תוצאות סקר
מיתוג מעסיק 2019
חברת HRD

HRD
הכשרות לגיוס עובדים
Recruiting Training

על הסקר ועל HRD
HRD
הכשרות לגיוס עובדים
Recruiting Training

על הסקר

בסקר הושקעו מאות שעות של הכנה, איסוף מידע, ניתוח תוצאות והצגתם.
כל זאת נעשה **כחלק מהחזון שלנו** להפוך את קהילת הגיוס ומשאבי האנוש לקהילה לומדת, משתפת ומקצועית יותר.

בסקר השתתפו **187 ארגונים שגייסו מעל ל 40,000 עובדים** בשנה האחרונה **ומעסיקים מעל ל 300,000 איש בישראל**

נשמח לעזרתכם בשיתוף הקישור בקבוצות HR רלוונטיות

כנס מיתוג מעסיק 18.9.19– יום של פרקטיקה, נטוורקינג וחוויה

מידע נוסף והרשמה באתר hrportal.co.il (בתפריט כנסים)

על HRD:

החזון שלנו ב HRD הוא להפוך את הגיוס בארץ למקצועי ואת הגיוס למקצוע
ואנחנו עושים זאת ב-3 אופנים עיקריים:

✓ שיתוף בידע

- כ-200 מאמרים מקצועיים באתר hrportal.co.il + ספר גיוס
- קהילת סורסינג וגיוס בפייסבוק – עם 7500+ חברים
- בנצ'מרק, מדריכים וסקרים מקצועיים להורדה ללא עלות
- סקר השכר הגדול בתחום משאבי אנוש וגיוס

✓ הדרכות ופתרונות

- סדנאות לינקדאין וסורסינג למתקדמים - פנימיות וחיצוניות
- סדנאות פייסבוק ואינסטגרם לגיוס עובדים
- סדנת גיוס טכנולוגי + סדנת LinkedIn Recruiter Lite
- בניית וניהול עמודי חברה וקידום ממומן בפייסבוק לגיוס

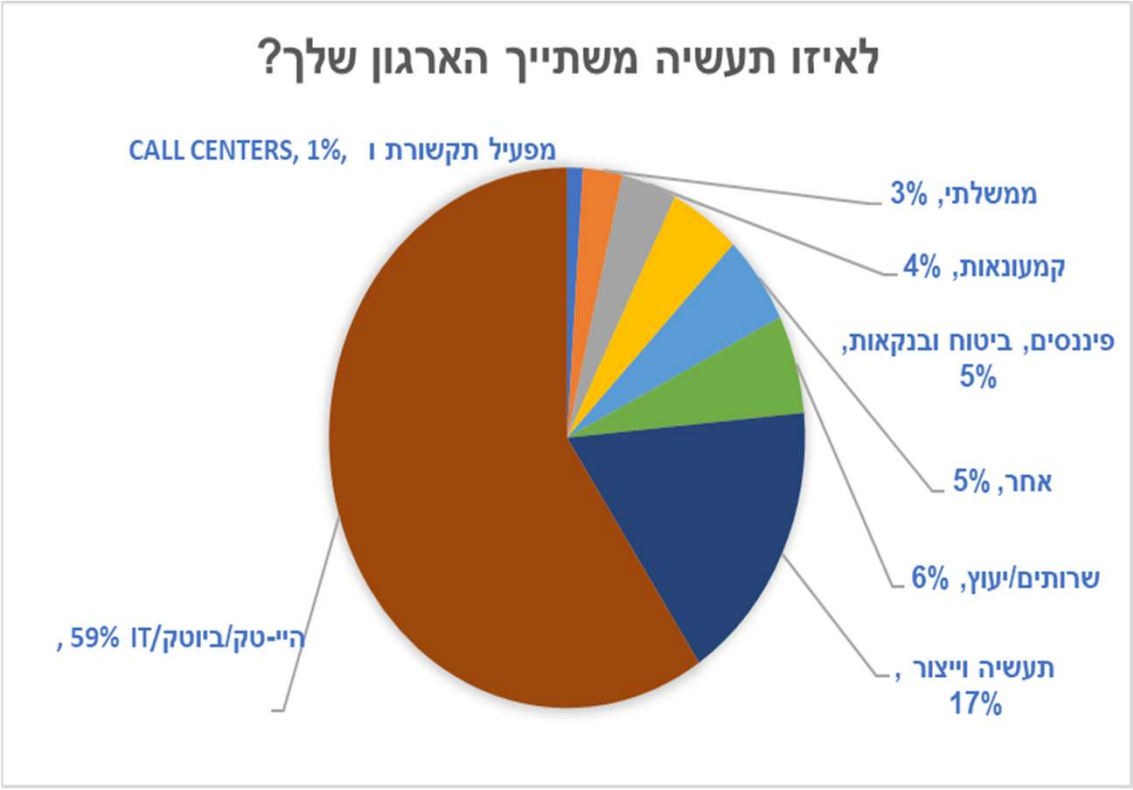
✓ מפגשים מקצועיים, למידה ונטוורקינג

- כ-20 כנסי גיוס ומשאבי אנוש מאז שנת 2009
- עשרות מפגשי למידה פרקטיים מקצועיים של ½ יום

2. על ממלאי הסקר

HRD
הכשרות לגיוס עובדים
Recruiting Training

מי לקח חלק בסקר?



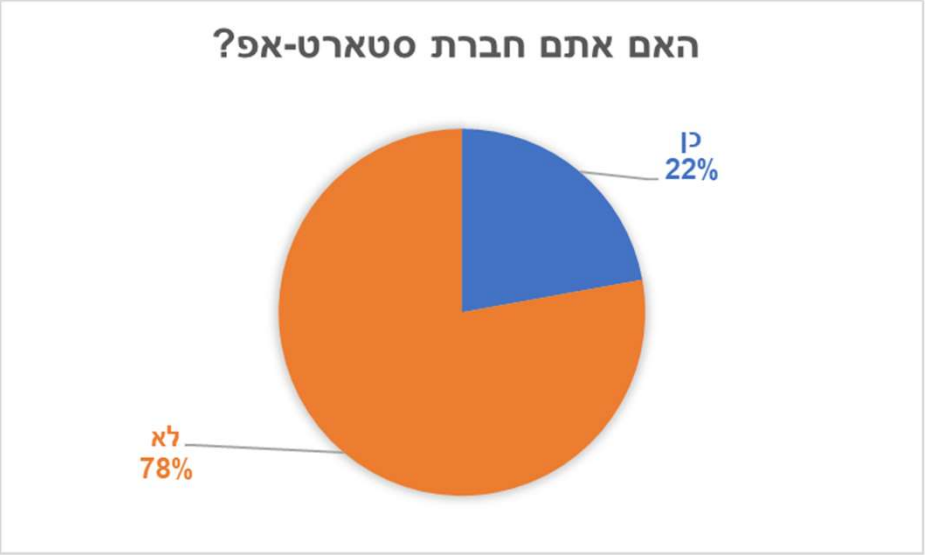
187

ארגונים מילאו את הסקר באופן מלא

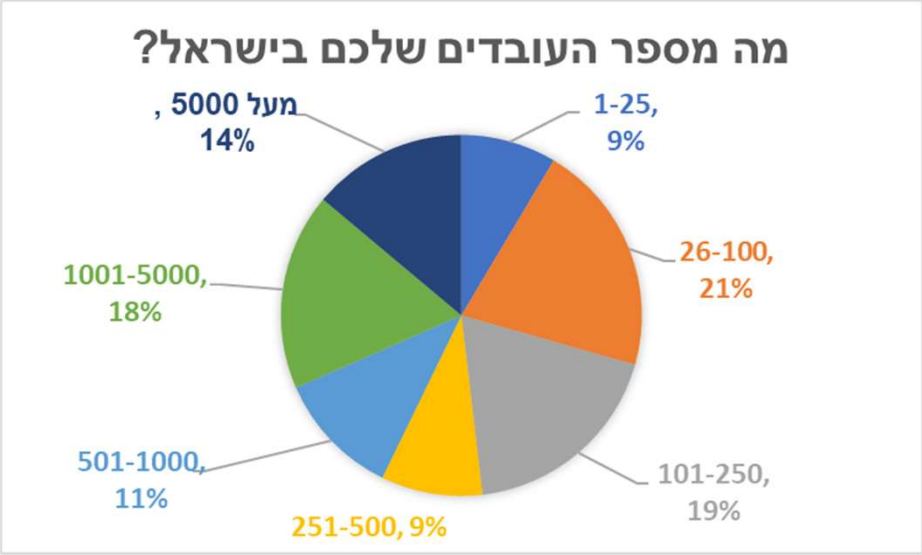
והם גייסו מעל ל 40,000
עובדים בשנה האחרונה

מי לקח חלק בסקר?

רק מעט יותר מ 20% מהארגונים שלקחו חלק בסקר הגדירו את עצמם כסטארט-אפים



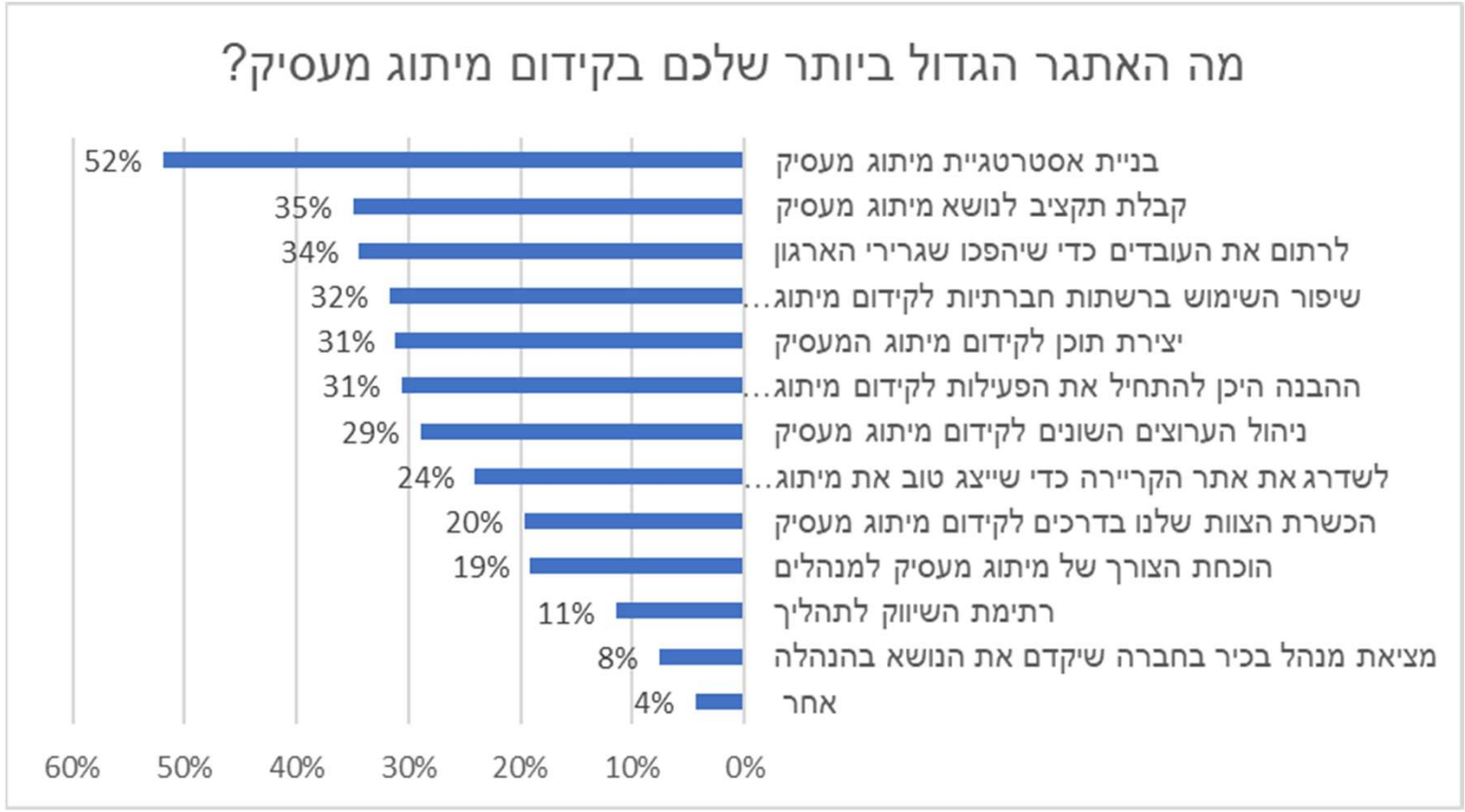
כשליש מהארגונים שהשתתפו בסקר מעסיקים מעל ל 1000 עובדים בארץ



3. תוצאות הסקר

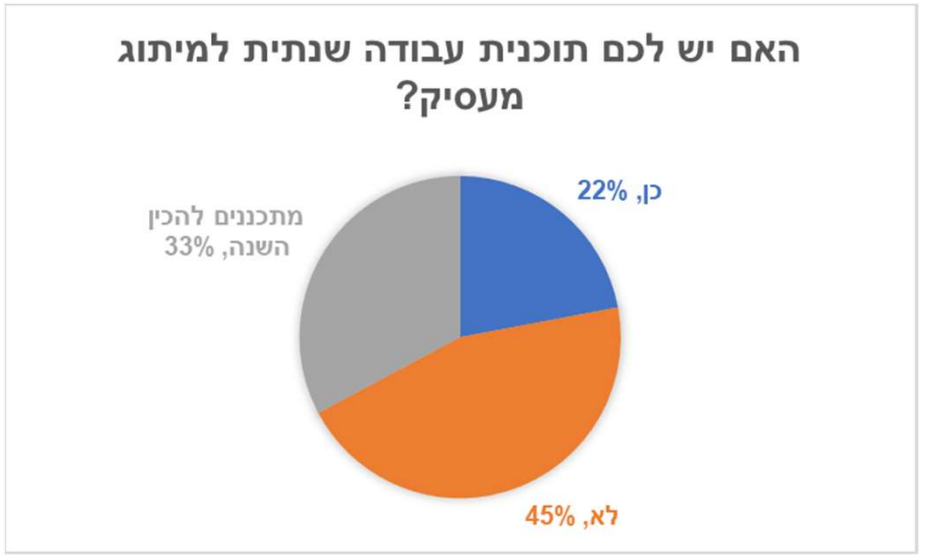
HRD
הכשרות לגיוס עובדים
Recruiting Training

האתגר הגדול ביותר של הארגונים –
היכן מתחילים וכיצד בונים אסטרטגית מיתוג מעסיק שנתית

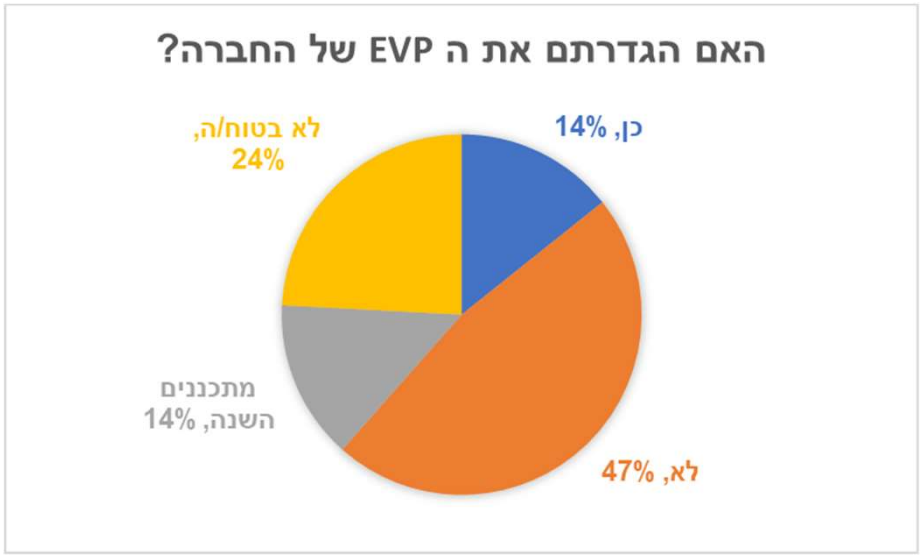


רוב הארגונים עדיין לא החלו בהבניית תחום מיתוג המעסיק – אנחנו רק בתחילת המסע

למרות השיח הער סביב הנושא, רק ל 22% מהארגונים יש תוכנית עבודה שנתית למיתוג מעסיק

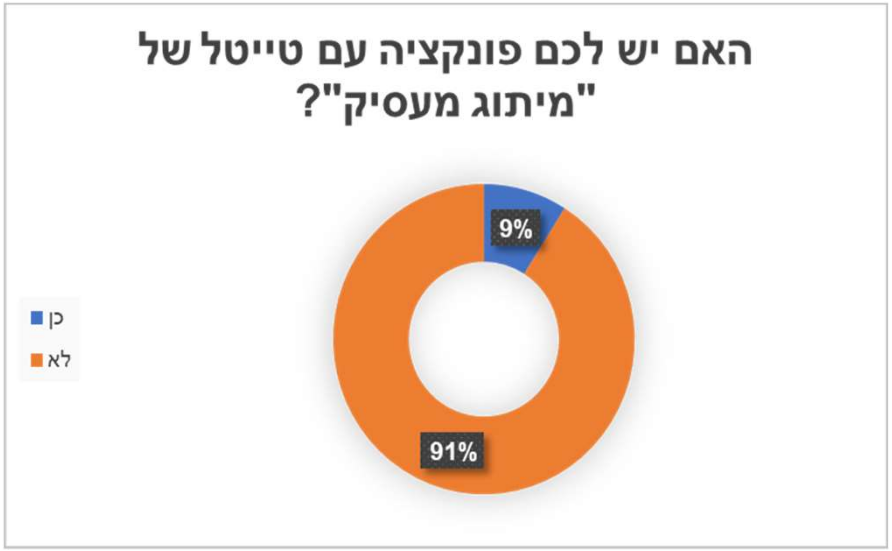


בהמשך לשאלה הקודמת – רק 14% מהארגונים ביצעו תהליך מסודר של EVP שמהווה בסיס לבניית תוכנית מיתוג מאסיר

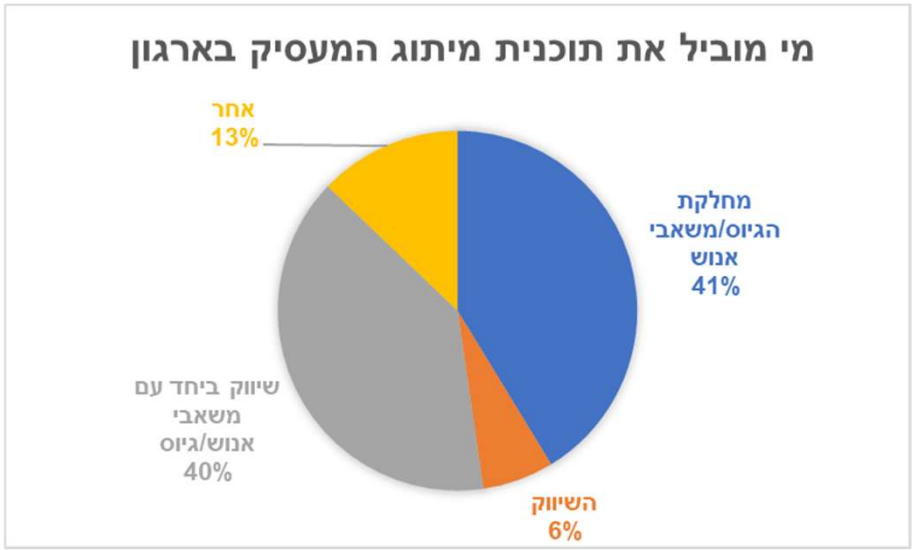


רוב הארגונים עדיין לא החלו בהבניית תחום מיתוג המעסיק – אנחנו רק בתחילת המסע

רק ל-9% מהארגונים ישנו עובד שהטייטל שלו כולל את הביטוי "מיתוג מעסיק".
אמנם זה לא נשמע הרבה – אך בהשוואה לשנה שעברה אנו רואים שינוי משמעותי מאד



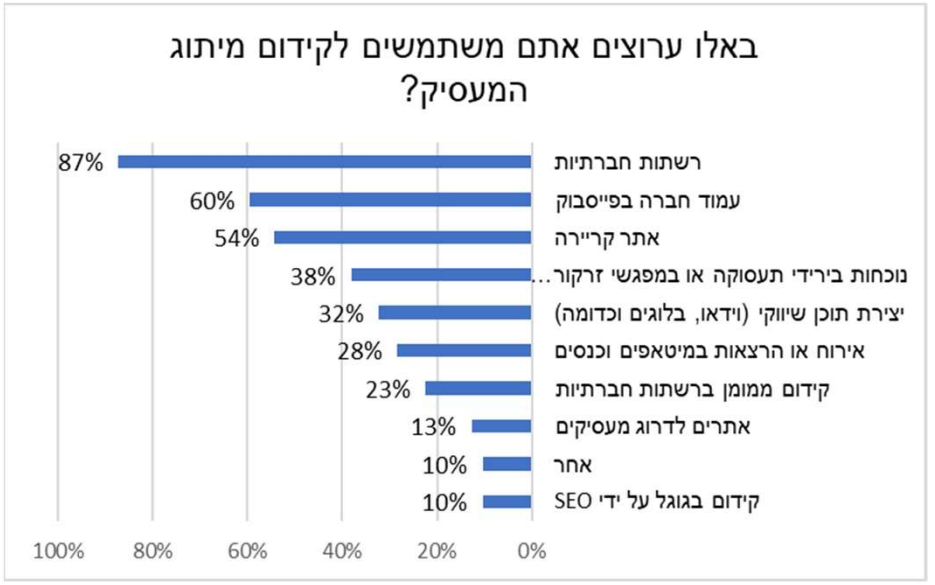
אחד הדיונים המרתקים הוא על השאלה מי צריך להוביל את תהליך מיתוג המעסיק בחברה?
מהנתונים עולה ש 41% מהארגונים חושבים שהנושא הוא באחריות הגיוס ומש"א בעוד ש 40% מעיד שהנושא הוא באחריות משותפת עם השיווק.
נתון מעניין – רק ב 55% מהארגונים השיווק מעורב בתהליך.

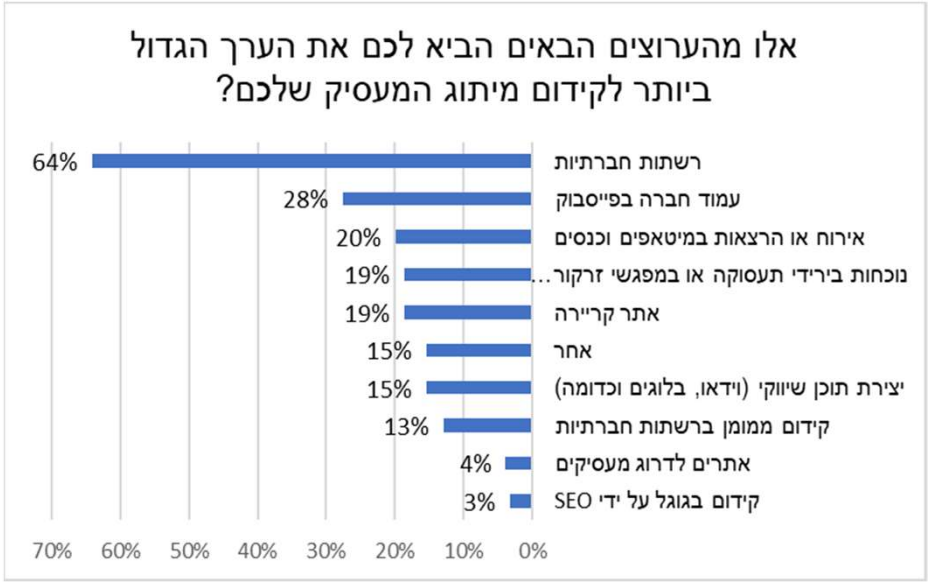


רשתות חברתיות, אתר הקריירה ועמוד החברה בפייסבוק הם הערוצים המובילים לקידום מיתוג המעסיק של החברה

רוב הארגונים משתמשים ברשתות חברתיות, עמוד הקריירה ועמוד הפייסבוק – אך גם במפגשי למידה ומיטאפים, ירידי תעסוקה, ויצירת תוכן שיוויק

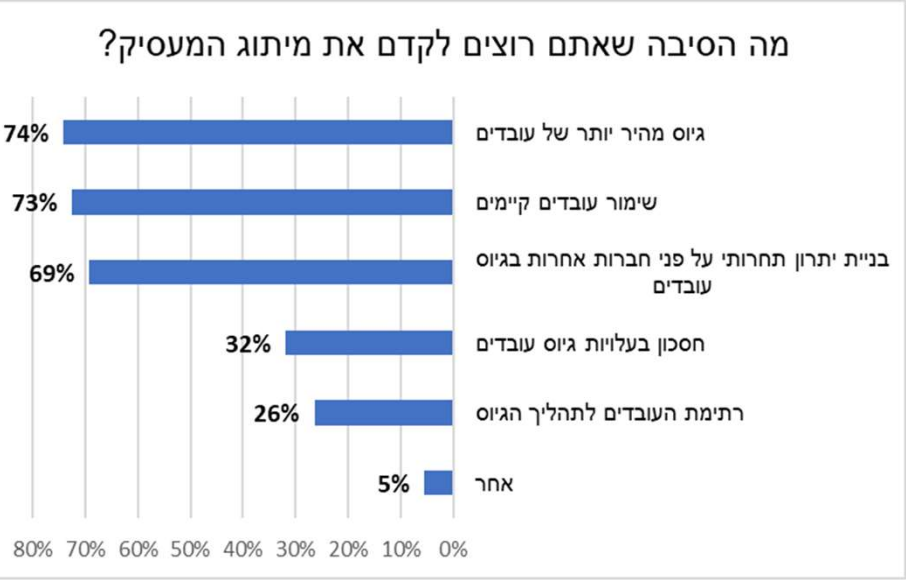
לשאלה לגבי האפקטיביות – נוכחות ברשתות חברתיות – בעיקר אם היא משלבת את העובדים, מקבלת את הציון הגבוה ביותר מבחינת האפקטיביות להעברת המסר הארגוני





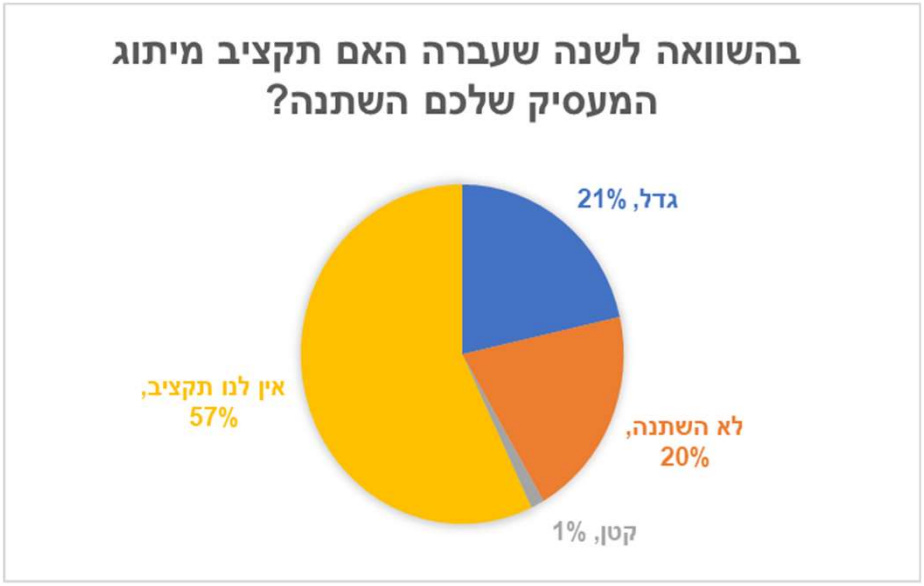
המוטיבציה והתקציב למיתוג מעסיק – הפער עדיין עצום

רוב גדול של הארגונים מבין שמיתוג מעסיק יוביל לגיוס מהיר יותר של עובדים, שימור עובדים קיימים ובניית יתרון תחרותי על המתחרים

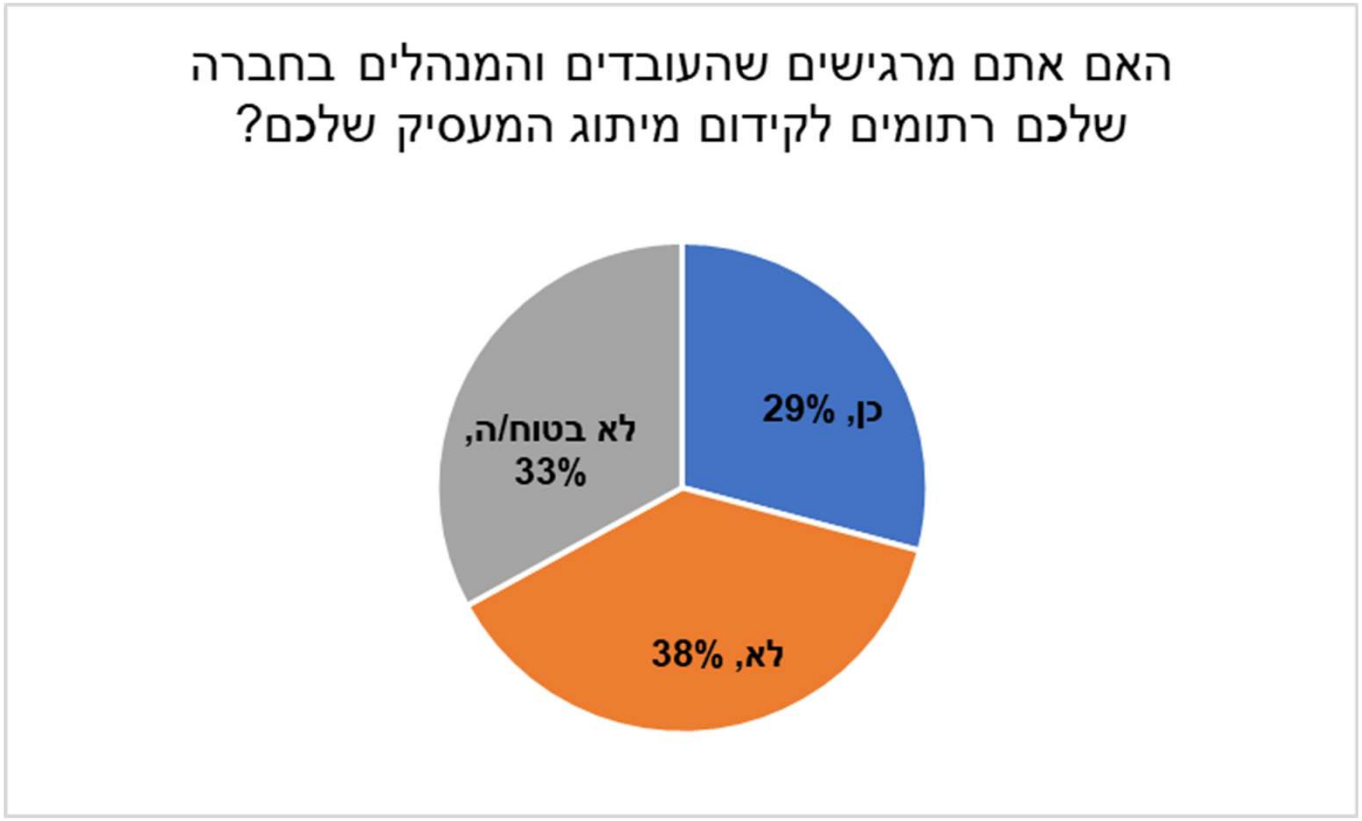


אבל לא מצליח לשכנע את הארגון להשקיע כסף בקידום הנושא בחברה – למרות שהוא נוגע ב-2 הנקודות הכואבות ביותר לארגון – גיוס עובדים ושימור עובדים קיימים.

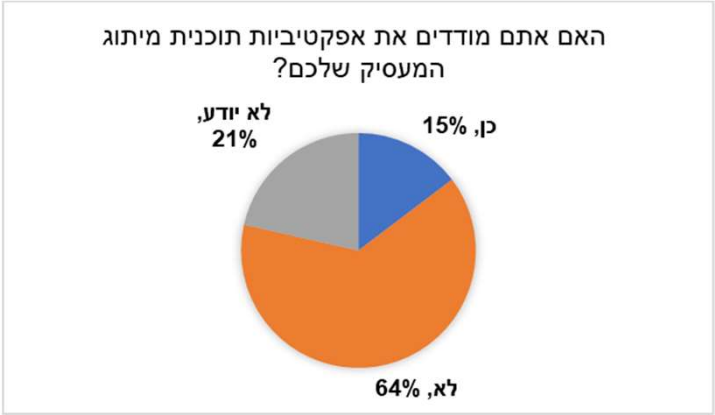
ל 57% מהארגונים אין כלל תקציב לקידום התחום

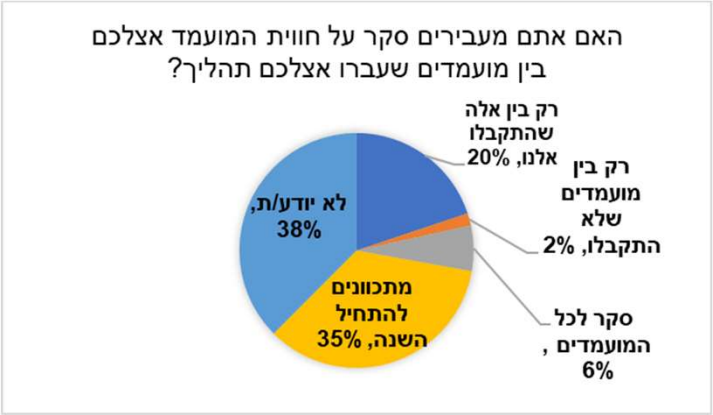


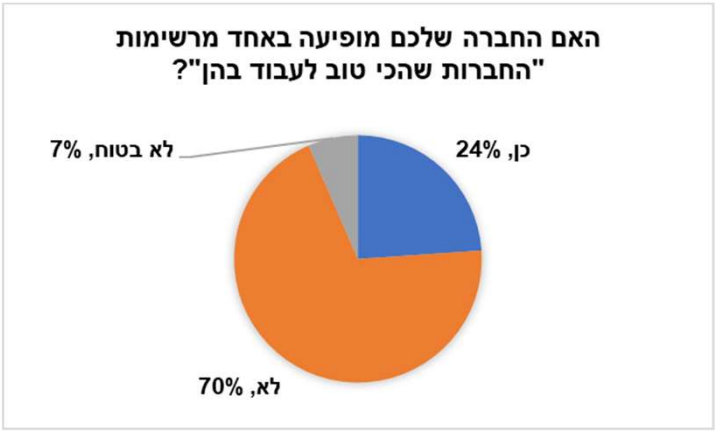
האתגר מתחיל לא פעם ברתימת המנהלים והעובדים למסע

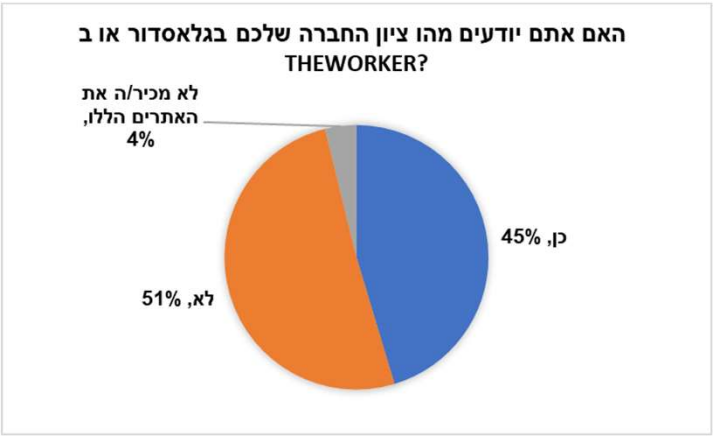


ואסור לשכוח את המדידה הפנימית והמעקב אחר מה שקורה ברשת









כיצד לבנות אסטרטגיית מיתוג מעסיק ב 5 צעדים

1. הגדירו את מטרות מיתוג המעסיק שלכם

לפני שאתם צוללים לבניית התוכנית – שבו והגדירו מה אתם רוצים להשיג עם אסטרטגיית מיתוג המעסיק שלכם.
חלק מהמטרות הנפוצות כוללות:

- הגדלת כמות המועמדים
- קבלת קורות חיים ממועמדים איכותיים המתאימים יותר לארגון
- הגדלת המעורבות (Engagement) ברשת
- הגדלת המעורבות של מועמדים פוטנציאליים
- הגברת המודעות למיתוג החברה – מי היא, מה מיוחד בה ולמה כדאי לעבוד בה
- בניית אמון ((Trustעם המועמדים הפוטנציאליים והנוכחיים של החברה
- הגדלת כמות המבקרים בעמוד הקריירה
- הגדלת שיעורי החבר מביא חבר
- הגדלת את אחוז קבלת ההצעה העבודה של מועמדים שהגיעו לשלב הסופי (offer-acceptance rate)

מתוך מאמר של חברת Talent Lyft

כנס מיתוג מעסיק 18.9.19– יום של פרקטיקה, נטוורקינג וחוויה

מידע נוסף והרשמה באתר hrportal.co.il (בתפריט כנסים)

כיצד לבנות אסטרטגיית מיתוג מעסיק ב 5 צעדים

2. הגדירו את הדמות (persona) של המועמדים האידאליים

הגדרה מדוייקת של דמות המועמד שלכם הוא צעד קריטי בבניית אסטרטגיית מיתוג המעסיק שלכם.
בלי לדעת מי המועמד המושלם שלכם, לא תוכלו לבנות תוכנית מדוייקת להגיע אליו ברשת ובעולם הפיזי.

כמה דוגמאות לשאלות שאתם חייבים לשאול את עצמכם לגבי המועמדים כדי שתוכלו לבנות את הפרסונה שלו:

- **מאפייני המועמדים** כגון תפקיד, שכר, מיקום גיאוגרפי, השכלה, ניסיון, רקע סוציולוגי
- **המטרות שלהם בחיים** – למה שיחליף מקום עבודה?
- **כיצד הם מחפשים עבודה –** האם הם אקטיביים או פאסיביים, משתמשים בנייד או במחשב, פונים לאתרי דרושים, חברות השמה, חבר מביא חבר או יותר ברשת וכדומה
- **מה מניע אותם –** האם זה שכר, אתגר מקצועי, מיתוג החברה, סביבת עבודה, מנהלים, חברי צוות, אפשרויות פיתוח, אפשרויות התקדמות וכדומה
- **מי משפיע עליהם** – האם זה חברים לעבודה, משפחה, מובילים בתחום שבו הם עוסקים ועוד
- **איזה תוכן הם צורכים ואיפה המקורות הללו** – האם בעזרת מיטאפים ומפגשי קהילה, אתרים מקצועיים בתחום, עיתונות, אתר חברה, וכדומה

כיצד לבנות אסטרטגיית מיתוג מעסיק ב 5 צעדים

3. הגדירו את ה EVP (Employee Value Proposition) שלכם

האם אתם יודעים למה העובדים הנוכחיים שלכם בחרו לעבוד אצלכם?
מדוע הם נשארים למרות הפיתויים בחוץ?
מה הם הכי אוהבים אצלכם כמעסיקים?

אלו השאלות שאתם צריכים לענות עליהם על מנת לבנות אסטרטגית מיתוג מעסיק מוצלחת.
התשובות לשאלות אלו מסבירות בצורה הטובה ביותר את הצעת הערך (Employee Value Proposition) שלכם לעובדים הנוכחיים והפוטנציאליים
ה- EVP שלכם הוא המסר שבו תשתמשו כאשר אתם פונים לאוכלוסיה שהוגדרה בשלב בניית ה Persona של המועמדים המתאימים.

בבניית ה EVP שימו לב שאתם מתייחסים בחלק או בכל 5 הבלוקים העיקריים: שכר, הטבות, הזדמנויות קריירה, סביבת עבודה ותרבות ארגונית

כיצד לבנות אסטרטגיית מיתוג מעסיק ב 5 צעדים

4. הגדירו את הערוצים בהם תקדמו את מיתוג המעסיק

בעולם המכירות והשיווק מדברים על כך שאנחנו צריכים 7-10 נקודות מגע עם מועמדים לפני שהם מקבלים החלטה להגיש מועמדות. נקודות המסע הללו הם חלק ממסע המועמד .(Candidate Journey)
בהתאם למקומות בהם נמצאים המועמדים והתוכן שמעניין אותם (והגדרנו בשלבים הקודמים) – נגדיר גם את "ערוצי ההפצה" שלנו.

חלק מהערוצים האפשריים: פייסבוק (ממומן או חינמי), לינקדאין, טאבולה ואוטבריין, עמוד קריירה, העובדים הנוכחיים, הרצאות וסדנאות במקומות רלוונטים, פרסום משרות, תהליך הגשת המועמדות וה ,Candidate Experience מפגשים וכנסים מקצועיים ועוד

5. מדידת הצלחת אסטרטגיית מיתוג המעסיק

תהליך המדידה הינו קריטי וזה החלק שעוזר לנו להבין היכן אנו נמצאים בכל נקודת זמן, האם אנחנו בדרך הנכונה או שצריך לעשות שינויים והתאמות במסע שלנו.

נפתחה ההרשמה המוקדמת לכנס קהילת ה HR ב 11.11.19

מידע נוסף והרשמה באתר hrportal.co.il (בתפריט כנסים)

הפתרונות המקצועיים שלנו
שיזניקו את הגיוס שלך קדימה

סדנאות פייסבוק ואינסטגרם לגיוס ומיתוג

סדנאות לינקדאין וסורסינג למתקדמים

סדנת גיוס טכנולוגי וסדנת Recruiter Lite

שרותי פייסבוק מקצועיים לארגונים

- קידום ממומן של משרות ותכנים מקצועיים לגיוס ומיתוג
- בנייה וניהול עמוד חברה מקצועי בפייסבוק
- יעוץ לבניית עמודי קריירה

ניתן להזמין גם כסדנאות פנים ארגוניות מותאמות

למידע נוסף בקרו באתר www.hrportal.co.il בתפריט סדנאות

או צרו קשר ב info@hrd.co.il

בהצלחה!

www.hrd.co.il

HRD
הכשרות לגיוס עובדים
Recruiting Training