



UGLED DELODAJALCA

Poročilo o ciljnih skupinah

Se vaša zaposlitvena ponudba ujema s pričakovanji potencialnih kandidatov?



MojeDelo.com



universum

Kako do uspešne blagovne znamke delodajalca?

Kako uspešni ste pri gradnji vaše blagovne znamke delodajalca?

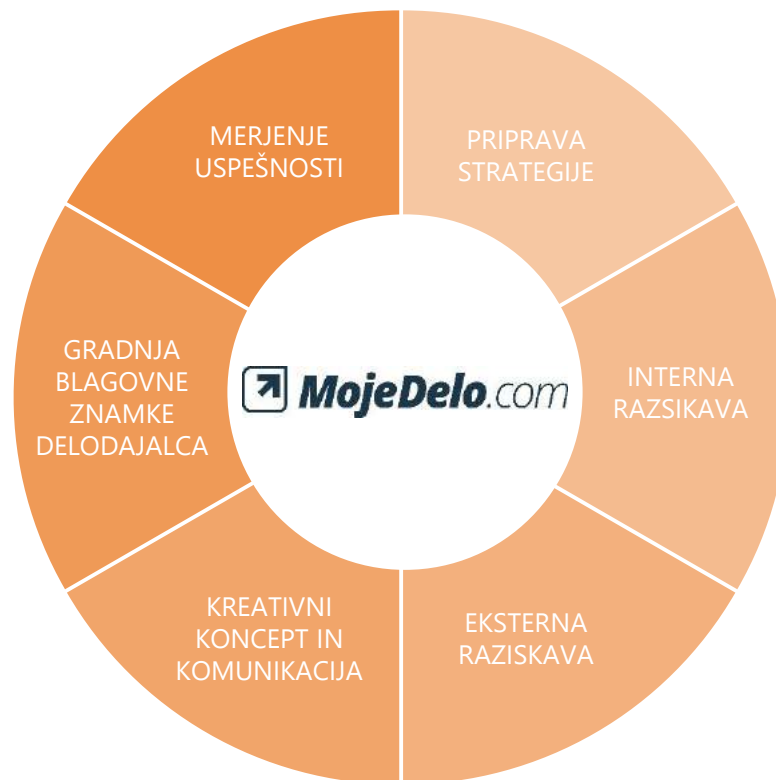
Redno spremljajte in analizirajte zadovoljstvo in zavzetost zaposlenih, stopnjo fluktuacije, število in kvaliteto prijav na vaše zaposlitvene oglase, stroške selekcijskega postopka in število sledilcev na korporativnih straneh na družbenih omrežjih.

Kako se uspešno predstaviti potencialnim kandidatom in povečati svoj ugled na trgu dela? Kako pritegniti za vas zanimivo publiko in kako njihovo pozornost obdržati?

Prilagodite svoje aktivnosti glede na vašo ciljno skupino ter z ustvarjanjem zanimive in koristne vsebine pritegnite za vas potencialne kandidate. Izpostavite elemente zaposlitvene ponudbe, ki so za izbrano ciljno skupino najbolj privlačni, kredibilni in edinstveni.

Kdo ste? Kakšni ste? Katere so za vas pomembne vrednote? Kakšen je vaš odnos do ljudi? Kakšno je delovno okolje v vašem podjetju? Kakšna je vaša skrb za razvoj zaposlenih?

Kandidati pred prijavo na prosto delovno mesto dobro raziščejo podjetje na spletni strani, različnih zaposlitvenih portalih in socialnih omrežjih. Zato poskrbite, da potencialnim kandidatom na ustreznih komunikacijskih kanalih omogočite unikaten vpogled v vaše podjetje, delovno okolje, zaposlene.



Kako strategija in cilji vašega podjetja vplivajo na potrebo po kadru? Kdo so vaši talenti?

Pripravite strategijo blagovne znamke delodajalca, s katero boste v podjetje pritegnili najboljše kandidate, ki vam bodo pomagali pri doseganju poslovnih ciljev in zadržali tiste, ki so pri vas že zaposleni. Določite primarne in sekundarne ciljne skupine - kakšen kader zaposlujete sedaj in kakšnega boste zaposlovali v prihodnje.

Kakšno mnenje o vas kot delodajalcu imajo vaši zaposleni in kako zadovoljni so na delovnem mestu?

Prvi korak do večjega ugleda vašega podjetja je raziskava zadovoljstva zaposlenih in njihove percepcije, mnenja o vas kot delodajalcu. Preverite kako zadovoljni so vaši zaposleni, kako vas percipirajo kot delodajalca in kaj jih najbolj motivira. Identificirajte kritična področja in uvedite ukrepe za izboljšanje trenutnega stanja.

Kateri so ključni motivatorji za potencialne kandidate in kako se le ti ujema z njihovo percepcijo vašega podjetja?

Če želite izboljšati svoj ugled, morate najprej dobro spoznati potencialne kandidate. Preverite, kako vas kot delodajalca ocenjujejo kandidati na trgu dela, kakšne so vaše prednosti primerjavi s konkurenco in raziščite, kaj motivira vaše potencialne kandidate.

Prednosti močne blagovne znamke delodajalca

Dobro ocenjena blagovna znamka delodajalca ima mnogo pozitivnih učinkov pri privabljanju in ohranjanju zaposlenih.



Blagovna znamka delodajalca je pomembna

Raziskava kaže, da je blagovna znamka delodajalca do dvakrat bolj pomembna pri izbiri delodajalca kot korporativna.



Nižja fluktuacija

Podjetja z močno blagovno znamko delodajalca imajo do 28% manjšo stopnjo fluktuacije kot podjetja s šibko blagovno znamko delodajalca. *



Konkurenčna prednost

Samo 69% podjetij gradi svojo blagovno znamko delodajalca v skladu z zastavljeno strategijo.**



Nižji stroški zaposlovanja

Stroški zaposlovanja v podjetjih z močno blagovno znamko delodajalca so lahko tudi do dvakrat nižji. ***

- *LinkedIn Whitepaper, Why Your Employer Brand Matters, 2012
- **Talent Attraction Barometer 2012 (How does your organisation approach employer branding?)
- ***Boston Consulting Group, Creating People Advantage 2012, Mastering HR Challenges in a Two-Speed World

1.8x
povečanje
dobička

50%
nižji stroški
zaposlovanja

2.4x
rast prihodkov

28%
nižja stopnja
fluktuacije



Spoznajte potencialne kandidate

Če želite izboljšati svoj ugled kot delodajalec, morate prvo dobro poznati potencialne kandidate.

Poročilo o ciljnih skupinah vam omogoča vpogled v obnašanje in preference potencialnih kandidatov ter vas usmeri v pravilno komunikacijo s kandidati, s katero boste lahko dosegli zastavljene cilje.

Privabljanje in zaposlovanje primernih kandidatov je izziv vsakega delodajalca. Prihranite čas in denar ter se izognite tvegani komunikaciji zaposlitvene ponudbe, ki za vašo ciljno skupino ni pomembna.

Vedno več podjetij svojo strategijo privabljanja kandidatov pripravlja na osnovi dejstev. Če se zanašate samo na vaše občutke, lahko nazadujete in zamudite pomembne priložnosti na tem področju.

Osnova za pripravo strategije blagovne znamke delodajalca

- ? **Kateri delodajalci so privlačni za vašo ciljno skupino?** So ti delodajalci v enaki panogi kot vi? Kaj jih naredi privlačne?
- ? **Kaj motivira vašo ciljno skupino?** Kaj si resnično želijo na svoji karierni poti? Je to nekaj kar jim lahko vi ponudite?
- ? **Kaj vas lahko loči od konkurence?** Bi morali spremeniti način vašega komuniciranja? Kako komunicirati naprej?
- ? **Kako vaša ciljna skupina pridobiva informacije o delodajalcih? S kakšno zgodbo se jim predstavite?**



Odgovore na zastavljena vprašanja boste dobili v poročilu o ciljnih skupinah.



Kaj naredi blagovno znamko delodajalca uspešno?

Dejavniki, ki vplivajo na privlačnost delodajalca vam dajo celotno sliko, kaj je za kandidate pomembno na njihovi karierni poti in kakšne asociacije imajo z določenimi podjetji.

Ugled vašega podjetja kot delodajalca je ocenjen znotraj vsakega od področij in je primerjan s konkurenčnimi podjetji.

UGLED DELODAJALCA



Atributi delodajalca kot organizacije

- Privlačni produkti in storitve
- Socialna odgovornost podjetja
- Transparentnost podjetja
- Etični standardi
- Hitra rast
- Inovacije
- Navdihujoče vodenje
- Navdihujoči cilji podjetja
- Uspeh na trgu
- Prestiž

LJUDJE IN KULTURA



Socialno in delovno okolje

- Kreativno in dinamično delovno okolje
- Prijazno delovno okolje
- Zavezanost k raznolikosti in vključenosti
- Možnost usklajevanja urnika z osebnimi interesi
- Interakcija z mednarodnimi strankami in sodelavci
- Vodstvo, ki bo podpiralo moj razvoj
- Prepoznavanje zmogljivosti, uspešnosti
- Zaposlovanje samo TOP kandidatov
- Spoštovanje ljudi
- Podpiranje enakopravnosti med spoloma

PRILOŽNOSTI ZA NAPREDEK



Denarna nadomestila in ostale ugodnosti, sedaj in v prihodnosti

- Možnost za napredovanje
- Konkurenčno osnovno plačilo
- Konkurenčne ugodnosti
- Dobra referenca za nadaljnjo kariero
- Visoki zaslužki
- Vodstvene priložnosti
- Plačilo za nadurno delo
- Performance-related bonus
- Hitro napredovanje
- Investiranje v izobraževanje

ZNAČILNOSTI DELA



Vsebina in zahteve delovnega mesta, vključno z možnostmi za učenje, ki jih ponuja delo

- Izzivi na delovnem mestu
- Fokus na strankah
- Prilagodljivi delovni pogoji
- Visok nivo odgovornosti
- Fokus na visoko zmogljivost, uspešnost
- Možnost potovanj/selitev v tujino
- Strokovno usposabljanje in razvoj
- Varnost zaposlitve
- Timsko delo
- Raznolikost delovnih nalog



Kateri kanali so najbolj učinkoviti?

Učinkovitost komunikacije s potencialnimi kandidati je odvisna tudi od njihovega poznavanja različnih komunikacijskih kanalov. Odkrijte, kateri kanali so za vas najbolj učinkoviti za dosego ciljev.

PRINT

- Brochures presenting career possibilities at a company/organisation
- Career magazines/guides/books
- Direct mailings per post
- Employer advertisements in business magazines
- Employer advertisements in lifestyle magazines & other periodicals
- Employer advertisements in newspapers
- University press & student organisation publications



DIGITAL

- Blogs
- Career and job related apps
- Career guidance websites
- Employer advertisements in social media
- Employer advertisements on news/business-related websites
- Employer websites
- Job boards
- Live online events with employers
- Social media
- Targeted emails



IN-PERSON

- Alumni events
- Career fairs for professionals
- Conferences arranged and hosted by employers
- Employer office/site visits
- Head hunters/recruiters
- Industry fairs/conferences



OTHER CHANNELS

- Employer advertisements on the radio
- Employer advertisements on TV
- Outdoor/billboard advertising





RAZIŠČITE KAJ PRIČAKUJEJO / ŽELIJO POTENCIALNI KANDIDATI

Spoznajte potencialne kandidate in odkrijte kakšne so njihove želje/pričakovanja. Dobili boste podroben vpogled v to, kaj si želijo potencialni kandidati v svoji karieri in kaj pričakujejo od delodajalca.



PRIMERJATE RAZLIČNE CILJNE SKUPINE

Primerjajte želje in pričakovanja kandidatov treh različnih ciljnih skupin in na podlagi tega prilagodite vašo komunikacijo z vsako od njih.



KAKO PRIVLAČNI STE ZA POTENCIALNE KANDIDATE?

Odkrijte kateri delodajalci so najbolj privlačni za vsako od izbranih ciljnih skupin in pridobite vpogled v to, kateri delodajalci so vaši konkurenti v boju za talente.

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

Kateri komunikacijski kanali so najbolj učinkoviti za promocijo vaše blagovne znamke delodajalca in so v skladu z vašim zastavljenim proračunom?



Kaj se dogaja v digitalnem svetu in na kakšne načine lahko izkoristite socialna omrežja pri komunikaciji s kandidati?

Segmentacija

Glede na vašo strategijo, se lahko fokusirate na eno ali več različnih bazenov talentov. Določite, katere ciljne skupine bodo v bodoče ključne za vas ter identificirajte njihove razlike oziroma skupne točke.

Izberite ciljne skupine

Na podlagi širokega nabora podatkov nudimo podroben vpogled v specifične ciljne skupine. V poročilu lahko primerjate značilnosti do 3 različnih ciljnih skupin.

Primer

- Telekomunikacije vs. IT
- Moški vs. Ženske vs. Skupaj
- Študenti vs. Zaposleni
- Računovodje vs. Prodajniki vs. Svetovalci
- Usklajevalec vs. Karierist vs. Lovec
- ...

Priprava poročila in cenik

Poročila bodo na voljo jeseni 2019, poročil pa vam bomo dostavili v roku 10 delovnih dni od dneva naročila.

Poročilo vključuje:

- Podrobno vizualno predstavitev rezultatov in primerjavo izbranih (največ treh) ciljnih skupin

Cena poročila:

2.000 €
+ DDV



Demografski podatki



SKUPAJ



POVPREČNA STAROST
22,9 LET



POVPREČEN AKADEMSKI USPEH
7,0 od 10

POVPREČNA PRIČAKOVANA LETNA
PLAČA



42 438 EUR



CILJNA SKUPINA 1



POVPREČNA STAROST
22,7 LET



POVPREČEN AKADEMSKI USPEH
7,0 od 10

POVPREČNA PRIČAKOVANA LETNA
PLAČA



40 703 EUR



CILJNA SKUPINA 2



POVPREČNA STAROST
23,1 LET



POVPREČEN AKADEMSKI USPEH
7,1 od 10

POVPREČNA PRIČAKOVANA LETNA
PLAČA

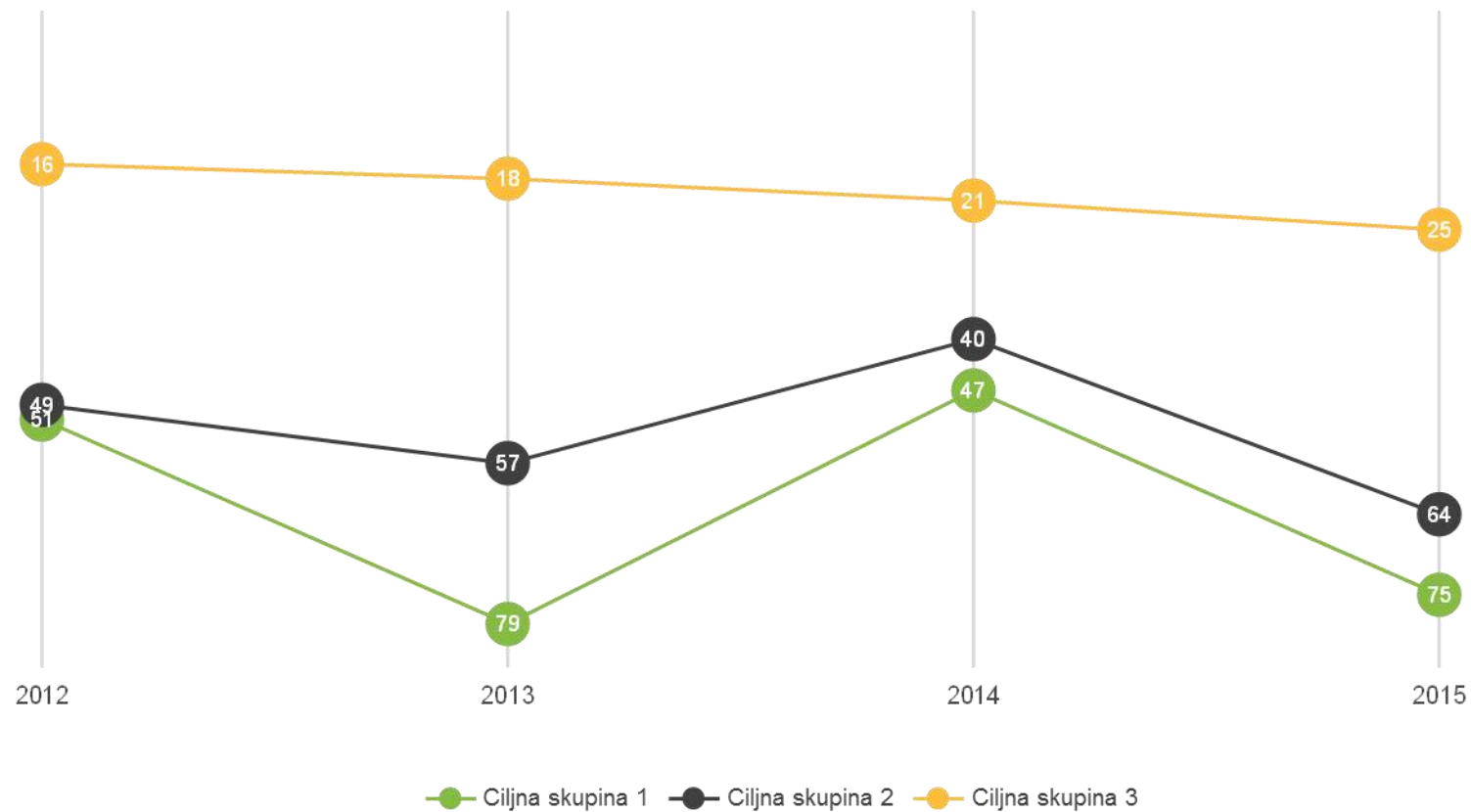


47 371 EUR

Kako privlačni ste za
izbrane ciljne
skupine?



Vaša ocena privlačnosti za izbrane ciljne skupine

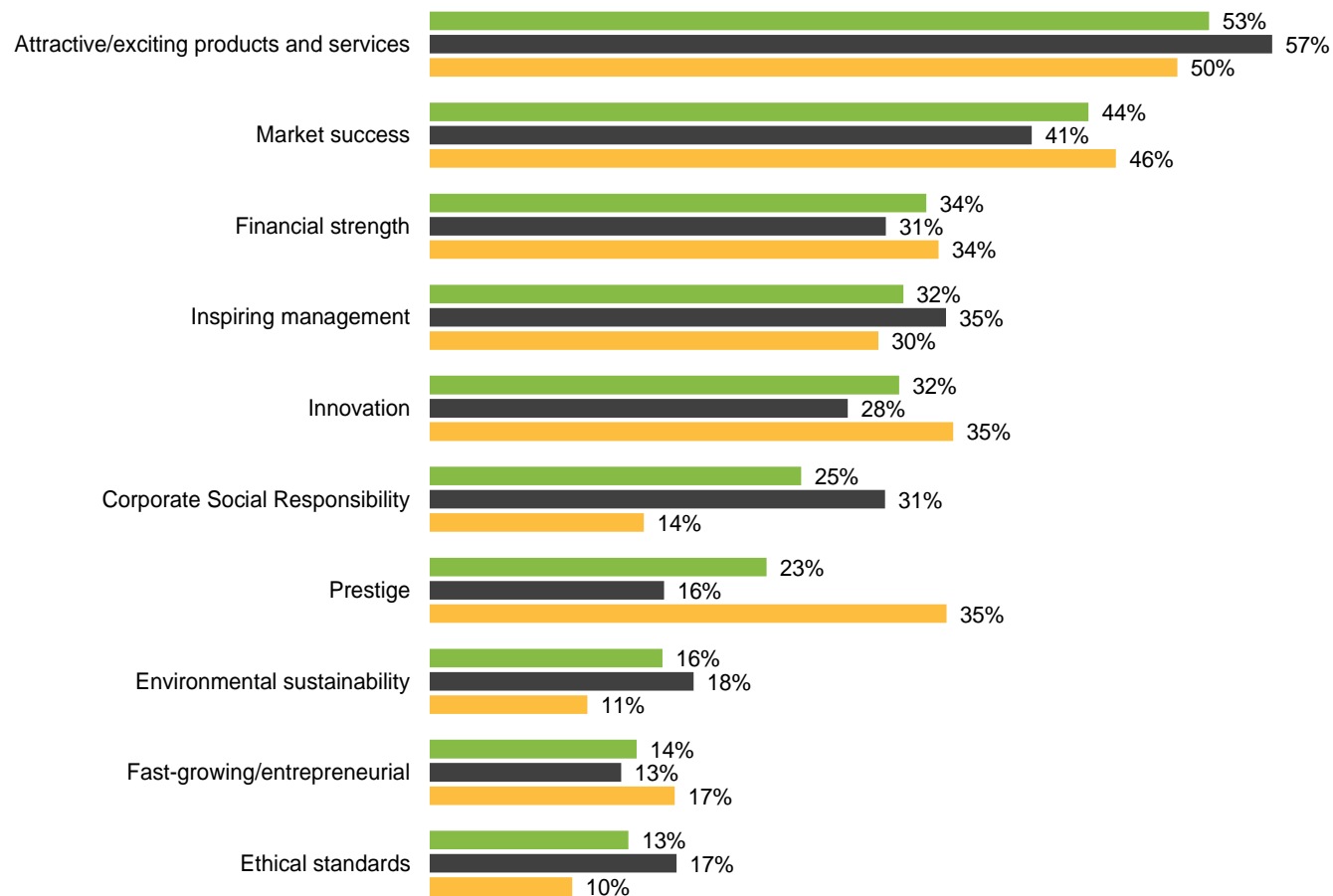


Zaposlitveni lijak

Analizirajte svoje izzive v zaposlitvenem lijaku in odkrijte v katerem delu izgubljate potencialne kandidate. Prepoznajte svoje prednosti in področja, na katera bi se morali osredotočiti v prihodnje.



Kateri dejavniki so privlačni za izbrane ciljne skupine?



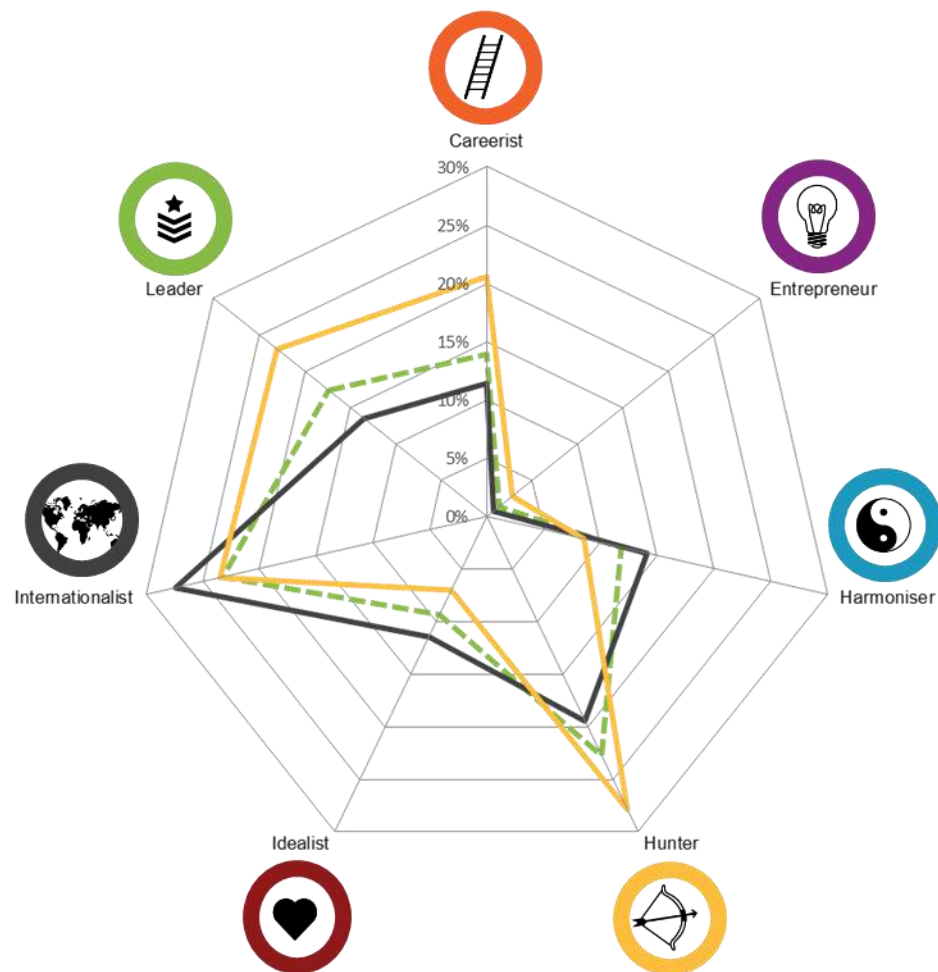
■ Total
■ Female
■ Male

Razlike med ciljnimi skupinami

Spoznajte, kaj je pomembno različnim ciljnim skupinam in glede na to prilagodite svojo zaposlitveno ponudbo, ki bo zanimiva za vaše potencialne kandidate.



- Skupaj
- Ženske
- Moški





Komunikacijski kanali, ki jih kandidati najpogosteje uporabljajo

Katere kanale uporabljajo potencialni kandidati za pridobivanje informacij o delodajalcih?

SKUPAJ

1. Job boards
2. Employer websites
3. Social networks/communities
4. Professional networks/communities
5. News print media advertisements
6. News websites advertisements
7. Head hunters/recruiters
8. Targeted messages/notifications via email
9. Career guidance websites
10. Advertisements in lifestyle magazines & other periodicals

CILJNA SKUPINA 1

1. Job boards
2. Employer websites
3. Social networks/communities
4. Professional networks/communities
5. News print media advertisements
6. News websites advertisements
7. Head hunters/recruiters
8. Targeted messages/notifications via email
9. Career guidance websites
10. Advertisements in lifestyle magazines & other periodicals

CILJNA SKUPINA 2

1. Job boards
2. Employer websites
3. Social networks/communities
4. Professional networks/communities
5. News print media advertisements
6. News websites advertisements
7. Head hunters/recruiters
8. Advertisements in lifestyle magazines & other periodicals
8. Targeted messages/notifications via email
10. Advertisements in business magazines

- Ugled delodajalca
- Priložnosti za napredek

- Ljudje in kultura
- Značilnosti dela

 ***MojeDelo.com***