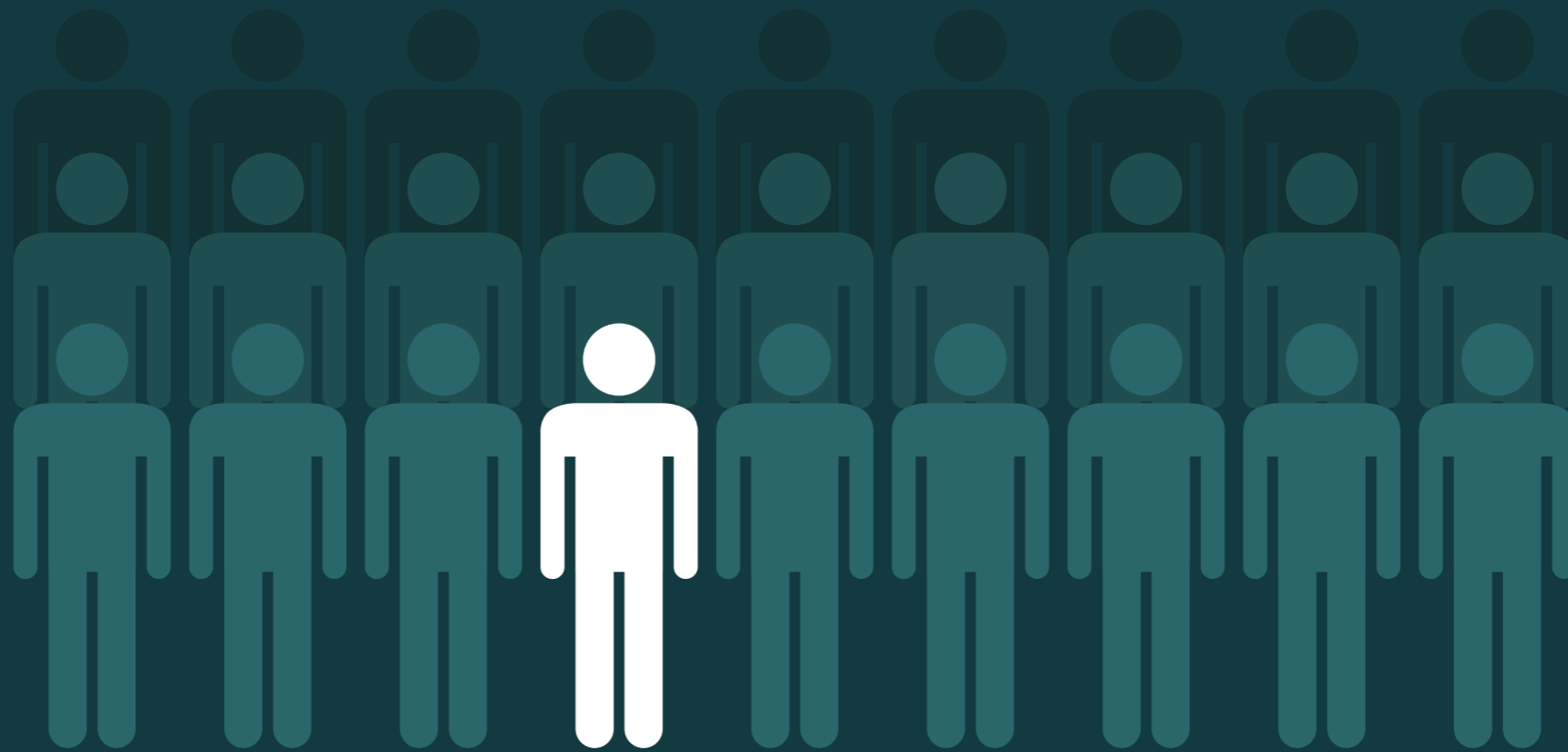


DRÖMKOLLEGAN

En studie som ger insikt i hur företag kan attrahera talang
som passar in i företagskulturen



UTFÖRD AV JOJNUP

Innehåll

- 1 Inledning**
- 2 Employer Branding**
- 3 Kompetensmarknaden**
- 4 Nyckelinsikter och Actions**

Inledning

Denna studie finns till för att ge insikt i hur man som arbetsgivare på bästa sätt kan attrahera kompetenta talanger som passar in i företagskulturen. Vi har intervjuat bolag, kandidater, studenter, rekryteringsfirmor och specialister inom HR, samt gallrat relevanta rapporter online för att få ett grepp om vad företag behöver fokusera på för att hitta drömkollegan. Detta är en sammanställning av resultatet i statistikform samt nyckelinsikter och actions.





Employer Branding

- **Företagets absolut största konkurrensfördel i kampen om kompetens**

Employer Branding

Alla företag har ett Employer Branding vare sig de vill det eller inte, allt kommunicerar. Vad detta innebär för en potentiell kandidat: investerar ni inget i er Employer Branding skickar det lika starka signaler som ett företag som investerar mycket i sin Employer Branding.

50%

Av jobbsökande vill inte jobba på ett företag som har bristande rykte, även om lönen skulle vara högre.

96%

Av de tillfrågade menar att ett företags kultur måste vara i linje med personliga värderingar för att personen ska uppnå maximal trivsel.

80%

Av rekryterare samt kandidater uppger att företagskulturen är en av de viktigaste faktorerna vid val av arbetsgivare. Kandidater söker omdömen från anställda för att kunna avgöra om de platsar in eller ej.

76%

Av anställda som ser en tydlig koppling mellan företagets employer branding och hur det faktiskt är att jobba där, är villiga att rekommendera sin arbetsgivare till andra sökande.

62%

Av potentiella kandidater söker mer information om företaget på sociala medier.

70%

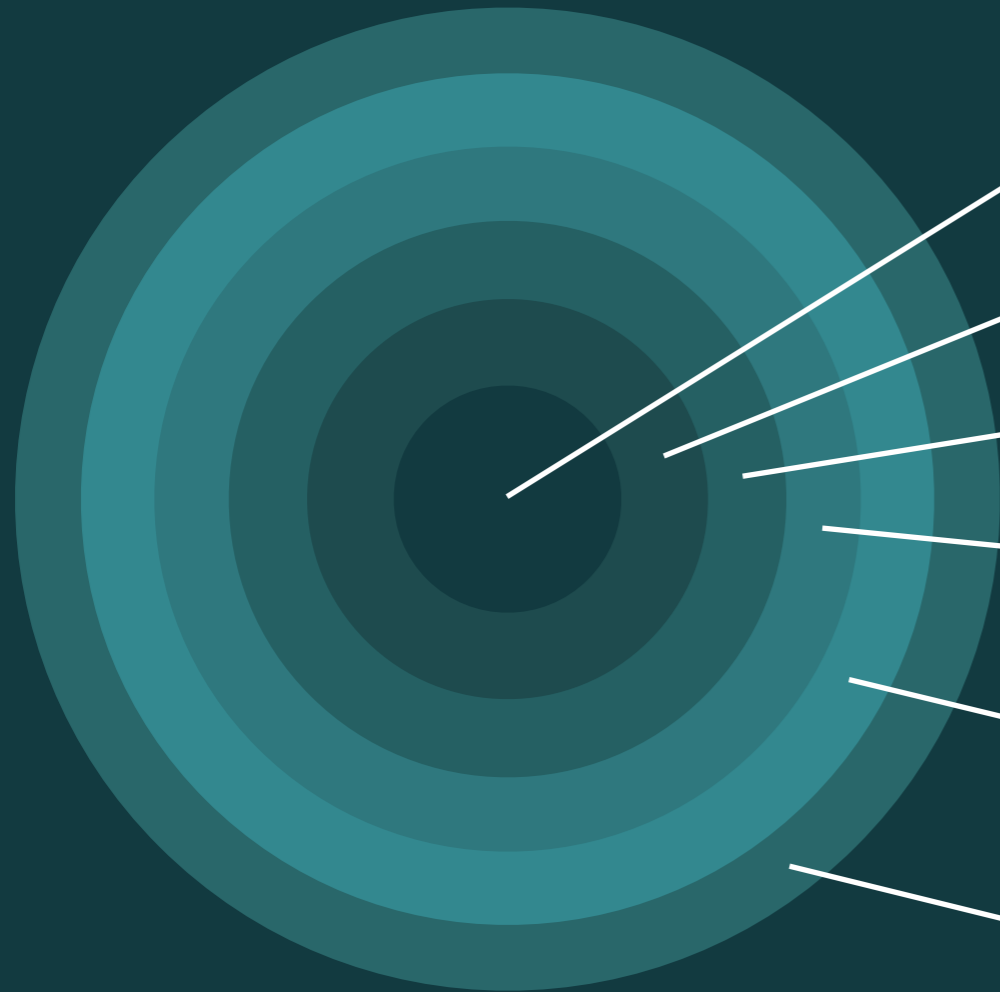
Företag som investerar i en riktigt bra kandidatupplevelse ökar kvalitén på nya anställningar med upp till 70%!

Employer Branding genomsyrar hela rekryteringsprocessen

Företag med ett bra employer brand når ut till fler kunder och kandidater. Ökar man medvetenheten om bolaget ökar även urvalet av intresserade kandidater. Ett väl definierat employer brand fungerar som ett filter för att attrahera kandidater som passar in i er unika företagskultur.



Framtagning av Employer Branding



1. DNA. Vad är kärnan i er företagskultur? Riktigt vass employer branding bygger på företagets interna sanning.

2. EVP - Employer Value Proposition. Vad kan ni som företag lova era kandidater? Det är anledningarna till varför den bästa talangen ska jobba hos er.

3. Målgrupp. Till vilka är det relevant att rikta ert EVP och hur ska ni kommunicera ert erbjudande så att det stämmer överens med ert DNA.

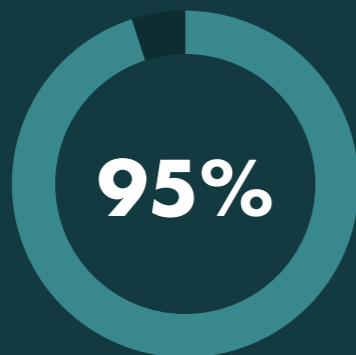
4. Dubbelkoll. Ta två steg tillbaka och fråga er - kan vi stå för det här? Lever vi upp till den bild vi beskriver oss själva med?

5. Lansera. Nu ska ert Employer Brand lanseras genom de paketeringar och kommunikationssatsningar ni tagit fram i tidigare steg.

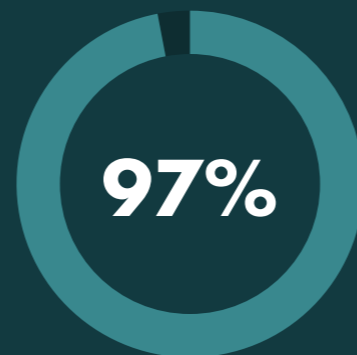
6. ROI. Dags att utvärdera effekten, hur har ändringarna påverkat ert resultat och hur kan vi förbättra?

Effekten av en positiv kandidatupplevelse

En del av employer branding innefattar även kandidatupplevelsen, vilket är vad som i många fall får kandidaten att bestämma sig för att antingen tacka ja eller nej till erbjudandet.



95% av kandidaterna är villiga att söka till samma bolag igen om kandidatupplevelsen var bra.



97% av kandidaterna som haft en positiv kandidatupplevelse kan tänka sig att rekommendera bolaget till fler jobbsökande



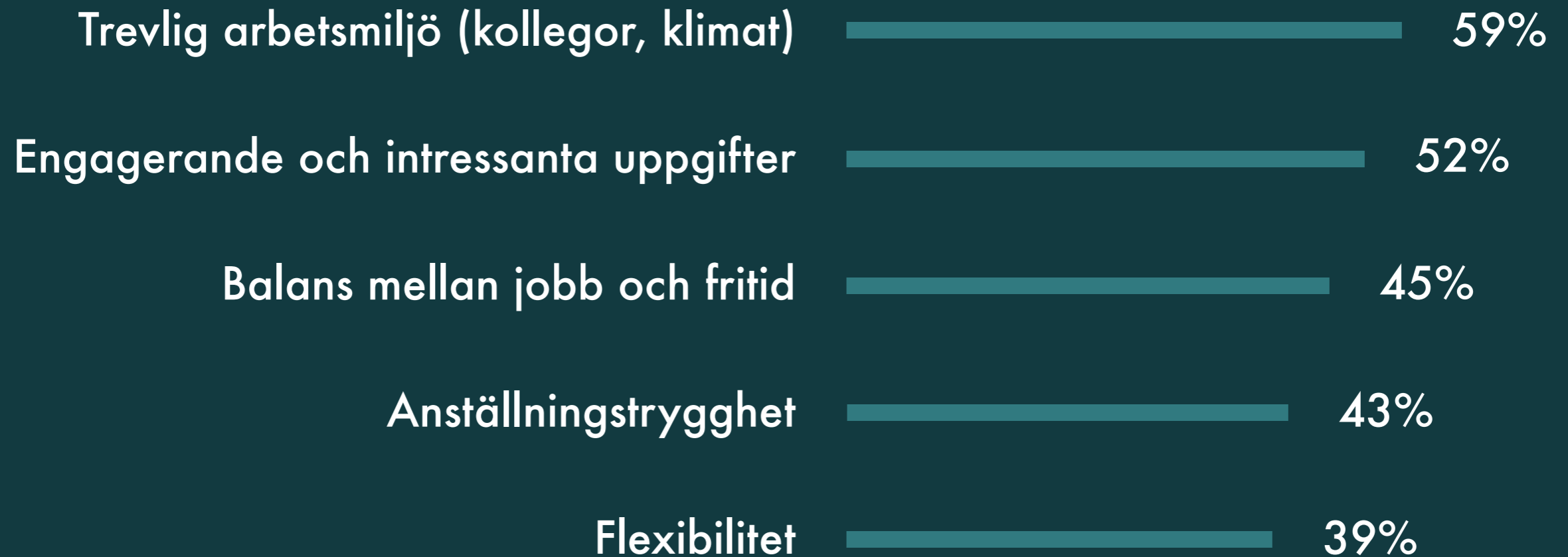
55% av kandidaterna som haft en positiv kandidatupplevelse berättar om den för sin sociala umgängeskrets

The background features three stylized human figures in a dark teal color, arranged horizontally. Each figure consists of a solid circular head and a rounded, rectangular body with a circular cutout in the center, representing a torso. The figures are positioned behind the main title text.

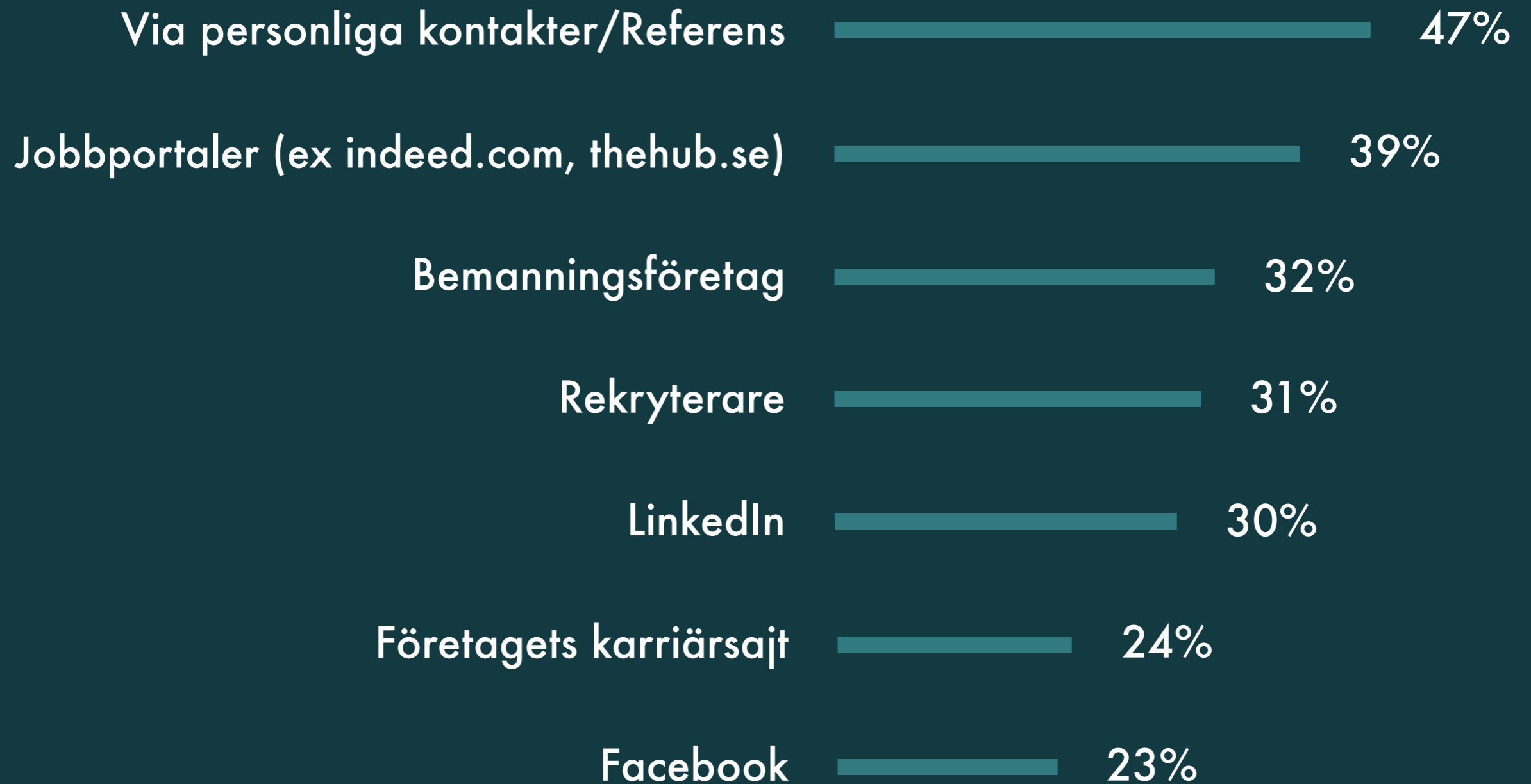
Kompetens- marknaden

- Hur granskar kompetensen potentiella arbetsgivare och vilka aspekter tas hänsyn till innan ansökning?

Vad efterfrågar kompetensen hos arbetsgivaren?



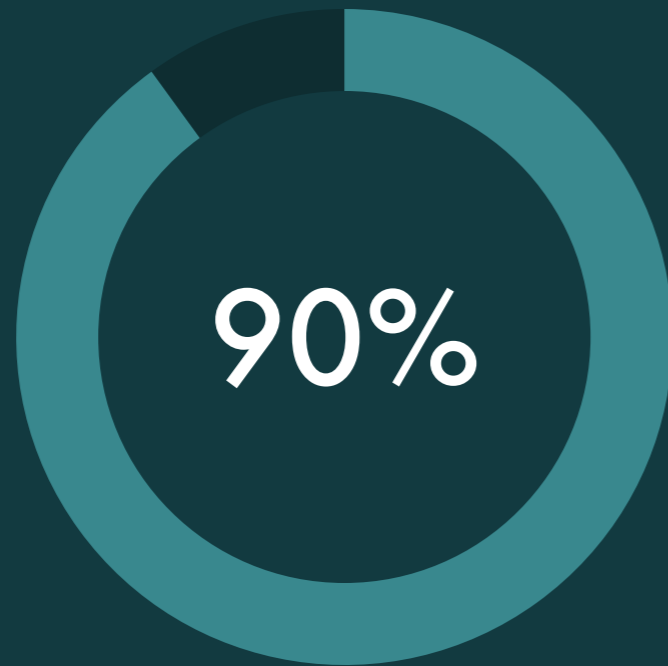
Här söker kompetensen jobbet



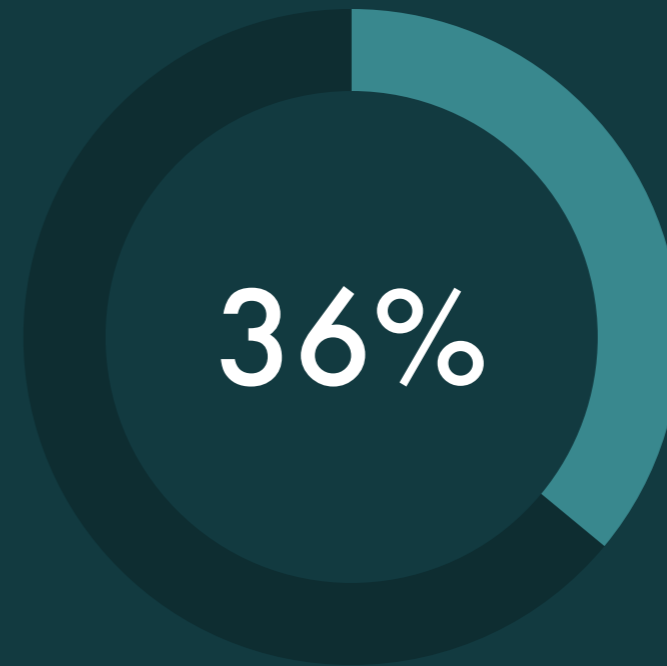
Här utvärderas arbetsgivare



Redan anställda talanger



90% av anställd talang är intresserade av att höra nya jobberbjudanden.



36% av anställd talang letar aktivt efter nya spännande jobb.



**Insikter +
Actions**

Insikter

1. Ett väl utvecklat Employer Brand är en enorm konkurrensfördel när man tävlar om kompetens. Ett definierat Employer Brand attraherar kandidater som tilltalas av just er specifika företagskultur, vilket är en förutsättning för en lyckad rekrytering och långsiktig trivsel.

2. En tydlig EVP (Employer Value Proposition) är en förutsättning för att en kandidat ska bli tilltalad och nyfiken på ett jobb.

3. Arbetsmiljön är det viktigaste för kandidaten. Notera att det finns ingen "rätt" arbetsmiljö, allt handlar om vad som tilltalar just den specifika kandidaten. Vi alla föredrar olika atmosfärer.

Actions

1. Se till att sätta fingret på kärnan i er företagskultur (ert DNA) så att ni utifrån det kan bygga ert erbjudande och forma kommunikation samt paketering efter det.

2. Se till att er EVP (Employer Value Proposition) bygger på er företagskultur, men ett tips kan vara att använda listan (som finns i detta dokument) över vad kandidaterna efterfrågar hos arbetsgivaren för att kunna belysa vissa populära aspekter lite extra.

3. Se till att ha en "om oss"-sida som berättar mer om företaget och även teamet. Kommunikationen bör vara i linje med er företagskultur som ni har fastställt när ni utvecklat er employer branding. Detta kommer attrahera de profiler som är intresserade av just er atmosfär.

Insikter

4. Det vanligaste sättet kandidater söker jobb på är via personliga kontakter, nätverk och referens.

5. Det näst vanligaste sättet kandidater söker jobb på är via jobbportaler.

6. Kandidaterna gör egen research, så i en jobbbanners behöver det inte vara överflödigt mycket information.

Actions

4. Genom att synas på events, mässor och forum där er målgruppskompetens finns kan ni med ert företag attrahera talanger via nätverksbyggande.

5. Det finns en uppsjö av jobbportaler att välja bland, ex The Hub, Indeed och Monster. Se till att ni vet vilken som är er målgrupp för annonsen och utforma den efter hur de vill bli tilltalade. Generellt sätt får det inte vara för mycket text och EVP:n bör vara framstående.

6. Se till att utforma era annonser med målgruppen i åtanke och presentera bara så mycket information som är nödvändigt för att fånga intresse. Hjälpt kandidaten att hitta till er sida om de vill ha mer information.

Insikter

7. Kandidater har en mängd olika kanaler för att göra egen research om bolag innan de bestämmer sig för att ansöka.

8. Företagets sajt är enormt viktig för att kandidaten ska bli intresserad. Den bör genomsyras av er företagskultur, alltså återigen employer branding...

9. Kandidatupplevelsen är en nyckel till att uppfattas som en bra arbetsgivare, det är också hemligheten bakom att bli rekommenderad av dina anställda till fler sökande.

Actions

7. Jobbportaler och er egen sajt är de vanligaste ställena för granskning, så se till att vara närvarande på jobbportaler och att ha en genomarbetad sajt.

8. Bygg all kommunikation på er sajt utifrån ert employer brand. En kariärsida uppfattas väldigt seriöst och proffsigt, för det finns verktyg som till exempel teamtaylor.com.

9. Definiera er målgrupp av kandidater och gör lite research kring vad de är för profiler och hur de vill bli bemötta. Be dina anställda om feedback på hur kandidatupplevelsen kan förbättras och se till att ha närvaro på de plattformar och i de forum där er målgruppskompetens finns.

Insikter

10. Rekrytering = marknadsföring. Hur man tar hand om och förvaltar kandidater har enormt stor betydelse. En positiv kandidatupplevelse kan ge mycket i gengäld.

11. Bara för att någon redan är anställd på ett företag behöver inte det betyda att personen har för avsikt att stanna där.

12. De företag som lyckas vara stringenta i sin branding attraherar talang som inte bara är duktiga utan stannar längre i företaget.

Actions

10. Var noggrann med att följa upp er kandidatupplevelse. Be om feedback. Se till att ha välskrivna annonser. Om ni känner er osäkra på intervjumomentet så be då om hjälp eller anlita ett proffs om ni har råd.

11. Var lyhörd på signaler från folk i din omgivning. Se till att delta på näringslivsmässor och nätverka med folk, talangen du delar en kaffepaus med kanske vantrivs på sitt nuvarande jobb...

12. Allt ni som företag gör måste kunna motiveras av era grundläggande värderingar, ert DNA. Kommunikation, rekryteringsprocess, arbetsklimat, rubbet...

Referenser

<https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>

<https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>

<https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>

<https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>

<http://www.hrinasia.com/employer-branding/do-you-think-your-employer-brand-can-be-ruined-by-social-media/>

<https://www.aberdeens.com/hcm-essentials/role-engagement-performance-management/>

<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

http://go.brandonhall.com/the_true_cost_of_a_bad_hire

<http://randstad-employer-brand-research>

<https://www.talentlyft.com/en/blog/article/87/15-new-recruiting-trends-you-should-implement-in-2019-updated>

<https://harver.com/blog/recruiting-trends-2019/>



För frågor kontakta:



AXEL.BOSTROM@JOJNUP.COM