

Výzkum aktuálních trendů HR marketingu v České republice

BrandBakers

Brand / Business / Design

O výzkumu

V oblasti budování značek zaměstnavatelů a HR marketingu je k dispozici mnoho zahraničních výzkumů. Ty jsou nám mnohdy inspirací, pro české prostředí jsou však málo použitelné. To byl hlavní důvod, proč jsme výzkum aktuálních trendů v HR marketingu v České republice udělali.

Chtěli jsme identifikovat současný stav a tyto informace přinést našim fanouškům, zákazníkům a všem personalistům, kteří se o tuto oblast zajímají.

” Výzkum jsme připravili s našimi partnery: Davidem Šimákem, Hankou Smítalovou a Petrem Skondrojanisem. Výzkum proběhl v březnu 2014 a zúčastnilo se ho 101 respondentů z řad personalistů.”

Protože se jedná o první ročník výzkumu, na meziroční srovnání se můžeme společně těšit až příští rok. Přišlo nám však zajímavé srovnat zjištěné trendy v HR marketingu s trendy v marketingu. Pro toto srovnání jsme použili výsledky výzkumu Trendy v českém marketingu pro rok 2014 realizovaného poradenskou společností Idealisti. Dále výsledky komentujeme z našeho pohledu.

Čtyři trendy hýbající budováním značek zaměstnavatelů v roce 2014, jak je predikovala společnost Universum:

1 Nábor se bude více a více podobat marketingu

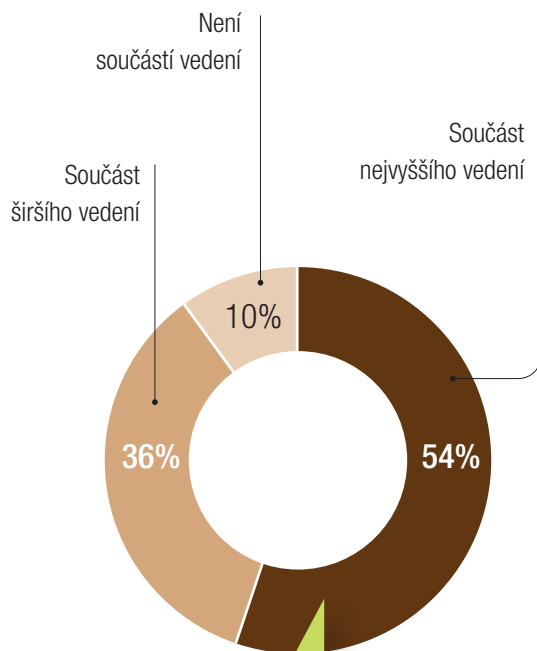
2 Více pozornosti bude věnováno porozumění uchazečům

3 Osobní kontakt bude výrazným prostředkem pro odlišení se

4 Optimalizace www stránek mobilům bude jednoznačnou výhodou

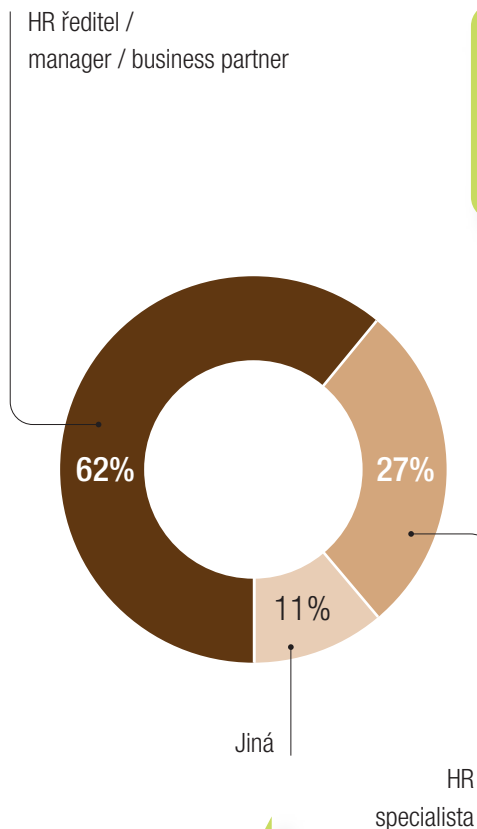
Otázky k respondentům

1. Jaká je pozice HR týmu / oddělení ve vaší společnosti?



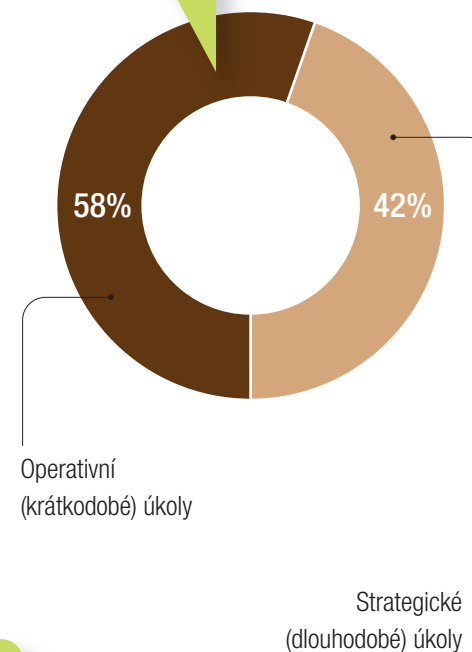
"Pouze 54% respondentů uvedlo, že HR tým je součástí nejvyššího vedení. Je to hodně nebo málo? Měřeno většinovým názorem top manažerů společnosti "lidé jsou náš nejdůležitější kapitál" se nám tento podíl nezdá velký."

2. Jaká je vaše pozice v HR?



"Do výzkumu se zapojili také lidé, kteří se raději označují jako personalisté než HR manažeři a lidé z interní komunikace a engagementu. Tvoří 11% respondentů."

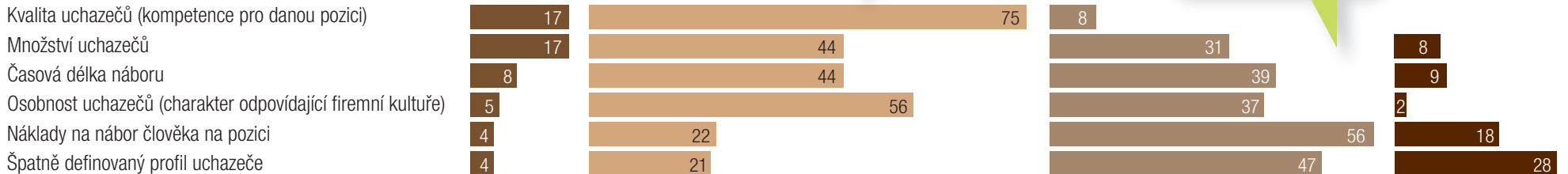
3. V jakém poměru je vaše práce rozdělena mezi operativní a strategické úkoly?



"Více než polovinu času stráví personalisté operativou (58%); vedoucí HR pracovníci (HR ředitel / manažer / business partner) jen o 4% méně. Zajímavé. Zdá se, jako by nebyl rozdíl v náplni práce mezi manažerem a specialistou."

Otázky k náboru

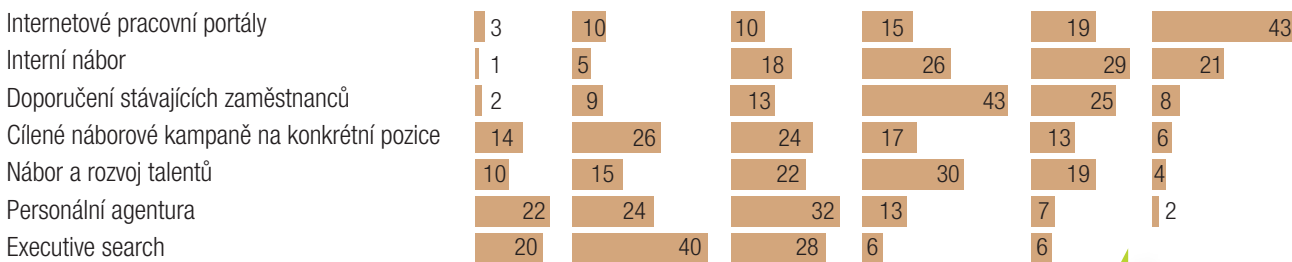
1. Vypsali jsme několik oblastí, které souvisí s nábořem zaměstnanců. Můžete z vlastní zkušenosti zhodnotit jejich náročnost v rámci náborového procesu?



"Největšími problémy v oblasti náboru jsou kvalita uchazečů (jejich kompetence) a jejich množství..."

"... což v našich očích velmi kontrastuje s náklady na nábor, které jsou vnímány jako malý problém"

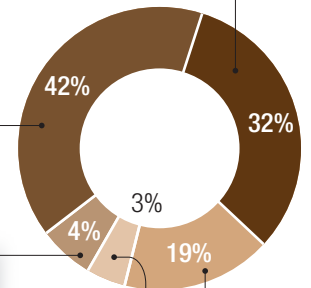
2. Vypsali jsme běžné prostředky, které se při náboru používají. Jak často je používáte?



"Na základě těchto výsledků se ptáme, zda-li existuje nějaký vztah mezi kvalitou uchazečů, kteří se hlásí na pracovní pozice, a lidmi, kteří přicházejí přes internetové pracovní portály?"

3. Nakolik jsou firemní hodnoty součástí kritérií pro výběr vašich nových zaměstnanců?

Souznění uchazečů s našimi firemními hodnotami je pro nás velmi důležité
 Jde o jednu z kategorií, které posuzujeme, stejně jako další kritéria
 Firemní hodnoty jsou nejdůležitějším kritériem při výběru

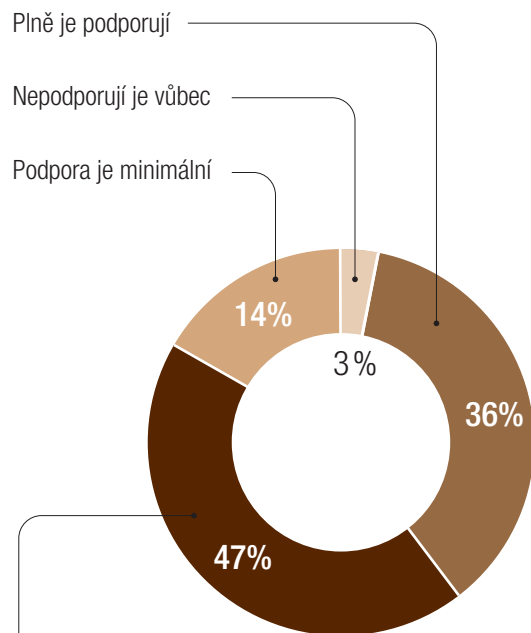


"3/4 našich respondentů uvádí, že firemní hodnoty jsou pro ně v náboru důležité. Uvidíme, jak se nám praxe výběru lidí podle firemních hodnot meziročně změní."

Jsou pouze malým kritériem při náboru
 Nehrají žádnou roli

Otázky k HR marketingu

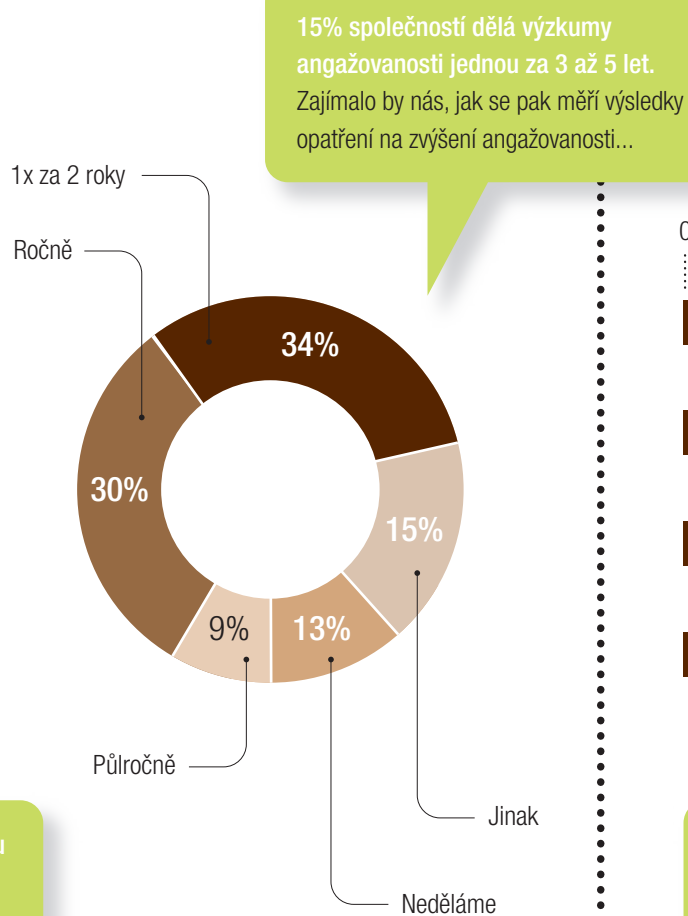
1. Podporuje vaše vedení aktivity v oblasti HR marketingu?



Podporují je částečně

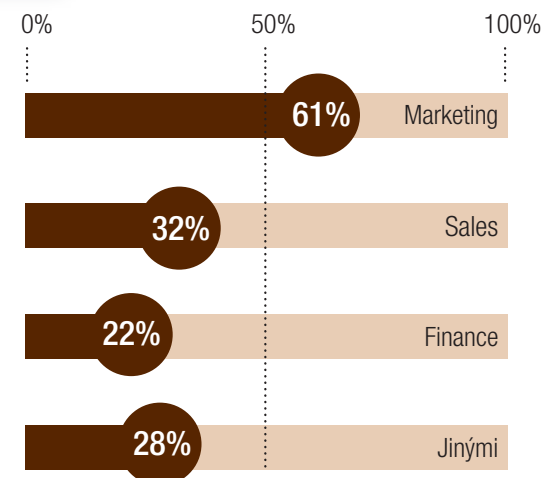
Podporu vedení v oblasti HR marketingu má úctyhodných 83% personalistů. V příštím roce se nezapomeneme zeptat, jak se to projevuje v rozpočtech vyčleněných pro tuto oblast.

2. Jak často děláte výzkum angažovanosti zaměstnanců?



15% společností dělá výzkumy angažovanosti jednou za 3 až 5 let. Zajímalo by nás, jak se pak měří výsledky opatření na zvýšení angažovanosti...

3. Se kterými týmy spolupracujete na přípravě HR marketingové strategie nejvíce?

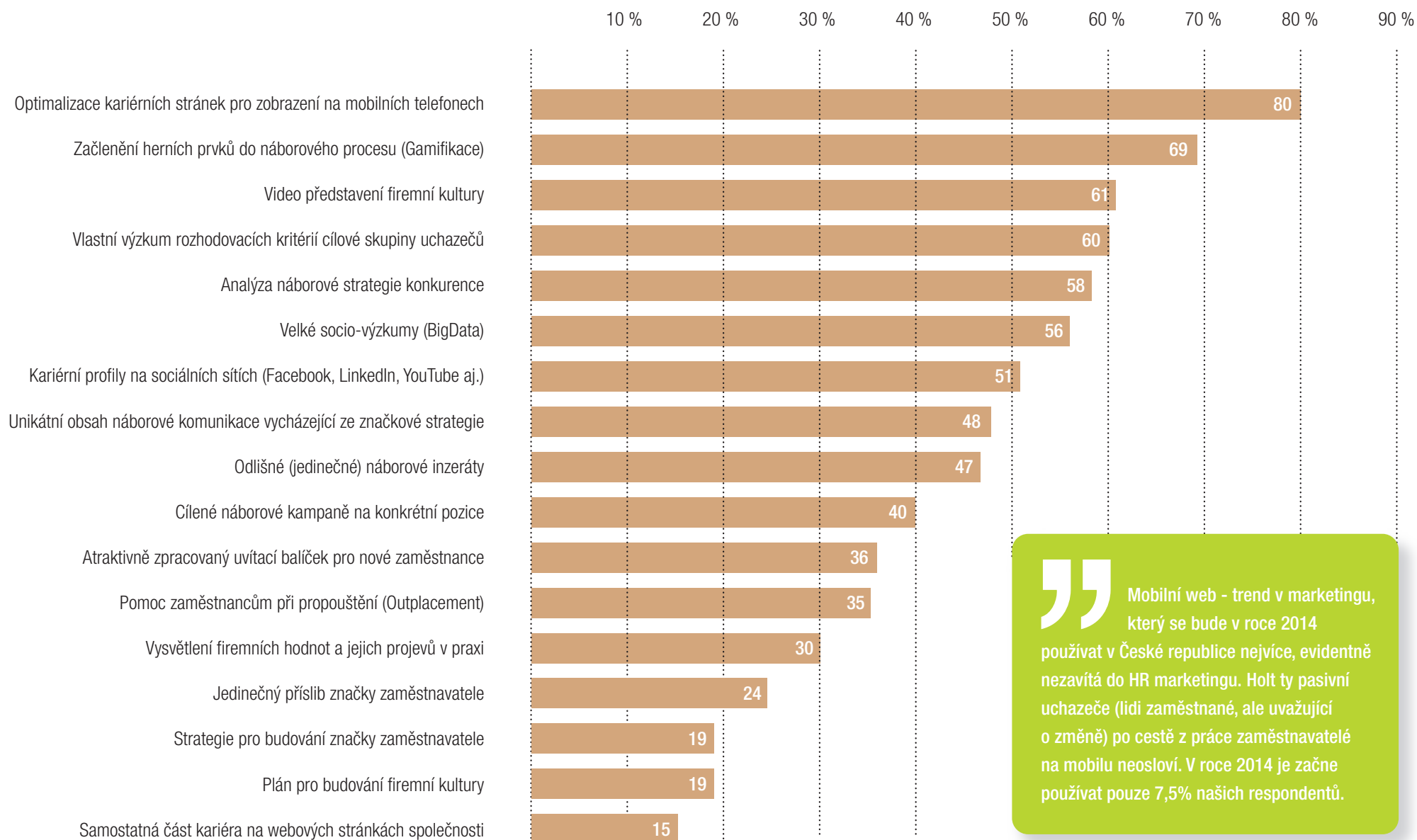


Ve 28% případů personalisté spolupracují s odděleními jako corporate affairs, corporate communication, PR nebo přímo s ředitelem společnosti.

Aktuální trendy v HR marketingu v ČR / **Neznámé**



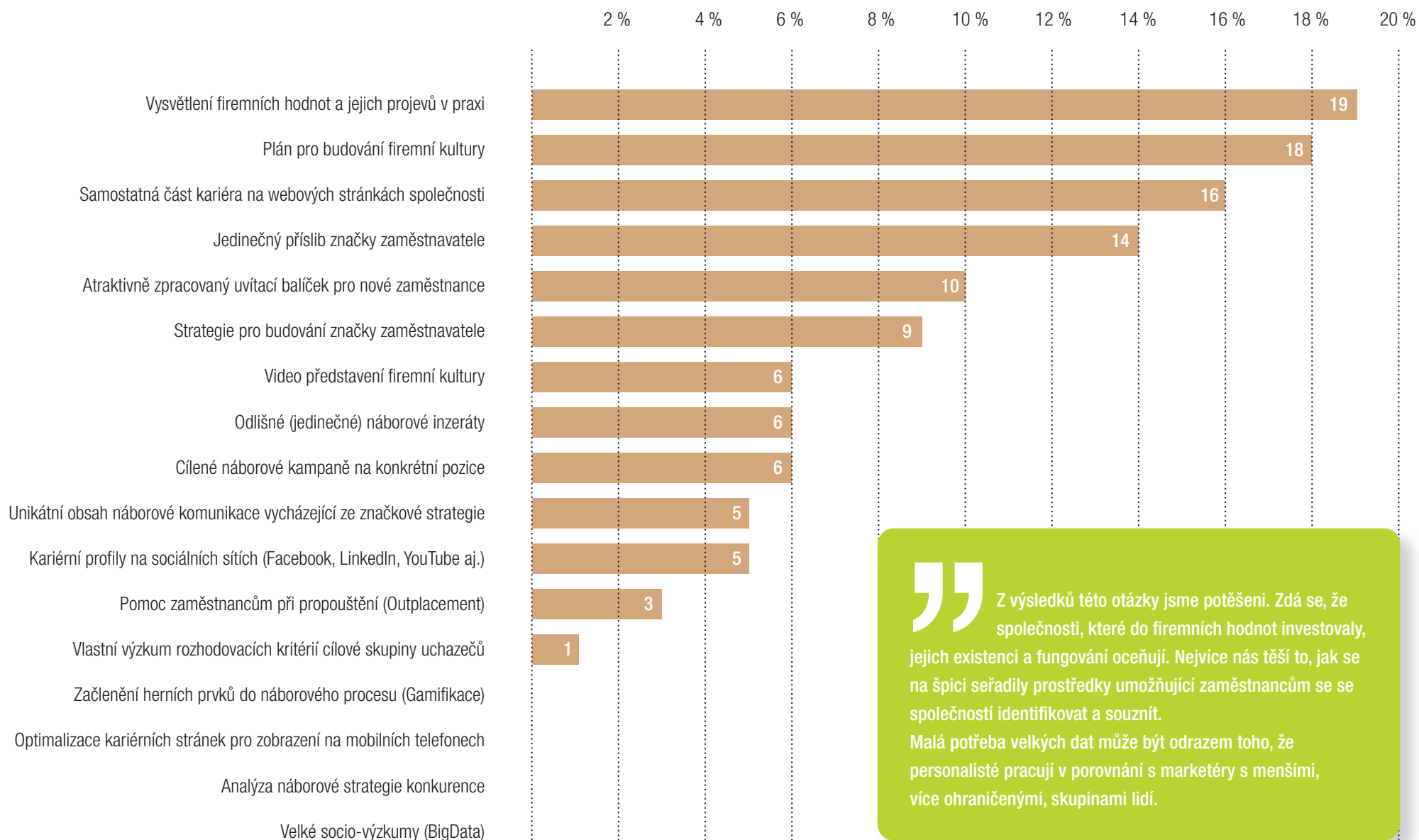
Aktuální trendy v HR marketingu v ČR / **Nepoužívané**



Mobilní web - trend v marketingu, který se bude v roce 2014

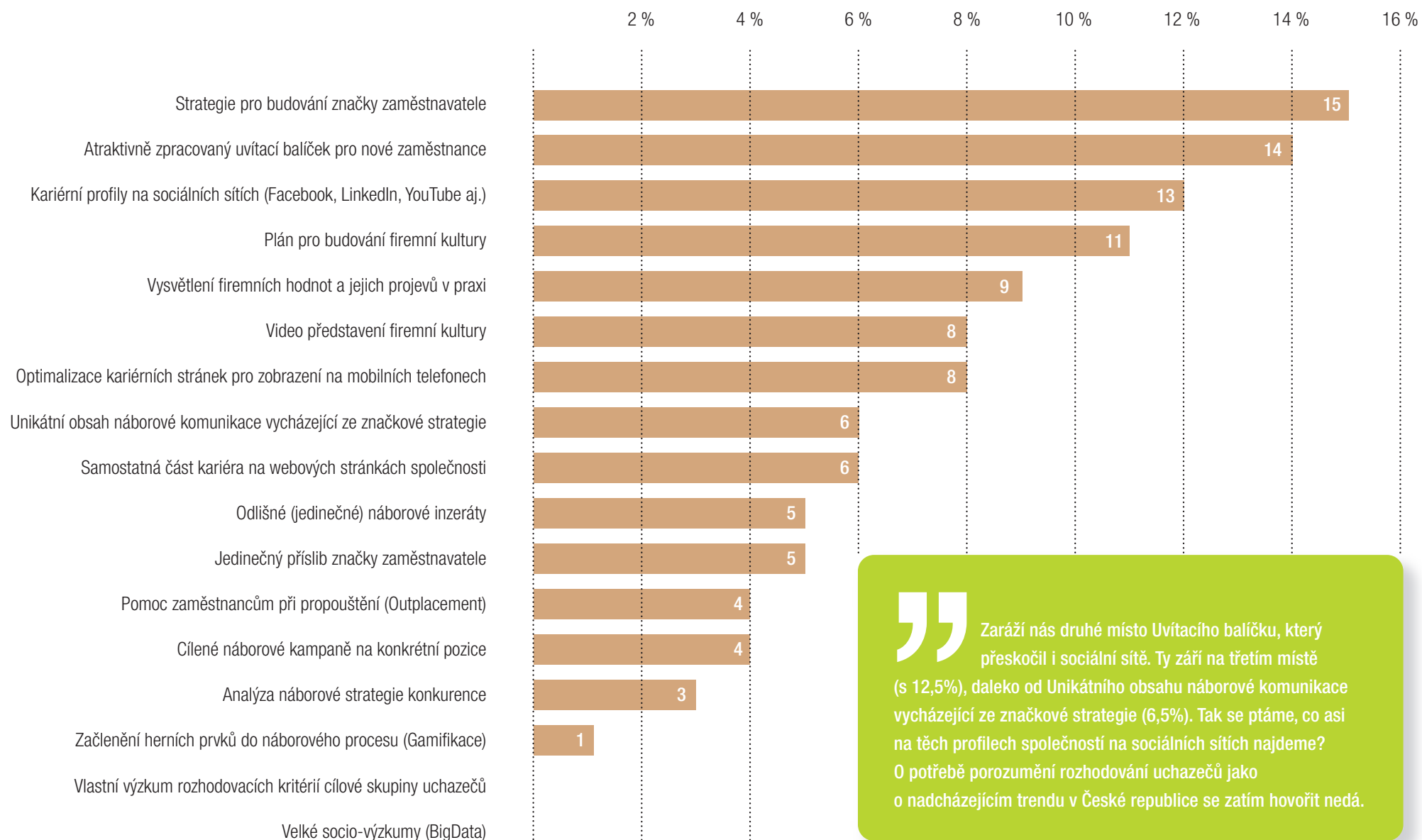
používat v České republice nejvíce, evidentně nezavítá do HR marketingu. Holt ty pasivní uchazeče (lidi zaměstnané, ale uvažující o změně) po cestě z práce zaměstnavatelé na mobilu neosloví. V roce 2014 je začne používat pouze 7,5% našich respondentů.

Aktuální trendy v HR marketingu v ČR / **Používané a fungující skvěle**



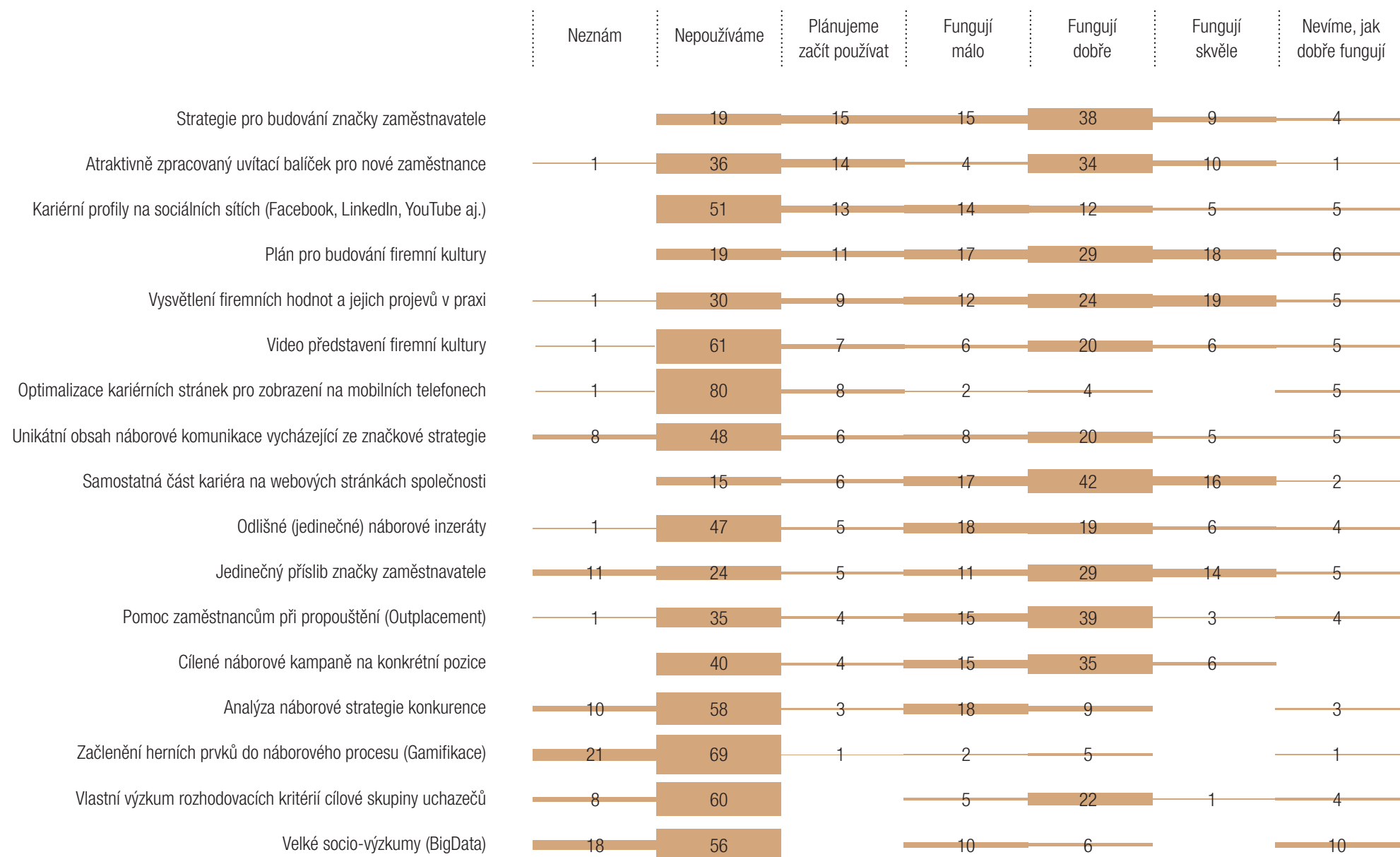
Z výsledků této otázky jsme potěšeni. Zdá se, že společnosti, které do firemních hodnot investovaly, jejich existenci a fungování oceňují. Nejvíce nás těší to, jak se na špičce seřadily prostředky umožňující zaměstnancům se se společností identifikovat a souznít. Malá potřeba velkých dat může být odrazem toho, že personalisté pracují v porovnání s marketéry s menšími, více ohraničenými, skupinami lidí.

Aktuální trendy v HR marketingu v ČR / **Začnou se používat tento rok**



Zaráží nás druhé místo Uvítacího balíčku, který přeskočil i sociální sítě. Ty září na třetím místě (s 12,5%), daleko od Unikátního obsahu náborové komunikace vycházející ze značkové strategie (6,5%). Tak se ptáme, co asi na těch profilech společností na sociálních sítích najdeme? O potřebě porozumění rozhodování uchazečů jako o nadcházejícím trendu v České republice se zatím hovořit nedá.

Aktuální trendy v HR marketingu v ČR / Přehled



BrandBakers, s.r.o.

Nad Rokoskou 2a
Praha 8 - Libeň, 182 00
www.brandbakers.cz

Petr Hovorka

Mob.: (+420) 602 27 10 11
petr.hovorka@brandbakers.cz

Jiří Landa

Mob.: (+420) 734 15 85 85
jiri.landa@brandbakers.cz

Výzkum aktuálních
trendů v HR marketingu
pro vás upekli BrandBakers,
pekaři charismatických značek.

BrandBakers
Brand / Business / Design