן

מנכ"ל חברת HRD, מרצה ומנחה סדנאות סורסינג, לינקדאין משנת 2008 וסדנאות AI לגיוס וסורסינג.

יעקב הינו מהנדס תעשייה וניהול בוגר אוניברסיטת בן גוריון ובעל MBA בהתמחות במשאבי אנוש מהמכללה למנהל ובשנים האחרונות לימד את קורס הסורסינג היחיד באקדמיה לתלמידי תואר שני במכללה למנהל.

בעל ניסיון ניהולי ופרקטי בחברות כמו אינטל, HP, תעשייה אווירית ובשנים האחרונות ב-HRD.

