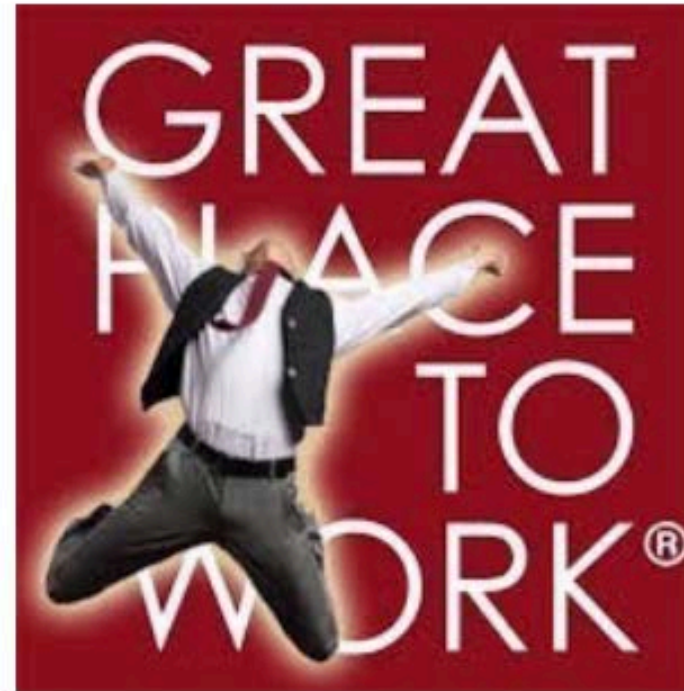


Kandidatopplevelsen

- når ditt Employer Brand møter asfalten



Glansbilder?



Employer Branding vs seleksjon og utvelgelse

DO TARGET GROUP KNOW WHO YOU ARE?

WOULD THEY CONSIDER WORKING FOR YOU?

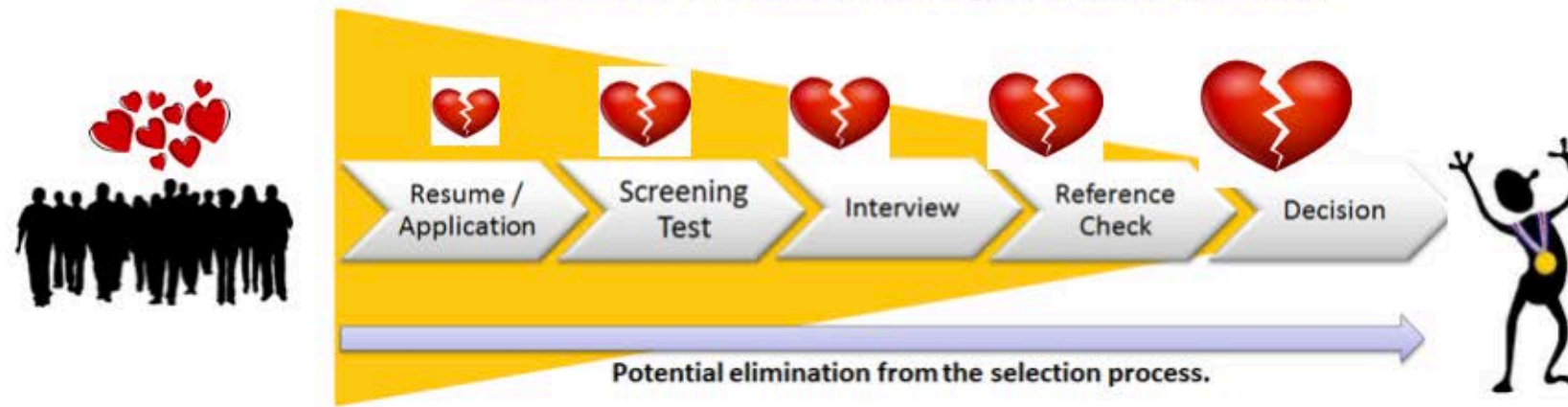
ARE YOU THEIR IDEAL EMPLOYER?

HAVE THEY APPLIED OR WILL THEY APPLY TO YOU?



VS

Selection Process: Multiple Hurdle Model



Kanal?

ATS?

HR vs linje?

Outsourcing?

Hva med ROI?

(Return on Investment)



Entern og ekstern
EB



(Dårlige)
kandidatopplevelser

(Hypotese)

«The best advertising is done by satisfied customers.»

- Philip Kotler

«Everyone is a customer for somebody, or a supplier to somebody.»

- W. Edwards Deming

Måle - IKKE synse!

“If you can measure it, you can manage it!”

Bakgrunn for Kandidatopplevelsen (KO)

- Et ønske om å se på hva som skjer etter all "glossy" branding – når talentene der ute faktisk gjør som du ber dem om; altså søker – og sannsynligvis får avslag. Rekrutteringsbransjen - inhouse OG outhouse - er jo for det meste "avslagsbransjen"...(!)
- Hittil gjennomført 2 åpne undersøkelser (KO2014 og KO2016), samt flere bedriftsinterne undersøkelser (både hos arbeidsgivere og selskaper i rekrutteringsbransjen).
- Fokus har vært - og er fortsatt: hva betyr mest for opplevelsen, hvilken "impact" har opplevelsen har på employer brandet (omdømmet/attraktiviteten), for så å kunne hjelpe til med å forbedre prosessene - ikke krangle om sertifiseringsordningen 😊

Hvordan opplever jobbsøkere din virksomhet?

Tall fra Kandidatopplevelsen viser at 4 av 10 jobbsøkere sitter igjen med en dårlig oppfatning av virksomheten de har søkt jobb hos. 3 av 10 får rett og slett ikke svar på sin søknad.

Kandidatundersøkelsen 2014:

Hvordan opplever jobbsøkere din virksomhet?

Tall fra Kandidatopplevelsen viser at 4 av 10 jobbsøkere sitter igjen med en dårlig oppfatning av virksomheten de har søkt jobb hos. 3 av 10 får rett og slett ikke svar på sin søknad.

Største utfordring for arbeidsgivere

Arbeidsgivere opplever at de får en dårlig oppfatning av virksomheten de har søkt jobb hos. Dette er en utfordring som arbeidsgivere må være oppmerksomme på. En dårlig oppfatning av virksomheten kan føre til at jobbsøkere ikke kommer tilbake til virksomheten, noe som kan være en stor utfordring for arbeidsgivere.

Største utfordring for arbeidsgivere

Største utfordring for arbeidsgivere

Største utfordring for arbeidsgivere

Største utfordring for arbeidsgivere

Største utfordring for arbeidsgivere



Største utfordring for arbeidsgivere

- Hallo, kan jeg få et svar...

Bedrifter og arbeidstakere opplever at det er vanskelig å få på plass de beste kandidatene fra arbeidsmarkedet. Dette er en utfordring som arbeidsgivere må være oppmerksomme på. En dårlig oppfatning av virksomheten kan føre til at jobbsøkere ikke kommer tilbake til virksomheten, noe som kan være en stor utfordring for arbeidsgivere.

Ukeavisen Ledelse

28. oktober 2014, nr. 43, s. 10 • www.dagrapporten.no • Dagens Perspektiv

Industri-meldingen: Lettere å få lån 25

26 Avbyråkratisering: 2710 flere statsansatte med de blå-blå

Fersk NHO-direktor: - Et godt samfunn er ferskvare 20

Lederverktøy: Slik følger du opp medarbeiderundersøkelsen

Elendige på rekruttering

Norske bedrifter er for dårlige til å gi tilbakemeldinger til kandidater som søker jobb hos dem. Ekspertene beskriver resultatet som kommer frem i rapporten **Kandidatopplevelsen 2016** som «flaut», «pinlig», «frekt» og «skuffende».

Ukeavisen Ledelse

28. oktober 2014, nr. 43, s. 10 • www.dagrapporten.no • Dagens Perspektiv

Santfuru Norsk våpen-teknologi leder an: Snart tenker rakettene selv

Marianne Størseth i Fair Trade: Alle vet om oss, men for få handler

27 Tre bøker fra tre som gikk ut av folket

Lederverktøy: Slik avklarer du forventninger hos ansatte

Jobbsøkere behandles som luft

3 av 10 jobbsøkere får ikke svar på søknadene sine. 30 prosent får ikke svar etter intervju en gang. Over 60 prosent av jobbsøkerne er misfornøyd med hvordan de mottas. Og det blir ikke bedre av å bruke rekrutteringsbyråer. Dette skader omdømmet til norske bedrifter, mener eksperter.



Kandidatopplevelsen 2014

- 530 respondenter
- datafangst fra november 2014 til januar 2015
- samarbeid med Magneta AS og Evidente

Kandidatopplevelsen 2016

- 879 respondenter
- datafangst fra desember 2016 til februar 2017
- samarbeid med Evidente

Respondentene i begge undersøkelsene søkt jobber hos en lang rekke store og små virksomheter, i privat og offentlig sektor;

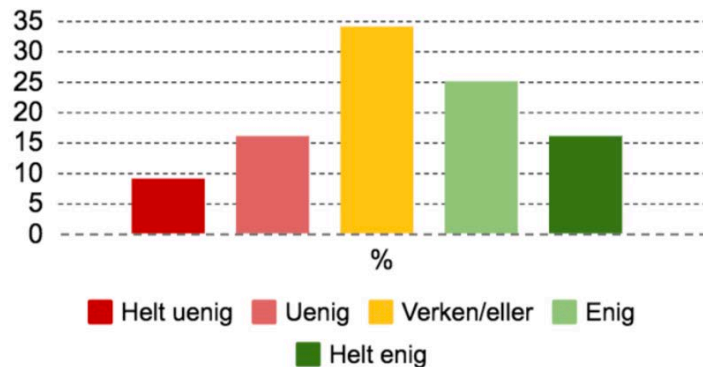
- fra store aktører som Statnett og DNB, via ideelle organisasjoner som Røde kors, til mindre bedrifter og en rekke norske kommuner.

Hovedfunn

Kandidatopplevelsen HAR betydning for Employer Brandet

1. De som fikk direkte avslag

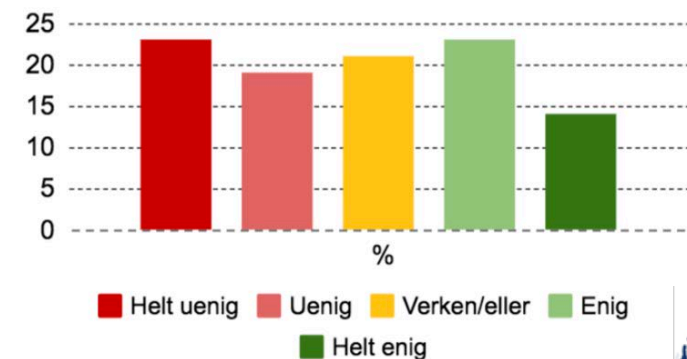
Mitt inntrykk av denne virksomheten som arbeidsgiver er blitt dårligere etter denne søknadsprosessen



Ca 40%
enige/helt
enige
(samme
som i
KO2014)

2. De som ble innkalt til intervjuer

Mitt inntrykk av denne virksomheten som arbeidsgiver er blitt dårligere etter denne søknadsprosessen



Ca 37%
enige/helt
enige
(ca 52% i
KO2014)

Betydningen av en god kandidatopplevelse

Vi har gjennomført en regresjonsanalyse som viser hvor stor effekt en god kandidatopplevelse har på fremtidig adferd. Vår modell forklarer 69 % av denne adferden.



«Tidkrevende prosess når en må korrigere databasene i etterkant av å bruke portabel CV»

«Det bør generelt bli enklere å sende CV/søknad i det offentlige. I tillegg er det mye fuss rundt dette med CV-utfylling på ulike nettsteder/byråer. Det tar MYE tid å gjøre dette om og om igjen. Ikke alle som bruker søkemotorer som forenkler prosessen.»

«Fikk ingen bekreftelse på at søknaden var mottatt for 3 dager etter at den var sendt inn»

«Morsom og innovativ løsning!»

«Systemet til Adecco låste seg og gjorde at jeg måtte fylle inn søknaden og starte på nytt flere ganger.»

«Jeg synes det er irriterende å måtte fylle inn utdanning og jobb erfaring når jeg også sender inn CV...»

«Opplvde det som kronglete og tungvindt samt at jeg ikke fikk tak i kontaktpersonen som var oppgitt i annonsen»



Konklusjoner (KO2014 og KO2016)

- En dårlig rekrutteringsprosess svekker omdømmet til arbeidsgiveren, eller virksomhetens employer brand. Det man investerer store ressurser i å bygge opp - alt fra annonsering til brosjyrer, bedriftspresentasjoner, karrieredager og gode hjemmesider - blir kraftig svekket gjennom en dårlig (opplevd) rekrutteringsprosess.
- I visse fall kan man faktisk si at "god" (eller omfattende/bred) employer branding kan bli et problem, det jo naturlig nok tiltrekker seg flere søkere, og dermed enda flere personer som gjennom en dårlig kandidatopplevelse mister interessen for virksomheten (!)
- Jeg mener mange virksomheter bør se på kandidatopplevelsen (rekrutteringsprosessen/"kandidatreisen") i sin helhet, helst før de investerer mye tid og penger i ekstern employer branding.
- De viktigste påvirkningsområdene er (i vilkårlig rekkefølge): TIDSBRUKEN, AVSLAGET, INTERVJUPROSESSEN, ANTALL INTERVJURUNDER, og BRUK AV EKSTERNT REKRUTTERINGSFIRMA.
- Det å sette ut prosessen til eksterne leverandører ER forbundet med risiko (stor negativ påvirkning i KO2014, noe forbedring i KO2016).

"A great ad campaign will make a bad product fail faster. It will get more people to know it's bad."

- Bill Bernbach

Vil du lese mer om funnene i Kandidatopplevelsen
og hva teller mest i forbedring av
rekrutteringsprosesser?

Bestill rapportene fra KO2014 og KO2016 fra

Lars Digerud Consulting (LDC)

lars@larsdigerud.com

Takk for meg! 😊

