

Wykorzystaj potencjał Internetu w HR – wejdź na www.HRweb.pl

Jak po pracę, to do liderów

Opinia najlepszego pracodawcy pomaga taniej i skuteczniej rekrutować ludzi. Rekrutacja zewnętrzna jest w wyróżnianych firmach prawie trzy razy tańsza niż przeciętnie w Polsce.

To wyniki z piątej edycji Badania Najlepsi Pracodawcy, organizowanego przez Hewitt Associates.
– Silna marka dobrego pracodawcy opłaca się – podkreśla Magdalena Warzybok, menedżer projektu BNP w Hewitt Associates. – Jak wynika z ostatniej edycji BNP, średnio firmy w Polsce wydają na rekrutację zewnętrzną o 180% więcej niż najlepsi pracodawcy wyróżnieni w naszym badaniu. Również w przypadku rekrutacji wewnętrznej średni koszt jest wyższy (o 52%) niż u liderów.

Siła spójności i inne wyróżniki

Analizując, co wyróżnia najlepszych w dziedzinie rekrutacji i employer branding, należy zauważyć, że ich siła tkwi w spójności ich wizerunku z praktyką. Aż 100% firm z grupy najlepszych pracodawców przekonywało w kwestionariuszu, że wizerunek firmy przedstawiany na zewnątrz jest spójny i zgodny z kulturą firmy (średnia w Polsce wynosi 70%). Potwierdzają to pracownicy w anonimowym badaniu. O spójności mówiło aż 68% pracowników w firmach najlepszych pracodawców, gdy średnia w Polsce wynosiła zaledwie 39%.

Najlepsi pracodawcy dużo częściej niż krajowa średnia współpracują z uczelniami wyższymi (partnerska współpraca, sponsoring), oferują programy praktyk (70% do 58%), spotykają się z wybranymi osobami, które nadesłały swoje aplikacje poza formalnym procesem rekrutacji, częściej prowadzą stałe kampanie w mediach na temat firmy jako pracodawcy (niezależnie od ogłoszeń o poszukiwaniu osób na konkretne etaty).

Dzięki posiadaniu silnego wizerunku, firmy te dwukrotnie rzadziej uczestniczyły w imprezach rekrutacyjnych (np. na uczelniach wyższych) czy same organizowały takie imprezy wewnętrznie, aniżeli wynosi średnia dla wszystkich firm uczestniczących w badaniu.

Praktyki rekrutacyjne

Podczas większości rekrutacji na stanowiska menedżerskie mniej firm spośród najlepszych pracodawców aniżeli średnia firm w Polsce przyznało się do korzystania ze wstępnego wywiadu prowadzonego przez agencję rekrutacyjną. Za to znacznie więcej spośród najlepszych pracodawców niż wśród przeciętnych firm zadeklarowało, że w większości tych rekrutacji stosuje wywiady grupowe (z kilkoma kandydatami), wywiady behawioralne, wywiady z potencjalnymi współpracownikami i podwładnymi, Assessment Center i testy (psychologiczne, umiejętności i in.).

W przypadku osób kandydujących na stanowiska niemenedżerskie różnica była jeszcze widoczniejsza. Ponad dwa razy więcej najlepszych pracodawców stosowało Assessment Center (30% do 13%). Cztery razy więcej najlepszych pracodawców w porównaniu do średniej wszystkich badanych firm (40% do 10%) przyznało, że stosuje wywiady grupowe.

Oczywiście najwięcej firm – zarówno wśród najlepszych jak i wśród średniej krajowej – podpisało się pod prowadzeniem wywiadów z przedstawicielami działu HR (90% najlepszych do 82% średnio), potencjalnymi kierownikami (90% do 94%). Dotyczyło to zarówno rekrutacji na stanowiska menedżerskie jak i szeregowie.

W przypadku rekrutacji menedżerskich tak wysoki odsetek stosowania danej praktyki dotyczył wywiadów z kierownictwem najwyższego szczebla (80% najlepszych, 82% średnio).

Oczami pracowników

Badanie Najlepsi Pracodawcy pozwala również – dzięki anonimowej ankiecie – na sprawdzenie, jak zatrudnieni w danej firmie postrzegają różne aspekty związane z jej wizerunkiem jako pracodawcy. Różnice między najlepszymi pracodawcami a średnią w Polsce wynosiły od 25 do 32 punktów procentowych.

Wykorzystaj potencjał Internetu w HR – wejdź na www.HRweb.pl

Np. dwa razy większy jest u najlepszych pracodawców odsetek osób uważających, że firmie udaje się zatrzymać pracowników, którzy są dla niej ważni (64% w stosunku 32% średnio w Polsce). 66% badanych u najlepszych pracodawców stwierdziło, że ich firmy pozyskują do pracy takich ludzi, którzy są potrzebni do realizacji celów biznesowych (średnio w Polsce uważa tak tylko 41% zatrudnionych). 71% pracowników najlepszych pracodawców deklaruje, że rzadko myśli o odejściu z tej firmy do innego pracodawcy (średnia w Polsce – 46%). 81% uważa, że ich firma cieszy się dobrą opinią (średnia w Polsce – 56%), a 78% uważa, że jest postrzegana jako dobry pracodawca (średnia w Polsce wynosi 49%). 75% bez wahania poleciłoby pracę w swojej firmie koledze czy koleżance poszukującym pracy (średnia – 48%).

To się opłaca!

– W ostatnim roku sama liczba aplikacji przysyłanych do pracodawców nie wyróżniała tych najlepszych – ujawnia Magdalena Warzybok. – Jednak w stosunku do średniej rynkowej prawie dwa razy częściej chętni do pracy zgłaszali się tam spontanicznie, ze względu na samą firmę, czyli nawet wtedy, gdy nie było formalnego naboru.

Odsetek aplikacji spontanicznych wśród ogółu zgłoszeń kandydatów wynosił u najlepszych aż 45%, podczas gdy średnia wynosiła 26%. Oznacza to, że firmy uznawane za najlepszych pracodawców są po prostu i tak oblegane przez kandydatów.

Paweł Berłowski