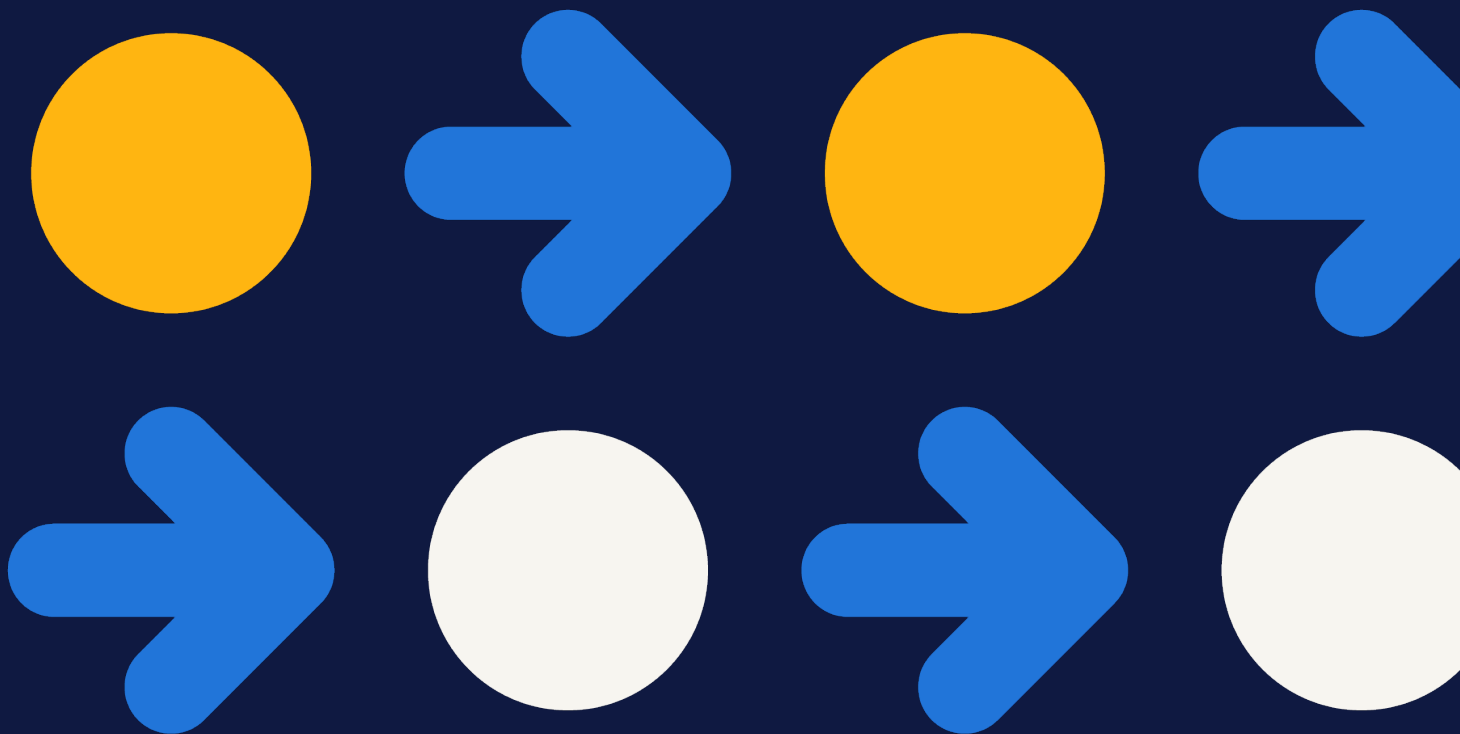


employer
brand research
2021



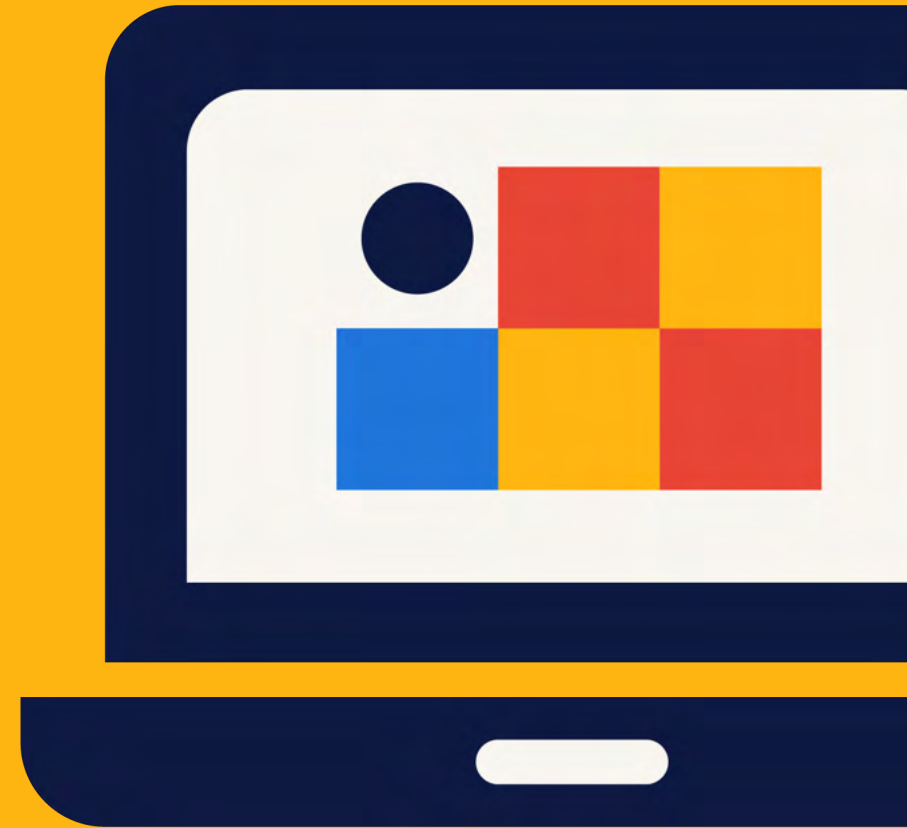
norge.

randstad

human forward.

innhold.

- 1 introduksjon
- 2 arbeidsgivers attraktivitet
- 3 jobbytte
- 4 covid-19 i fokus
- 5 videre lesing



hva er randstad employer brand research?

- en representativ employer brand-undersøkelse basert på oppfatningene i den allmenne målgruppen. Bygger på 21 år med erfaring innen employer branding.
- en uavhengig undersøkelse med over 190 000 respondenter i 34 markeder over hele verden.
- gjenspeiler attraktiviteten til markedets 75 største arbeidsgivere, som er kjent blant minst 10 prosent av befolkningen.
- gir verdifull innsikt som hjelper arbeidsgivere med å utvikle sitt employer brand.



veikart for employer brand.



derfor er employer branding viktig.



Selskaper med et svakt employer brand betaler 10 prosent for mye i lønn.¹

50 %

av kandidatene sier at de ikke ville jobbet for et selskap med et dårlig omdømme – selv med lønnsforhøyelse.²

96 %

er enig i at samsvar mellom personlige verdier og selskapets kultur er en nøkkelfaktor for hvor tilfredse de er med å jobbe der.³

80 %

av personalledere er enige i at et sterkt employer brand i stor grad påvirker evnen til å ansette de beste kandidatene.⁴ Fordi folk jobber for kulturer, og ikke selskaper, er deres oppfatning av deg som arbeidsgiver av avgjørende betydning. Både kandidater og rekrutterere sier at selskapskulturen er en av de viktigste faktorene for valg av arbeidsgiver. Dersom det er en transparent kultur, vil også kandidatene aktivt undersøke selskapenes kultur for å se om den passer dem. Hvis kandidatene leser positive tilbakemeldinger fra ansatte og kandidater, vil de i større grad ønske å sende inn CV-en sin og ta en karrierebeslutning.

derfor er employer branding viktig.

19 %

Bare 19 prosent av ansatte verden over ser en sammenheng mellom det som arbeidsgiveren sier om arbeidsplassen, og deres egen erfaring med å jobbe der.⁵

1–2x

Selskaper med et sterkt employer brand har 1–2 ganger raskere ansettelser.⁸

nr. 1

Hinder nr. 1 for kandidater i søknadsprosessen er å ikke vite hvordan det er å jobbe i den aktuelle organisasjonen.⁷

76 %

Ansatte som opplever stort samsvar mellom det arbeidsgiveren sier om arbeidsplassen, og deres egen erfaring med å jobbe der, vil med høyere sannsynlighet anbefale arbeidsplassen til andre.⁹

52 %

52 prosent av kandidatene sjekker først selskapets nettside og oppføringer på sosiale medier for å finne ut mer om arbeidsgiveren.⁶



34 markeder undersøkt dekker mer enn 80 prosent av verdensøkonomien.

Argentina
Australia
Østerrike
Belgia
Brasil
Canada
Kina
Tsjekkia
Frankrike
Tyskland
Hellas
Hongkong SAR
Ungarn
India
Italia
Japan
Kasakhstan
Luxemburg
Malaysia
Mexico
New Zealand
Norge
Polen
Portugal
Romania
Russland
Singapore
Spania
Sverige
Sveits
Nederland
Storbritannia
Ukraina
USA



● undersøkte markeder

[Klikk her](#) for detaljert informasjon om forskningsmetodikk

verden over

- over 190 000 respondenter
- 6 493 bedrifter undersøkt

utvalg

- fra 18 til 64 år
- representativt mht. kjønn
- alderen 25–44 er overrepresentert
- omfatter studenter, ansatte og arbeidsledige

land

- 3 871 respondenter

feltarbeid

- nettbaserte intervjuer
- januar–februar 2021

intervjulengde

- 16 minutter

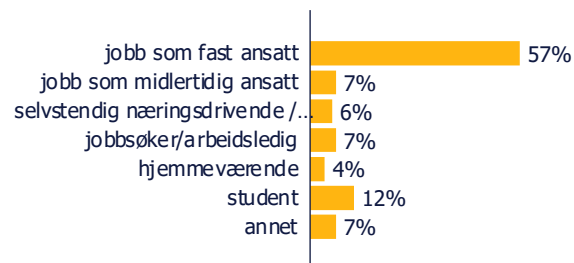
sammensetning av utvalg i norge

sosio-demografi, type ansettelse, region.

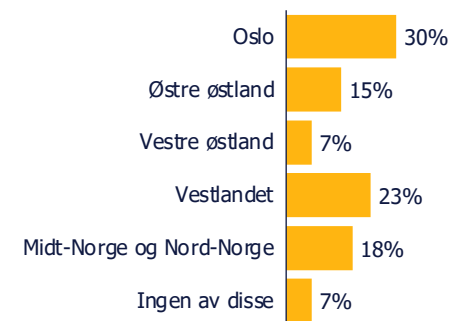
kjønn



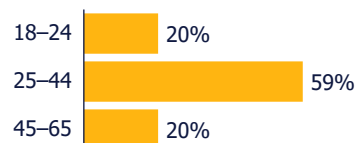
type ansettelse



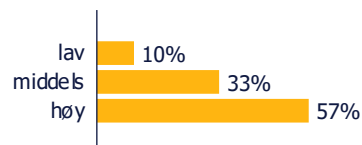
region



alder



utdanning

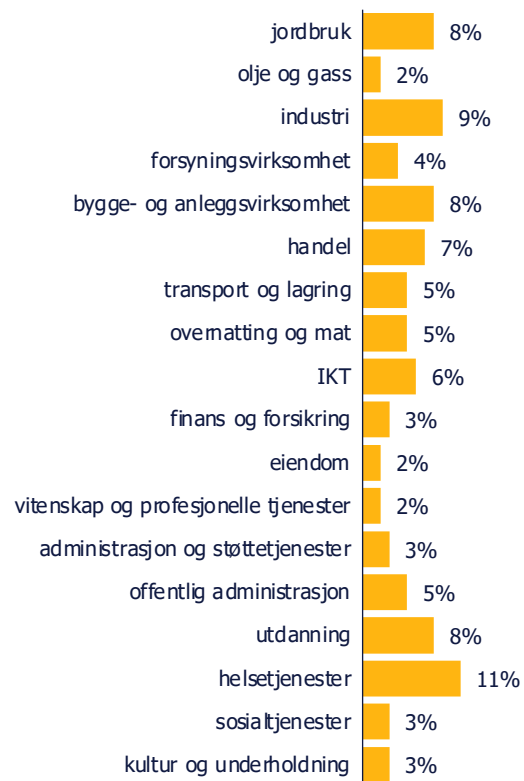


totalt utvalg: 3 871
feltarbeid: januar-februar 2021

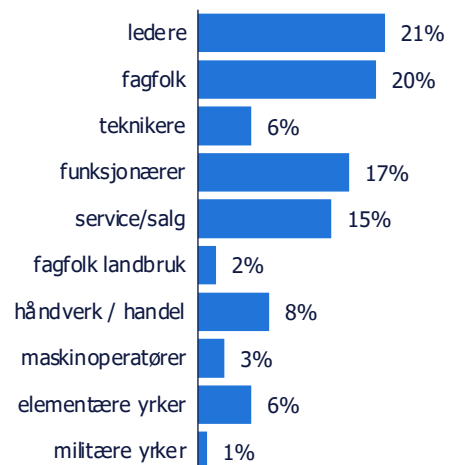


sammensetning av utvalg i norge bransje, funksjon.

sektor



funksjon



base: nåværende ansatte (n=2 702)



norge

arbeidsgivers
attraktivitet.

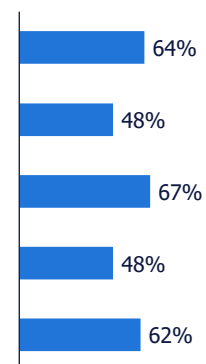


hva potensielle ansatte ser etter de 5 viktigste driverne for valg av arbeidsgiver.

de 5 viktigste driverne



europa 2021

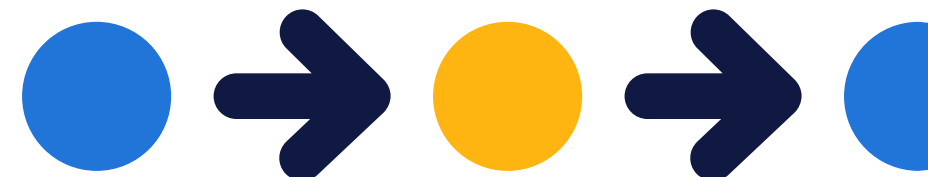


norge 2020

- 01 godt arbeidsmiljø
- 02 attraktiv lønn og attraktive goder
- 03 interessante arbeidsoppgaver
- 04 god opplæring
- 05 jobbsikkerhet

norge 2019

- 01 godt arbeidsmiljø
- 02 attraktiv lønn og attraktive goder
- 03 interessante arbeidsoppgaver
- 04 jobbsikkerhet
- 05 god opplæring



* Når du sammenligner 2021 med tidligere år, må du være oppmerksom på at dette spørsmålet er endret slik at respondentene nå får presentert en liste med 16 drivere og kan velge alle driverne de mener er viktige, mens de tidligere bare kunne velge 5 av disse 16 driverne.

hva potensielle ansatte ser etter når de skal velge arbeidsgiver.

viktigste kriterium

godt arbeidsmiljø

Et godt arbeidsmiljø er den viktigste driveren for norske arbeidstakere, uavhengig av alder og utdanning. Dette aspektet er imidlertid viktigere for kvinner enn for menn (69 vs. 52 prosent). De øvrige fire av de fem driverne anses som like viktige. Attraktiv lønn og attraktive goder er også viktigere for kvinner enn for menn (57 vs. 52 prosent). Samlet sett er kvinner mer kravstore enn menn og velger i snitt sju viktige drivere, mens menn velger seks. Ansattermedlavere utdanning er mist kravstore og velger kun ut fem viktige drivere sammenlignet med ansatte med middels eller høy utdanning som i snitt velger sju drivere.

[Klikk her](#) for å se en oversikt over EVP-resultatene etter sosio-demografisk profil.

arbeidsgivers tilbud

jobbsikkerhet og godt arbeidsmiljø

Ansatte i Norge rangerer egen arbeidsgiver høyest på jobbsikkerhet, godt arbeidsmiljø og encovid-19-sikker arbeidsplass. Menn rangerer egenarbeidsgiver høyere enn kvinner på de fleste driverne. Personer i alderen 18 til 34 år rangerer egen arbeidsgiver høyere på karrieremuligheter og attraktiv lønn og attraktive goder. Det gis lavere rangering for muligheten for fjernarbeid (særlig blant kvinner og personer med middels utdanning), attraktiv lønn og attraktive goder (mer blant kvinner, personer over 35 år og personer med middels utdanning), karrieremuligheter og i hvor stor grad arbeidsgiveren gir tilbake til samfunnet.

[Klikk her](#) for et dypdykk i de mest attraktive sektorene og arbeidsgiverne i 2021.

anbefalt arbeidsgiverfokus

lønn og goder, gode karrieremuligheter

Det er relativt godt samsvar mellom drivernes viktighet og de ansattes evaluering i Norge. Det er likevel rom for å minske gapet mellom forventninger og virkelighet når det gjelder lønn, goder og karrieremuligheter. Lønn og goder er den tredje viktigste driveren for en ideell arbeidsgiver, mens arbeidstakere i Norge rangerer denne driveren som den nest laveste når det gjelder egen arbeidsgiver. Likeledes har karrieremuligheter relativt høy viktighet for potensielle ansatte, mens den gjennomsnittlige arbeidsgiveren i Norge får lavere rangering på dette. Det anbefales derfor at arbeidsgivere legger større vekt på disse to aspektene for å kunne posisjonere seg som attraktive arbeidsgivere i Norge.

hva potensielle ansatte ønsker seg yrkesgrupper i fokus.

white-collar-yrker

43 %

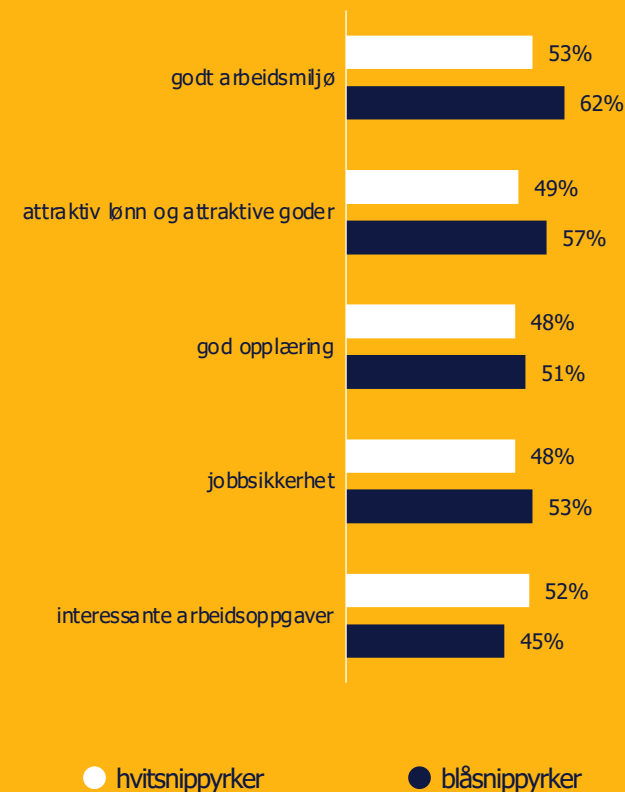
av ansatte i hvitsnippyrker regner selskapets økonomi som en avgjørende faktor når de ser etter potensielle arbeidsgivere, noe som er en høyere andel enn blant ansatte i blåsnippyrker (36 prosent).

blue-collar-yrker

62 %

av ansatte i blåsnippyrker mener arbeidsmiljø er en viktig driver, noe som er en høyere andel enn for ansatte i hvitsnippyrker (53 prosent). De regner også lønn og goder, en covid-19-sikker arbeidsplass og jobbsikkerhet som viktigere enn ansatte i hvitsnippyrker.

viktigste attributter



jobbytte



i fokus.

jobbytte finne ny arbeidsgiver.

1 av 6 ansatte i Norge har byttet arbeidsgiver

17 prosent av ansatte i Norge byttet arbeidsgiver i andre halvdel av 2020, og andelen var høyere blant menn og ansatte med lavere utdanning (henholdsvis 20 og 26 prosent). Videre har 24 prosent tenkt å bytte arbeidsgiver i første halvdel av 2021, og blant disse er det flest med lavere utdanning (32 prosent). Attraktiv lønn og attraktive goder er den viktigste driveren blant switchers, mens godt arbeidsmiljø er viktigst for stayers.

rekrutterere – viktigste kanaler for å finne ny arbeidsgiver

Rekrutterere er den desidert mest brukte kanalen blant switchers på jakt etter ny jobb (41 prosent). Dette gjelder spesielt for menn i alderen 35 til 54 år og personer med lavere og høyere utdanning. Jobbportaler og personlige kontakter er andre og tredje mest foretrukne jobbkanal samlet sett (henholdsvis 19 og 17 prosent).



viktigste attributter switchers vs. stayers.

switchers

2021

17 %

byttet arbeidsgiver siste halvår.

2021

17 %

av dem som ble rammet av covid, har byttet arbeidsgiver siste halvår.

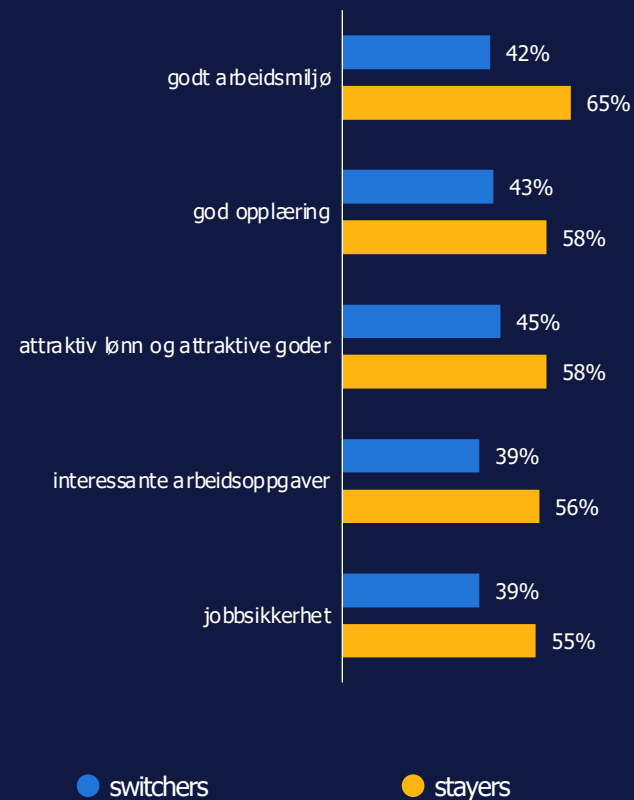
stayers

2021

83 %

ble værende hos arbeidsgiveren siste halvår.

viktigste attributter



* siste halvår = siste halvdel av 2020. REBR2021 dekker et tidsrom på 6 måneder (i stedet for 12 måneder som tidligere) for å få et tydeligere bilde av virkningen av covid-19.

jobbytte yrkesgrupper i fokus.

switchers i white-collaryrker

28 %

ansatte i hvitsnippykker byttet arbeidsgiver i andre halvdel av 2020. Det er en betydelig høyere andel enn for arbeidstakere i blåsnippykker (18 prosent). Ansatte i hvitsnippykker finner oftest sin neste jobb gjennom rekrutterere (68 prosent), noe som er høyere enn for en gjennomsnittlig switcher (41 prosent).

intenders i blue-collaryrker

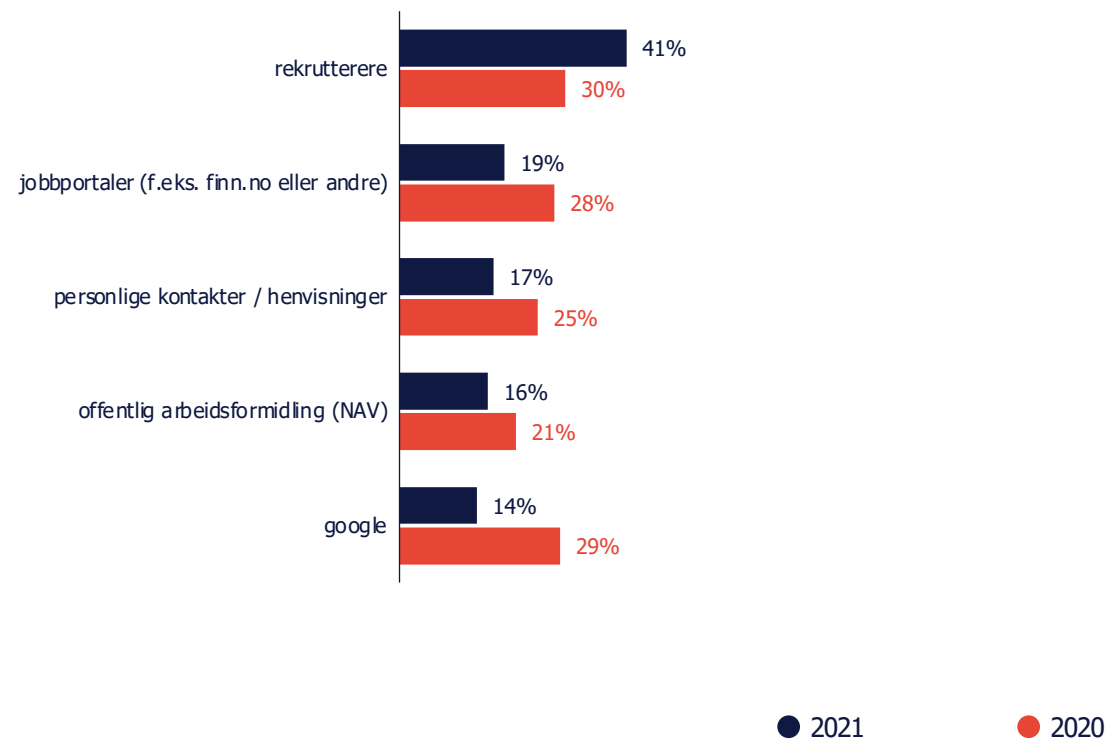
19 %

av arbeidstakere i blåsnippykker har tenkt å bytte arbeidsgiver i første halvdel av 2021, noe som er en betydelig lavere andel enn for ansatte i hvitsnippykker (29 prosent).



hvordan finner ansatte i norge nye jobbmuligheter?

topp 5 kanaler som brukes til å finne nye jobbmuligheter



covid-19

i fokus.



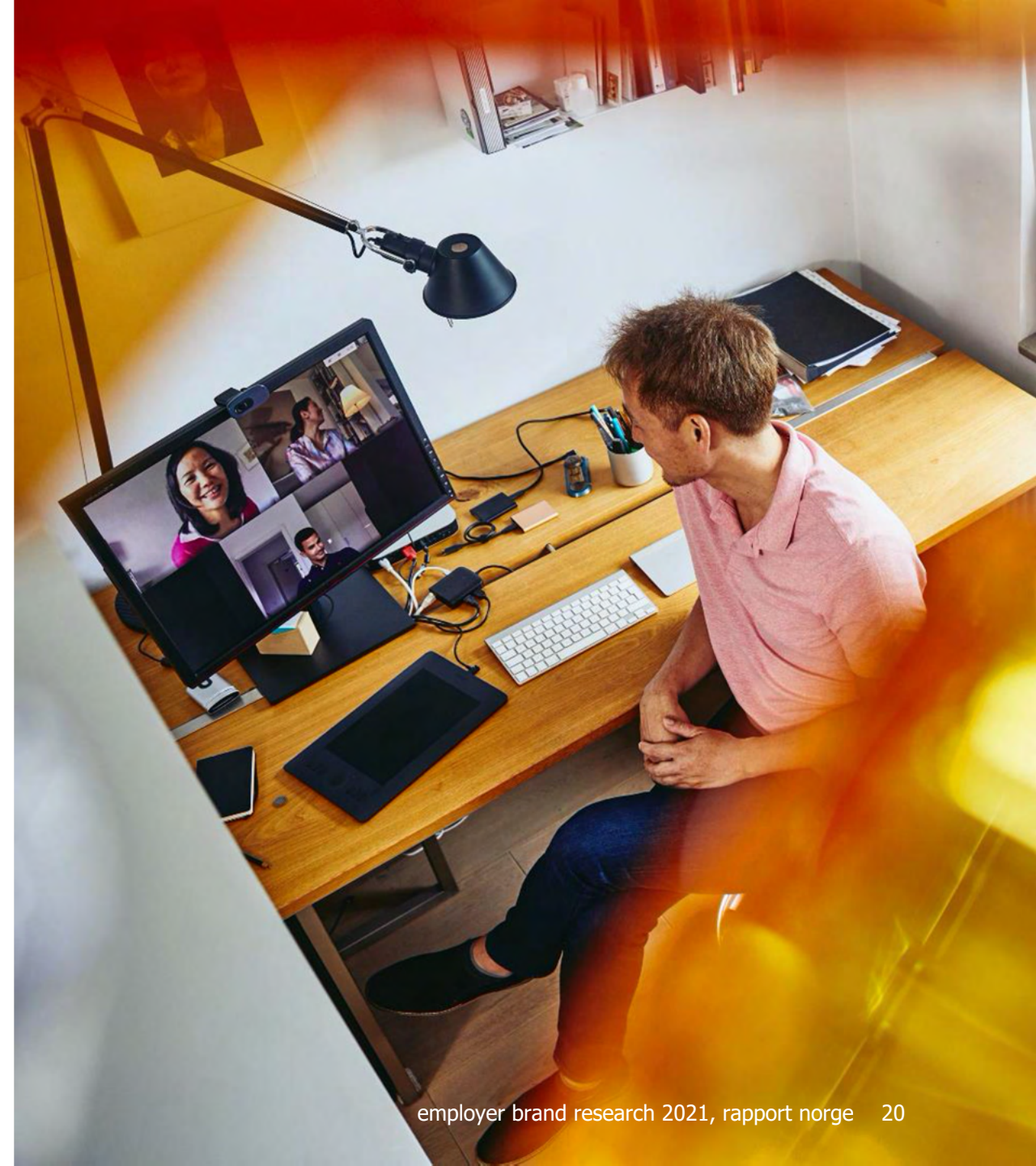
covid-19 sin innvirkning på arbeidsmarkedet.

muligheten for fjernarbeid relativt viktig

Selv om dette ikke er en av de viktigste driverne, tiltrekkes om lag 1 av 3 ansatte i Norge av muligheten for fjernarbeid. Ansatte med høyere utdanning, aldersgruppen 35 til 54 år og kvinner legger i større grad vekt på dette aspektet (henholdsvis 38, 38 og 36 prosent). Driveren er noe viktigere for ansatte som jobber fulltid, sammenlignet med dem som jobber deltid (34 vs. 29 prosent).

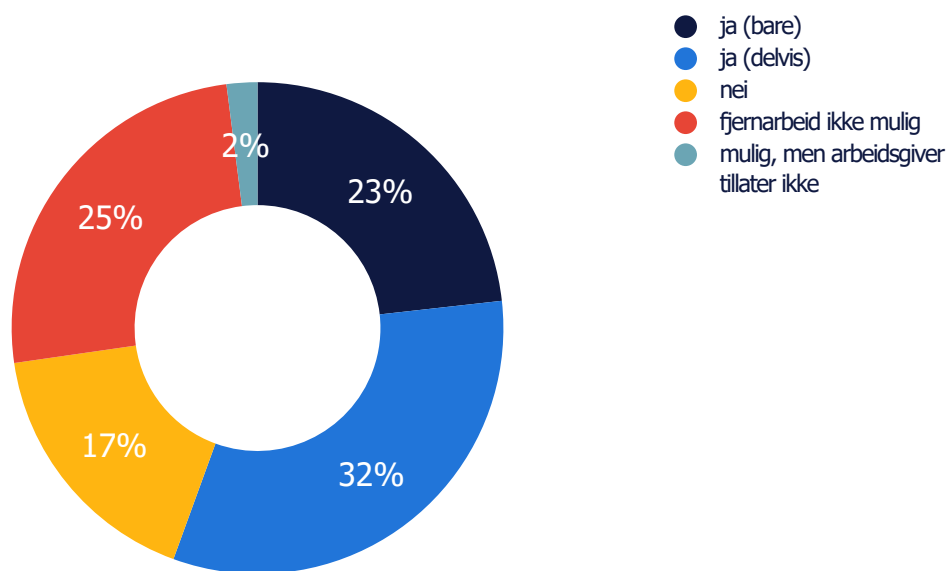
mer enn halvparten av ansatte begynte å jobbe (mer) eksternt under covid-19-pandemien

Av de 55 prosentene som begynte å jobbe mer hjemmefra, var 60 prosent selv med på å bestemme dette, mens 38 prosent ble pålagt å jobbe hjemmefra av arbeidsgiveren og/eller myndighetene. For aldersgruppen 18 til 24 ble beslutningen ofte tatt i fellesskap med arbeidsgiver (for 48 prosent var beslutningen delvis den ansattes og delvis pålagt).



fjernarbeid på grunn av covid-19.

begynte du å jobbe (mer) eksternt/hjemmefra på grunn av covid-19-krisen?



norge

28 %

av de ansatte som svarte at de jobbet eksternt, har valgt det selv.

For ansatte med lavere utdanning er beslutningen om å jobbe mer eksternt ofte en personlig beslutning. For ansatte med middels utdanning og ansatte i aldersgruppen 18 til 24 år tas denne beslutningen relativt ofte i samråd med arbeidsgiver. Det er ingen andre sosiodemografiske ulikheter med hensyn til dette.

Bare 2 prosent av ansatte som kan jobbe hjemmefra, får ikke lov til å gjøre det av arbeidsgiveren. I tillegg har 25 prosent av de ansatte en type arbeid som bare kan utføres på arbeidsplassen, og dermed gjør det umulig å jobbe hjemmefra eller andre steder. Dette gjelder oftere ansatte med middels utdanning og kvinner (henholdsvis 39 og 31 prosent).

europa

23%

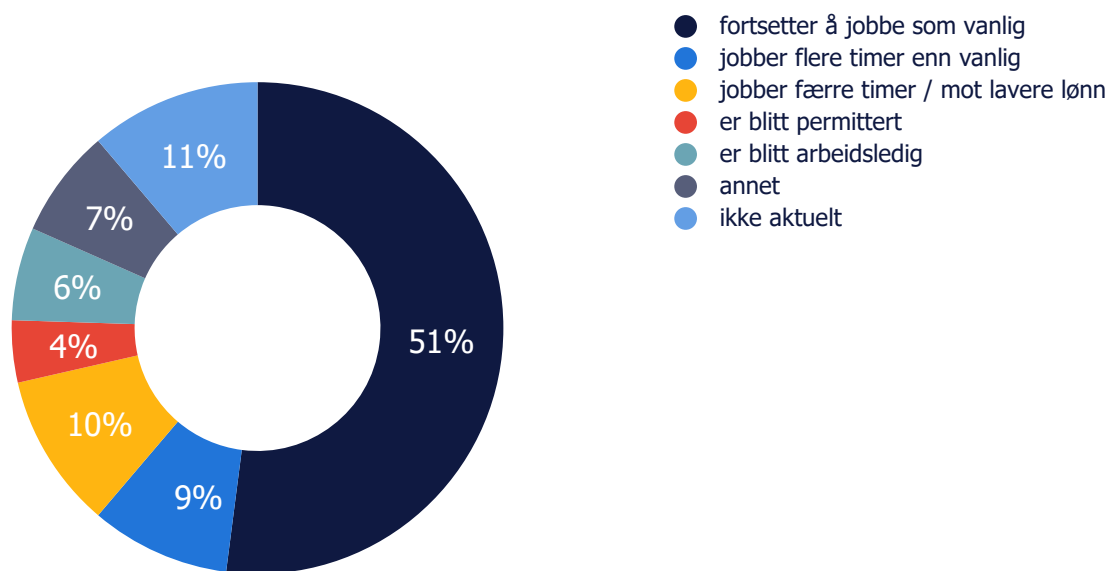
av de ansatte som svarte at de jobbet eksternt, har valgt det selv.

Når vi ser på Europa, er det ingen store forskjeller mellom sosiodemografier når det gjelder beslutningen om fjernarbeid. De fleste ansatte i Europa (40 prosent) ble pålagt å jobbe mer eksternt av arbeidsgiveren og/eller myndighetene.

En svært liten andel europeere som kunne jobbe hjemmefra (2 prosent), fikk ikke lov til det av arbeidsgiveren. For 28 prosent av europeerne er det umulig å jobbe hjemmefra fordi de har en jobb som må utføres på arbeidsplassen. Dette gjelder oftest personer med lavere utdanning (40 prosent).

endringer i arbeidssituasjonen som følge av covid-19.

hvordan covid-19 har endret arbeidssituasjonen



mer enn én av tre opplevde endring i arbeidssituasjonen

36 prosent av ansatte ble permittert, ble arbeidsledige, jobbet flere eller færre timer enn vanlig eller opplevde at arbeidssituasjonen endret seg som en følge av covid-19.

Av dem som ble arbeidsledige var en litt høyere andel i aldersgruppen 18 til 24 år (9 prosent). Det var større sannsynlighet for at ansatte med høyere utdanning og ansatte i aldersgruppen 18 til 34 år jobbet færre timer eller for lavere lønn henholdsvis 15, 12 og 12 prosent).

De fleste nordmenn fortsatte å jobbe som normalt, og av disse var det flest menn, aldersgruppen 35 til 64 år og høyt utdannede (henholdsvis 57, 60 og 55 prosent).

europa

39 %

har opplevd at arbeidssituasjonen endret seg på grunn av covid-19.

frykt for å miste jobben i 2021 intensjon om å bytte jobb.

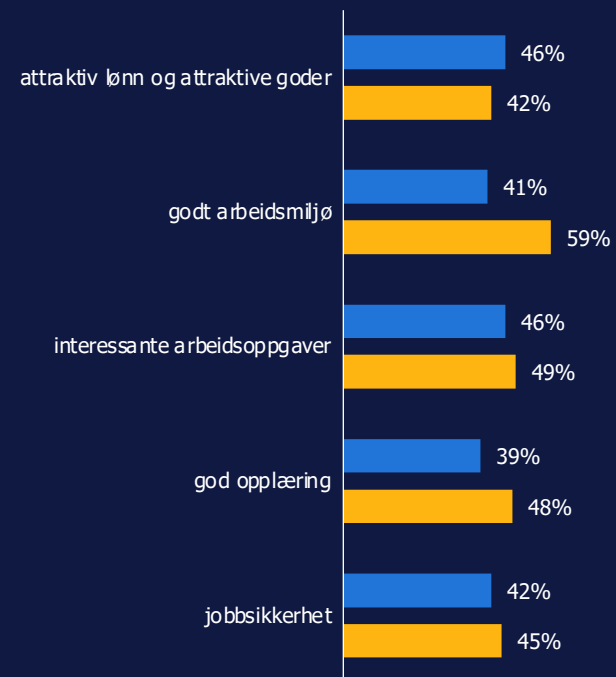
32 %

av ansatte som er redde
for å miste jobben,
planlegger å bytte jobb de
neste 6 månedene.

22 %

av ansatte som ikke er
redde for å miste jobben,
planlegger å bytte jobb de
neste 6 månedene.

viktigste attributter



● intenders som er redde for å miste jobben

● intenders som ikke er redde for å miste jobben



* neste halvår = første halvdel av 2021. REBR2021 dekker et tidsrom på 6 måneder (i stedet for 12 måneder som tidligere) for å få et tydeligere bilde av virkningen av covid-19.

intensjon om å bytte blant de som er berørt av covid-19.

intenders

2021

24 %

planlegger å bytte arbeidsgiver neste halvår.

intenders

2021

30 %

av dem som er påvirket av covid-19, planlegger å bytte arbeidsgiver i løpet av neste halvår.

Blant personer som har fått arbeidssituasjon endret som følge av covid-19, er intensjonen om å finne en ny arbeidsgiver større (30 prosent) enn blant arbeidstakere generelt (24 prosent).

Måten norske arbeidsgivere har støttet de ansatte og håndtert pandemien på, har hatt en svært positiv innvirkning på lojaliteten blant de ansatte. Hele 66 prosent av de ansatte sier de er nå mer lojale, mens beskjedne 11 prosent føler der er blitt mindre lojale. I sistnevnte kategori er det størst andel av ansatte med lavere utdanning og ansatte i aldersgruppen 18 til 24 år (henholdsvis 27 og 25 prosent). De som selv kunne bestemme om de ville jobbe hjemmefra, svarer i større grad enn gjennomsnittet at de er blitt mer lojale mot arbeidsgiveren (76 prosent).



* neste halvår = første halvdel av 2021. REBR2021 dekker et tidsrom på 6 måneder (i stedet for 12 måneder som tidligere) for å få et tydeligere bilde av virkningen av covid-19.

frykt for å miste jobb i 2021 på grunn av covid-19.

litt redd for å miste jobben

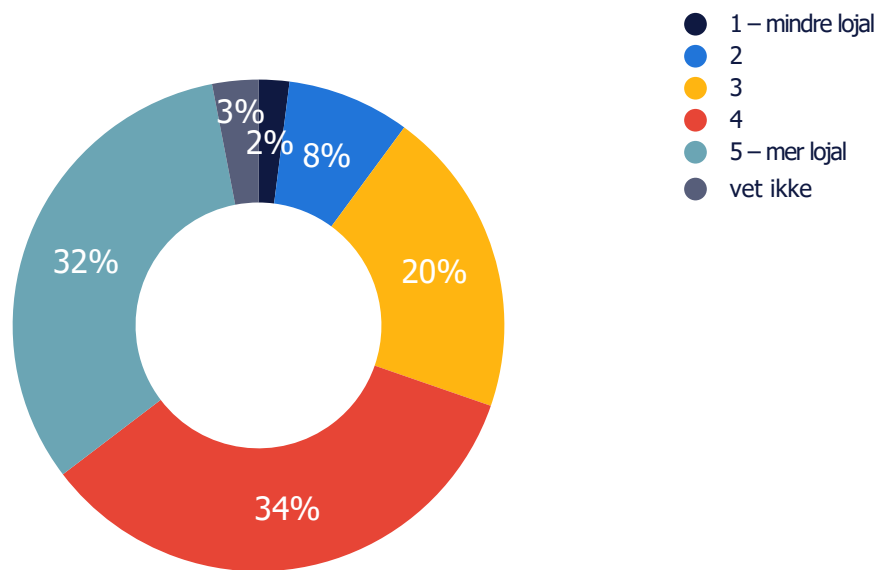
De aller fleste nordmenn er ikke redde for å miste jobben på grunn av covid-19 i 2021 (65 prosent), men det er likevel en betydelig andel (16 prosent) som frykter at de vil miste jobben i 2021. Det er flest ansatte i aldersgruppen 18 til 24 år som er redde for å miste jobben (23 prosent), noe som samsvarer godt med det faktum at de allerede har opplevd at arbeidssituasjonen har endret seg oftere det siste året.

Når det gjelder utdanning, er ansatte med høyere utdanning minst redde for å miste jobben (15 prosent). Det er ingen forskjeller mellom kjønnene.



lojalitet ovenfor arbeidsgiverne under pandemien.

lojalitet til arbeidsgiveren baserte på hvor god støtte de ansatte føler de har fått under covid-19-pandemien



jobber bare hjemmefra

72 % av de ansatte som bare jobber hjemmefra, føler seg mer lojale ovenfor arbeidsgiveren som følge av måten arbeidsgiveren har håndtert covid-19-situasjonen på.

jobber delvis hjemmefra

62 % av de ansatte som jobber delvis hjemmefra, føler seg mer lojale ovenfor arbeidsgiveren som følge av måten arbeidsgiveren har håndtert covid-19-situasjonen på.

pålagt å jobbe hjemmefra

67 % av de ansatte som ble pålagt å jobbe hjemmefra av arbeidsgiver/myndigheter, føler seg mer lojale ovenfor arbeidsgiveren som følge av måten arbeidsgiveren har håndtert covid-19-situasjonen på.

selv valgt å jobbe hjemmefra

76 % av de ansatte som selv har valgt å jobbe hjemmefra, føler seg mer lojale ovenfor arbeidsgiveren som følge av måten arbeidsgiveren har håndtert covid-19-situasjonen på.

la oss snakke sammen.

Forskningen vår gir god og kompleks innsikt, så vi vil gjerne veilede deg gjennom dette dokumentet, dele våre tanker og svare på eventuelle spørsmål du måtte ha.

randstad norway

Christian Børresen

christian.borresen@randstad.no

Camilla Grana

camilla.grana@randstad.no



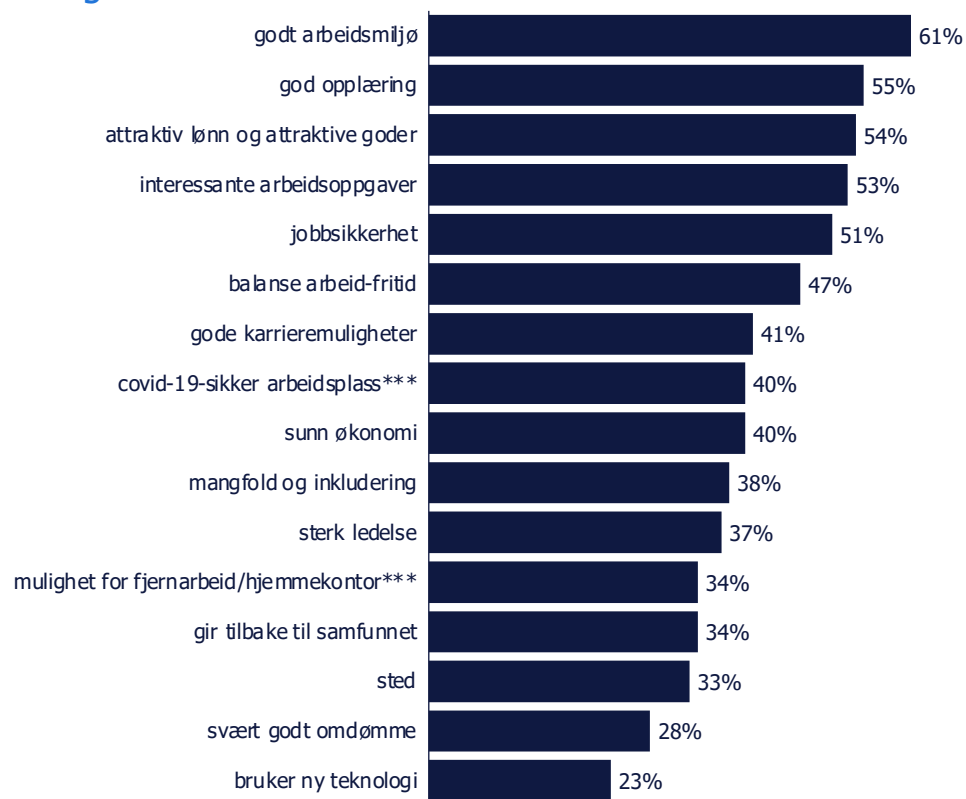
tillegg 1

dypdykk
EVP-driverere.

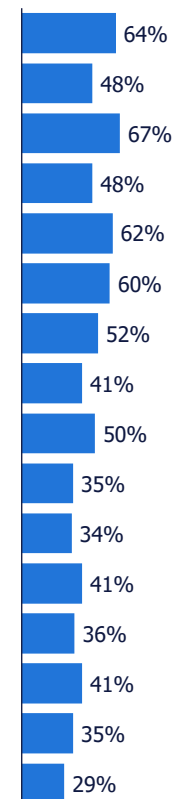


hva potensielle ansatte ser etter de viktigste kriteriene når man velger en arbeidsgiver.

viktige kriterier



europa 2021



norge 2020



norge 2019

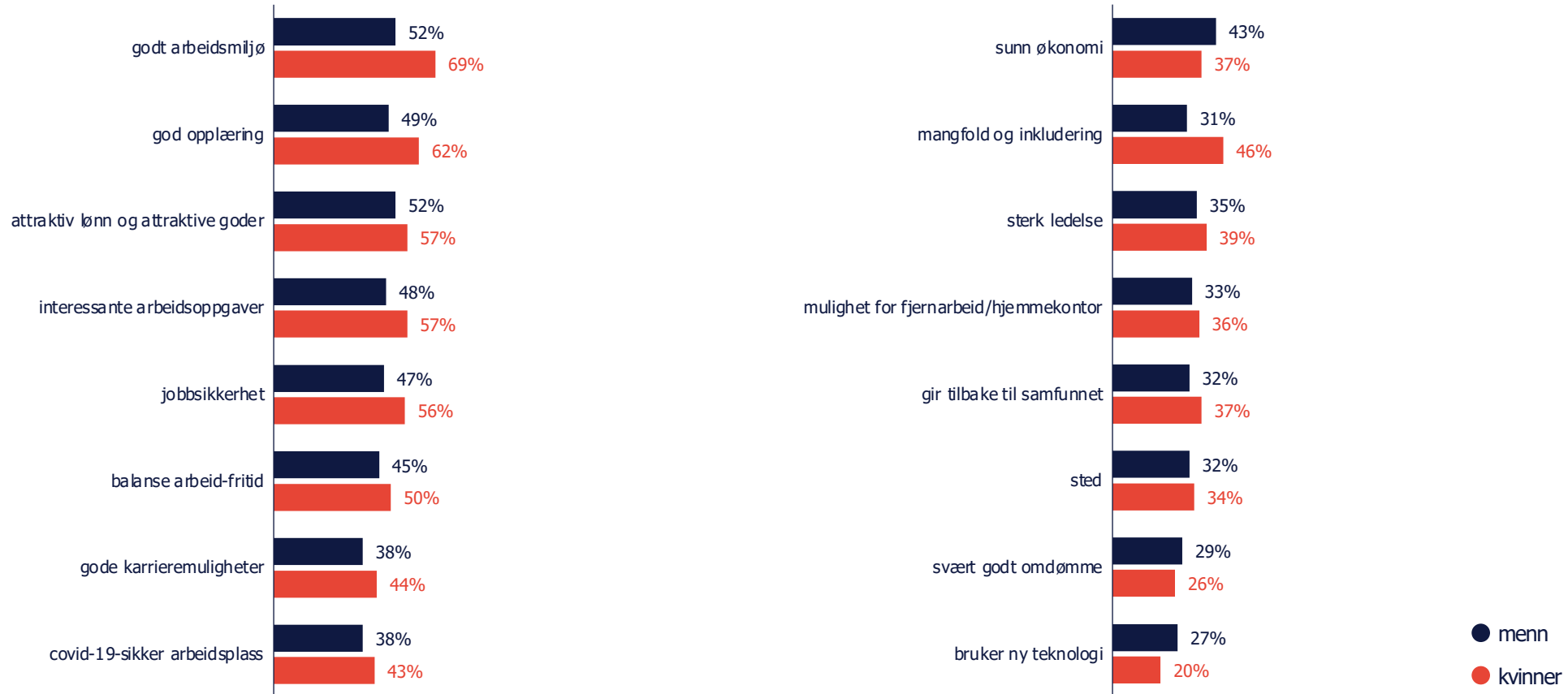


* Når du sammenligner 2021 med tidligere år, må du være oppmerksom på at dette spørsmålet er endret slik at respondentene nå får presentert en liste med 16 drivere og kan velge alle driverne de mener er viktige, mens de tidligere bare kunne velge 5 av disse 16 driverne.

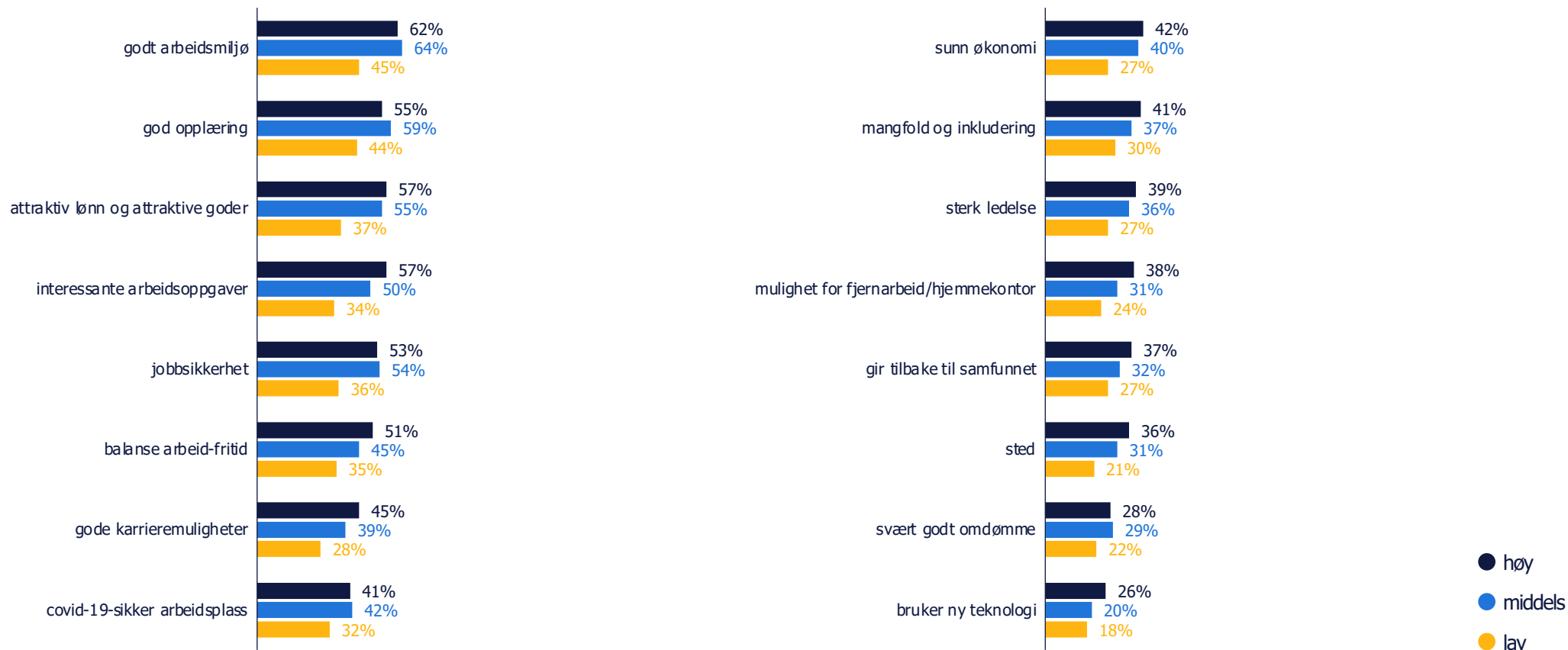
***kun undersøkt i 2021 **ikke undersøkt i 2021



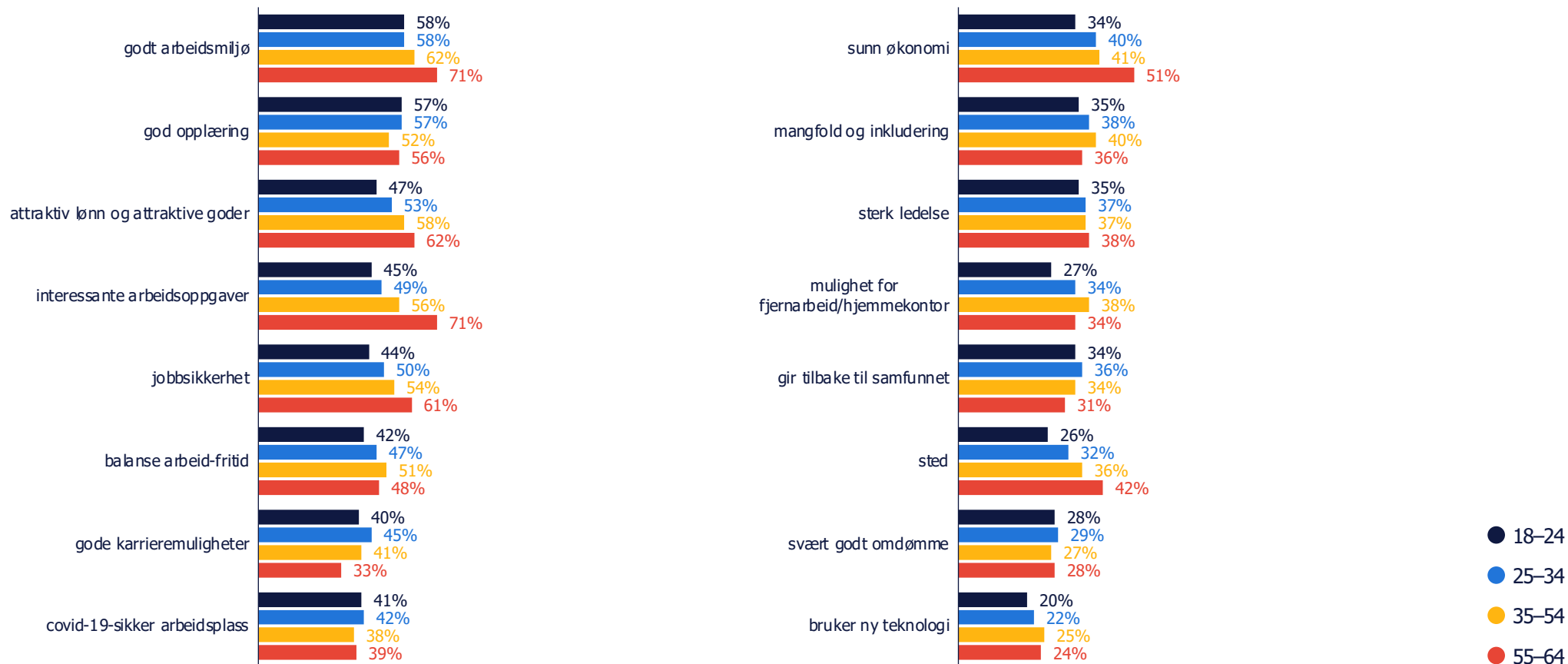
Viktigheten av EVP-driverer etter kjønn.



Viktigheten av EVP-driverer etter utdanning.

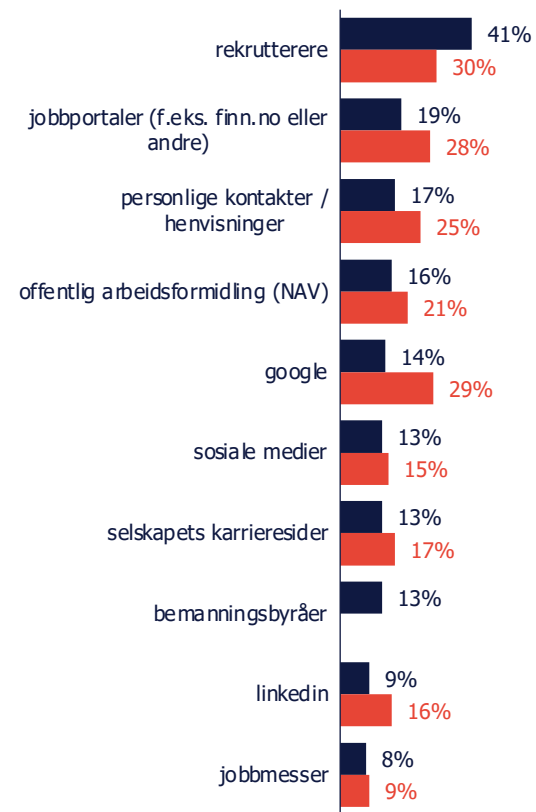


Viktigheten av EVP-driverer etter alder.



hvordan finner ansatte i norge nye jobbmuligheter?

kanaler som brukes til å finne nye jobbmuligheter



● 2021

● 2020



tillegg 2



dypdykk
arbeidsgivere.

oppfatning av arbeidsgiverens tilbud i norge.

Å forstå gapet mellom hva ansatte ønsker seg, og hva de mener arbeidsgiverne tilbyr, gir viktig innsikt i hvordan man bygger et employer brand. Videre gir benchmarking mot hva ansatte oppfatter å bli tilbudt av sin nåværende arbeidsgiver, mer kontekst når det gjelder gapet som må fylles.

evaluering av nåværende arbeidsgiver

- 01 jobbsikkerhet
- 02 godt arbeidsmiljø
- 03 covid-19-sikker arbeidsplass
- 04 sunn økonomi
- 05 svært godt omdømme
- 06 balanse arbeid-fritid
- 07 gir tilbake til samfunnet
- 08 gode karrieremuligheter
- 09 attraktiv lønn og attraktive goder
- 10 mulighet for fjernarbeid/hjemmekontor

generell oppfatning av arbeidsgivere i norge

- 01 sunn økonomi
- 02 covid-19-sikker arbeidsplass
- 03 svært godt omdømme
- 04 godt arbeidsmiljø
- 05 jobbsikkerhet
- 06 gode karrieremuligheter
- 07 balanse arbeid-fritid
- 08 attraktiv lønn og attraktive goder
- 09 gir tilbake til samfunnet
- 10 mulighet for fjernarbeid/hjemmekontor

profil av den ideelle arbeidsgiveren

- 01 godt arbeidsmiljø
- 02 attraktiv lønn og attraktive goder
- 03 jobbsikkerhet
- 04 balanse arbeid-fritid
- 05 gode karrieremuligheter
- 06 covid-19-sikker arbeidsplass
- 07 sunn økonomi
- 08 mulighet for fjernarbeid/hjemmekontor
- 09 gir tilbake til samfunnet
- 10 svært godt omdømme

oppfatning av arbeidsgiverens tilbud i norge og regionen.

Å forstå gapet mellom hva ansatte ønsker seg, og hva de mener arbeidsgiverne tilbyr i norge og regionen, gir viktig innsikt i hvordan man bygger et employer brand.



arbeidsgivere i norge oppfattes å tilby

- 01 sunn økonomi
- 02 covid-19-sikker arbeidsplass
- 03 svært godt omdømme
- 04 godt arbeidsmiljø
- 05 jobbsikkerhet
- 06 gode karrieremuligheter
- 07 balanse arbeid-fritid
- 08 attraktiv lønn og attraktive goder
- 09 gir tilbake til samfunnet
- 10 mulighet for fjernarbeid/hjemmekontor

arbeidsgivere i europa oppfattes å tilby

- 01 sunn økonomi
- 02 jobbsikkerhet
- 03 svært godt omdømme
- 04 covid-19-sikker arbeidsplass
- 05 gode karrieremuligheter
- 06 godt arbeidsmiljø
- 07 attraktiv lønn og attraktive goder
- 08 balanse arbeid-fritid
- 09 gir tilbake til samfunnet
- 10 mulighet for fjernarbeid/hjemmekontor

beste



arbeidsgivere.

mest attraktive arbeidsgivere i norge.

topp 10 arbeidsgivere 2021

- 01 NRK
- 02 Aker BP
- 03 Sopra steria
- 04 Dnv GI
- 05 Conocophillips
- 06 Technip FMC
- 07 Norsk Hydro
- 08 Equinor
- 09 Aker Solutions
- 10 Schlumberger

topp 10 arbeidsgivere 2020

- 01 Technip FMC
- 02 Schlumberger
- 03 Aker Solutions
- 04 NRK
- 05 Conocophillips
- 06 MOWI
- 07 Equinor
- 08 SAS
- 09 National Oilwell Varco
- 10 Norsk Hydro

norges topp 3 EVP-drivere av de 5 beste selskapene.

5 beste selskaper	1	2	3
1 NRK	sunns økonomi	jobbsikkerhet	covid-19-sikker arbeidsplass
2 Aker BP	sunns økonomi	gode karrieremuligheter	attraktiv lønn og attraktive goder
3 Sopra steria	attraktiv lønn og attraktive goder	covid-19-sikker arbeidsplass	godt arbeidsmiljø
4 Dnv GI	sunns økonomi	jobbsikkerhet	covid-19-sikker arbeidsplass
5 Conocophillips	attraktiv lønn og attraktive goder	gode karrieremuligheter	sunns økonomi

norges beste arbeidsgivere etter EVP-driver.

EVP-driver	1	2	3
godt arbeidsmiljø	Vinmonopolet	Gjensidige	Kværner
attraktiv lønn og attraktive goder	Aker Solutions	Equinor	Conocophillips
jobbsikkerhet	Statnett	Statkraft Energi	DNB
balanse arbeid-fritid	Vinmonopolet	Statnett	Conocophillips
gode karrieremuligheter	Aker Solutions	Equinor	Aker BP
covid-19-sikker arbeidsplass	DNB	EVRY	Statkraft Energi
sunn økonomi	DNB	Vinmonopolet	Statnett
mulighet for fjernarbeid/hjemmekontor	Gjensidige	DNB	Visma Group
gir tilbake til samfunnet	Statkraft Energi	Tine	Felleskjøpet
svært godt omdømme	Vinmonopolet	Tine	NRK

tillegg 3



metodikk.

undersøkelse om employer brand metode.

30 selskaper per respondent

«kjenner du dette selskapet?»:
bestemmer kjennskap.

for hvert kjente selskap

«Vil du gjerne jobbe for dette selskapet?»:
bestemmer attraktivitet.

hvert kjente selskap

vurdering ut fra et sett med drivere:
bestemmer årsaken til attraktivitet.

smart prøvetaking

Hver respondent får se 30 selskaper. Hvert selskap vurderes utelukkende av respondenter som er kjent med det aktuelle selskapet.

For å sikre at de mindre kjente merkene blir vurdert av nok respondenter har vi brukt en smart metode for å bestemme utvalget.

Metoden sikrer at mindre kjente selskaper vises til flere respondenter for å sikre et tilfredsstillende robust utvalg. På denne måten sikres det at Randstad Employer Brand Research gir pålitelig innsikt om både kjente og mindre kjente employer brands.

drivere

hvert selskap evalueres på:

- 01 sunn økonomi
 - 02 covid-19-sikker arbeidsplass
 - 03 svært godt omdømme
 - 04 sikker jobb
 - 05 gode karrieremuligheter
 - 06 gir tilbake til samfunnet
 - 07 mulighet for fjernarbeid/hjemmekontor
 - 08 godt arbeidsmiljø
 - 09 balanse arbeid-fritid
 - 10 attraktiv lønn og attraktive goder
-

KANTAR

Undersøkelsen gjennomføres av Randstad i samarbeid med Kantar, et av verdens største nettverk innen innsikt, informasjon og rådgivning.



kilde bibliografi.

- 1 <https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>
- 2 <https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>
- 3 <https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>
- 4 <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>
- 5 <https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>
- 6 https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf
- 7 https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf
- 8 <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2011/12/whats-the-value-of-your-employment-brand>
- 9 <https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

randstad

human forward.

