

Wizerunek kreuje rzeczywistość pracodawca atrakcyjny, czyli jaki?



Employer Brand
Research 2017
powered by randstad



Randstad: kim jesteśmy

Randstad na świecie

- Założony w 1960 r.
- Numer 2 na światowym rynku usług HR
- Doświadczenie zdobyte przez blisko 60 lat działalności
- Aktywny w 40 krajach na 5 kontynentach

Misja Randstad

Kształtowanie rynku pracy

Randstad w Polsce

- Obecny od 1994 r.
- Lider na rynku usług HR
- Ponad 140 biur lokalnych w całym kraju (w tym lokalizacje typu Inhouse)
- Blisko 1600 Klientów
- Średnio 26000 pracowników tymczasowych zatrudnianych dziennie
- Ponad 1700 projektów rekrutacji stałej rocznie

Filozofia Randstad

„Good to know you”



Czym jest badanie Randstad Employer Brand?

Employer Brand Research

powered by  randstad

Randstad Employer Brand Research jest najbardziej reprezentatywnym badaniem kompleksowo analizującym obszar marki pracodawcy na świecie. Jest to jedyne badanie oddające zdanie opinii publicznej w wieku od 18 do 65 lat dotyczące największych marek pracodawców w 26 krajach na 5 kontynentach.

w 2017 roku
odbyła się
7 edycja tego
projektu w Polsce
oraz 17 na świecie

umożliwia
rozpoznanie aspektów
zatrudnienia istotnych
dla pracowników
w danym okresie
i w różnych grupach
kandydatów

zawiera wskazówki
pomagające
przedsiębiorstwom
kształtować swój
wizerunek

charakterystyka badanej próby



Płeć

mężczyźni: 48%
kobiety: 52%



Wiek

18-24 lat 12%
25-44 lat 55%
45-64 lat 33%



Sytuacja zawodowa:

pracujący 72%
własna działalność/niezależni 9%
poszukujący pracy/bezrobotni 5%
prowadzący gospodarstwo domowe 5%
studenci 6%

Wykształcenie

niższe 6%
średnie 36%
wyższe 58%



Region:

centrum: 25%
północ: 14%
południe: 34%
wschód: 13%
zachód: 15%



Raport krajowy zawiera analizy wszystkich firm objętych badaniem w Polsce. Raport prezentuje dokładny obraz najatrakcyjniejszych pracodawców w Polsce oraz globalnych klientów Randstad z siedzibą w Polsce.

Jak wizerunek firmy może wpłynąć
na jej rentowność
i atrakcyjność dla pracowników?

sukces firmy zależy od kwalifikacji i talentu jej pracowników



inwestycja w wizerunek pracodawcy oszczędza pieniądze firmy



- Koszty zatrudniania nowych pracowników są **nawet dwukrotnie niższe** dla firm o mocnej marce pracodawcy
- Firmy o silnej marce pracodawcy odczuwają **obniżenie rotacji pracowników nawet o 28%** w porównaniu do firm o słabszych markach.

Ludzie dołączają do kultur, a nie firm

88%

mileniśców potwierdza, że przynależność do odpowiedniej kultury organizacyjnej firmy ma dla nich naprawdę duże znaczenie

87%

przyłączyło się do danej firmy właśnie ze względu na dopasowanie do kultury organizacyjnej firmy

96%

przyznaje, że współdziałanie tych samych wartości w firmie i życiu osobistym jest kluczowym czynnikiem odpowiedzialnym za ich satysfakcję z pracy w danej firmie

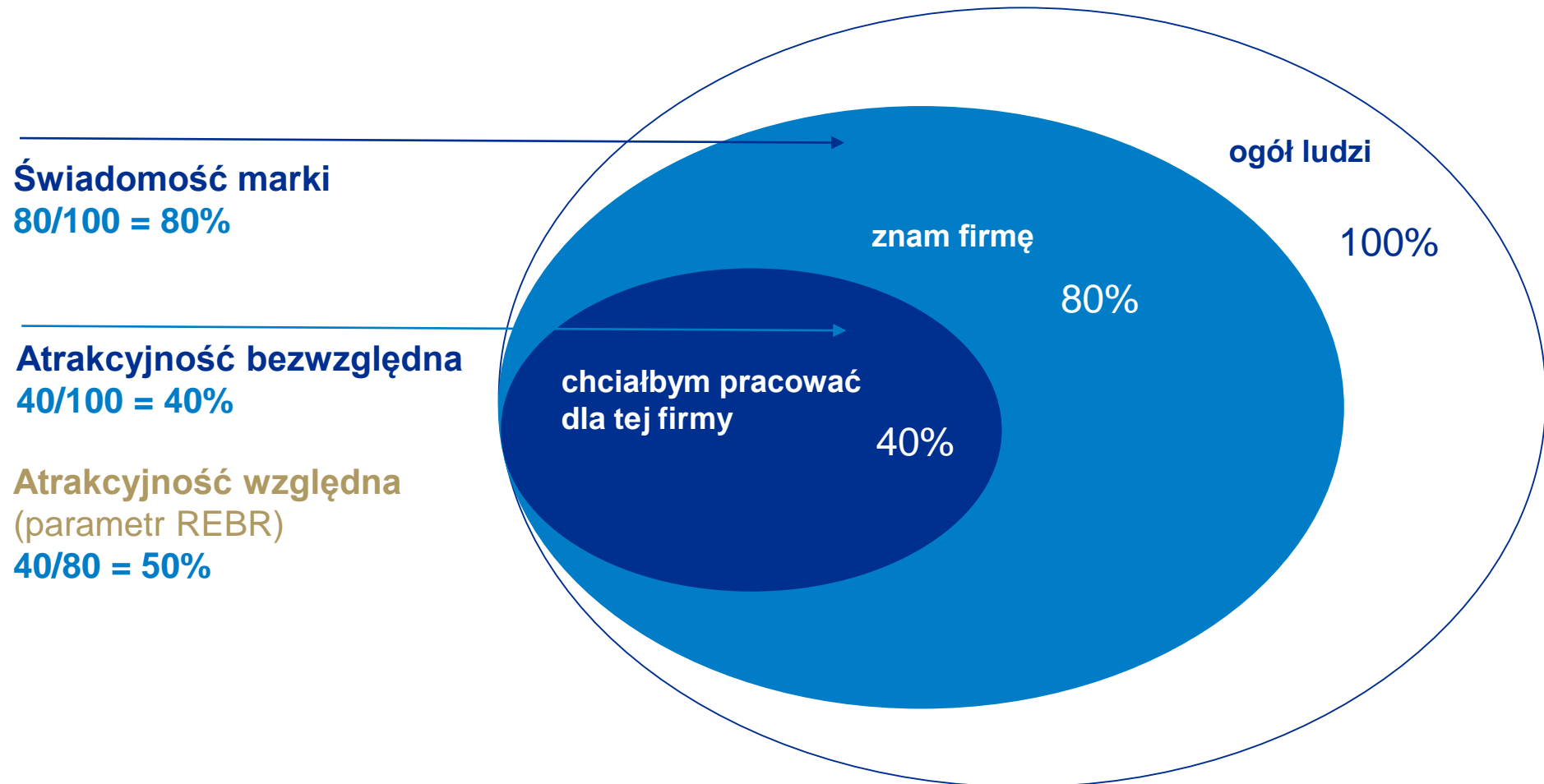
80%

opuściło firmę specyficznje z powodu jej kultury

1.

Znany niekoniecznie znaczy pożądaný

świadomość marki ≠ atrakcyjność pracodawcy

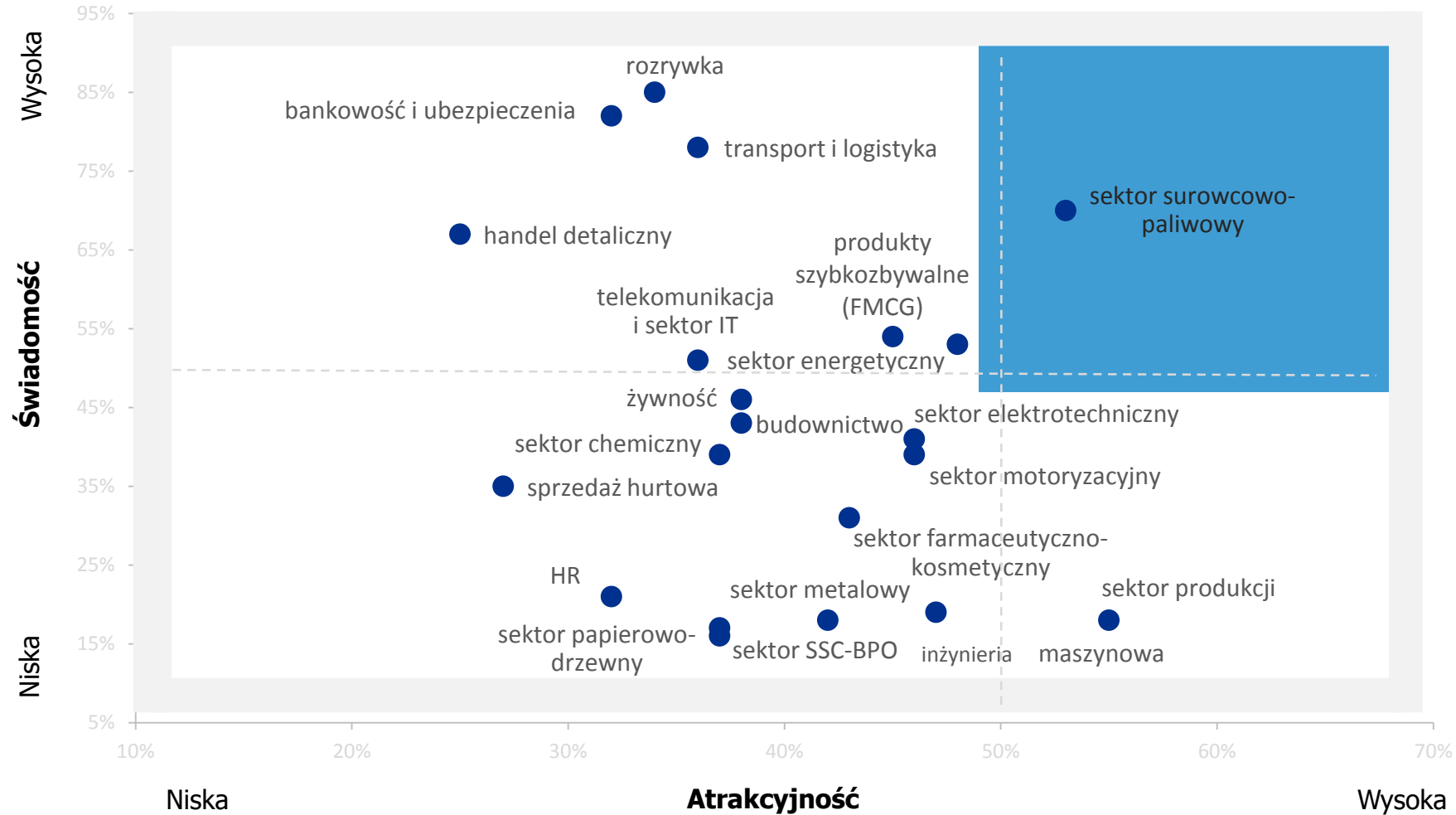


atrakcyjność pracodawcy a świadomość marki



atrakcyjność pracodawcy a świadomość marki

Które sektory są uważane za najatrakcyjniejsze?

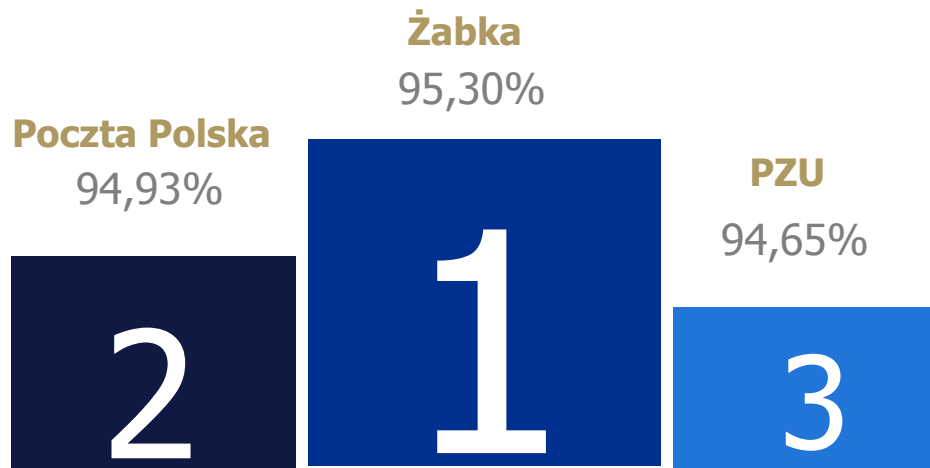


Posiadanie **wysokiej świadomości** oznacza, że pracodawcy danego sektora są dobrze znani.

Sektor o **wysokiej atrakcyjności** obejmuje więcej stanowisk o wysokiej atrakcyjności niż pozostałe sektory.

najbardziej znani pracodawcy w Polsce

Jakie firmy znajdują się w pierwszej dziesiątce najbardziej znanych pracodawców w Polsce?

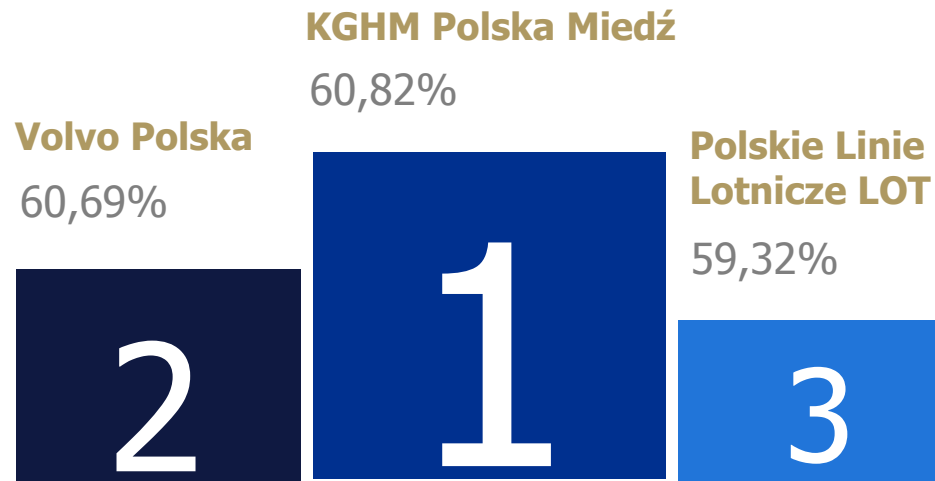


Najbardziej znani pracodawcy 2017

1.	Żabka	95,30%
2.	Poczta Polska	94,93%
3.	PZU	94,65%
4.	Lidl	94,15%
5.	Carrefour	93,81%
6.	Tesco	93,62%
7.	Cyfrowy Polsat	93,07%
8.	Auchan	91,78%
9.	Bank Zachodni WBK	91,64%
10.	Castorama	91,57%

najbardziej atrakcyjni pracodawcy w Polsce

Jakie firmy znajdują się w pierwszej dziesiątce najbardziej atrakcyjnych pracodawców w Polsce?



Najatrakcyjniejsi pracodawcy* 2017

1.	KGHM Polska Miedź	60,82%
2.	Volvo Polska	60,69%
3.	Polskie Linie Lotnicze LOT	59,32%
4.	Volkswagen Motor Polska	59,05%
5.	Volkswagen Poznań	58,55%
6.	PKN Orlen	57,73%
7.	PGNiG	57,00%
8.	PGE Polska Grupa Energetyczna	56,80%
9.	Samsung Electronics Polska	56,59%
10.	ABB	56,31%

najbardziej znani vs najbardziej atrakcyjni pracodawcy w Polsce

Najbardziej znani pracodawcy 2017

1.	Żabka	95,30%
2.	Poczta Polska	94,93%
3.	PZU	94,65%
4.	Lidl	94,15%
5.	Carrefour	93,81%
6.	Tesco	93,62%
7.	Cyfrowy Polsat	93,07%
8.	Auchan	91,78%
9.	Bank Zachodni WBK	91,64%
10.	Castorama	91,57%

Najatrakcyjniejsi pracodawcy* 2017

1.	KGHM Polska Miedź	60,82%
2.	Volvo Polska	60,69%
3.	Polskie Linie Lotnicze LOT	59,32%
4.	Volkswagen Motor Polska	59,05%
5.	Volkswagen Poznań	58,55%
6.	PKN Orlen	57,73%
7.	PGNiG	57,00%
8.	PGE Polska Grupa Energetyczna	56,80%
9.	Samsung Electronics Polska	56,59%
10.	ABB	56,31%

Alchemia atrakcyjności pracodawcy



- świadomość marki
- codzienna aktywność marki
- kontakt z grupą docelową:
oferta i komunikacja



**suma wiedzy
i skojarzeń
na temat marki**

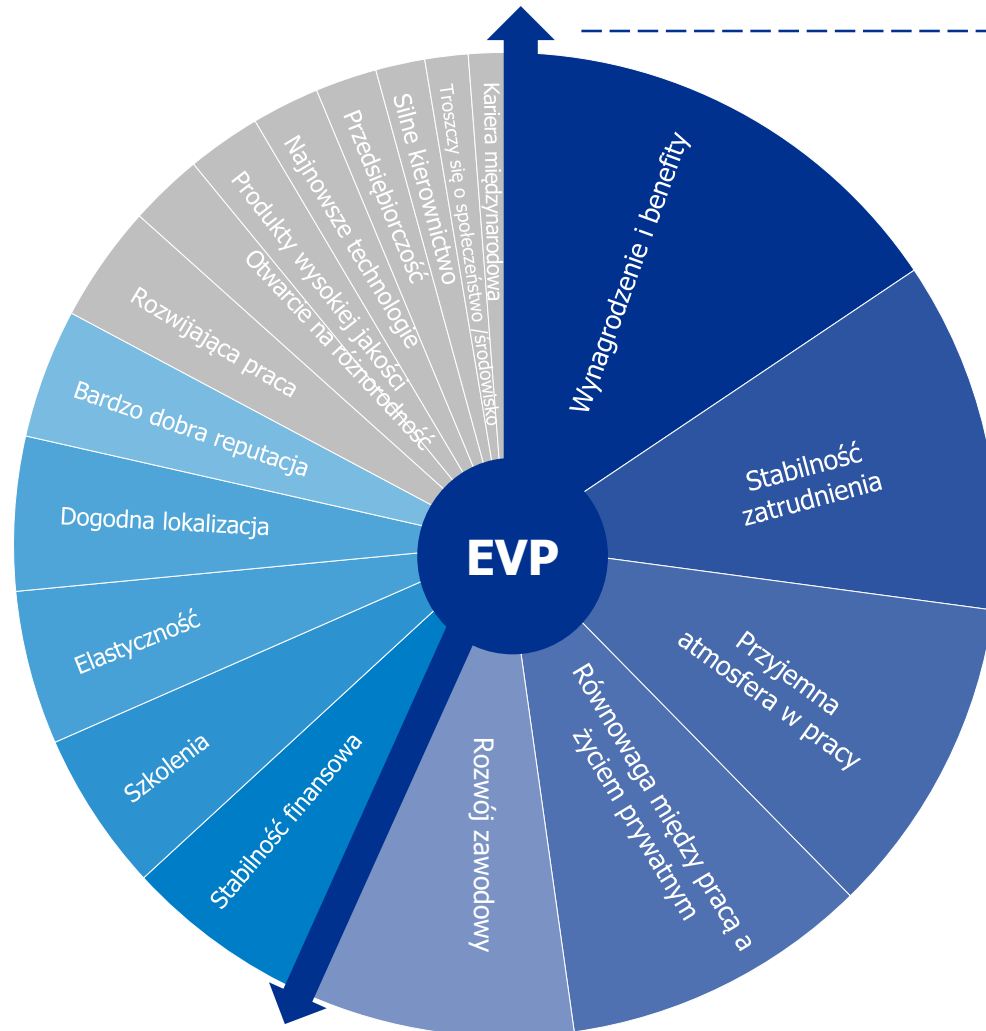
2.

Czy wiem, czego oczekują moi kandydaci?



cechy najbardziej atrakcyjnego pracodawcy

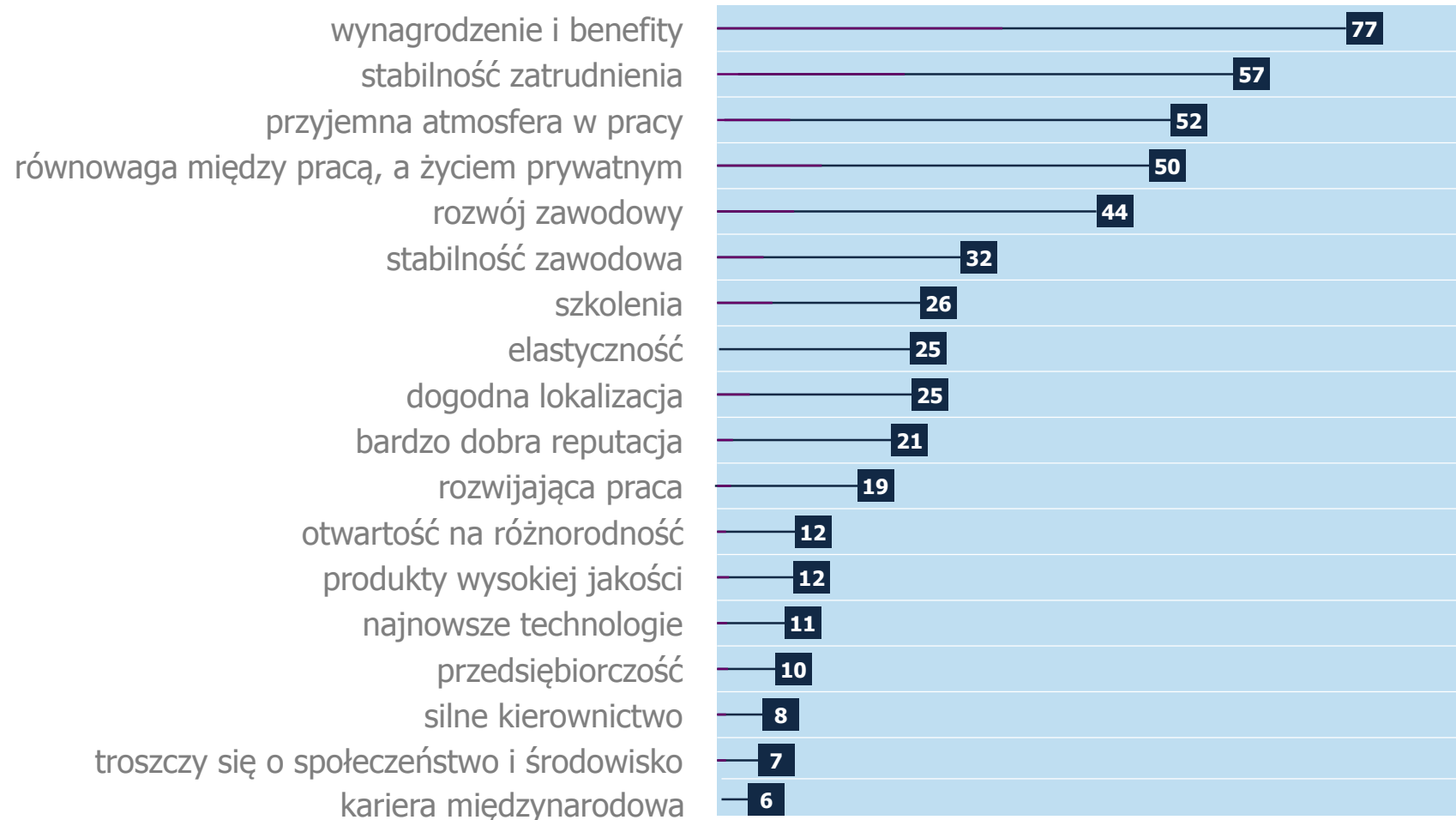
Czym charakteryzują się najbardziej pożądani pracodawcy w Polsce?



Na idealnego pracodawcę składa się zestaw cech. Uwzględnienie i podkreślanie najbardziej pożądanych elementów (bądź ich poprawianie) jest krytyczne dla tożsamości marki pracodawcy (employee value proposition, EVP), ponieważ mają one najsilniejszy wpływ na jego wizerunek.

cechy najbardziej atrakcyjnego pracodawcy

Jakie czynniki są najważniejsze dla potencjalnych pracowników podczas wyboru pracodawcy?



kluczowe aspekty zatrudnienia (składowe EVP) w podziale na płeć, wiek i poziom wykształcenia.



Mężczyźni

1. oferuje atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. oferuje stabilność zatrudnienia na długi czas
3. dba o miłą atmosferę pracy

Kobiety

1. oferuje atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. oferuje stabilność zatrudnienia na długi czas
3. dba o miłą atmosferę pracy



18-24 lata

1. oferuje atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. dba o miłą atmosferę pracy
3. oferuje możliwość rozwoju zawodowego

25-44 lata

1. oferuje atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. oferuje stabilność zatrudnienia na długi czas
3. dba o miłą atmosferę pracy

45-65 lat

1. oferuje atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. oferuje stabilność zatrudnienia na długi czas
3. pomaga zachować równowagę między pracą a życiem prywatnym



Niskie

1. oferuje atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. oferuje stabilność zatrudnienia na długi czas
3. dba o miłą atmosferę pracy

Średnie

1. oferuje atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. oferuje stabilność zatrudnienia na długi czas
3. dba o miłą atmosferę pracy

Wysokie

1. oferuje atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. oferuje stabilność zatrudnienia na długi czas
3. pomaga zachować równowagę między pracą a życiem prywatnym

oferta pracodawcy nie zawsze jest zbieżna z oczekiwaniami pracowników
Niespełnione oczekiwania pracowników stanowią szansę dla rozwoju EVP marki.
Które 3 rozbieżności są najbardziej widoczne?

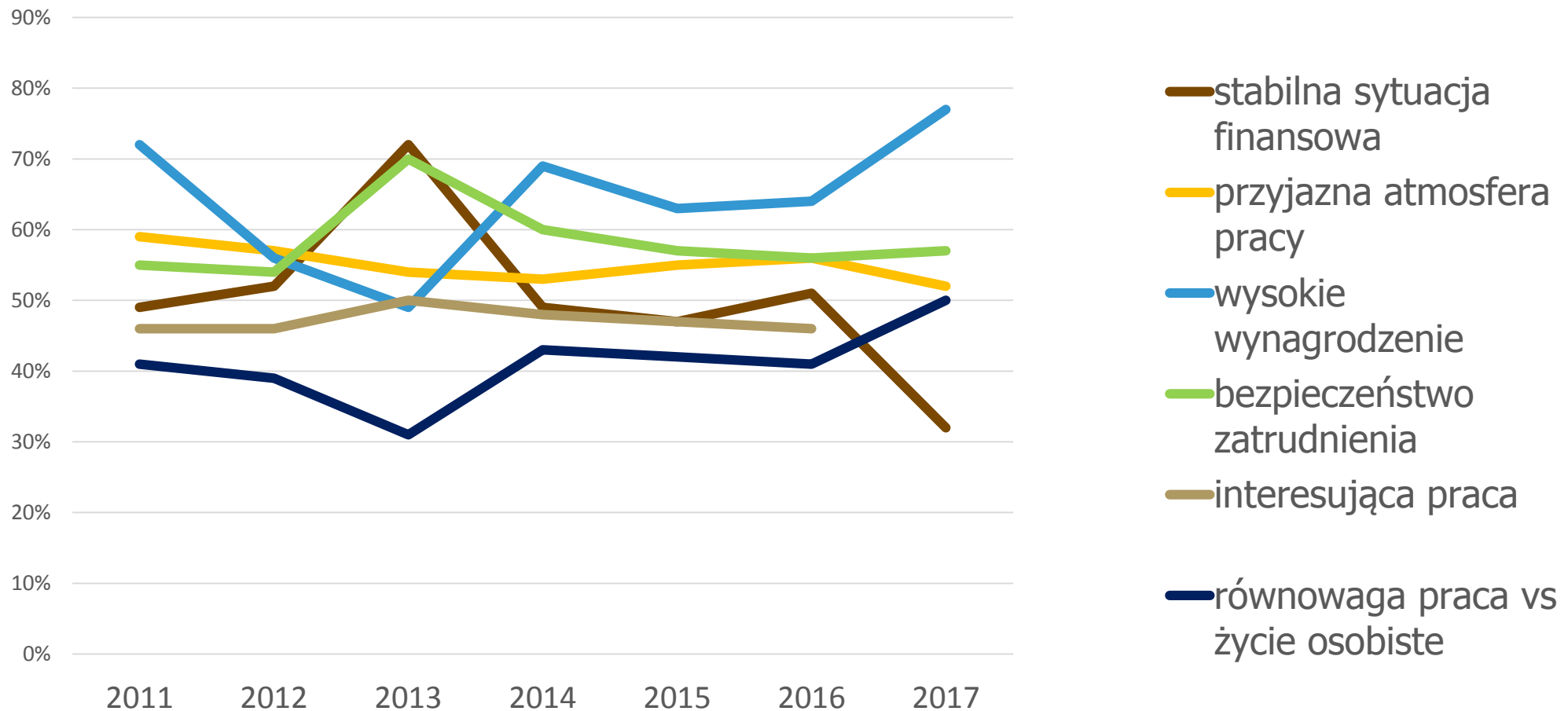


3.

Nic na stałe się nie zdarza

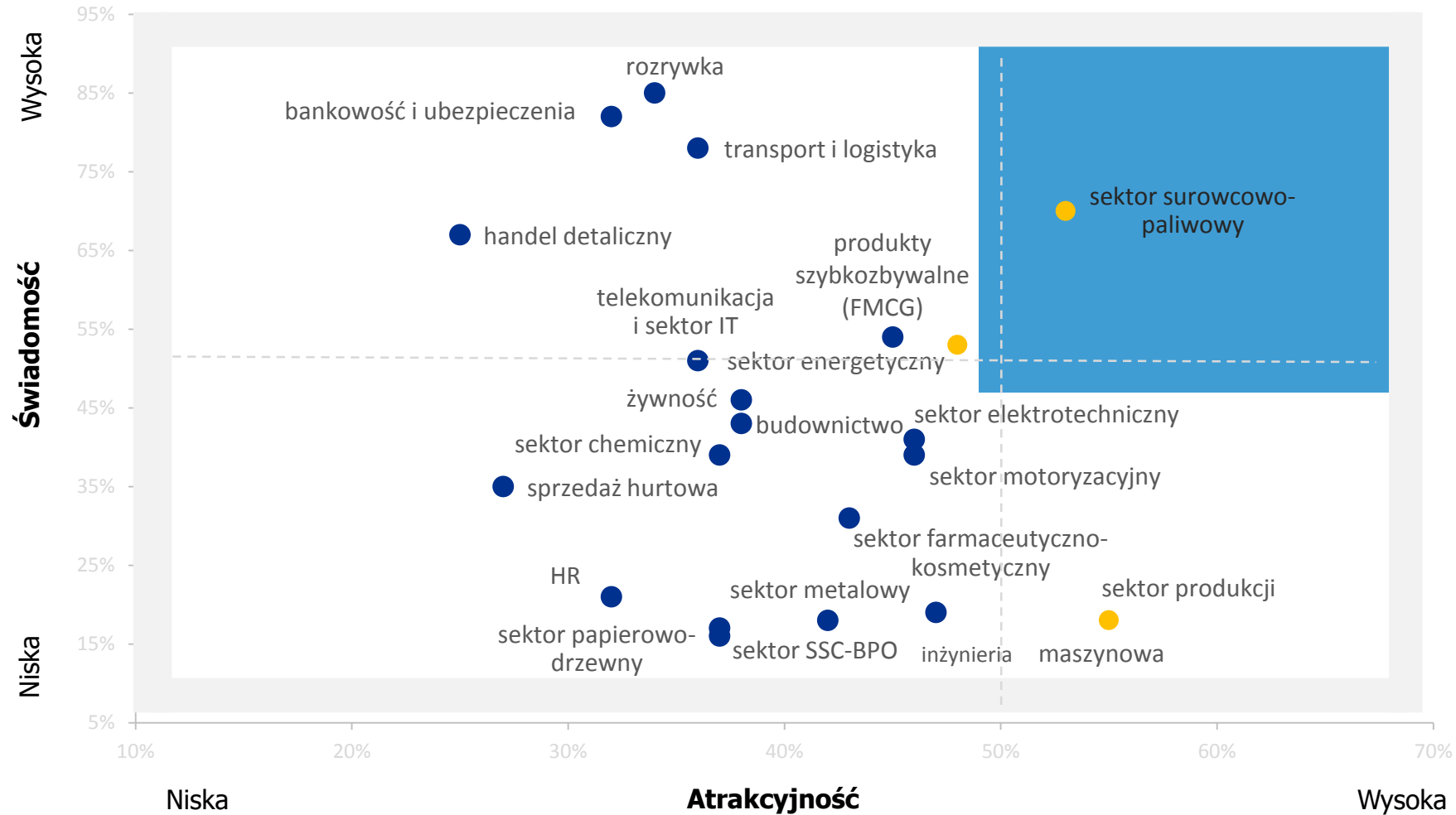
Randstad Employer Brand Reserach

Które aspekty są dla Ciebie ważne przy wyborze pracy w konkretnej firmie?



atrakcyjność pracodawcy a świadomość marki

Które sektory są uważane za najatrakcyjniejsze w tym roku?



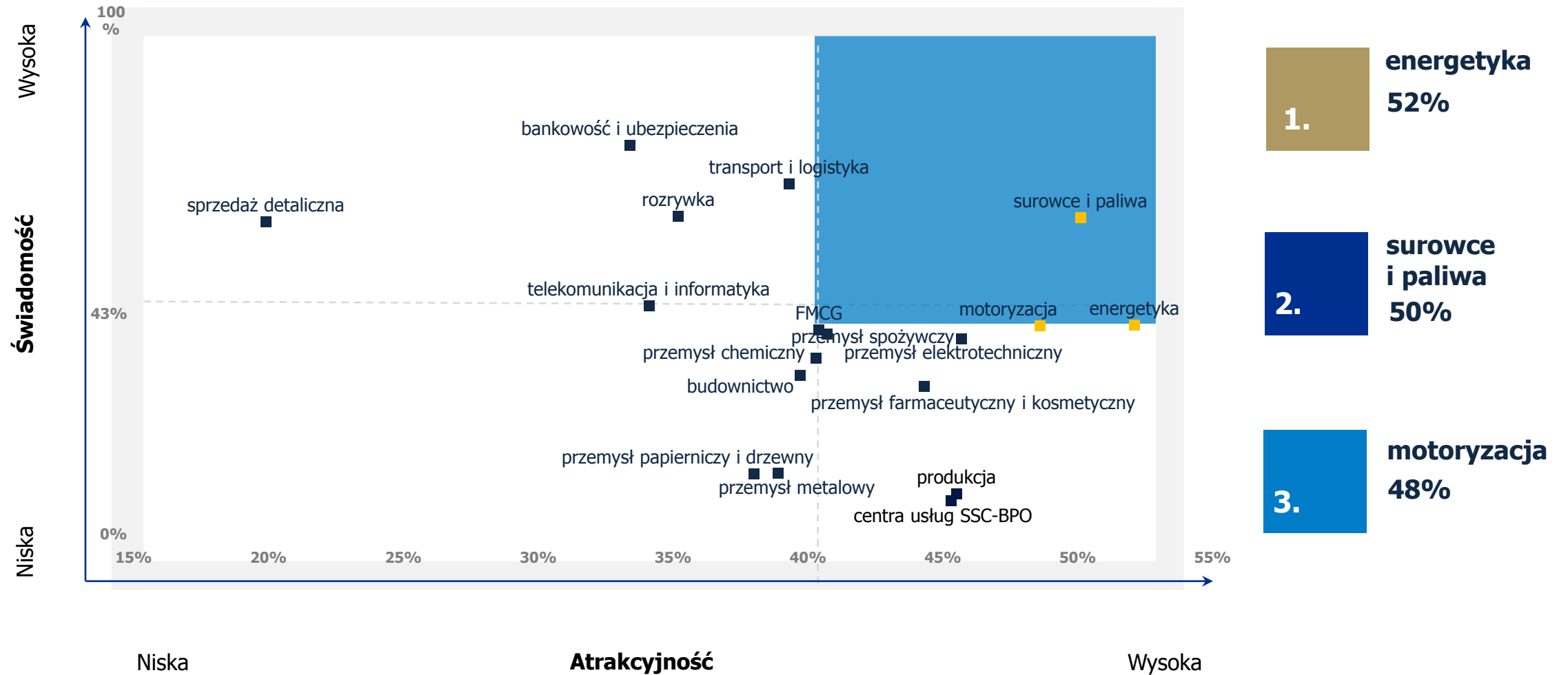
1. produkcja
55%

2. surowce i paliwa
53%

3. energetyka
48%

atrakcyjność pracodawcy a świadomość marki

Jak oceniano te same sektory w 2016 roku?



Randstad Employer Brand Research: jak być atrakcyjnym pracodawcą



- jaka jest rozpoznawalność i atrakcyjność firm wiodących branż
- jakie są oczekiwania kandydatów
- jak sytuacja rynkowa wpływa na preferencje i oceny grup kandydatów
- kto jest najbardziej atrakcyjnym pracodawcą i co o tym decyduje

Dziękuję za uwagę!



good
to know
you

λοι
φο κιομ
δοορ

