

"Kandidáti versus zaměstnavatelé, kdo je Goliáš a kdo David?"

Ing. Zdeněk Němec
Product Quality Manager

Nalijme si čistého vína proč jsme tady



Jsme nejchytřejší a známe budoucnost

Nejsme, nicméně **již řadu let pozorně sledujeme trh práce v ČR, Evropě a ve světě**

Jsme zcela nezávislí odborníci a nic si od nás nekupujte!

Máme produkty a když si je zakoupíte, **zlobit se nebudeme**. Ale dnes o tom řeč nebude

Známe všechny trendy

Neznáme, nicméně **máme plno dat a občas se dá z nich něco vyčíst** 😊

David a Goliáš "znamená nepoměr mezi malým a velkým". Kdo vyhraje?

Kandidáti



Zaměstnavatelé

Ideálně oba, ale jak na to?

David a Goliáš "znamená nepoměr mezi malým a velkým". Kdo vyhraje?

Zaměstnavatelé



Kandidáti

Ideálně oba, ale jak na to?

Pojďme nejprve trochu počítat...



61 250 zhlédnutí pozic

1750 nových CV

1700 zamítnutých

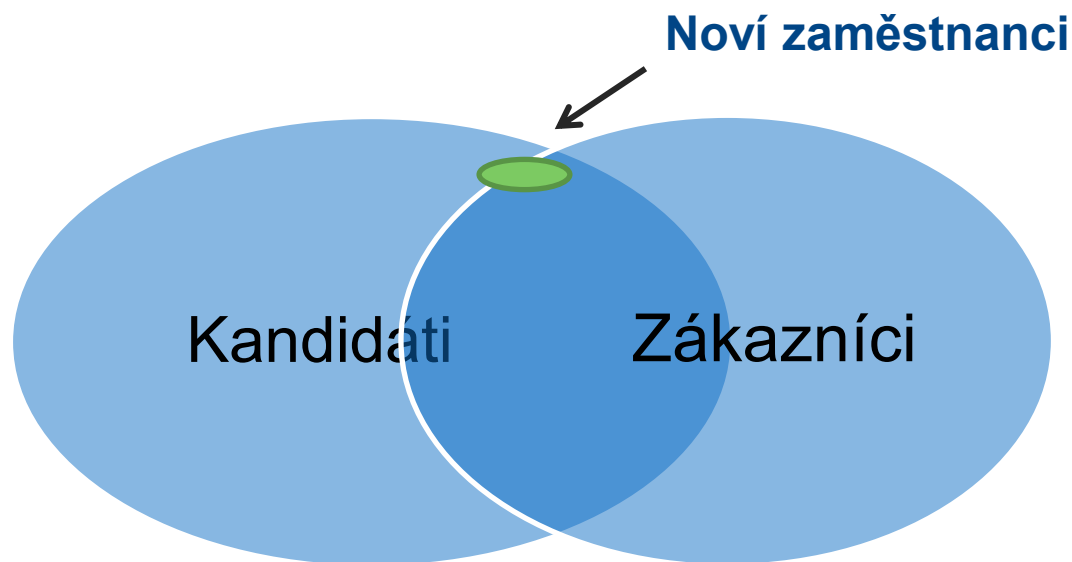
300 pozvaných na pohovor

50 nástupů ročně



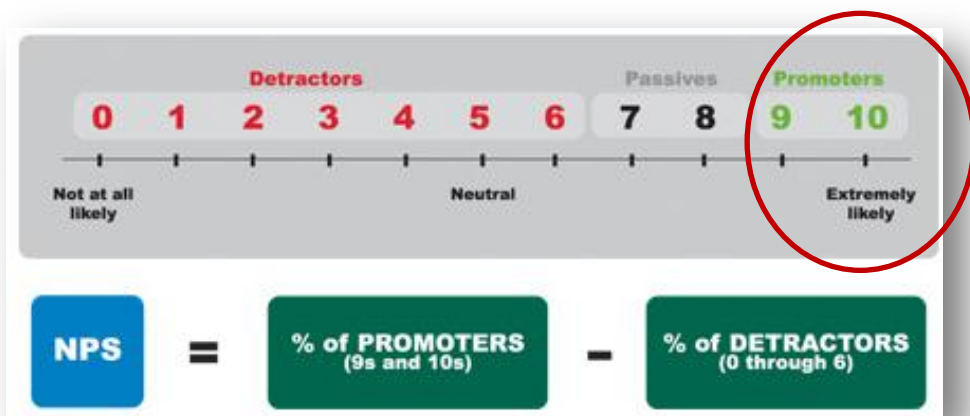
97 % kandidátů není přijmuto

Kandidáti > „Brand advokáti“ > Zákazníci



Stačí jen zjistit, zda by kandidáti (zákazníci) doporučili Vaši firmu nebo výrobky.

Kdo jsou „Brand advokáti“



Leaders - Net promoter score

NPS Leaders – Germany 2011		NPS Leaders – France 2011	
Company	NPS	Company	NPS
Apple / iPhone	70	Apple / iPhone	57
ING-DiBa – Banking	48	MAIF – Car Insurance	38
Sony – Television	37	Panasonic – Television	32
Panasonic – Television	36	Sony – Television	28
Samsung – Television	29	Samsung – Television	26

Výpočet Net promoter score

Příznivci - (hodnota 9-10) jsou to loajální „nadšenci“, kteří budou nadále kupovat produkt a šířit svou spokojenost dál, podporovat růst

Pasivní - (hodnota 7-8) jsou spokojení, ale nejsou nadšení a jsou otevření konkurenčním nabídkám

Odpůrci - (hodnota 0-6) jsou nespokojení zákazníci, kteří mohou poškozovat značku a brzdit růst prostřednictvím negativních referencí (word-of-mouth)

Co říkají ti, se kterými se nekomunikuje



Zdroj: Anketa na www.jobs.cz

Co říkají ti, které nepřijmete:

Jaký dojem ve vás zanechal přístup firmy?

	Answer	Count	Percent	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Velmi špatný, vůbec neodpověděli.	1	0.37%					
2.	Špatný. Obdržel jsem jen formální odpověď.	52	19.19%					
3.	Špatný. Zamítavá odpověď přišla po dlouhé době.	27	9.96%					
4.	Mrzí mě, že mě nepozvali, ale jednání bylo korektní.	141	52.03%					
5.	Dobrý. Odmítli mě, ale informace jsem dostával průběžně po celou dobu.	37	13.65%					
6.	jiný, napište:	13	4.80%					
Total		271	100%					

Zdroj: Výstupy ze služby LMC Feedback Management, reálná data velké české firmy, 2012

Co toto znamená?



**Personalista
je také
marketér!**

Jak rychle se informace šíří?

1 osoba má v průměru

150 „přátel I. úrovně“

To znamená:

100 osob má:

150 000 přátel I. úrovně a

2 250 000 přátel II. úrovně.

Vaše síť spolehlivých profesionálů

Jste středem své sítě. Uživatelé, s nimiž jste spojeni, vás mohou představit 2 011 000+ profesionálům - zde je analýza vaší sítě:

1	Uživatelé prvního stupně Spolehliví přátelé a kolegové, s kterými jste ve spojení.	174
2	Uživatelé druhého stupně Přátelé přátel, každý z nich je ve spojení s uživatelem, který je spojen s vámi.	23 400+
3	Uživatelé třetího stupně K těmto uživatelům se dostanete prostřednictvím přátel vašich přátel, neboli přes kontakty druhého stupně.	1 987 400+
Celkový počet uživatelů, které můžete kontaktovat prostřednictvím představení		2 011 000+

2 982 nových uživatelů ve vaší síti od 19. února



Vše se děje rychlostí internetu ☹

Co z toho vyplývá:

Atraktivita individuálních příběhů (zkušeností) kandidátů

+

Možnosti šíření informací

=

Respekt



Despekt



Hlavní zpráva z této prezentace:

Chovejte se ke všem kandidátům slušně >
oni se vám odvděčí (rychlostí internetu 😊).

Stačí mít „Candidate-friendly recruitment“



A sluší se ještě doporučení:



1. Nevytvářejte image firmy, ať si ho kandidáti vytvoří sami
2. Neztrácejte čas řízeným PR. Informace tečou jinde a nedají se řídit.*

* Platí pro regiony, kde není internet cenzurován 😊



Dotazy?

**Děkuji a přeji hodně
úspěchů!**