

# Randstad Employer Brand Research 2020.

poznaj naszą ofertę i dołącz  
do badania atrakcyjności marki pracodawcy.

sierpień, 2019.

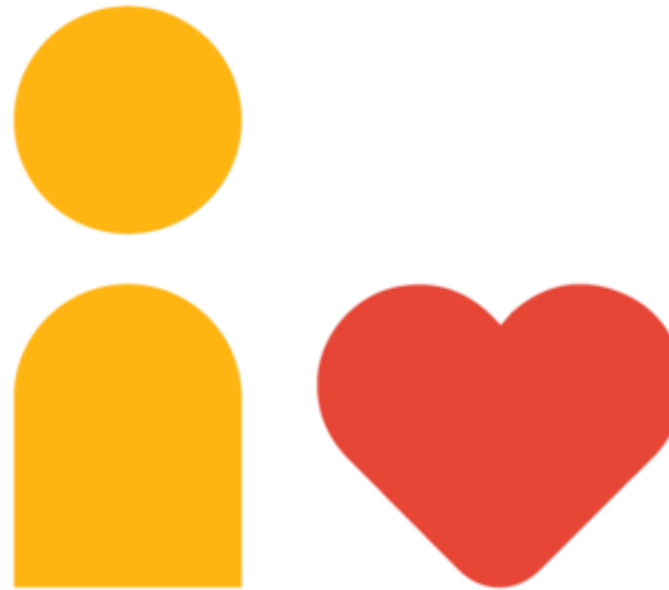


# konsekwentnie kształtowana marka pracodawcy znacząco ułatwia pozyskiwanie do firm najlepszych pracowników na rynku.

W procesie tworzenia spójnej strategii employer brandingowej niezwykle istotna jest wiedza o tym, co decyduje o jakości wizerunku pracodawcy.

Z badania Randstad Employer Brand dowiesz się więcej o oczekiwaniach pracowników względem miejsca pracy oraz ich wyobrażeniach na temat tego, co oferują poszczególne firmy.

Raport Randstad Employer Brand pomaga w świadomym planowaniu działań zmierzających do kształtowania atrakcyjnego wizerunku marki pracodawcy. Zawiera wskazówki, jak przyciągnąć do siebie talenty i osiągać lepsze wyniki biznesowe.



**Randstad Employer Brand** to reprezentatywne **badanie marki pracodawcy** opierające się na opiniach ogółu populacji. Bazuje na 19 latach doświadczenia, jak skutecznie kształtować wizerunek pracodawcy.

Pierwsze badanie przeprowadzono w 2000 roku w Belgii. Dziś obecne jest już w 32 krajach i obejmuje ponad 200 000 respondentów.

Nadchodzący rok to już **10. edycja** tego badania w Polsce.

Na podstawie ogólnopolskich wyników badania stworzymy **ranking i nagradzamy najbardziej atrakcyjnych pracodawców!**



# czym dokładnie jest randstad employer brand research?



kogo badamy?

- w Polsce badanie obejmuje **150 największych pracodawców, znanych co najmniej 10% społeczeństwa** ★ oraz ponad **10 300 respondentów**
- naszą grupę badawczą stanowią zdolni do pracy Polacy w wieku od 18 do 65 lat, zarówno uczący się, pracujący, jak i poszukujący zatrudnienia. Monitorujemy wiek, płeć, region zamieszkania oraz poziom zatrudnienia respondentów



w jaki sposób?

- badanie on-line odbywa się na przełomie roku (grudzień – styczeń) i trwa maksymalnie 16 minut
- dbamy o obiektywność procesu badawczego, dlatego Randstad współpracuje w tym projekcie z niezależną, zewnętrzną **firmą Kantar TNS**. Jedną z największych na świecie agencji badawczych



jaki jest efekt?

- poznasz **świadomość i atrakcyjność Twojej marki pracodawcy** oraz kondycję branży
- dowiesz się, w jakim zakresie Twoja firma kojarzona jest z **najbardziej pożądanymi aspektami zatrudnienia (czynniki EVP)** i jak plasujesz się w tym zakresie na tle konkurencji. Podkreślenie tych elementów bądź ich poprawienie ma kluczowe znaczenie dla tożsamości marki pracodawcy

★ w najbliższej edycji **istnieje możliwość włączenia się dodatkowych firmy do badania** z warunkiem, iż zatrudniają one ponad 250 pracowników w Polsce. Szczegóły na kolejnych slajdach.



# 3 główne wskaźniki badania.



wskaźnik  
świadomości

1

respondent określa  
znajomość marki  
pracodawcy

atrakcyjność

2

rozumiana jako chęć podjęcia  
pracy w danej firmie



najbardziej pożądane  
aspekty zatrudnienia  
(czynniki EVP)

3

respondent określa, na ile  
poszczególne aspekty zatrudnienia  
(czynniki EVP) faktycznie kojarzą  
mu się z danym pracodawcą

$$1+2=3$$

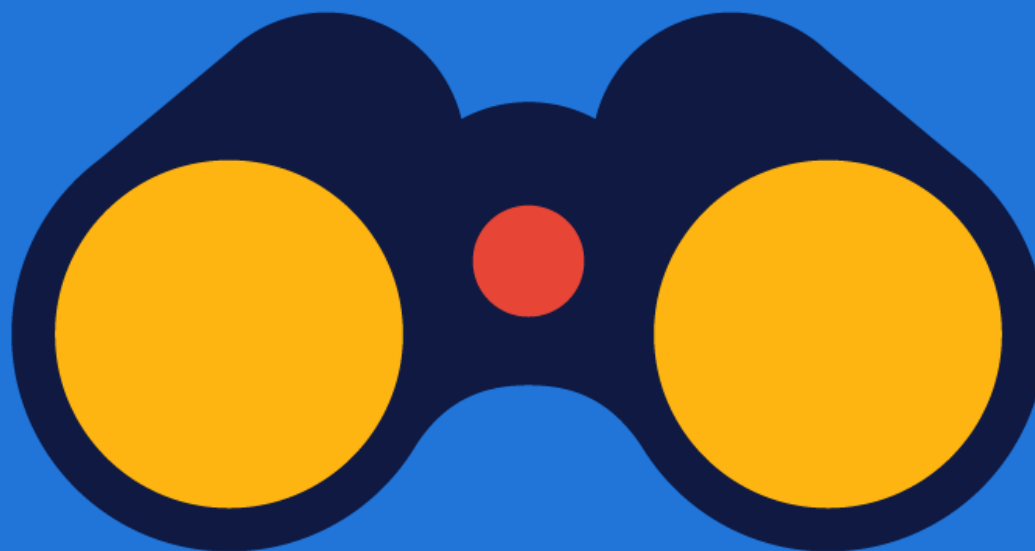
# atrakcyjność pracodawcy a świadomość marki co to oznacza dla marki pracodawcy?



**wysoka świadomość**  
oznacza, że firmy z Twojego sektora są powszechnie znane pracownikom

**wysoka atrakcyjność**  
oznacza, że w danym sektorze występują firmy o wysokim poziomie atrakcyjności

odnieś wyniki badania  
do sytuacji w swojej firmie



sprawdź  
naszą ofertę.

# co od nas otrzymasz: **indywidualne wyniki Twojej firmy.**

1



## Twoja marka pracodawcy

---

- **atrakcyjność i świadomość marki pracodawcy** – wyniki Twojej firmy wraz z porównaniem ich do rezultatów konkurencji (konkurencję rozumiemy tu jako wszystkie firmy objęte badaniem reprezentujące ten sam sektor. Istnieje też możliwość stworzenia dodatkowych porównań, jak zestawienie danych własnej marki pracodawcami z tego samego regionu zatrudniającymi kandydatów o podobnym profilu kompetencji)
  - **analiza najbardziej pożądaných aspektów zatrudnienia (czynniki EVP)**
  - **macierz doskonalenia** – ustalenie priorytetów i działań prowadzących do doskonalenia marki pracodawcy
  - **analizy demograficzne:** zróżnicowanie wyników na takie zmienne socjodemograficzne, jak: wiek, płeć, wykształcenie, region czy stanowisko
- 



## Twój sektor

---

- **wskaźnik atrakcyjności i świadomości oraz analiza najbardziej pożądaných aspektów zatrudnienia (czynniki EVP) Twojego sektora**
- dodatkowe tematy z obszaru rekrutacji i utrzymania pracowników

### rezultaty:

- raport ze szczegółowym opisem badania
- spotkanie z omówieniem wyników

koszt 5,000 PLN + VAT

---





# co od nas otrzymasz: **raport krajowy.**

2



## podsumowanie wyników dla kraju

- **oczekiwania pracowników** względem miejsca pracy: znaczenie poszczególnych aspektów zatrudnienia dla Polaków z uwzględnieniem zmian w czasie
- **komunikacja pracownik – pracodawca**: zestawienie preferencji Polaków z tym, co myślą o konkretnych firmach i tym, jakie aspekty pracy z nimi wiążą
- **ranking najbardziej atrakcyjnych branż w Polsce**
- wyobrażenia Polaków na temat poszczególnych sektorów oraz tym, jakie czynniki (wartości EVP) dostarczają swoim pracownikom
- **top10 najbardziej atrakcyjnych pracodawców**
- **wskazówki, jak poprawić atrakcyjność swojej marki pracodawcy**

## rezultaty:

- raport ze szczegółowym opisem badania
- spotkanie z omówieniem wyników

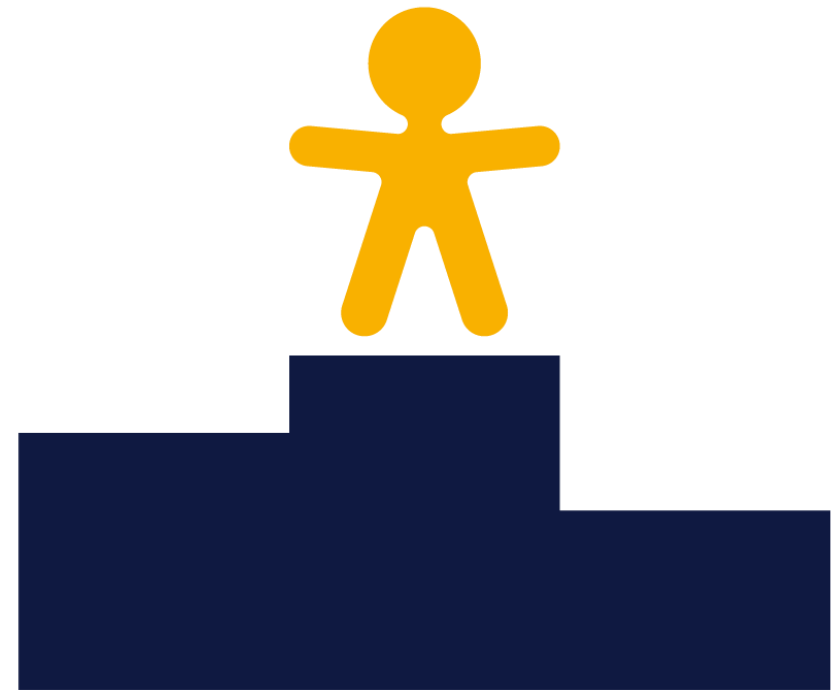
materiał zostanie przekazany **bezpłatnie**



[kliknij](#), by sprawdzić, jak wyglądała polska edycja raportu krajowego Randstad Employer Brand Research w 2019.

# zobaczymy się na warsztatach.

- organizujemy również spotkania (warsztaty) w różnych regionach Polski, w trakcie, których dzielimy się wiedzą z badania oraz doświadczeniami w zakresie **budowania pozytywnej marki pracodawcy**
- udział w wydarzeniu jest **bezpłatny** i odbywać się będzie w okresie **październik- kwiecień 2020**. O dokładnym terminie i lokalizacji będziemy informować Państwa na chwilę przed wydarzeniem



# harmonogram.



## trzy kroki przed nami

01 czekamy na Państwa >>zgłoszenia<<  
podpisujemy zlecenie na realizację badania Randstad Employer  
Brand 2020



## 02 trwają prace badawcze

przygotowywanie i kodowanie kwestionariusza, realizacja  
badania, podsumowanie i analiza wyników



## 03 przekazanie i omówienie wyników

kontaktujemy się, aby uzgodnić preferowany przez Państwa  
termin spotkania. Wspieramy w interpretacji wyników

## kiedy to się wydarzy?

do 20 października 2019

grudzień 2019 - kwiecień 2020

od maja 2020

jeśli pojawi się potrzeba  
doszczegółowienia wybranych  
kwestii,

zachęcamy do kontaktu.



**Agnieszka Brzezińska**

starszy specjalista ds. badań i content marketingu  
Randstad Polska

E [agnieszka.brzezinska@randstad.pl](mailto:agnieszka.brzezinska@randstad.pl)

T 607 375 974



szczegóły badania

- metodologia  
i dobór próby w 2019 roku



# badanie obejmuje 32 kraje czyli ponad 75% globalnej gospodarki.

Austria  
Australia  
Argentyna  
Belgia  
Brazylia  
Kanada  
Chiny  
Czechy  
Francja  
Niemcy  
Grecja  
Hongkong  
Węgry  
Włochy  
Indie  
Japonia  
Luksemburg  
Malezja  
Nowa Zelandia  
Holandia  
Norwegia  
Polska  
Portugalia  
Rumunia  
Rosja  
Singapur  
Hiszpania  
Szwecja  
Szwajcaria  
Wielka Brytania  
Ukraina  
USA



● zasięg badania

## na całym świecie

- ponad 200 000 respondentów
- 6 162 przebadanych firm

## próba

- w wieku 18 do 65 lat
- reprezentatywna pod względem płci
- nadreprezentacja grupy wiekowej 25–44 lat
- złożona ze studentów oraz osób pracujących i bezrobotnych

## Polska

- 10 362 respondentów

## realizacja badania

- wywiady online
- między 18 grudnia 2018 r. i 2 stycznia 2019 r.

## czas trwania wywiadu

- 16 minut



# główne założenia badania randstad employer brand.

---

## respondent ocenia 30 firm

„czy znasz tę firmę?”  
określa znajomość.

## w odniesieniu do firm znanych

„czy chciałbyś/abyś  
pracować dla tej firmy?”  
określa atrakcyjność.

## każda znana firma

ocena poszczególnych  
aspektów zatrudnienia  
określa źródła atrakcyjności.

---

---

## aspekty zatrudnienia

każda firma oceniana jest  
ze względu na:

- 01 dobrą sytuację finansową firmy
  - 02 najnowsze technologie
  - 03 dobrą reputację
  - 04 stabilność zatrudnienia
  - 05 możliwość rozwoju zawodowego
  - 06 troskę o społeczeństwo/ środowisko
  - 07 ciekawą treść pracy
  - 08 miłą atmosferę pracy
  - 09 równowaga między pracą  
a życiem prywatnym
  - 10 atrakcyjne wynagrodzenie  
i benefity
- 

---

## dobór losowy

30 firm pokazywanych na ekranie wywiadu jest  
wybranych losowo na podstawie poziomu znajomości  
marki z poprzedniego roku.

Firmy o wysokim wskaźniku znajomości marki  
pokazywane są rzadziej. Firmy o niższej znajomości  
pokazywane są częściej. Firmy pojawiające się po raz  
pierwszy w badaniu wyświetlane są 1 400 razy.

---

### KANTAR TNS.

Na potrzeby tego badania Randstad współpracuje z firmą Kantar TNS.  
Jedną z największych na świecie agencji badawczych.





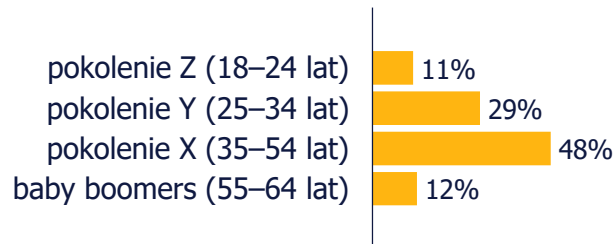
# charakterystyka badanej próby

## płeć, wiek, wykształcenie, sytuacja zawodowa i region.

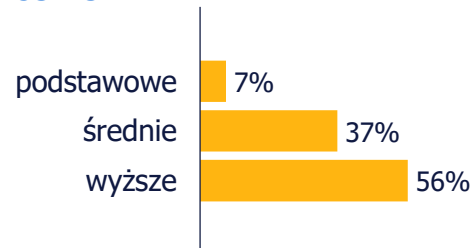
### płeć



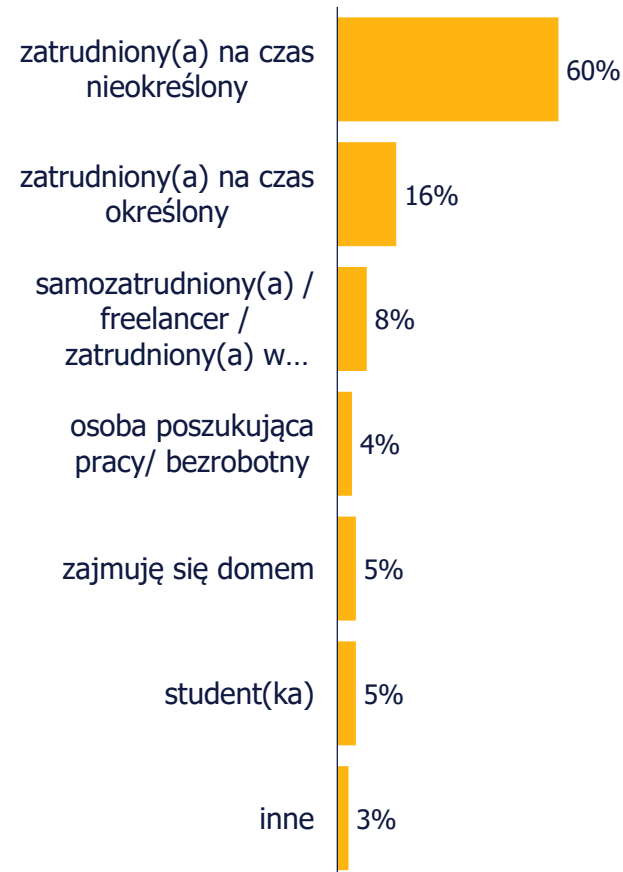
### wiek



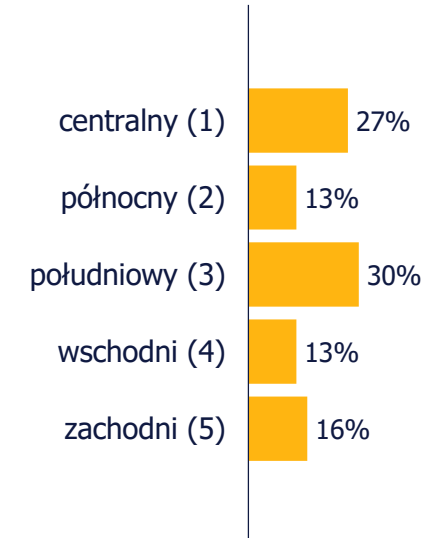
### wykształcenie



### sytuacja zawodowa



### region



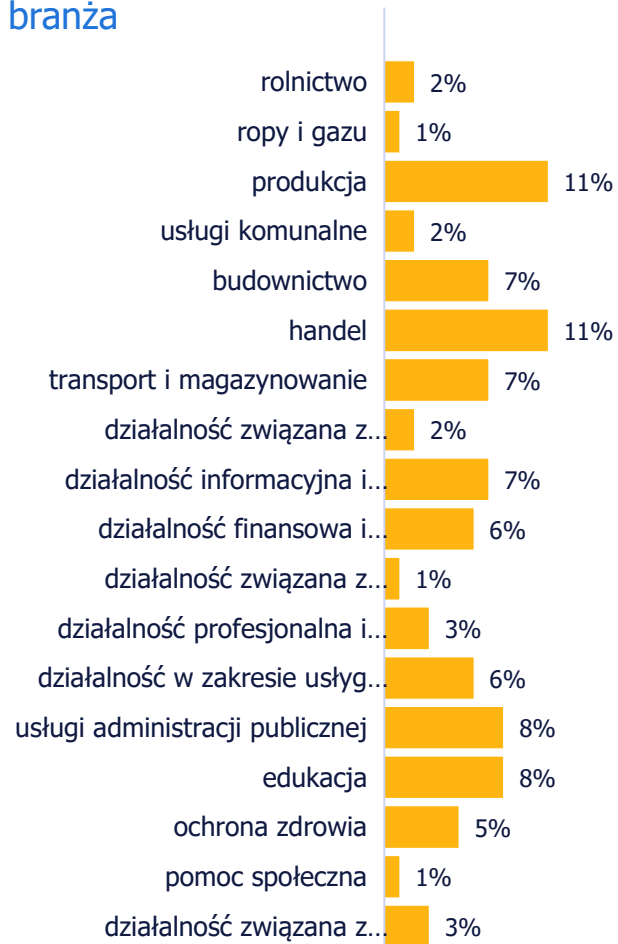
1. łódzkie, mazowieckie, świętokrzyskie
2. pomorskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie
3. dolnośląskie, małopolskie, opolskie, śląskie
4. lubelskie, podkarpackie, podlaskie
5. kujawsko-pomorskie, lubuskie, wielkopolskie



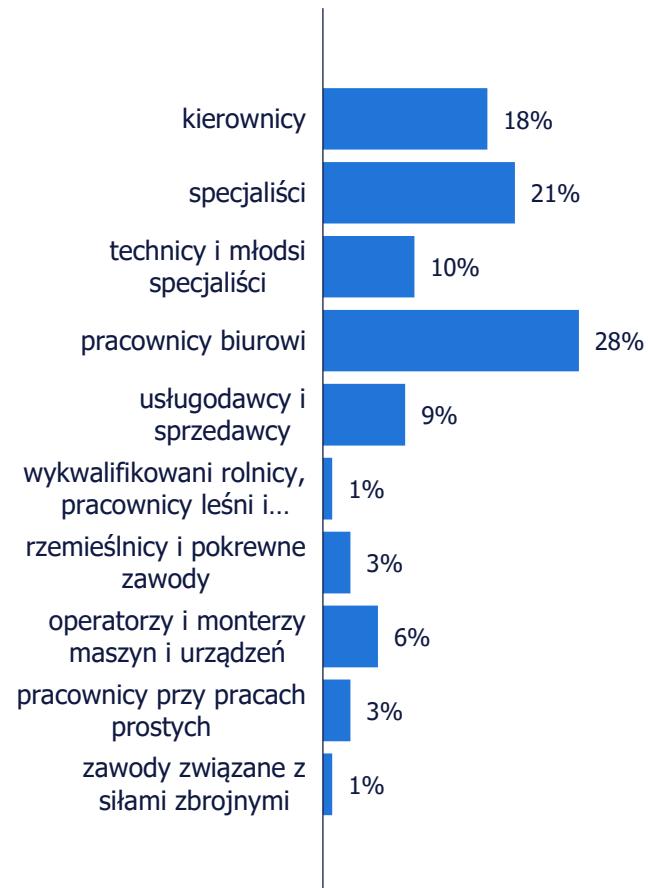
# charakterystyka badanej próby

## branża oraz zajmowane stanowisko.

branża



stanowisko



randstad

human forward.

