

«Бренд X» исследование бренда работодателя

SuperJob

Исследовательский центр

Содержание

- [Цели, задачи, методология](#)
- [Основные результаты](#)
- [Лучшая репутация на рынке труда](#)
- [Привлекательный работодатель](#)
- [Репутация Бренд X](#)
- [Особенности позиционирования брендов в вакансиях](#)
- [Анализ перетоков рабочей силы](#)

Цели, задачи, методология

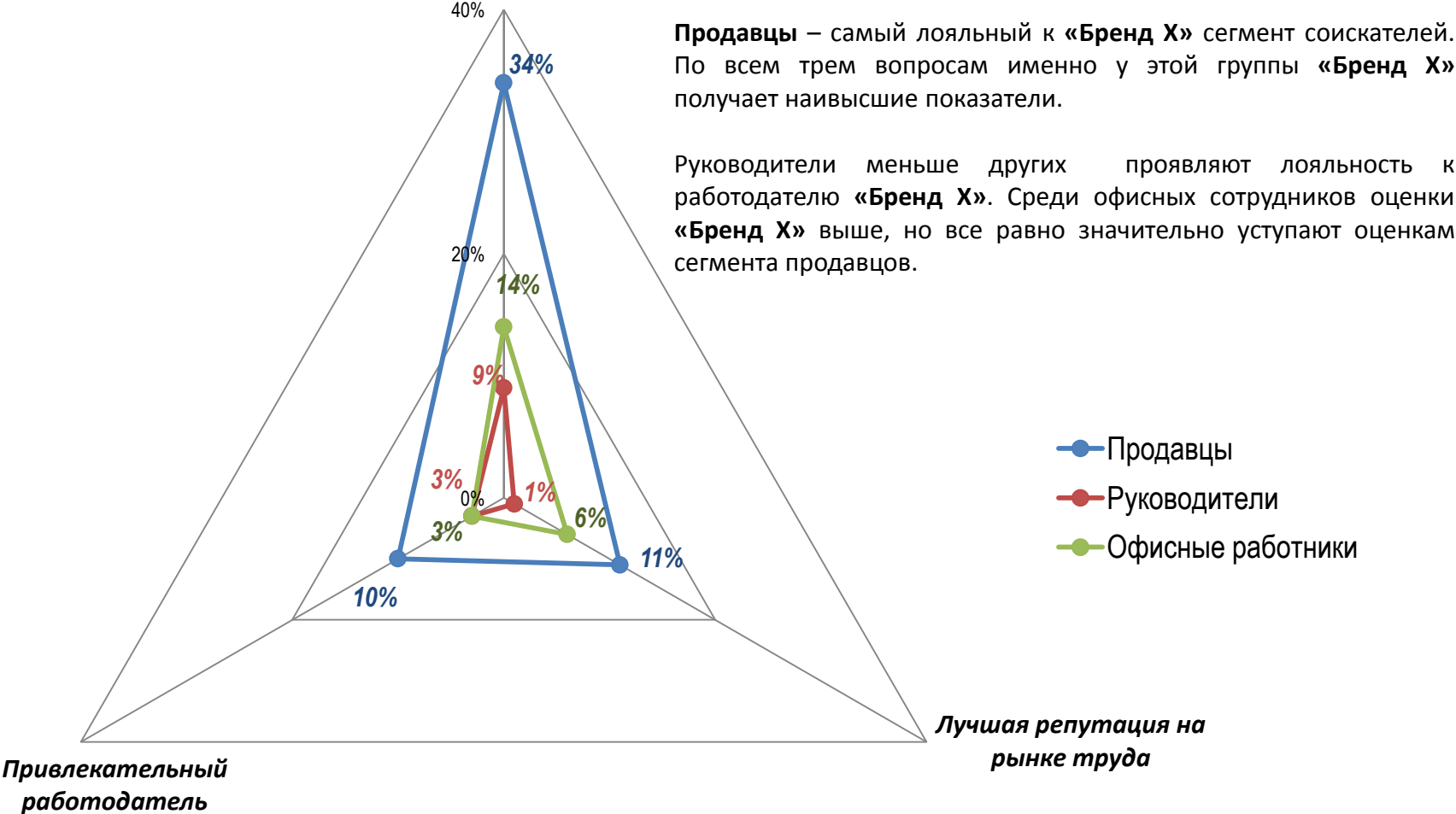
- **Цель** исследования: оценка привлекательности Бренда X (крупная ритейл-сеть) как работодателя.
- **Задачи исследования:**
 - Выявить, какая из представленных компаний является наиболее привлекательным работодателем – «Бренд X», «Бренд А», «Бренд В», «Бренд С».
 - Выяснить, является ли ООО «Бренд X» привлекательным работодателем в представлении соискателей.
- **Метод исследования:** онлайн-опрос.
- **География исследования:** Российская Федерация, все округа.
- **Целевые группы и общий объем выборки** каждого онлайн-опроса:
 - офисные сотрудники – не менее 2000 респондентов;
 - руководители – не менее 500 респондентов;
 - «продавцы»: соискатели должностей «менеджер по продажам», «торговый представитель», «продавец-консультант», «продавец-кассир», «региональный менеджер по продажам», «товаровед», «супервайзер», «мерчандайзер» – не менее 1000 респондентов.

Основные результаты

- **«Бренд Х»** занимает третью позицию в рейтинге привлекательных работодателей–ритейлеров, уступая **«Бренду А»** и **«Бренду В»**, но превосходя **«Бренд С»**.
- Наиболее позитивно **«Бренд Х»** оценивается сегментом продавцов. Именно в этой группе можно отметить позитивную динамику в отношении к бренду за последние три квартала. Самые низкие оценки **«Бренд Х»** получает среди руководителей (здесь лидерство у **«Бренду В»**). **«Бренд А»** занимает лидирующие позиции в двух других сегментах (продавцы и офисные сотрудники).
- **«Бренд С»** практически никто не выбирает в качестве привлекательного бренда.
- Ключевыми факторами, влияющими на имидж работодателя, являются опыт работы (как личный, так и знакомых/родственников/друзей), личный потребительский опыт (перенос потребительского опыта на образ работодателя), период нахождения на рынке и размер бизнеса. Кроме этого респонденты отмечают прозрачные схемы мотивации и вознаграждения, хорошее отношение к сотрудникам. В позитивный имидж **«Бренда В»** существенный вклад внесла активная рекламная компания и европейские корни бренда.
- К позитивному эффекту следует отнести снижение доли респондентов не согласных с тем, что **«Бренд Х»** современный и престижный работодатель во всех трех сегментах рабочей силы (пока в категорию затрудняющихся). Требуется закрепление эффекта, сокращение доли затрудняющихся с ответом, переводом их в уверенных в HR-бренде **«Бренда Х»**. Особенное внимание стоит уделить группе руководителей, где имидж **«Бренда Х»** как работодателя крайне невысок.
- Анализ переходов сотрудников между компаниями свидетельствует о большой текучке кадров в **«Бренде Х»** (в основном за счет привлечения сотрудников из внешних компаний) и достаточно уверенной позиции **«Бренда В»**.

Общая оценка Бренда X по группам

Согласны с утверждением, что Бренд X- это современная компания, в которой престижно работать

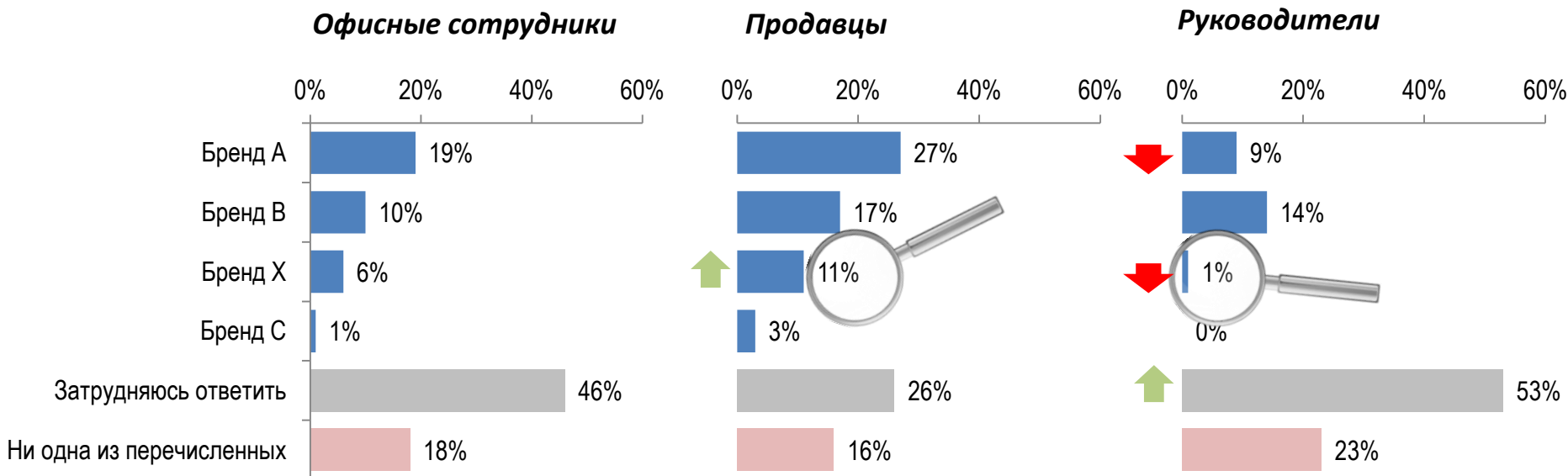


Продавцы – самый лояльный к «Бренд X» сегмент соискателей. По всем трем вопросам именно у этой группы «Бренд X» получает наивысшие показатели.

Руководители меньше других проявляют лояльность к работодателю «Бренд X». Среди офисных сотрудников оценки «Бренд X» выше, но все равно значительно уступают оценкам сегмента продавцов.

Лучшая репутация на рынке труда

Данные в % от опрошенных в группе



«Какая из перечисленных компаний, на Ваш взгляд, обладает лучшей репутацией на рынке труда (известна как более добросовестный работодатель)?»

«**Бренд А**» чаще других считают работодателем с лучшей репутацией на рынке труда в сегментах офисных работников и продавцов. Разница по сравнению с «**Бренд Х**» практически трехкратная (19% против 6% среди офисных сотрудников, и 27% против 11% среди продавцов).

«**Бренд Х**» во всех трех сегментах потенциальных работников занимает третью позицию в рейтинге, но наиболее высокие позиции зафиксированы среди продавцов. Эта группа в целом активнее выбирает ритейлеров, чем другие сегменты – низкие доли затрудняющихся с ответом и не выбирающих ни один из брендов-работодателей.

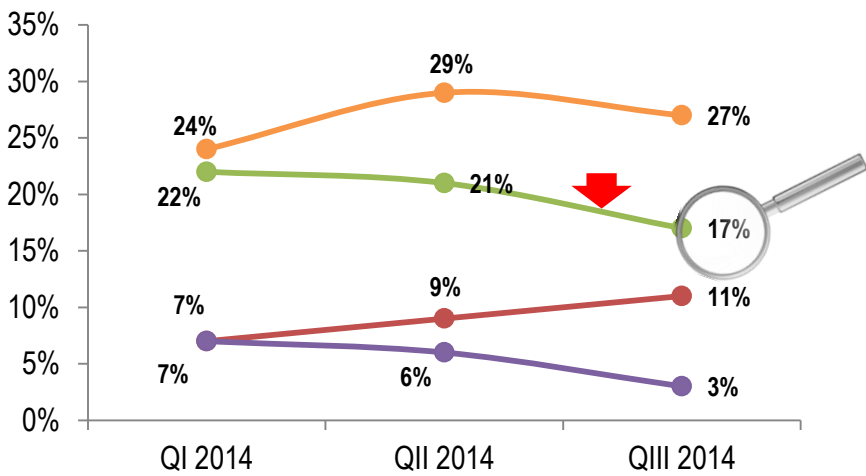
«**Бренд В**» оказывается первым в рейтинге среди руководителей. При этом и «**Бренд А**» и «**Бренд Х**» получают здесь значительно меньший уровень предпочтений, чем в других сегментах. Повышенная доля затруднившихся с ответом и отказавшихся выбирать какую-то компанию свидетельствуют о том, что руководители редко рассматривают крупных ритейлеров в качестве возможных работодателей.

К бренду «**Бренд С**» практически никто не проявляет интерес. Самый высокий показатель в 3% в сегменте продавцов.

Лучшая репутация на рынке труда - динамика

Данные в % от опрошенных в группе

Продавцы

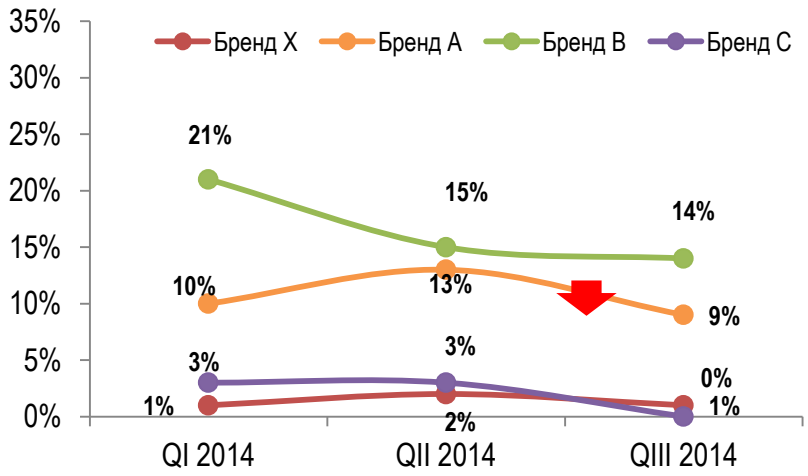


Оценка репутации «Бренд Х» незначительно выросла среди продавцов и офисных сотрудников. «Бренд С» теряет популярность во всех трех группах – наиболее значимое снижение среди продавцов. Тем не менее оставляет за собой аналогичные позиции в рейтинге.

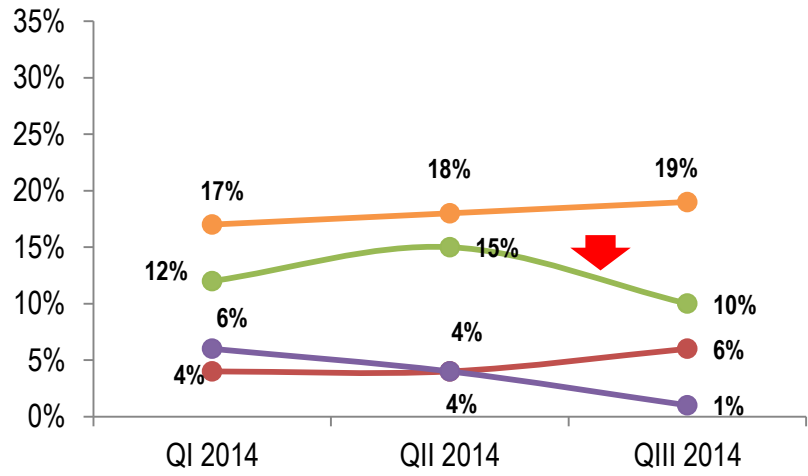
«Бренд А» имеет достаточно стабильные показатели. Заметное снижение зафиксировано в сегменте руководителей.

Во всех сегментах значительно снижается доля работников, предпочитающих «Бренд С».

Руководители



Офисные сотрудники



Лучшая репутация- аргументы

На основе анализа комментариев опрошенных

	Офисные сотрудники	Продавцы	Руководители
Белая зарплата	↑	↑	
Карьерный рост			↑
Добросовестность бренда	↑	↑	
Известность компании	↑	↑	↑
Текучка кадров	↑	↑	
Личный потребительский опыт	↑	↑	↑

Лучшая репутация - примеры

*«Работала в Бренде С. Зарплаты у кассиров не 'ух какие', но выплачивались без задержек».
(Продажи)*

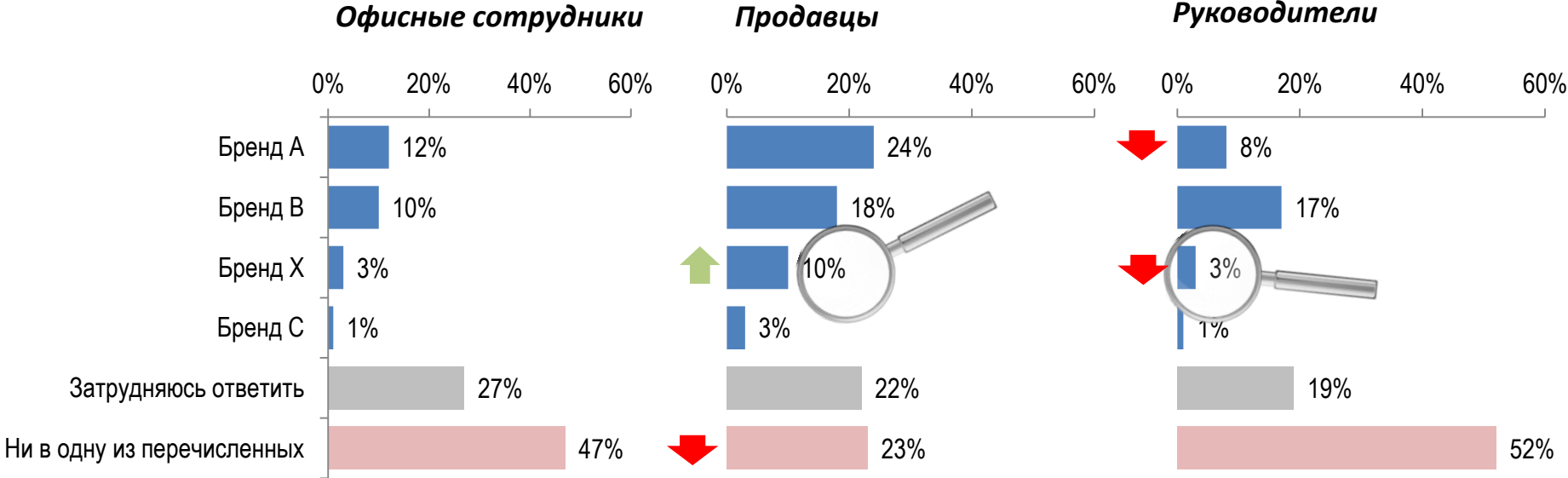
*«На интервью одна З/П, реально-другая».
(Продажи)*

«Уважаю эту компанию за грамотную работу в целом. за техникой хожу только к ним». (Продажи)

*«Высокая текучесть у всех данных компаний, и невыполнение обязательств по оплате з/п»
(Офисные сотрудники)*

Привлекательный работодатель

Данные в % от опрошенных в группе



«Если бы Вам поступили одинаковые предложения о трудоустройстве от перечисленных компаний, в какую из них Вы бы пошли работать и почему?»

Каждый десятый работник из сферы продаж считает **«Бренд Х»** наиболее привлекательным работодателем. Это самый лучший показатель по сравнению с другими сегментами потенциальных работников. Но и здесь **«Бренд Х»** значительно уступает **«Бренду А»** и **«Бренду В»**.

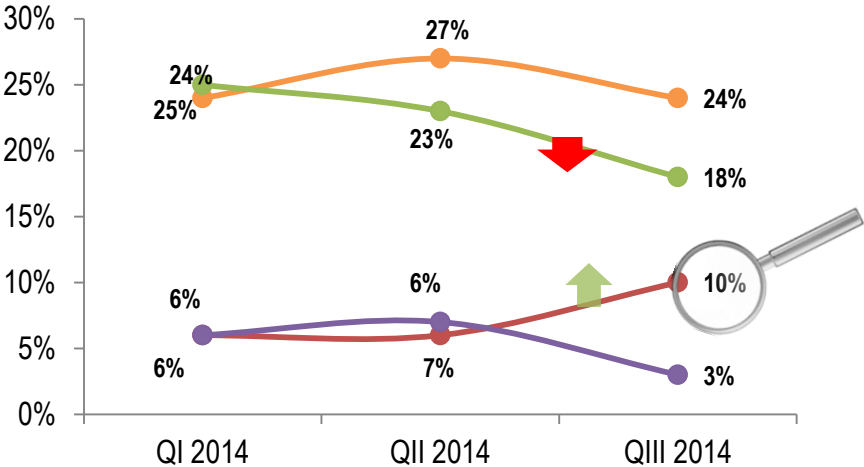
Четверть всех опрошенных в сегменте продавцов выбирает **«Бренд А»**. Ритейлер сохраняет лидерство и в сегменте офисных сотрудников, однако разрыв с **«Брендом С»** менее существенен, чем среди продавцов.

«Бренд С» самый привлекательный работодатель для руководителей.

Привлекательный работодатель - динамика

Данные в % от опрошенных в группе

Продавцы

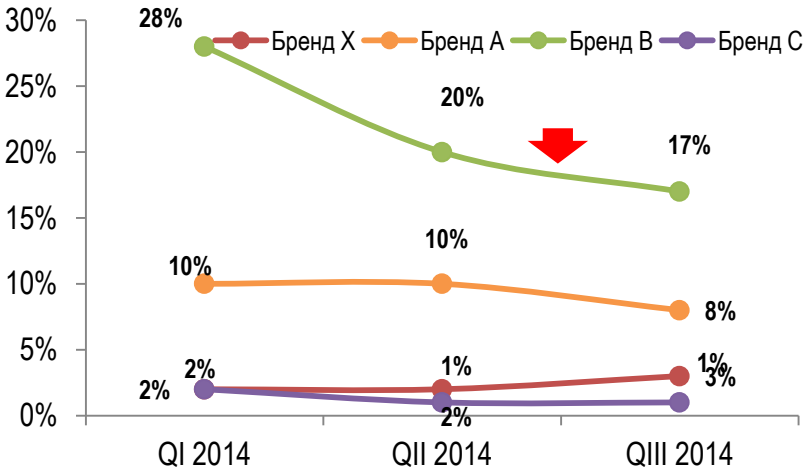


У «Бренда Х» выросла доля предпочтений в сегменте продавцов, на фоне снижения аналогичного показателя для «Бренда А» и «Бренда С». В остальных группах показатели стабильны и очень невысоки.

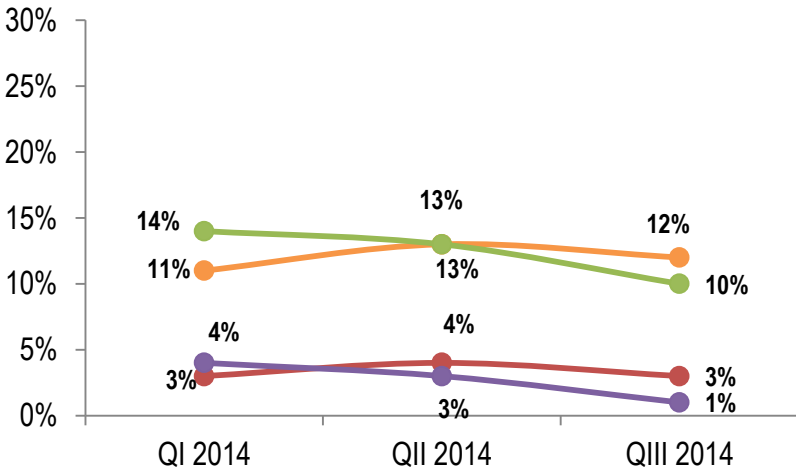
В сегменте офисных сотрудников зафиксированы незначительные колебания, которые не изменяют общей расстановки сил.

Среди руководителей доля считающих «Бренд С» лучшим работодателем снижается, но ритейлер продолжает оставаться лидером сегмента без существенной конкуренции.

Руководители



Офисные сотрудники



Привлекательный работодатель - аргументы

На основе анализа комментариев опрошенных

	Офисные сотрудники	Продавцы	Руководители
Условия работы	↑	↑	
Возможности развиваться			↑
Зарплата		↑	
Условия труда		↑	
Известность компании			↑
Стабильность	↑	↑	↑
Коллектив / отношение сотрудников	↑	↑	
Карьерный рост		↑	
Развивающаяся компания	↑	↑	↑
Текучка кадров	↑	↑	
Социальный пакет	↑		↑
Профильная деятельность			↑
Личный потребительский опыт	↑	↑	↑

Привлекательный работодатель - комментарии

«Отношение к сотрудникам». (Продажи)

«Очень известная компания о которой все знают, и как у любой такой компании хорошая заработная плата». (Продажи)

«Иностранная компания дающая большие соц гарантии для персонала и больше соблюдают права работников как в области охраны труда и безопасности, так и на уровне финансовой стабильности». (Продажи)

«Перспективная компания, удобный график, дружелюбный коллектив, своевременная выплата зп.» (Продажи)

«Только в бренде А. Компания действительно заинтересована в росте сотрудника и создает для его роста все условия». (Руководители)

«Давно зарекомендовавшая себя компания, с отличной рабочей атмосферой. Хорошо спланированные тренинги плюс карьерный рост, наилучшие мотиваторы на ряду с высокой з.п.» (Продажи)

«Выбирал бы по дополнительным параметрам - место нахождения офиса, удобство парковки, соц пакет и т.д.» (Руководители)

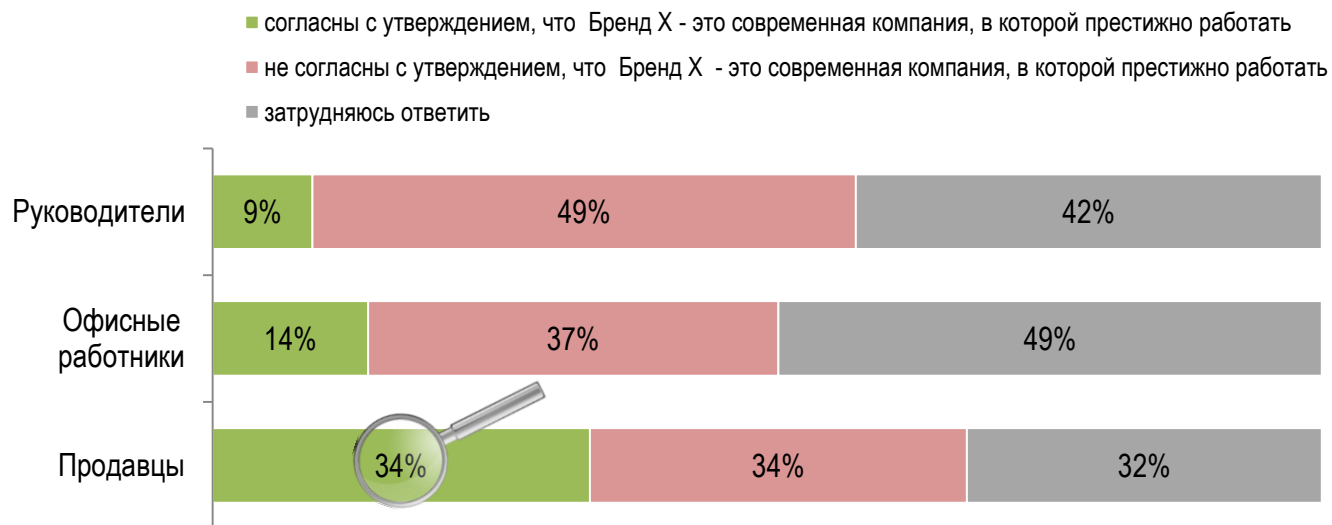
«Мне интересны развивающиеся стабильные компании!» (Руководители)

«В зависимости от текучести кадров». (Офисные сотрудники)

«Эти компании широко известны на рынке. Решающим в выборе была бы не известность или бренд компании, а коллектив и заработная плата». (Офисные сотрудники)

Репутация Бренд X

Данные в % от опрошенных в группе

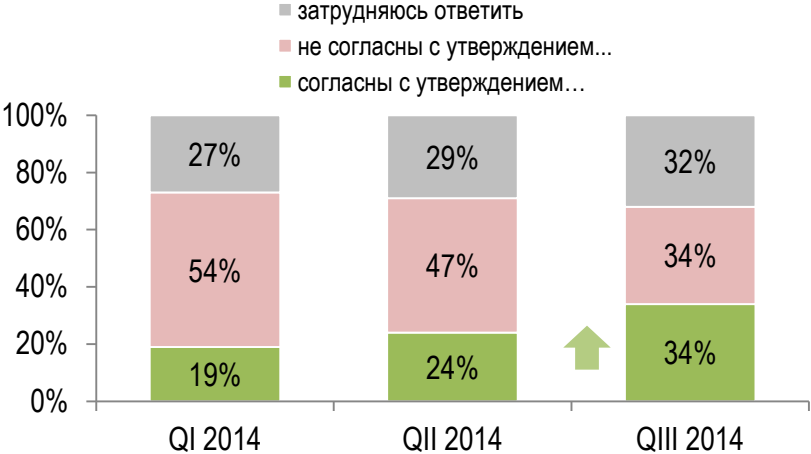


Треть опрошенных в сегменте продавцов согласны с тем, что «**Бренд X**» – современная компания. Эта доля снижается до 14% и 9% среди офисных сотрудников и руководителей соответственно. При этом в сегменте руководителей половина не согласны с представленным утверждением. Среди офисных сотрудников таких всего 37%, но 49% затруднившихся с ответом.

Репутация Бренд X - динамика

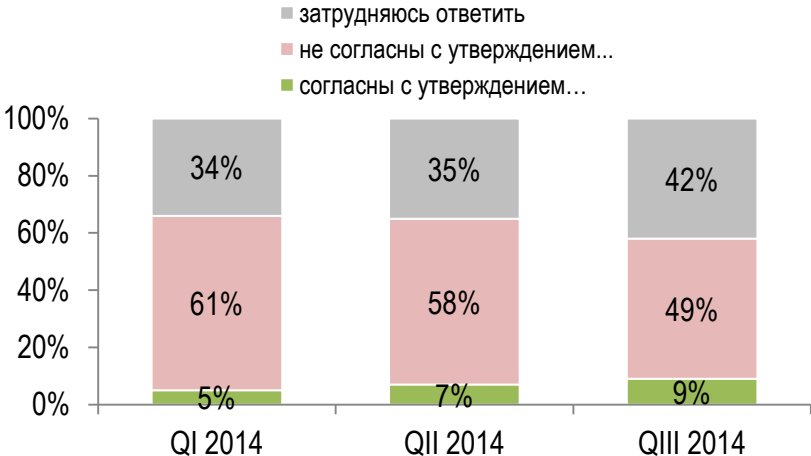
Данные в % от опрошенных в группе

Продавцы

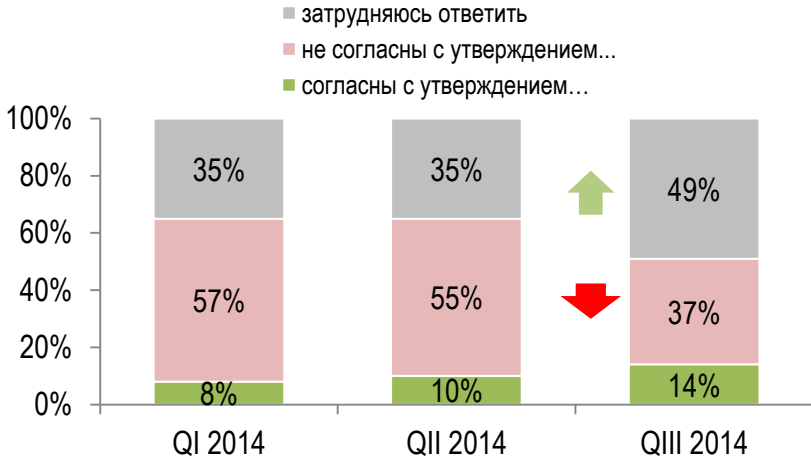


За прошедшие три квартала репутация «Бренд X» существенно улучшилась в сегменте продавцов (на 10 п.п. больше считающих бренд современным, в котором престижно работать). Среди офисных сотрудников и руководителей значительно снизилась доля тех, кто не согласен с подобным утверждением, однако, прежде всего за счет увеличения доли затруднившихся с ответом.

Руководители



Офисные сотрудники



Особенности позиционирования HR бренда в размещаемых вакансиях

На основе анализа вакансий брендов для области продаж и офисных сотрудников

	Бренд X	Бренд А	Бренд В	Бренд С
Удобный график	Да	Да	Да	Да
Оформление по ТК	Да	Да	Да	Да
Карьерный рост	Да	Да	Да	Да
Стабильность компании	Да	Да		
Обучение	Да	Да	Да	Да
Питание	Да		Да	Да
Стабильность компании	Да	Да		
Дружный коллектив	Да	Да		Да
Лидер рынка	Да	Да		
Скидки на продукцию		Да		Да
Творческие задачи		Да		
Льготные кредиты		Да		Да
Четкие рабочие процессы		Да		
Страхование		Да	Да	
Европейский бренд			Да	
Современный офис				
Корпоративные мероприятия				Да

Перетоки рабочей силы

В дополнение к опросу были проанализированы перетоки рабочей силы в четырех ритейлерах на основе статистики резюме, размещенных на портале Superjob.

Для анализа были отобраны резюме пользователей, совершивших переход или «из», или «в» анализируемую компанию за прошедший год.

Все переходы можно разделить на три типа – переходы внутри компании; переходы в компании конкуренты, переходы во внешние компании (приходы извне). Условно приняв за 100% все известные (доступные в базе) переходы между компаниями, можно сделать оценку привлекательности бренда как работодателя, не на основе ответов на вопросы, а на основе реальных переходов, отраженных в резюме соискателей на Superjob (см. слайд № 18).

«Бренд Х» обладает самой большой долей переходов внутри компании (3,5% всех известных переходов). В тоже время у **«Бренд Х»** зафиксирован самый большой отток рабочей силы в другие компании (22,7% всех переходов), который частично компенсируется большим внешним притоком (16,1%). При этом ритейлер остается в выигрыше по переходам с **«Бренд А»**, но проигрывает **«Бренду В»**.

«Бренд В» оказывается наиболее привлекательным работодателем. Он остается в плюсе при обмене сотрудниками не только с анализируемыми брендами (+0,5% от **«Бренд Х»**, +1,1% от **«Бренд А»**, +0,2% от **«Бренда С»**), но и со внешней средой (из **«Бренда В»** во внешние компании ушли 6,1%, а пришли 6,3%).

«Бренд А» оказывается в проигрыше. От этого работодателя сотрудники уходят как к конкурентам, так и во внешние компании. Для **«Бренда С»** характерен крайне низкий уровень активности.

Перетоки рабочей силы

