

kiedy kandydat ukrył się
w smartfonie.



Mateusz Żydek
Koordynator ds. Public Relations i Social Media

kiedy kandydat ukrył się w smartfonie.

[rekrutacja a marketing.](#) [3](#)

[trzeba wiedzieć gdzie skutecznie kusić.](#) [4](#)

[sukces rekrutacji a doświadczenia kandydatów.](#) [14](#)

[pracodawca marzeń w cyfrowym świecie.](#) [24](#)

[podsumowanie: 3 filary sukcesu poszukiwań.](#) [29](#)

rekrutacja a marketing.

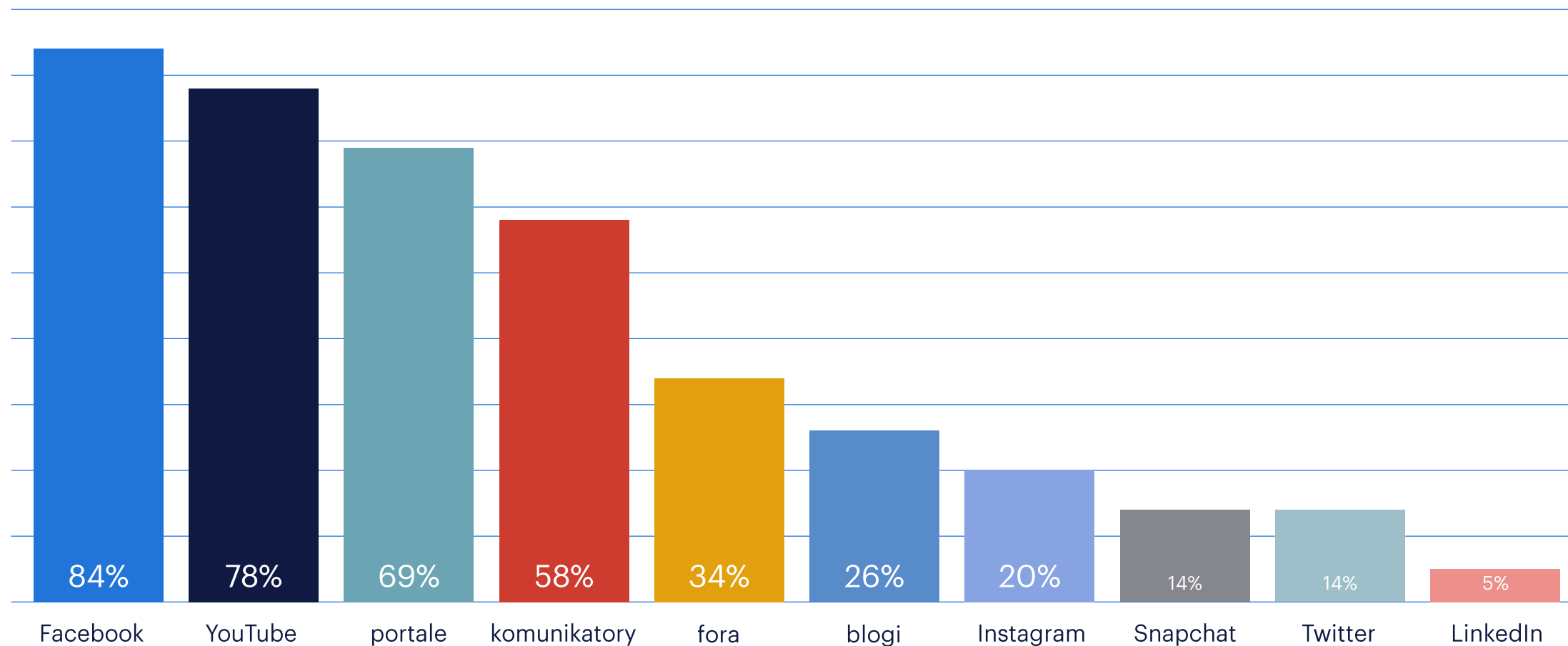


trzeba wiedzieć
gdzie

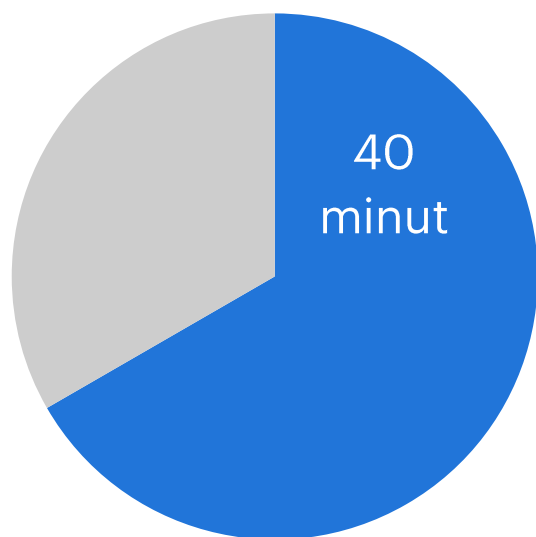


skutecznie
kusić.

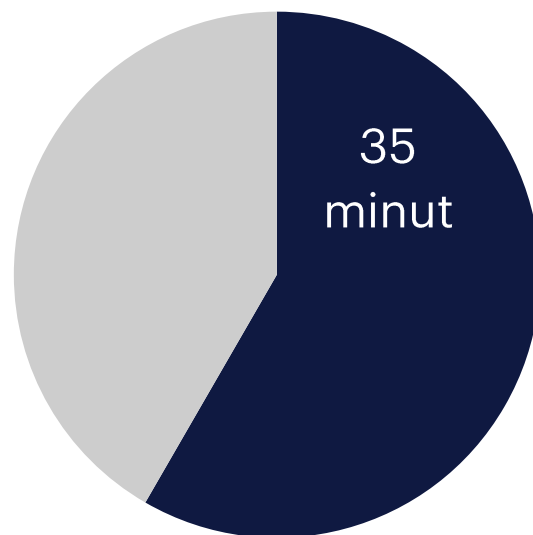
po które portale społecznościowe sięgamy co najmniej raz w tygodniu?



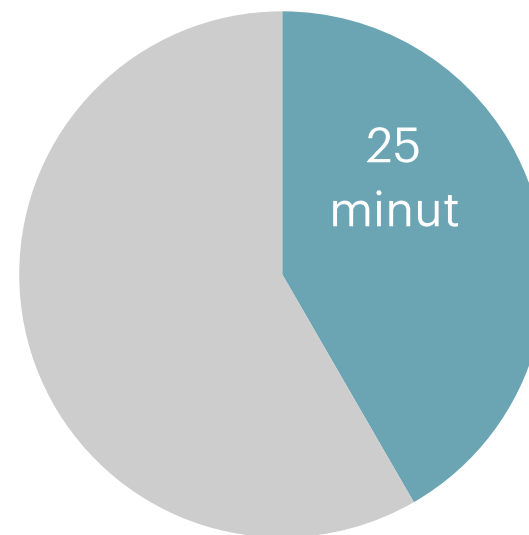
ile czasu dziennie spędzamy w mediach społecznościowych?



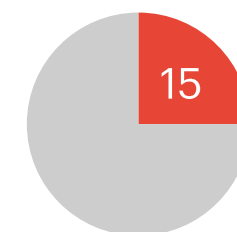
YouTube



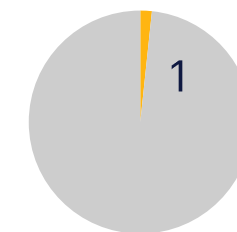
Facebook



Snapchat



Instagram



Twitter



8:37



7:38



1:35

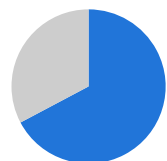


0:57

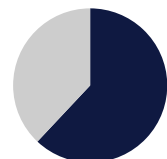
współczesny kandydat jak konsument

hype hunterzy.

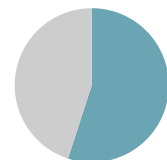
- **hunter** gwiazda socjometryczna, najlepiej wie, co jest nośne, unikatowe, angażuje



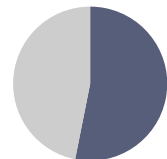
78% reklama kłamie



62% inwestycja w siebie to najlepsza stopa zwrotu



55% przyjemności najważniejsze w życiu



51% pieniądze są po to, by je wydawać

- **hype** coś, co angażuje, budzi pożądanie, warte udostępniania, fenomen, obok którego trudno przejść obojętnie



szukamy komunikatów, które są świeże budzą autentyczne emocje



nie potrzebujemy okazji, żeby podejmować decyzje konsumenckie

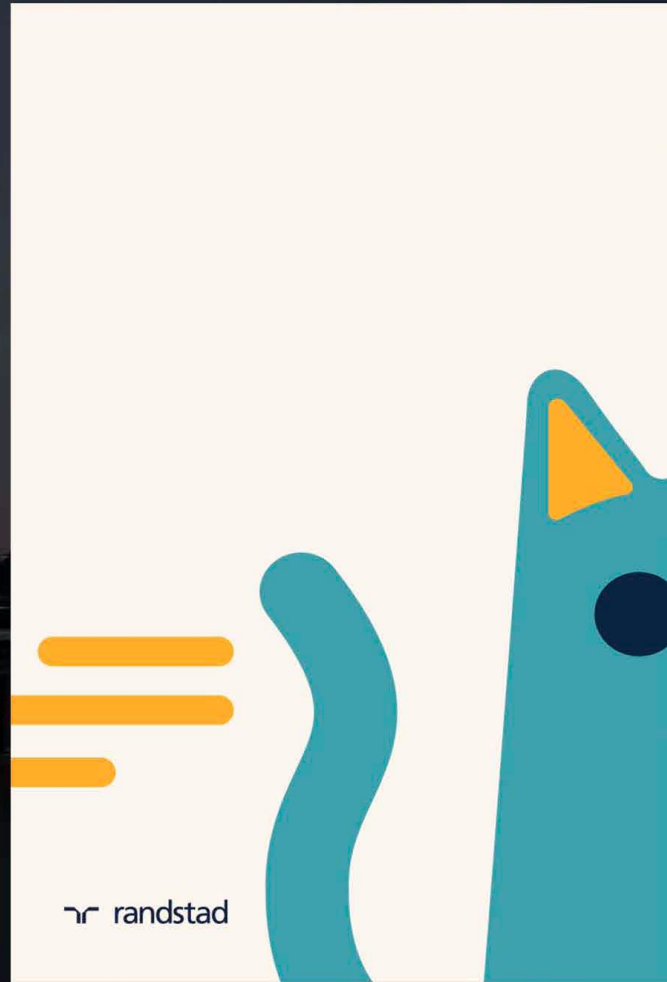
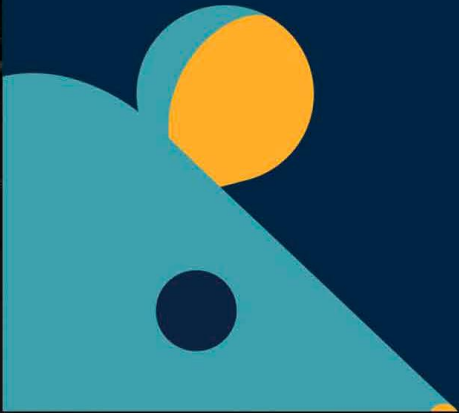


jesteśmy głodni bodźców, oczekujemy przyjemnych, sensualnych doznań



nie chcemy tracić czasu, bo żyjemy tylko raz

when you go
from
hunted
to hunter.



randstad

- wczoraj
„jestem świetny, mam
bogate doświadczenie,
rozważ moje
zatrudnienie”



- dzisiaj
„nudzi mi się, może
masz coś do roboty?”
„złap mnie, jeśli
potrafisz”
„szukam pracy,
zaproponuj mi
coś”

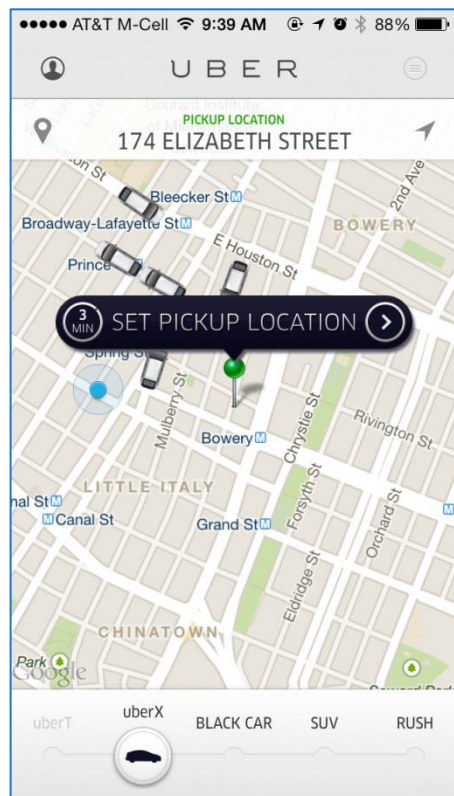


randstad

przykłady kreatywnych kampanii rekrutacyjnych.



Amazon randkuje z inżynierami

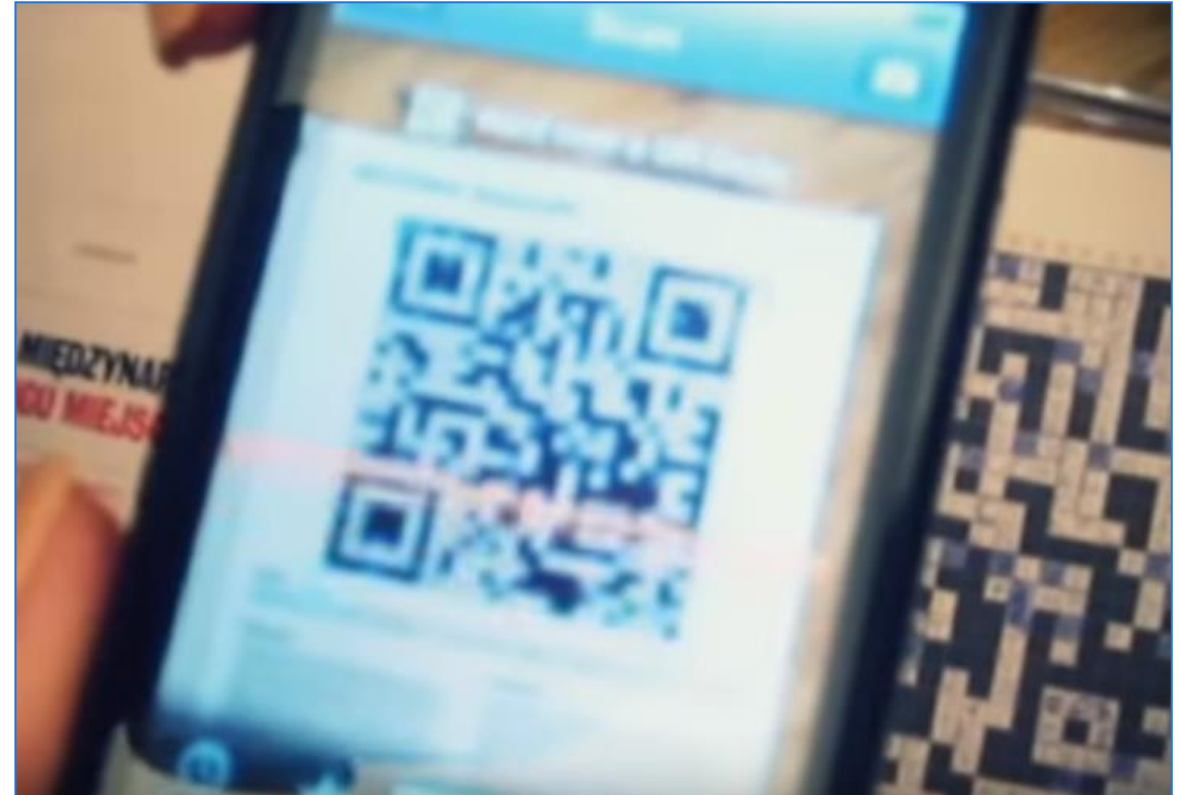
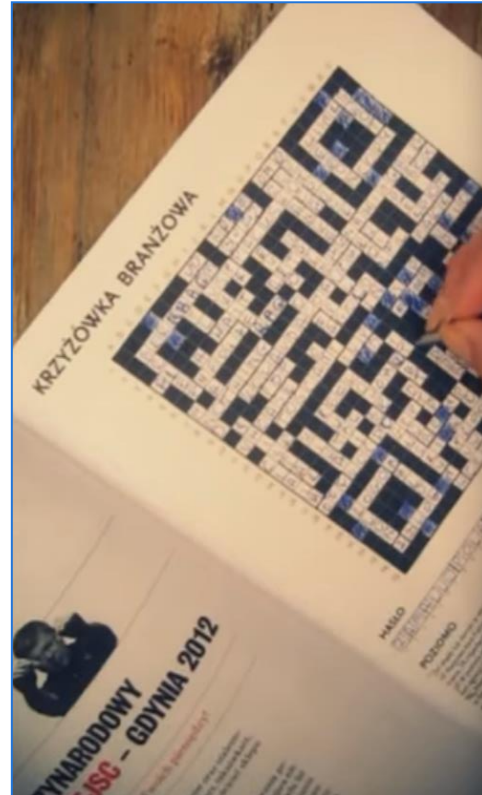


Uber testuje programistów w podróży



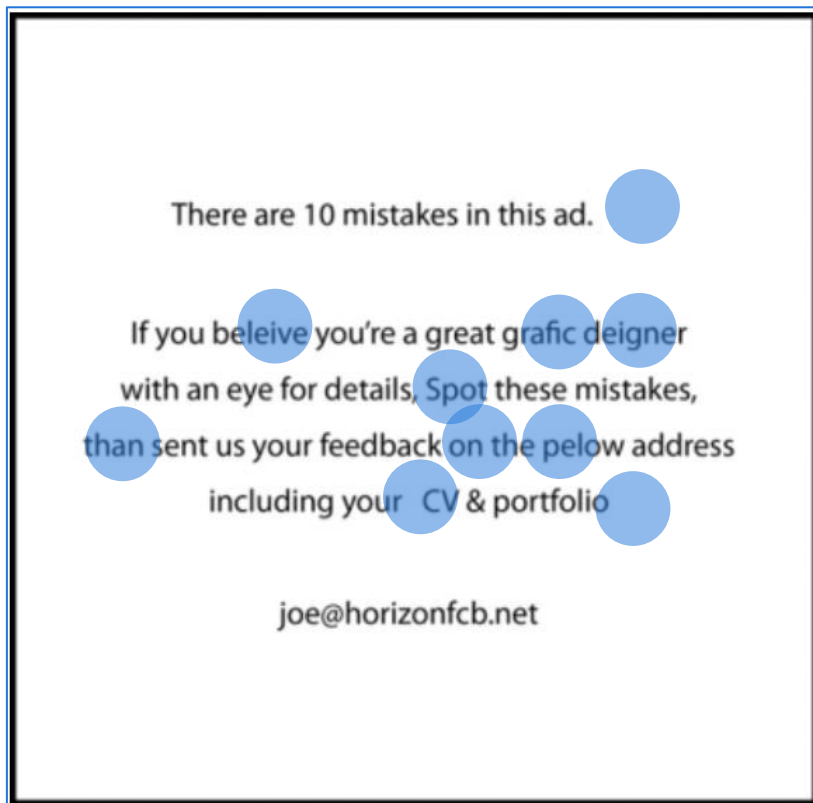
Ikea podrzuca instrukcję rekrutowania

przykłady kreatywnych kampanii rekrutacyjnych.



Agencja reklamowa łamie głowy copywriterom

przykłady kreatywnych kampanii rekrutacyjnych.



Kandydaci na tropie chochlików



Firmy IT sprawdzają w działaniu

krok dalej: sztuczna inteligencja



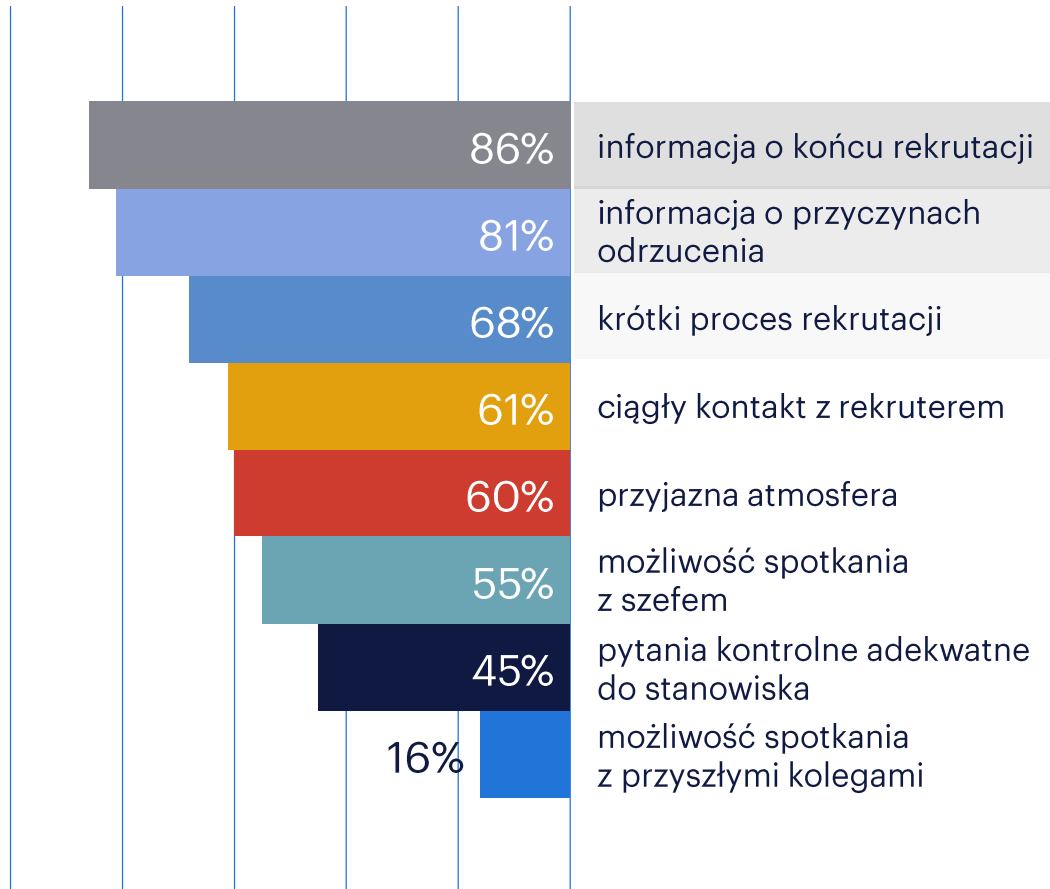
A young man with a beard and short brown hair is smiling broadly while looking at his smartphone. He is wearing a light grey t-shirt. The background is a blurred stadium with tiered seating and a large white ball, possibly a soccer ball, hanging from the ceiling. The lighting is warm and focused on the man.

sukces
rekrutacji

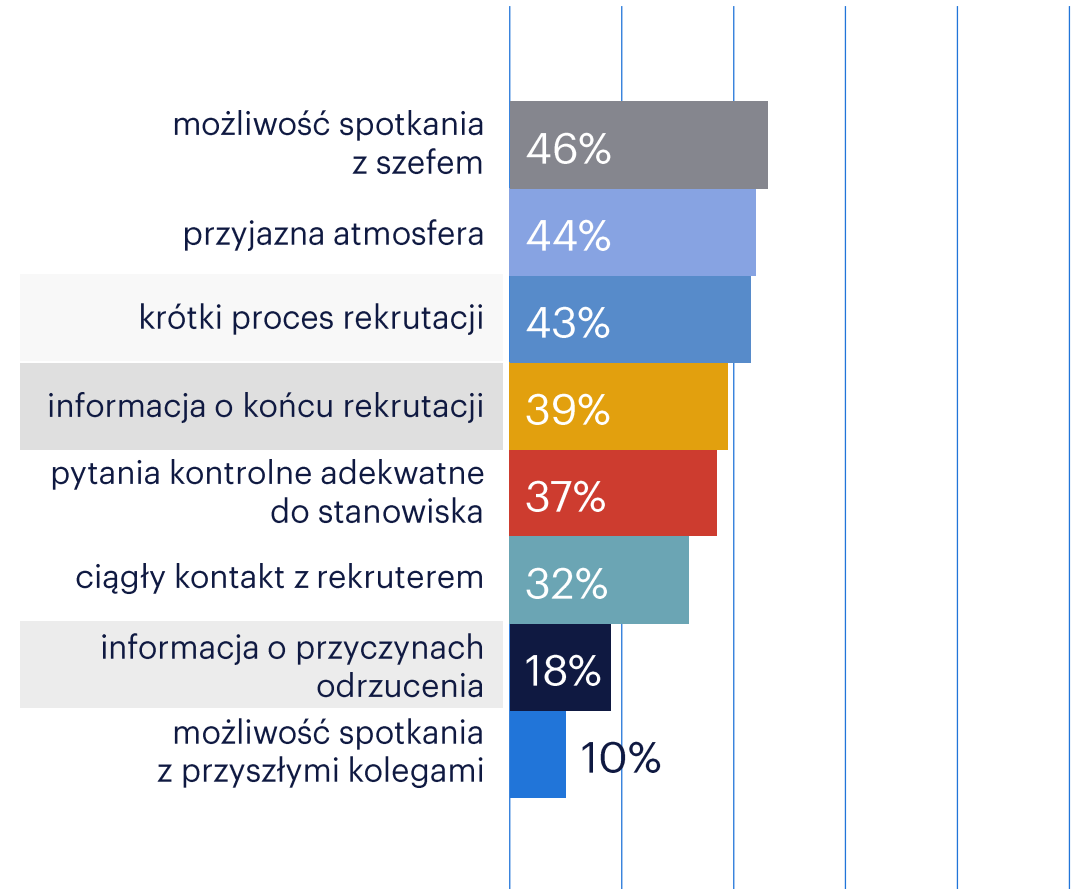
a doświadczenia
kandydatów.

rekrutacja: oczekiwania kandydatów a rzeczywistość.

oczekiwania



rzeczywistość



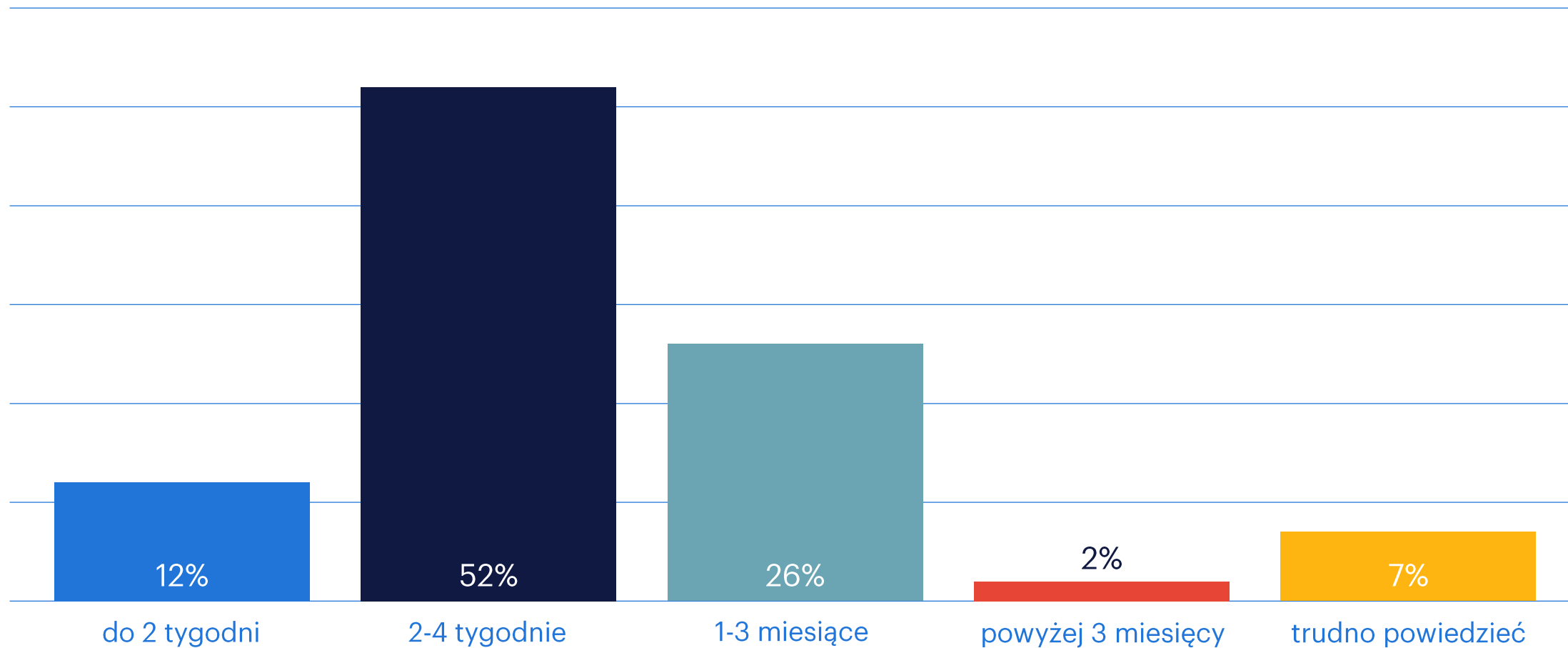
candidate experience: proces aplikowania – jak wygląda rzeczywistość?



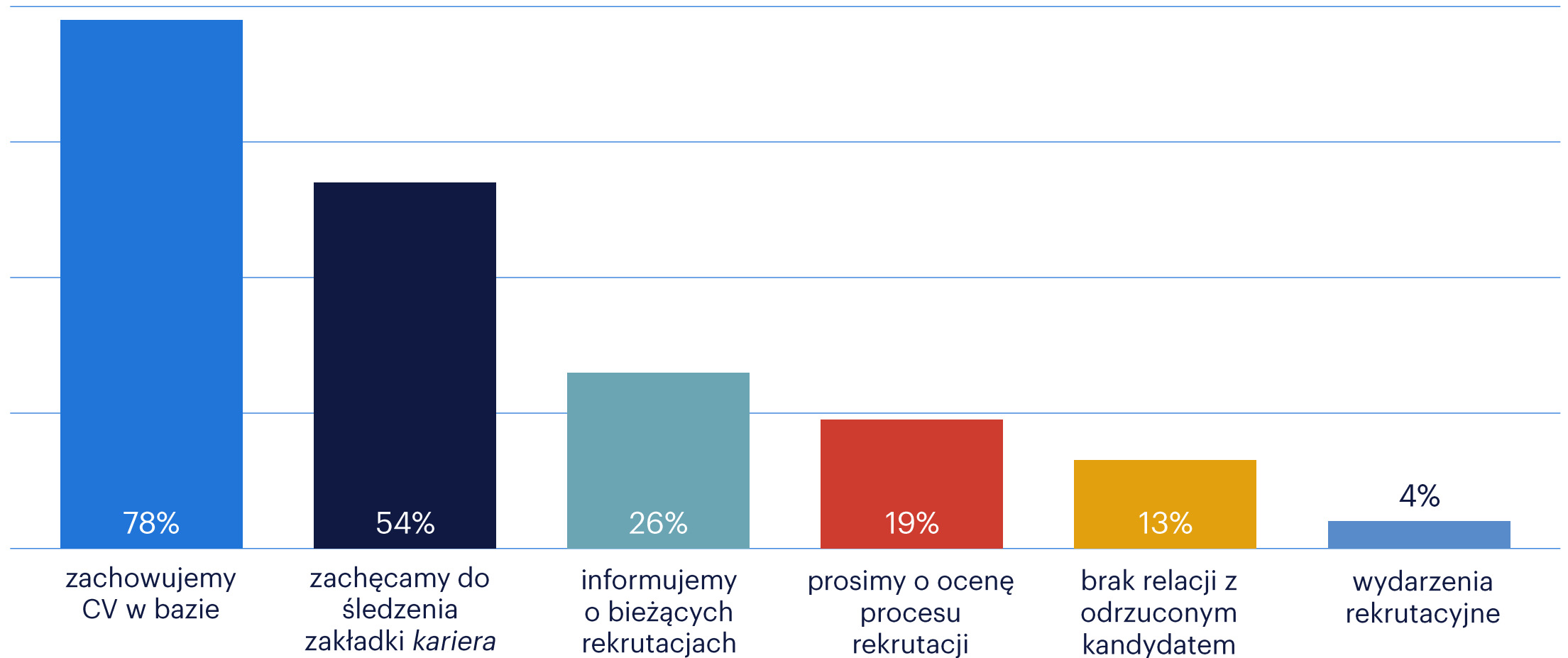
candidate experience: proces aplikowania – jakie są oczekiwania kandydatów?



candidate experience: średni czas trwania rekrutacji.



relacje z kandydatami – czy podtrzymujemy i jak?



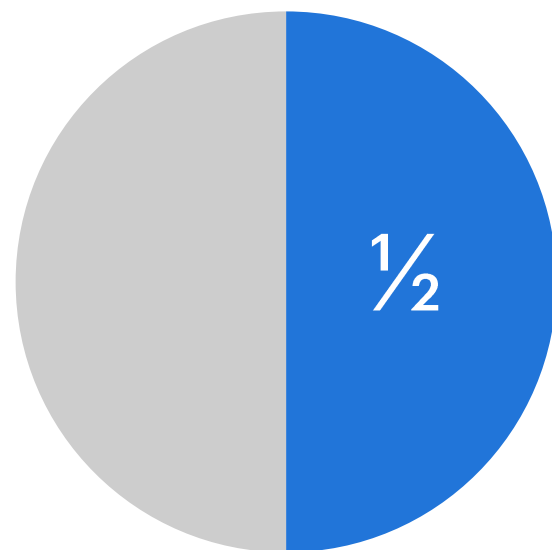
candidate experience: informacje zwrotne.

- w kluczowych momentach rekrutacji
- w dogodnej dla kandydata formie (telefon / mail / Social Media)
- informacja o przyczynach w przypadku odrzucenia dokumentów aplikacyjnych
 - zachęta do udziału w innych rekrutacjach
 - stałe przetwarzanie zarejestrowanych dokumentów aplikacyjnych



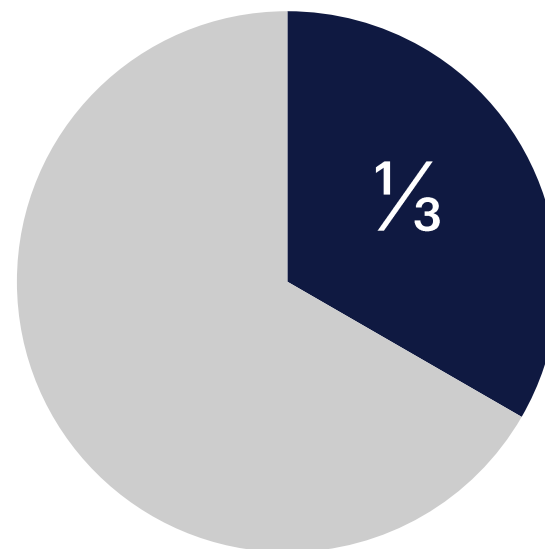
candidate experience: negatywne efekty.

SFERA KONSUMENCKA



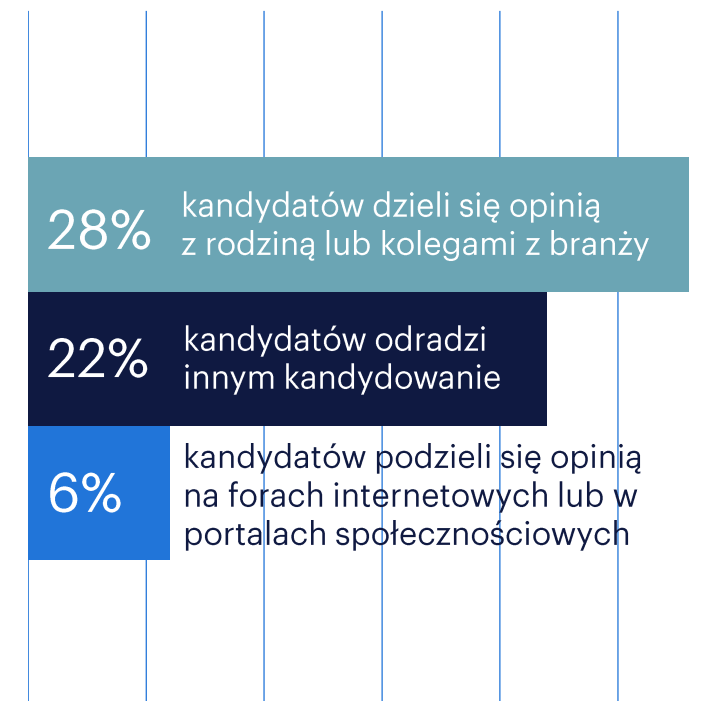
co 2 kandydat zmienił
nastawienie do produktów
i usług firmy

SFERA RYNKU PRACY

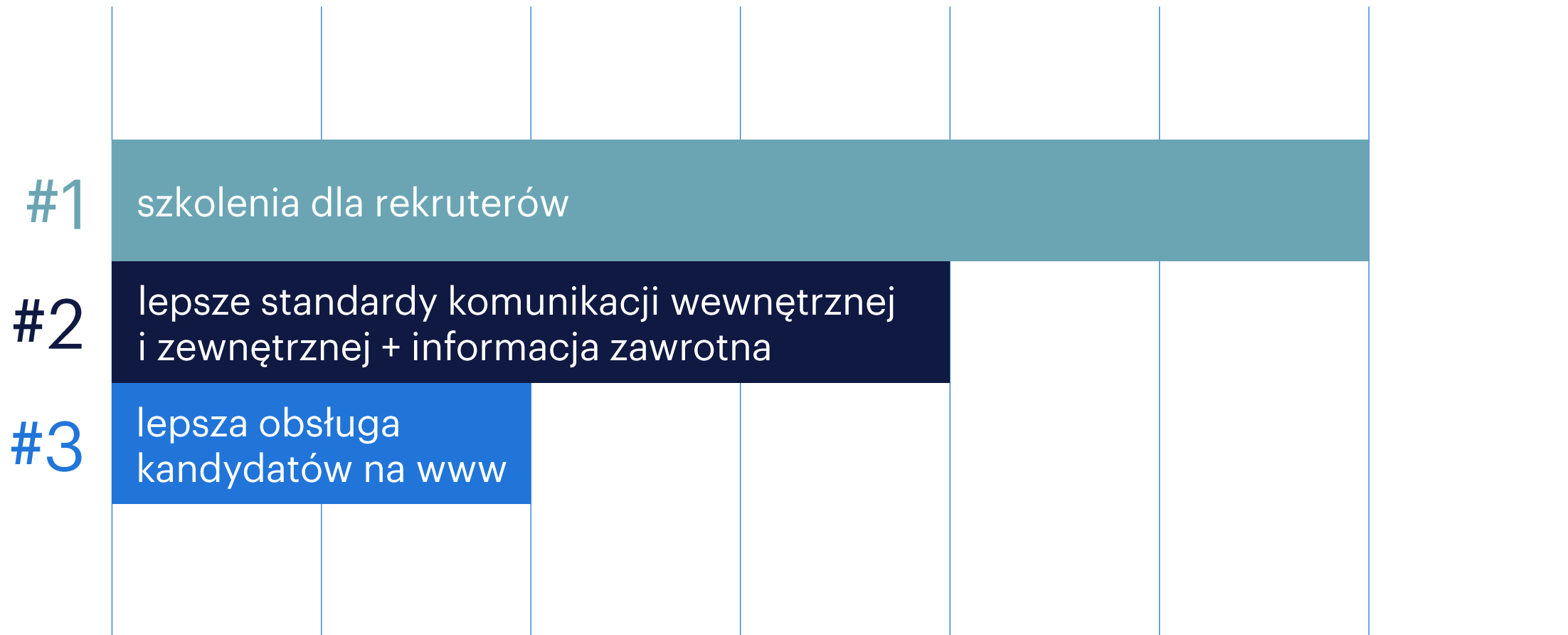


co 3 kandydat **nigdy więcej**
nie zaaplikuje do tej firmy

SFERA WIZERUNKU

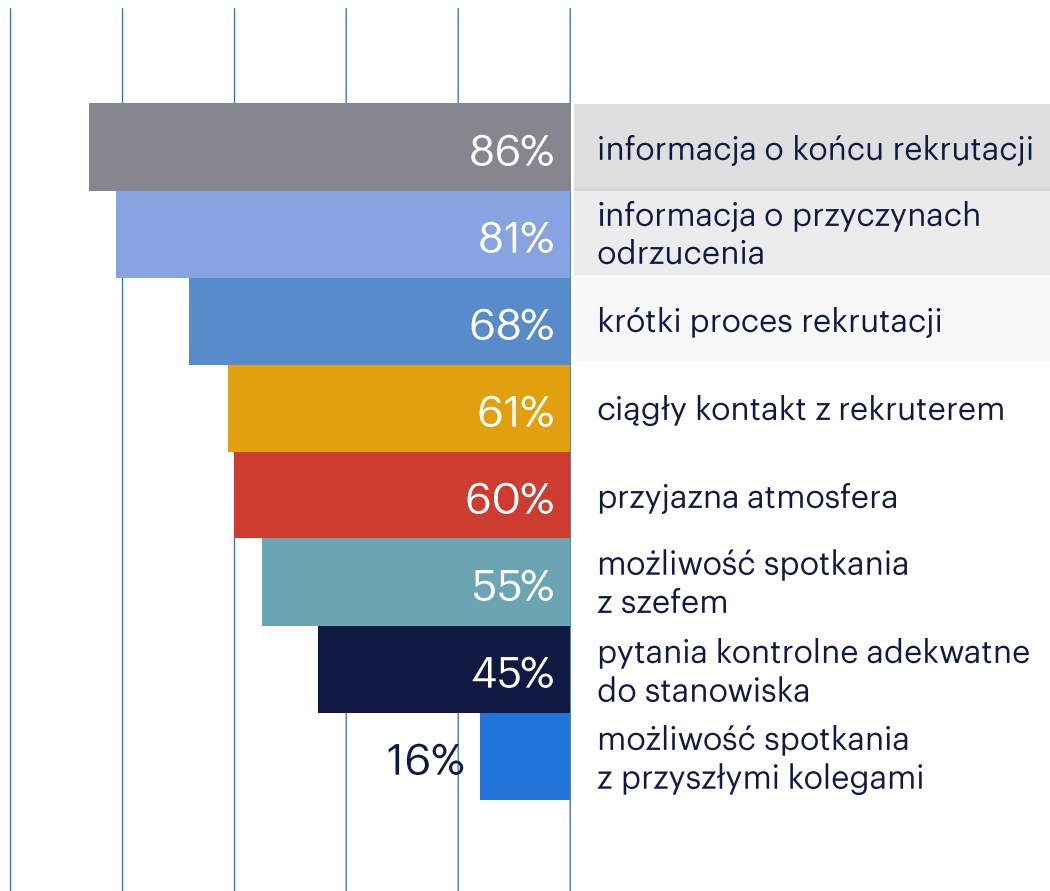


3 najważniejsze obszary inwestowania w obsługę kandydatów.

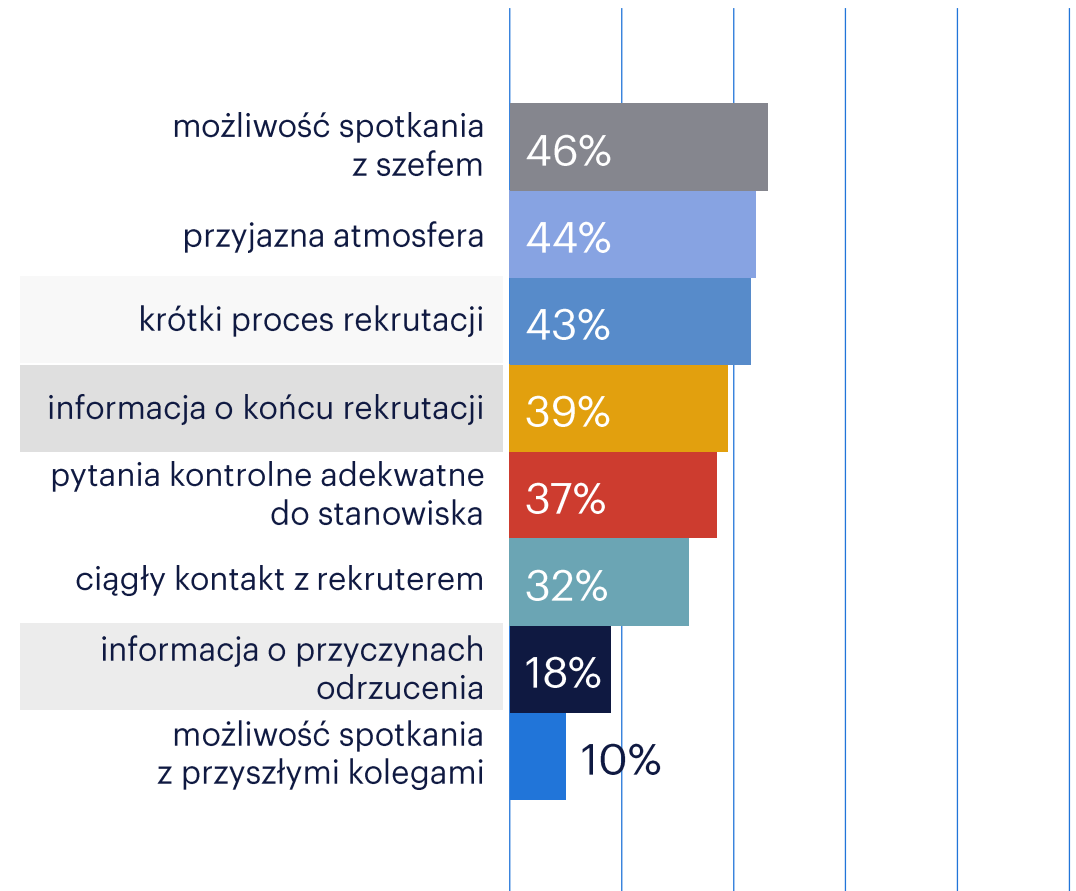


rekrutacja: oczekiwania kandydatów a rzeczywistość.

oczekiwania



rzeczywistość

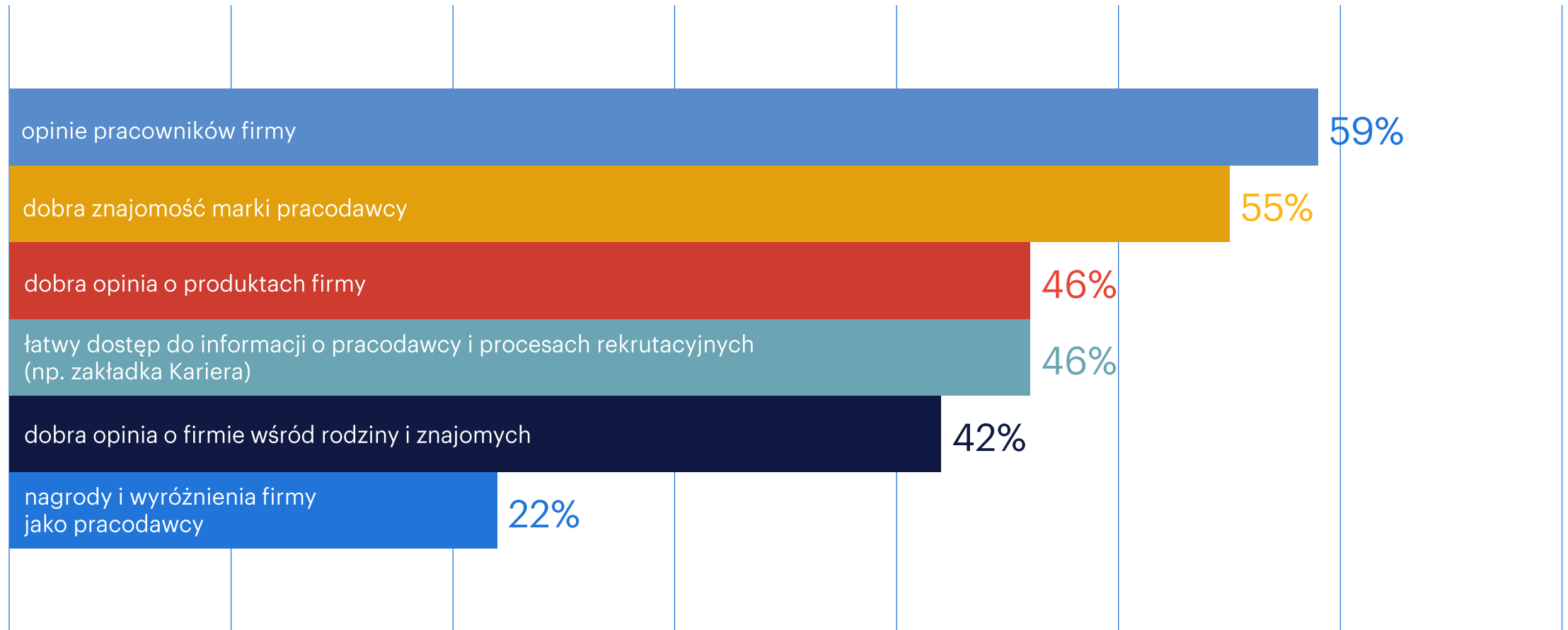


A photograph of two men in an office environment. The man on the left, wearing a plaid shirt and glasses, is pointing towards a laptop held by the man on the right. The man on the right has a beard and is wearing a blue shirt. The background is slightly blurred, showing other office workers. The text 'pracodawca marzeń' is overlaid on the left side, and 'w cyfrowym świecie.' is overlaid on the right side.

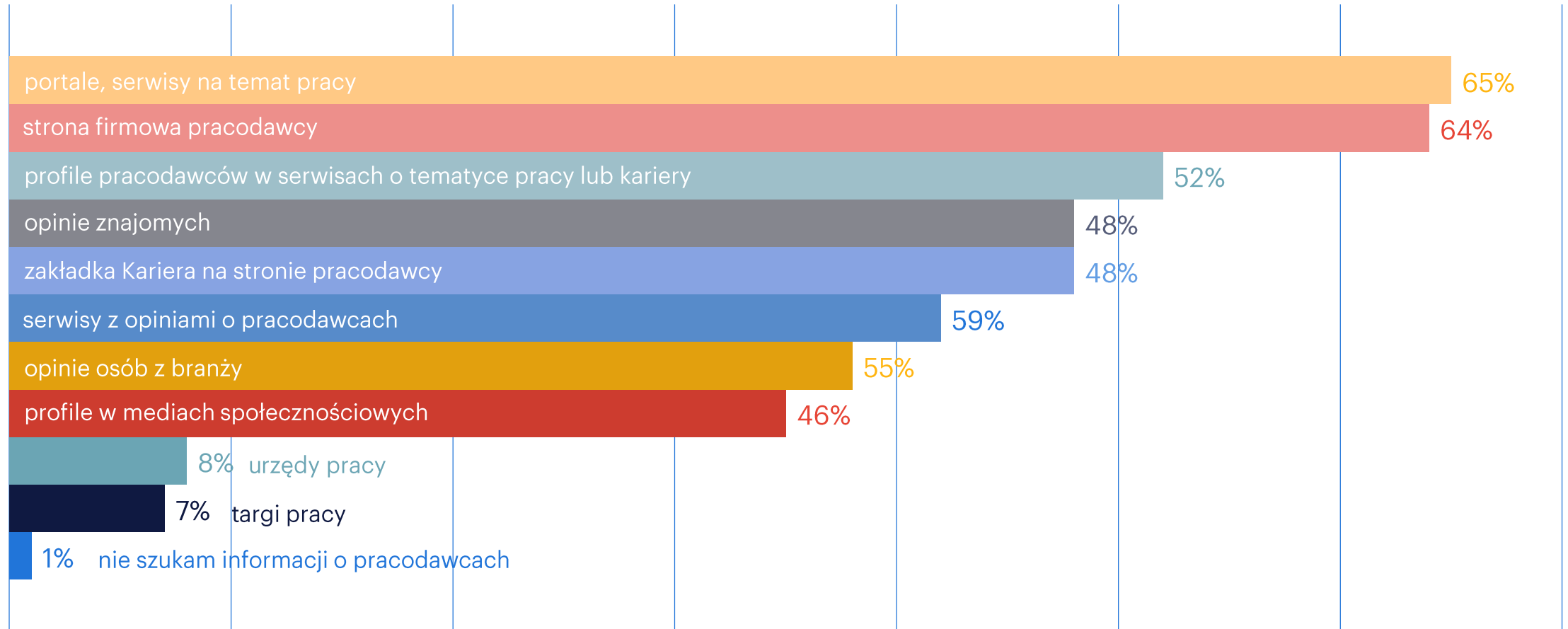
pracodawca
marzeń

w cyfrowym
świecie.

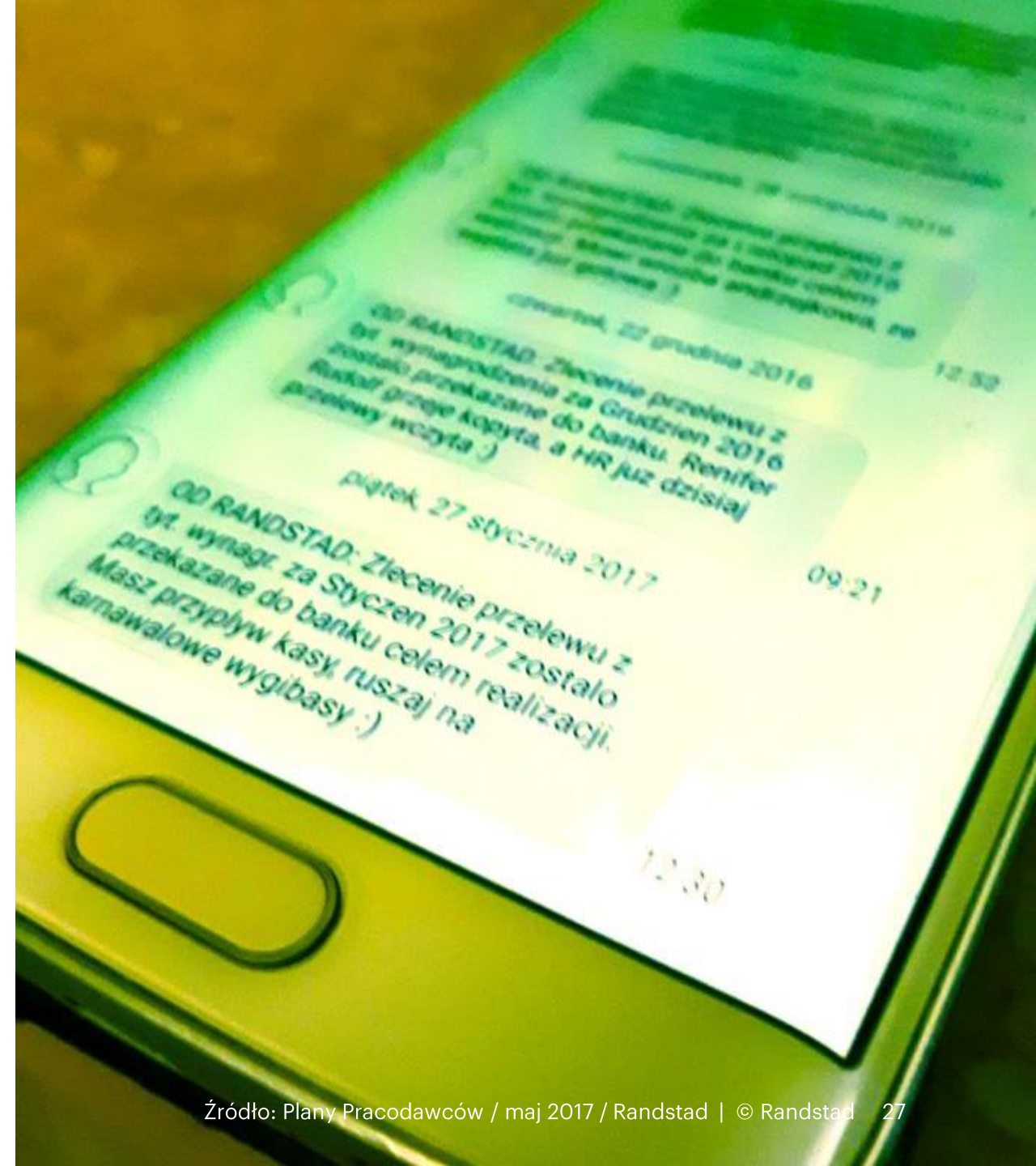
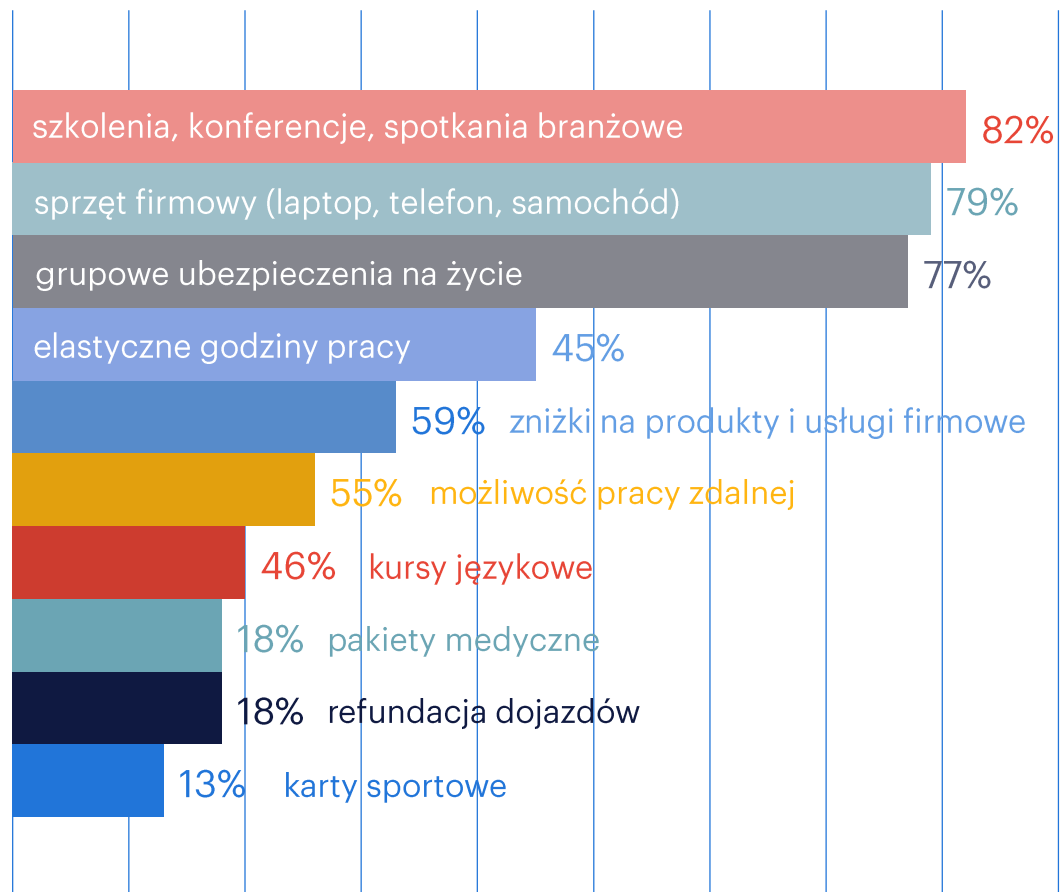
co ma wpływ na decyzję kandydata o udziale w rekrutacji?



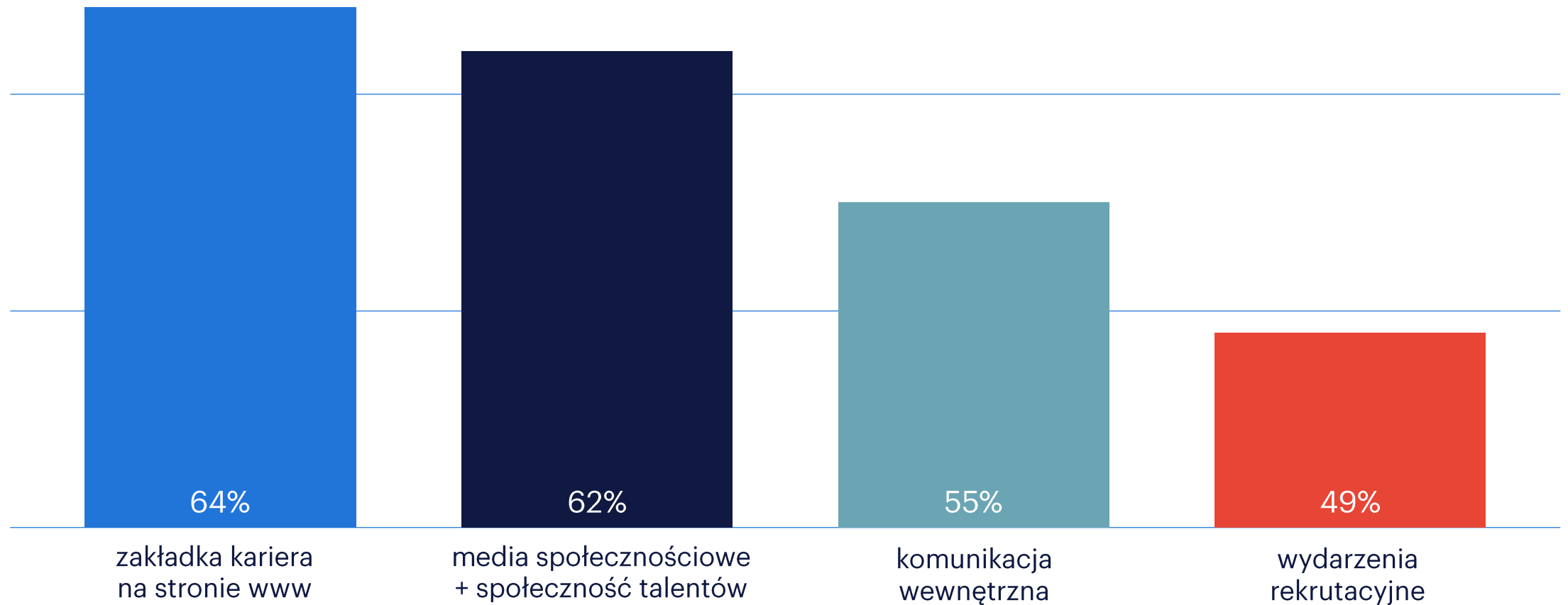
gdzie kandydaci szukają informacji o firmie, do której chcieliby aplikować?



employee branding: zadbaj o dobre wrażenie.



budowa wizerunku pracodawcy – na czym skupiają się firmy?



3 filary sukcesu poszukiwań.

- skuteczne **dotarcie do kandydatów**, wykorzystanie doświadczeń marketingu w budowaniu komunikatów i wyznaczaniu grup docelowych
- dbanie o **dobre postrzeganie procesu rekrutacji** przez kandydatów bez względu na jego wynik
- **budowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy**, uwzględnienie komunikacji w procesie



randstad

human forward.

