



Rekrutteringsanalysen 2015



INDHOLD

» BAGGRUND	Side 3
» VIRKSOMHEDERNES REKRUTTERINGSKANALER ANNO 2015	Side 4
» HVORNÅR VIRKER VIRKSOMHEDSPRAKTIK OG LØNTILSKUD?	Side 10
» NETVÆRKSMØDE – SÅDAN!	Side 13
» IRRITERENDE JOBSØGNINGSADFÆRD	Side 14
» SPOT PÅ KORTERE ANSÆTTELSE	Side 15
» DE ATTRAKTIVE KOMPETENCER	Side 16
» SÅDAN UNDGÅR DU DIMITTEND-LEDIGHED	Side 18



BAGGRUND

Konsulenthuset ballisager har igen i 2015 gennemført den årlige rekrutteringsanalyse for at undersøge virksomheders rekrutteringsproces og præferencer.

Spørgeskemaet, der ligger til grund for Rekrutteringsanalysen 2015, blev i maj udsendt til 1841 virksomheder. 754 virksomheder har svaret, hvilket giver en tilfredsstillende svarprocent på 41%.

Private virksomheder står for størstedelen af besvarelsene (69%):

Tabel 1

Virksomhedstype	Procent
Offentlig	31%
Privat	69%

Fordelingen mellem små og store virksomheder er forholdsvis ligelig:

Tabel 2

Antal ansatte i virksomheden	Procent
Små virksomheder (1-50 ansatte)	51%
Store virksomheder (51+ ansatte)	49%

Spørgeskemaet indeholdt 19 spørgsmål, som i analysen er blevet opdelt i syv temaer.

DE SYV TEMAER ER:

- 1. Virksomhedernes rekrutteringskanaler anno 2015**
- 2. Hvornår virker virksomhedspraktik og løntilskud?**
- 3. Netværksmøde – sådan!**
- 4. Irriterende jobsøgningsadfærd**
- 5. Spot på kortere ansættelser**
- 6. De attraktive kompetencer**
- 7. Nyuddannede akademikere**

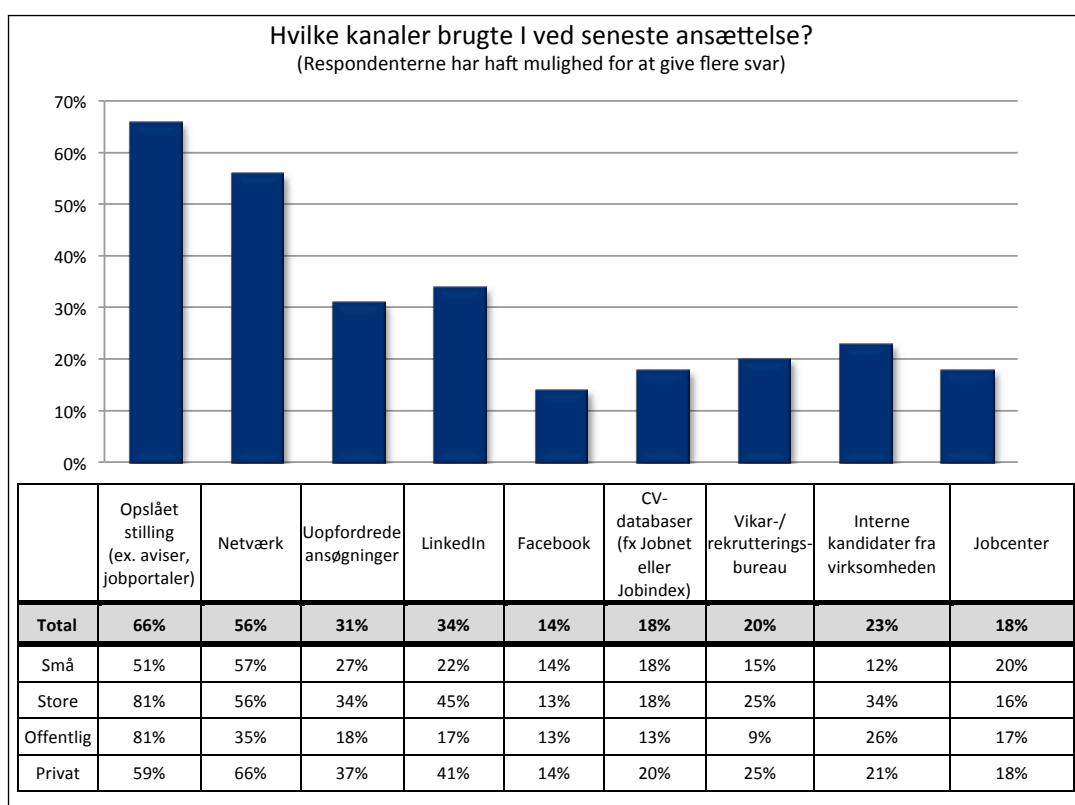


VIRKSOMHEDERNES REKRUTTERINGSKANALER ANNO 2015

For 5. år i træk har vi undersøgt, hvilke kanaler virksomhederne brugte ved seneste ansættelse¹.

Virksomhedernes svar i 2015 fordeler sig således:

Figur 1



VÆRD AT BEMÆRKE:

- Overordnet set foregår størstedelen af rekrutteringen via opslåede stillinger (66%) stærkt forfulgt af brugen af netværk (56%).
- Netværk er den største kilde til job i den private sektor.
- De små virksomheder bruger netværk mere end opslåede stillinger (hvh. 57% og 51%).
- De store virksomheder bruger i markant højere grad LinkedIn end de små (hvh. 45% og 22%).
- Til dette års analyse har vi for første gang spurgt om brugen af jobcenter i rekruttering. Brugen af jobcenter som kanal ved ansættelse udgør 18% i 2015 – og det er de små virksomheder, der bruger jobcentrene mest.
- Tallene viser desuden, at Facebook er en rekrutteringsmæssig bundskraber.

¹. Vi spørger til seneste ansættelse, fordi vi interesserer os for faktisk adfærd.

Som noget nyt har vi i år valgt at sammenligne på tværs af kategorierne store/små offentlige, store/små private. Når vi spørger til brug af kanaler ved seneste ansættelse, er fordelingen således:

Tabel 3

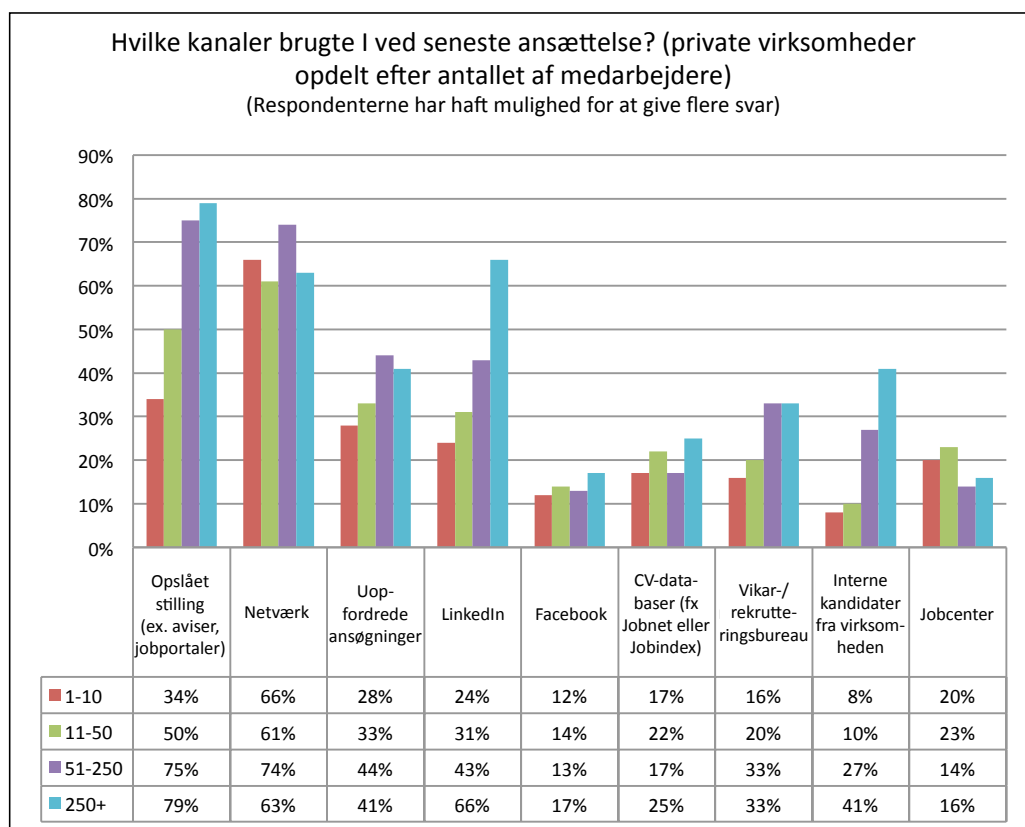
	Opslået stilling (ex. aviser, jobportaler)	Netværk	Uopfordrede ansøgninger	LinkedIn	Facebook	CV-databaser (fx Jobnet eller Jobindex)	Vikar-/rekrutteringsbureau	Interne kandidater fra virksomheden	Jobcenter
Total	66%	56%	31%	34%	14%	18%	20%	23%	18%
Store offentlige	88%	29%	17%	24%	10%	13%	9%	33%	18%
Store private	77%	69%	43%	55%	15%	21%	33%	34%	15%
Små offentlige	73%	42%	18%	9%	17%	14%	9%	18%	16%
Små private	43%	63%	31%	28%	13%	19%	18%	9%	22%

VÆRD AT BEMÆRKE:

- De små private er den type virksomhed, der bruger opslåede stillinger mindst i deres rekruttering (43%).
- De store private virksomheder er topscorer, når det kommer til brugen af LinkedIn (55%), og de små offentlige bruger det mindst (9%). Samme billede gør sig gældende for brugen af vikar-/ og rekrutteringsbureau (hhv. 33% og 9%).
- Store private virksomheder ansætter i højere grad på baggrund af uopfordrede ansøgninger end de små private virksomheder (43% vs. 31%).
- De høje svarprocenter ud for store private virksomheder viser, at de har aktiveret flest kanaler i deres rekrutteringsproces. (Respondenterne har haft mulighed for at give flere svar).

I år har vi valgt også at kigge udelukkende på private virksomheder og deres rekrutteringskanaler baseret på virksomhedernes størrelse.

Figur 2

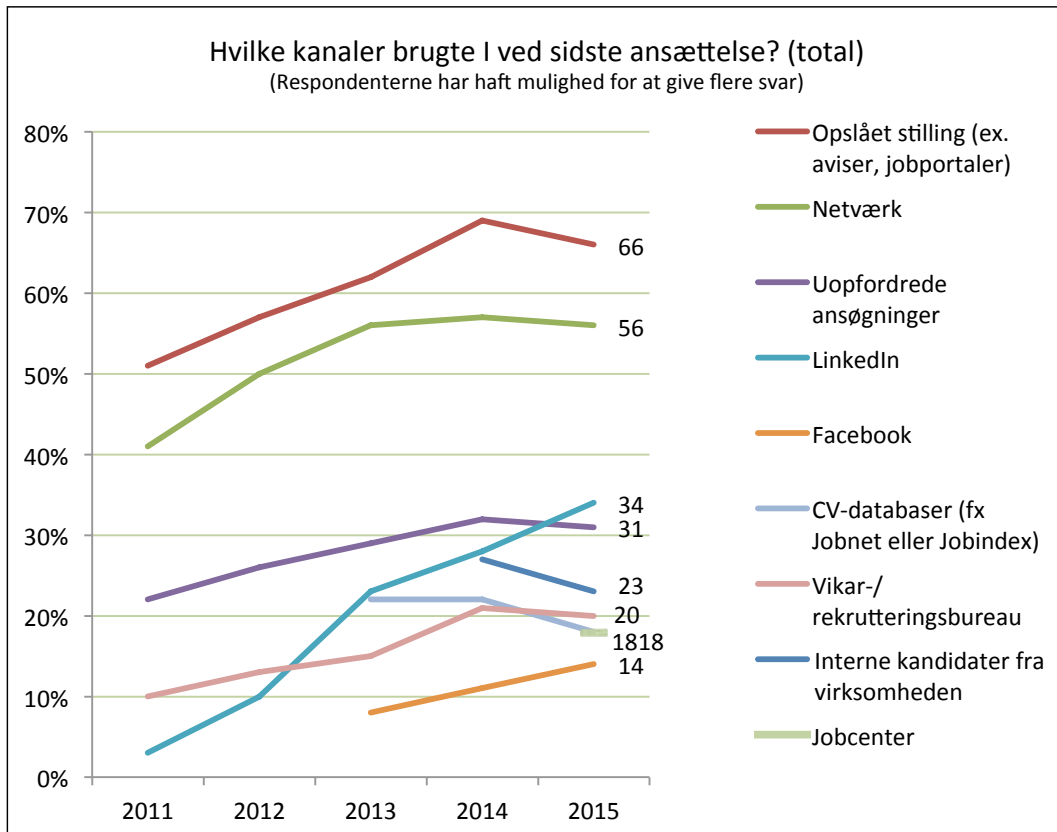


VÆRD AT BEMÆRKE:

- Jo større virksomhed, jo flere kanaler bruges.
- Ved brugen af netværk er topscoreren virksomheder med 51-250 medarbejdere (74%) efterfulgt af virksomheder med 1-10 medarbejdere (66%), 250+ medarbejdere (65%) og sidst 11-50 medarbejdere (61%).
- Det er værd at bemærke, hvordan virksomheder med 250+ medarbejdere i langt højere grad end andre bruger LinkedIn (66% mod 24%, 31% og 43%).
- Brugen af interne kandidater er mest udbredt i de større virksomheder på 51-250 og 250+ medarbejdere (hhv. 27% og 41%). For de mindre virksomheder udgør denne rekrutteringskanal kun 8-10%.

I nedenstående ser vi på udviklingen i brug af rekrutteringskanaler over tid. I 2015 registrerer vi et fald i brugen af de fleste rekrutteringskanaler.

Figur 3



VÆRD AT BEMÆRKE:

- Brugen af LinkedIn til rekruttering vokser ufortrødent (34%) og overhaler i 2015 brugen af uopfordrede ansøgninger (31%).
- Brugen af interne kandidater er faldet markant.

Virksomhedens specifikke brug af LinkedIn som kanal er blevet nærmere undersøgt, idet vi spørger virksomhederne, om de har prøvet at ansætte en ny medarbejder udelukkende via LinkedIn eller andre sociale medier:

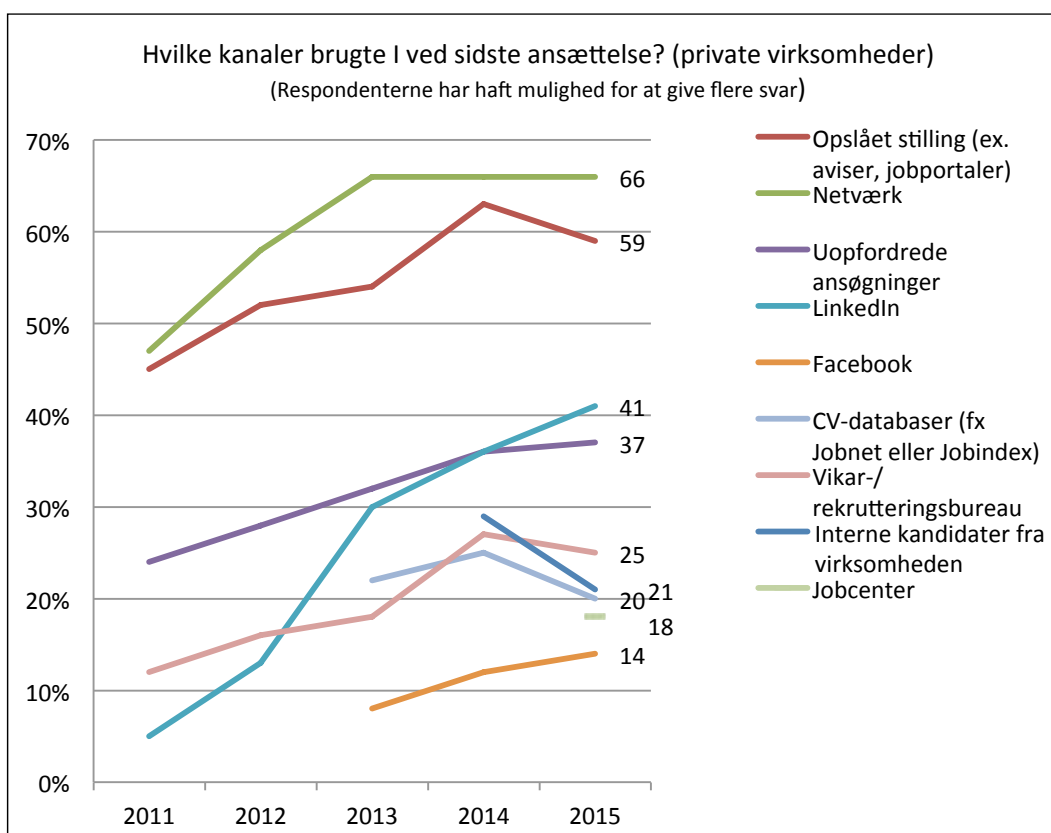
Tabel 4

Har I prøvet at ansætte en ny medarbejder udelukkende via LinkedIn eller andre sociale medier?	Total	Store offentlige	Store private	Små offentlige	Små private
Ja	29%	7%	37%	17%	28%
Nej	65%	87%	54%	78%	71%
Ved ikke	6%	7%	9%	4%	1%

Herfra kan det bemærkes, at 37% af store private virksomheder i 2015 har ansat en ny medarbejder udelukkende via LinkedIn eller andre sociale medier. Det samme gør sig gældende for 28% af de små private virksomheder, 7% af de store offentlige og 17% af de små offentlige.

Udviklingen i brug af rekrutteringskanaler tegner et lidt andet billede, når vi ser isoleret på de private virksomheder:

Figur 4

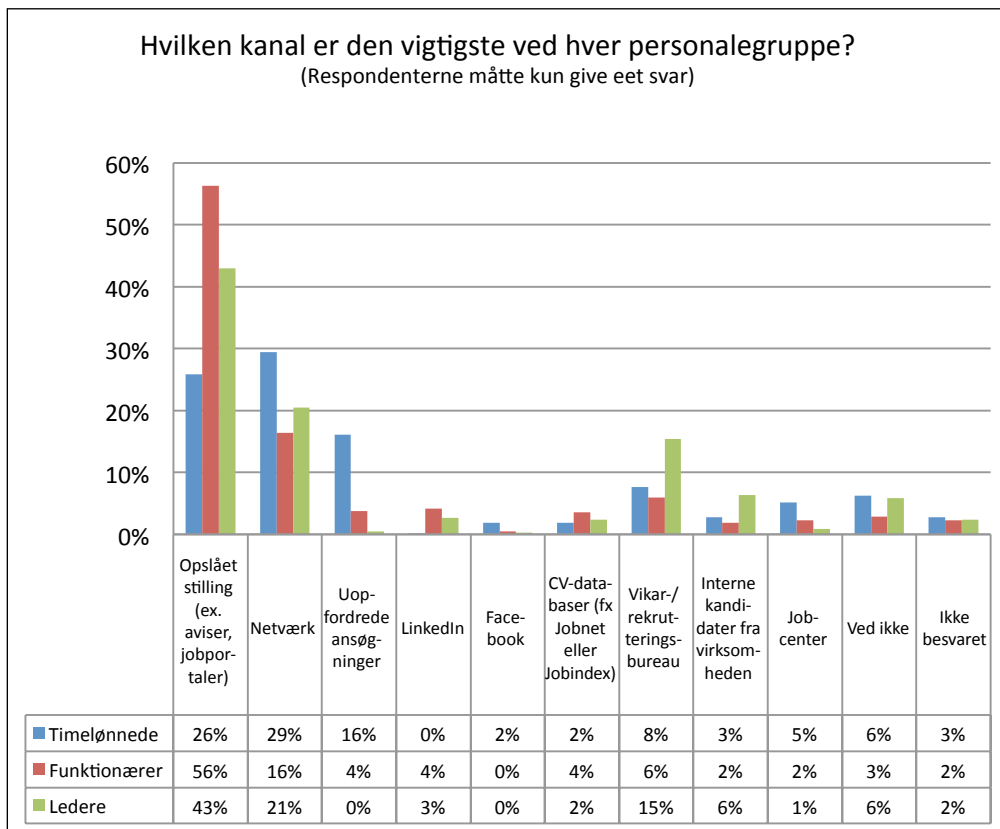


VÆRD AT BEMÆRKE:

- Brugen af LinkedIn stiger stabilt.
- Opslåede stillinger benyttes mindre i 2015 (59%), end det gjorde i 2014 (63%) efter 4 år med støt stigning.

Vi interesserer os også for brugen af rekrutteringskanaler set i forhold til forskellige personalegrupper og har derfor spurgt virksomhederne om hvilken kanal, der generelt er den vigtigste ved hver personalegruppe.

Figur 5



VÆRD AT BEMÆRKE:

- For funktionærer og ledere er de opslåede stillinger angivet som den vigtigste kanal (hhv. 56% og 43%).
- Timelønnede er den eneste personalegruppe, hvor netværket er angivet som vigtigste kanal (29%).
- De uopfordrede ansøgninger er særligt relevante for timelønnede (16%).
- Brugen af vikar-/rekrutteringsbureau vurderes oftest som vigtigste rekrutteringskanal, når der søges ledere (15%).



HVORNÅR VIRKER VIRKSOMHEDSPRAKTIK OG LØNTILSKUD?

Vi har undersøgt, hvorvidt virksomhederne har brugt ordningerne virksomhedspraktik eller løntilskudsansættelse, samt i hvilket omfang det har ført til ansættelse i virksomheden.

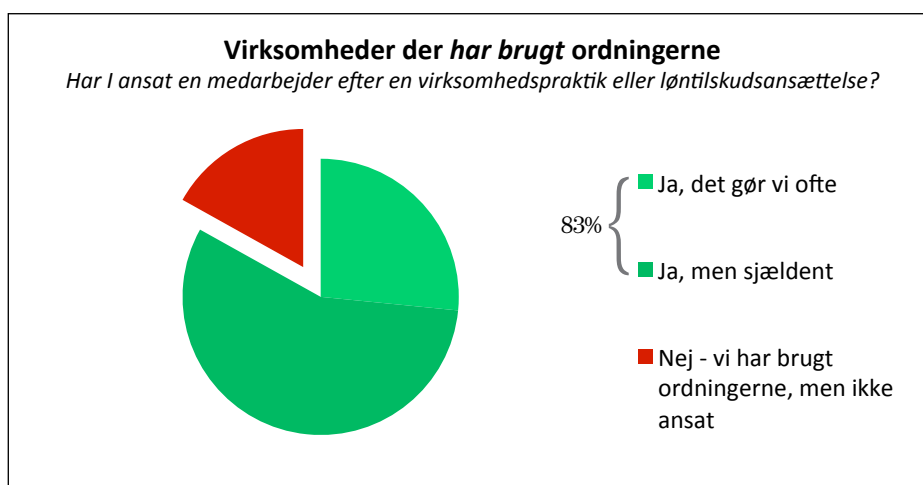
Tabel 5

Har I ansat en medarbejder efter en virksomhedspraktik eller løntilskudsansættelse?	Total	Små virk.	Store virk.	Offentlige virk.	Privat virk.
Ja, det gør vi ofte	23%	25%	21%	22%	23%
Ja, men sjældent	49%	43%	54%	57%	45%
Nej - vi har brugt ordningerne, men ikke ansat	15%	17%	12%	15%	14%
Nej - vi har aldrig brugt ordningerne	11%	13%	8%	4%	14%
Ved ikke	3%	1%	5%	2%	3%

Af besvarelsene fremgår, at 72% af de adspurgte virksomheder har ansat en medarbejder efter en virksomhedspraktik eller en løntilskudsansættelse. Det er især de offentlige virksomheder, der ansætter efter brug af virksomhedspraktik og løntilskud.

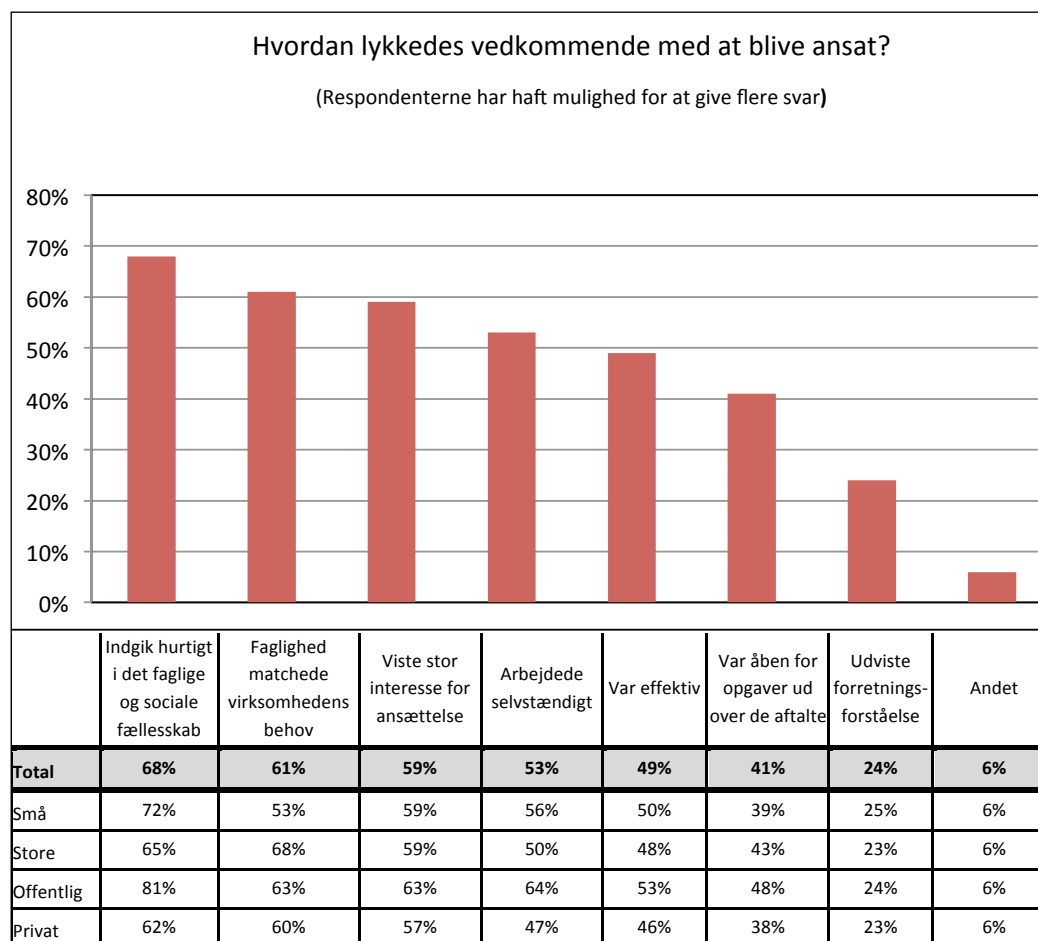
Hvis vi udelukkende ser på de virksomheder, der har brugt enten virksomhedspraktik eller løntilskudsansættelse, øges andelen af dem, som har ansat til 83%.

Figur 6



Hvordan er det så lykkedes kandidaterne at blive ansat? Det har vi spurgt om og opdelt svarene i forhold til, om virksomhederne er små, store, offentlige eller private:

Figur 7



VÆRD AT BEMÆRKE:

- Det viser sig at være mest afgørende, om man indgår i fællesskabet. Generelt lagde virksomhederne i ansættelsen særligt vægt på, at kandidaten ”Indgik hurtigt i det faglige og sociale fællesskab” (68%), at ”Faglighed matchede virksomhedens behov” (61%) og at kandidaten ”Viste stor interesse for ansættelse” (59%).

TOP 3 ANSÆTTELSESGRUNDE FRA DET OFFENTLIGE:

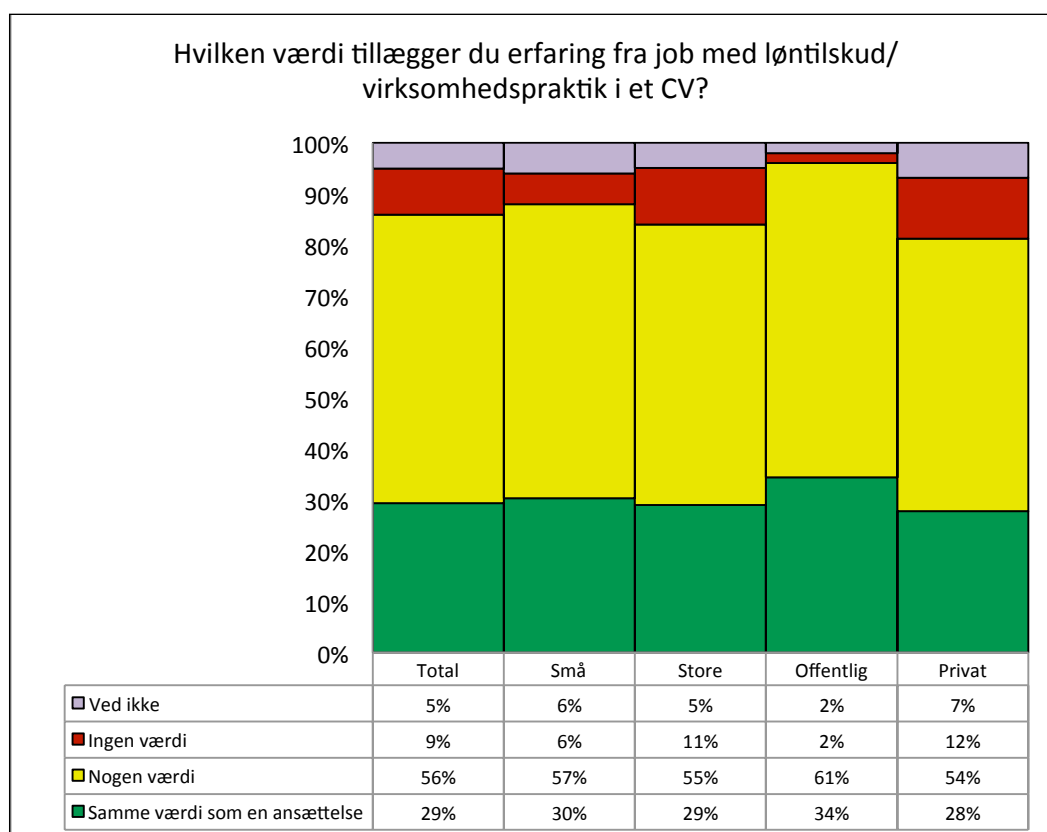
1. Indgik hurtigt i det faglige og sociale fællesskab (81%)
2. Arbejdede selvstændigt (64%)
3. Faglighed matchede virksomhedens behov / Viste stor interesse for ansættelse (63%)

TOP 3 ANSÆTTELSESGRUNDE FRA DET PRIVATE:

1. Indgik hurtigt i det faglige og sociale fællesskab (62%)
2. Faglighed matchede virksomhedens behov (60%)
3. Viste stor interesse for ansættelse (57%)

Bliver erfaring fra virksomhedspraktik / løntilskudsansættelse sidestillet med erfaring fra en ansættelse? Det har vi undersøgt.

Figur 8



VÆRD AT BEMÆRKE:

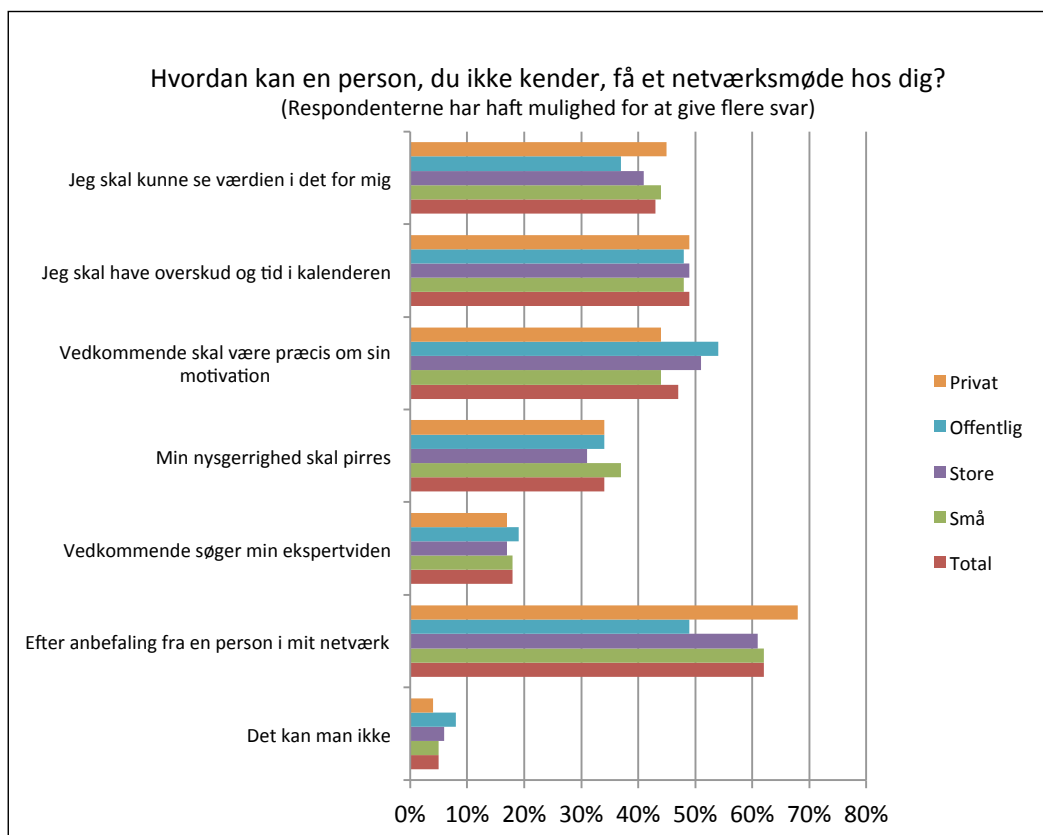
- 85% af virksomhederne tillægger virksomhedspraktik / løntilskud nogen eller samme værdi som en ansættelse. Især offentlige virksomheder tillægger virksomhedspraktik/løntilskud stor værdi (95% i det offentlige mod 82% i det private).



NETVÆRKSMØDE – SÅDAN!

Som vist i figur 1 er netværk blevet brugt som kanal i 56% af virksomhedernes seneste ansættelser. Men hvordan kan man få et netværksmøde med en person, man ikke kender?

Figur 9



VÆRD AT BEMÆRKE:

- Den absolut mest effektive vej til et netværksmøde er efter anbefaling fra en person i netværket.
- Det er de færreste respondenter, der helt afviser muligheden for et netværksmøde: Ud af de 713, der har svaret på dette spørgsmål, er der kun 38, der vil være afvisende over for et møde.

TOP 3 MÅDER I DET OFFENTLIGE

1. Vedkommende skal være præcis om sin motivation (54%)
2. Efter anbefaling fra person i mit netværk (49%)
3. Jeg skal have overskud og tid i kalenderen (48%)

TOP 3 MÅDER I DET PRIVATE

1. Efter anbefaling fra en person i mit netværk (68%)
2. Jeg skal have overskud og tid i kalenderen (49%)
3. Jeg skal kunne se værdien i det for mig (45%)



IRRITERENDE JOBSØGNINGSADFÆRD

Vi har i år undersøgt hvilken jobsøgningsadfærd, der har irriteret virksomhederne mest, så jobsøgere bedst muligt kan styre udenom de værste irritationsmomenter – set med virksomhedens briller.

Tabel 6

Hvilken jobsøgningsadfærd har irriteret dig mest? (Respondenten kan give max 3 svar)	Total
Jobsøger virkede uforberedt til jobsamtalen	72%
CV og ansøgning virkede standardiserede	65%
Jobsøger havde for stor fokus på egen vinding	33%
CV og ansøgning var for omfattende	21%
CV og ansøgning var for kortfattet	12%
Jobsøger udviste for meget selvtillid ved jobsamtalen	12%
Jobsøger talte for lidt til jobsamtalen	12%
Andet	9%
Jobsøger talte for meget til jobsamtalen	5%

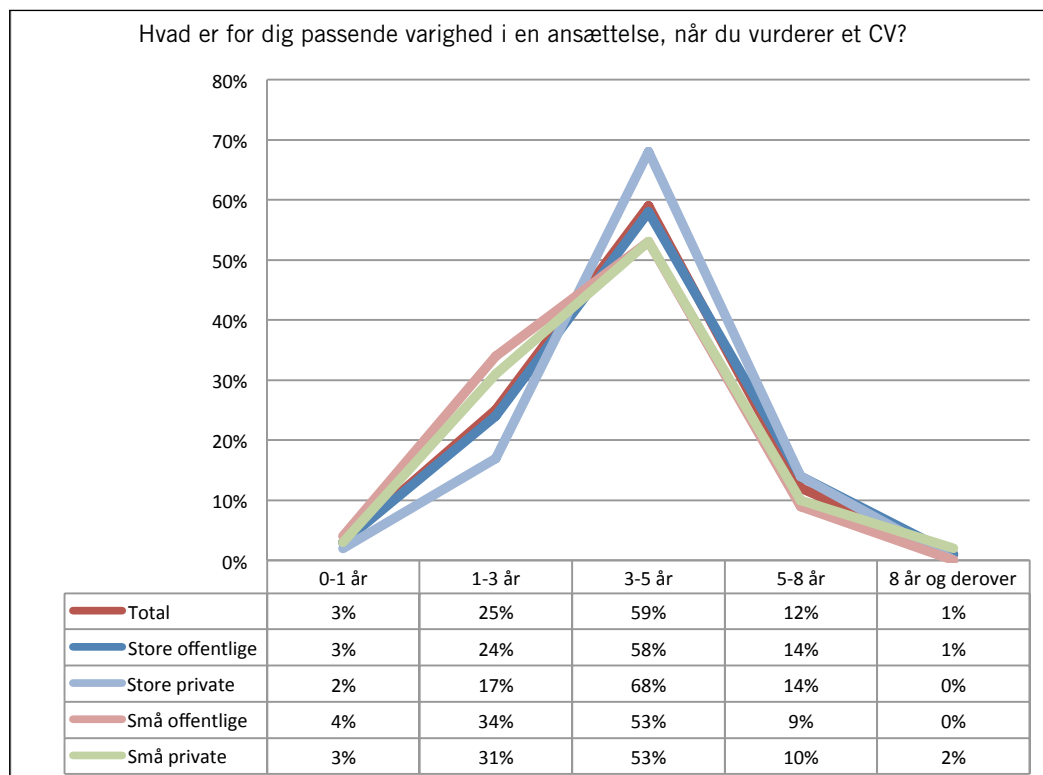
Der er ingen væsentlig variation på tværs af opdelingen store, små, private og offentlige virksomheder. Derfor vises kun total. Uforberedthed og standardisering er de markant største irritationsmomenter hos arbejdsgiverne. Stort fokus på egen vinding kommer ind som den tredjemest irriterende jobsøger-adfærd.



SPOT PÅ KORTERE ANSÆTTELSER

I Rekrutteringsanalysen 2014 fandt vi, at 73% af virksomhederne vægter det markant mest negativt i en ansættelsesproces, hvis en kandidat har mange korte ansættelser bag sig. Derfor har vi i år valgt at spørge virksomhederne, hvad der for dem er en passende varighed i en ansættelse, når de vurderer et CV.

Figur 10



VÆRD AT BEMÆRKE:

- Virksomhedernes foretrukne ansættelsesvarighed er 3-4 år (i gennemsnit 3,8 år). Har du været et sted 4 år, anses du dermed i rekrutteringssammenhæng for at have fået det optimale ud af det ansættelsesforhold.
- De store private virksomheder har præference for længerevarende ansættelsesforhold, hvorimod de små offentlige har større præferencer for korte ansættelser.

Vi har ydermere spurgt ind til, hvordan brugen af vikariater, freelancere og projektansættelser vil udvikle sig hos virksomhederne i fremtiden. Hertil svarer de:

Tabel 7

Hvordan vil brugen af vikariater, freelancere og projektansættelser udvikle sig hos jer i fremtiden?	Total	Små	Store	Offentlig	Privat
Det vil vi bruge mere	25%	29%	21%	24%	25%
Uændret ift. i dag	70%	66%	73%	69%	70%
Det vil vi bruge mindre	5%	5%	6%	7%	4%

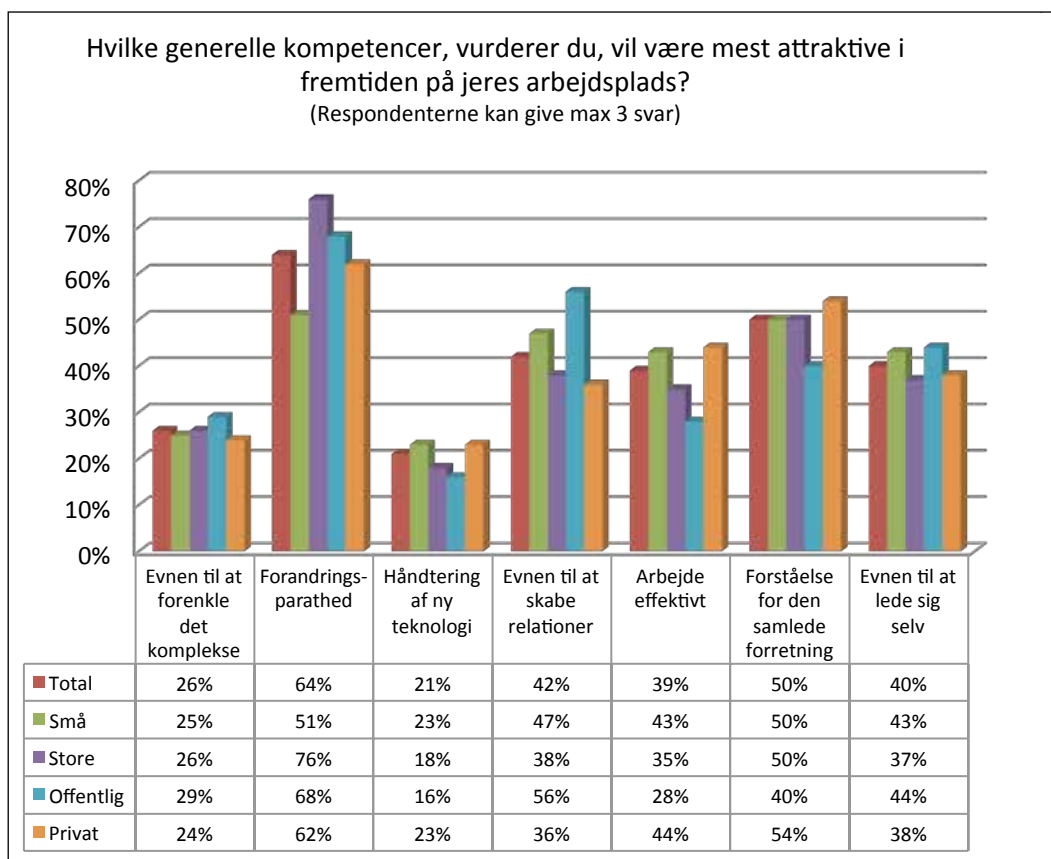
Hver 4. virksomhed forventer at gøre øget brug af fleksible ansættelsesforhold.



DE ATTRAKTIVE KOMPETENCER

I årets analyse har vi undersøgt hvilke generelle kompetencer, virksomhederne finder mest attraktive fremadrettet.

Figur 11

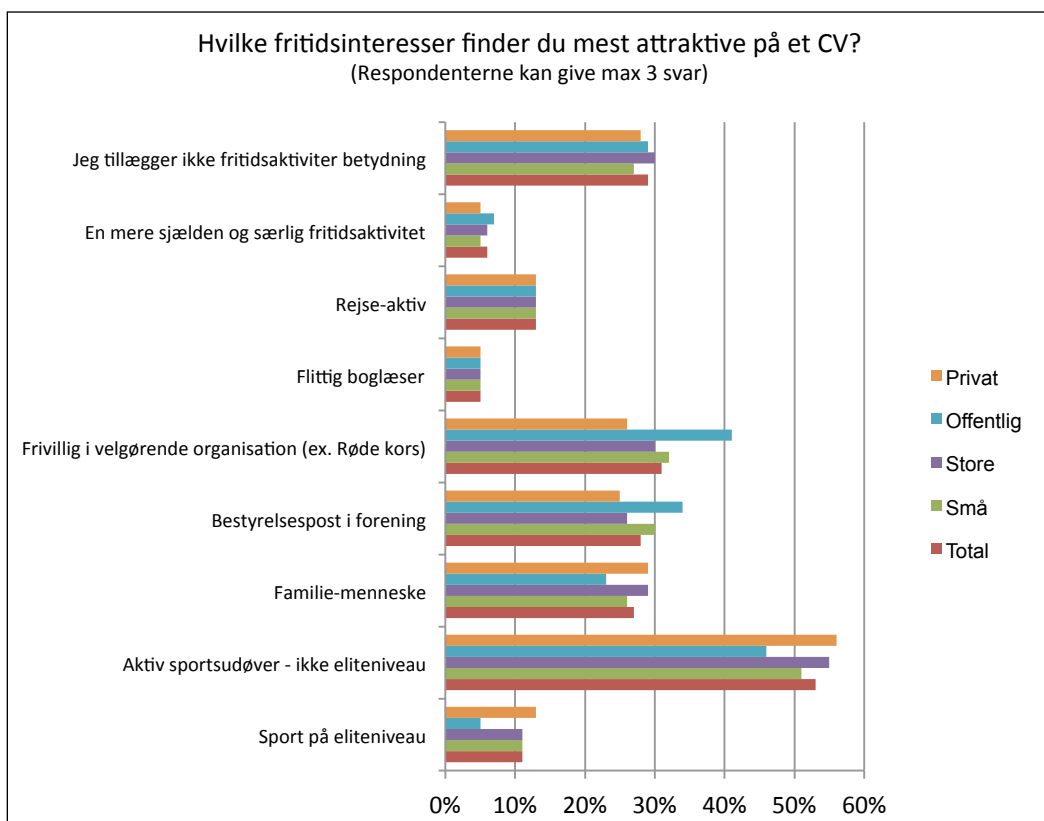


VÆRD AT BEMÆRKE:

- 76% af de store virksomheder finder forandringssparathed mest attraktivt. Dette gælder for 51% af de små virksomheder.
- Forståelse for den samlede forretning er det næstmest attraktive for de små virksomheder (50%).

Mange afslutter et CV eller ansøgning med et mere personligt afsnit, der for eksempel beskriver deres fritidsinteresser. For at guide jobsøgerne til hvad de med effekt kan lægge vægt på i dette afsnit, og om det i det hele taget giver pote hos virksomhederne, har vi fået virksomhederne til at angive maks. 3 fritidsinteresser, som de finder attraktive på et CV.

Figur 12



VÆRD AT BEMÆRKE:

- Virksomhederne er i enige i, at "Aktiv sportsudøver – ikke eliteniveau" er den mest attraktive fritidsinteresse på et CV (total på 53%).
- Offentlige virksomheder vurderer "Frivillighed i velgørende organisation (ex. Røde kors)" (41%) og "Bestyrelsespost i forening" (34%), som de næstmest attraktive fritidsinteresser på et CV.
- En tredjedel af virksomhederne angiver fritidsaktiviteter som uden betydning (29%) – mest udpræget hos de små virksomheder.
- Sport på eliteniveau er mere attraktivt i det private (13%) end det offentlige (5%).

TOP 3 FRITIDSINTERESSER I DET OFFENTLIGE

1. Aktiv sportsudøver – ikke eliteniveau (46%)
2. Frivillig i velgørende organisation (ex. Røde kors) (41%)
3. Bestyrelsespost i forening (34%)

TOP 3 FRITIDSINTERESSER I DET PRIVATE

1. Aktiv sportsudøver – ikke eliteniveau (56%)
2. Familiemenneske (29%)
3. Jeg tillægger ikke fritidsaktiviteter betydning (26%)

» SÅDAN UNDGÅR DU DIMITTEND-LEDIGHED

Virksomhedernes råd

I sidste års rekrutteringsanalyse satte vi fokus på nyuddannede med det formål at bidrage med ny viden, som kan hjælpe i akademikernes skifte fra uddannelse til job. I dette års analyse har vi igen fokus på de nyuddannede akademikere, men denne gang spørger vi ind til, hvad de kan gøre under studiet som hjælp til deres første job. Svarene fordeler sig således:

Tabel 8

<i>Mange nyuddannede akademikere har svært ved at få deres første job. Hvad mener du vil være den bedste selvhjælp til at stå bedre i forhold til første job? (MAKS. 3 SVAR)</i>					
	Total	Privat	Off	Store	Små
Frivilligt arbejde under studiet	19%	15%	27%	20%	21%
Arbejde ved siden af studiet	73%	72%	75%	77%	70%
Sørge for, at specialet / slutopgaven skrives i samarbejde med en virksomhed	41%	43%	37%	47%	32%
Starte jobsøgning i løbet af uddannelsen	34%	36%	30%	28%	36%
Fokusere på at få de bedst mulige karakterer	6%	6%	6%	6%	4%
Efter uddannelsen: Være fleksibel ift. ikke-akademiske jobfunktioner	34%	35%	33%	30%	38%
Efter uddannelsen: Forklare tydeligt, hvad ens akademiske kompetencer kan bruges til	32%	32%	33%	36%	29%
Efter uddannelse: Være meget aktiv jobsøger fra dag 1	26%	24%	31%	29%	29%

VÆRD AT BEMÆRKE:

- Med 73% – i totalen – vurderes den vigtigste selvhjælp i forhold til at stå bedre i forhold til første job til at være ”Arbejde ved siden af studiet.”
- Det mindst effektive ift. at sikre sit første job som nyuddannet er ”bedst mulige karakterer” (6%). Alt andet vurderes at være mere job-effektivt end jagten på de bedst mulige karakterer. Det er der bred konsensus om.
- Næstbedste selvhjælp til første job hos de store virksomheder er ”Sørge for, at specialet / slutopgaven skrives i samarbejde med en virksomhed” (47%).
- Generelt er det den konkrete interaktion mellem studerende og virksomhed, der estimeres som effektiv.
- Hos de små virksomheder er den næstbedste ”selvhjælper” at være fleksibel for ikke-akademiske jobfunktioner (38%).
- ”Frivilligt arbejde under studiet” vægtes højere hos de offentlige (27%) end hos de private (15%).

EGNE NOTER

Konsulenthuset ballisager a/s er en landsdækkende, mellemstor HR-virksomhed. Vi er specialister i professionelle matchprocesser mellem kandidater og virksomheder og arbejder udelukkende med outplacement, karriererådgivning og rekruttering.

Vores rådgivning er videnbaseret, og vi gør os umage med at finde den rette løsning til den konkrete udfordring.

Vi kendt for vores årlige rekrutteringsanalyse og vores stærke netværk af virksomheder, og vi tilstræber altid at skabe professionelle, engagerede og uhøjtidelige relationer til vores kandidater og kunder. Vi har blandt andet løst opgaver for Danfoss, Sauer-Danfoss, JP/Politikens Hus, TDC, SuperGros, Scandinavian Tobacco Group og Oticon.

