



## AGENDA

REKRUTACJA W CZERAZ, DZIŚ I JUTRO

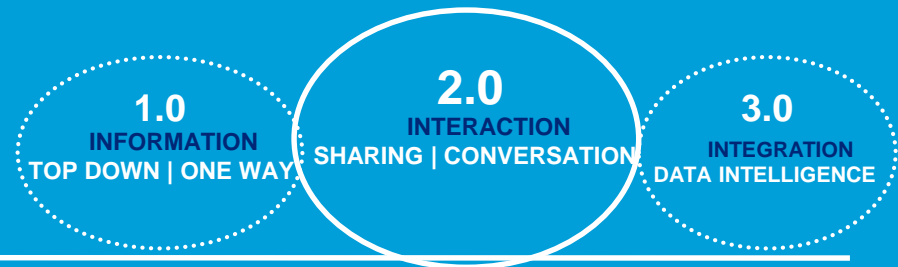
CZYM JEST EMPLOYER BRANDING?

ZALETY I WADY SOCIAL MEDIA

PRACODAWCA I PRACOWNIK W MEDIACH  
SPOŁECZNOŚCIOWYCH

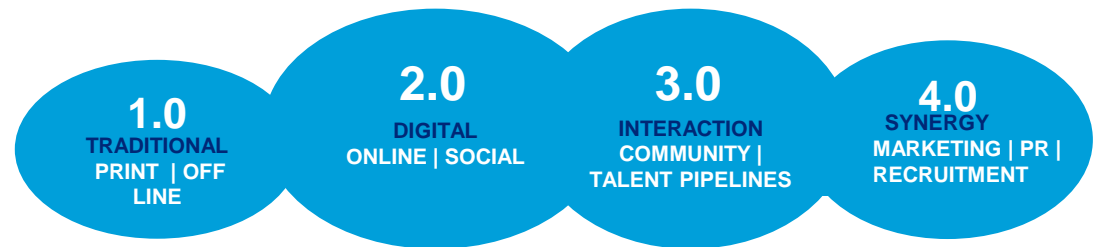
PODSUMOWANIE

# INTERNET 2001–2014



1965 1970 1975 1980 1985 1990 1995 2000 2005 2010 2015

# REKRUTACJA 2001–2014



1965 1970 1975 1980 1985 1990 1995 2000 2005 2010 2015

## EMPLOYER BRANDING A MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

- Na świecie średnio dziennie spędza się w kanałach społecznościowych **144 minuty**, w Polsce **125**.
- Wzrost liczby mobilnych użytkowników social media wynosi **23%** rok do roku globalnie i **28% w Polsce**.
- W grudniu 2014 roku **31%** ruchu na stronach internetowych pochodziła z wiodących sieci społecznościowych.

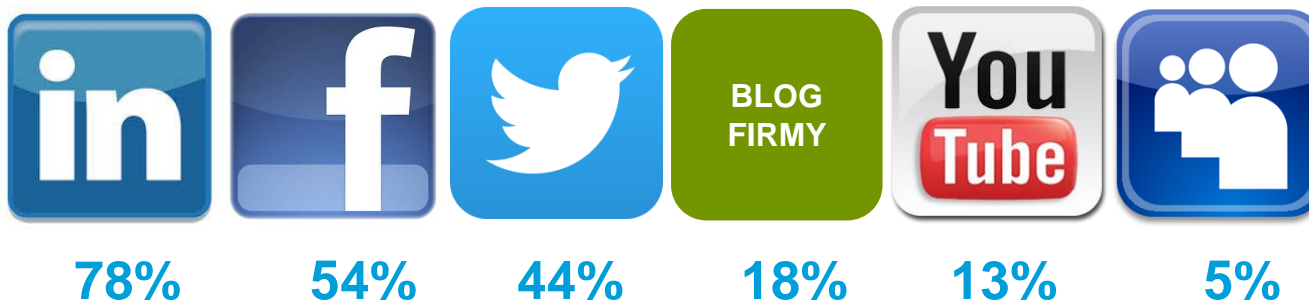
## **SOCIAL MEDIA TRENDY**

1. Mobile
2. Obsługa klienta poprzez social media
3. Content marketing
4. Facebook, Twitter, Google+
5. Re-targeting
6. Formy infografik

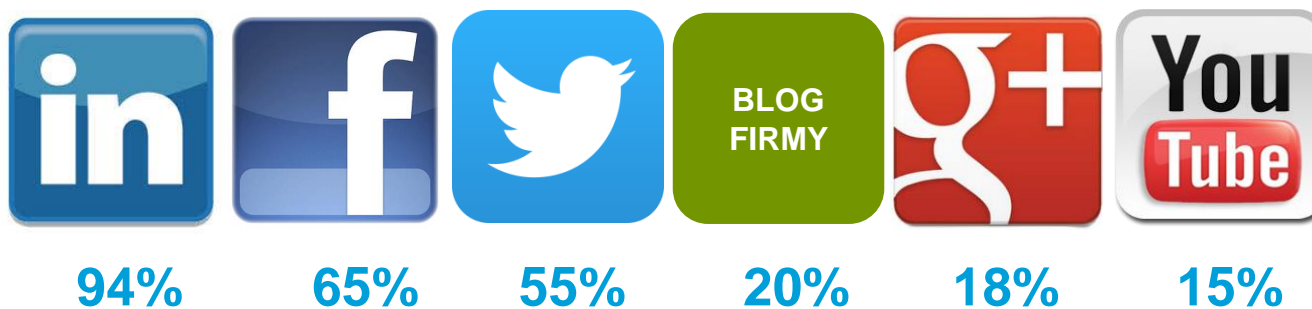


## SOCIAL MEDIA W REKRUTACJI

### KILKA LAT TEMU

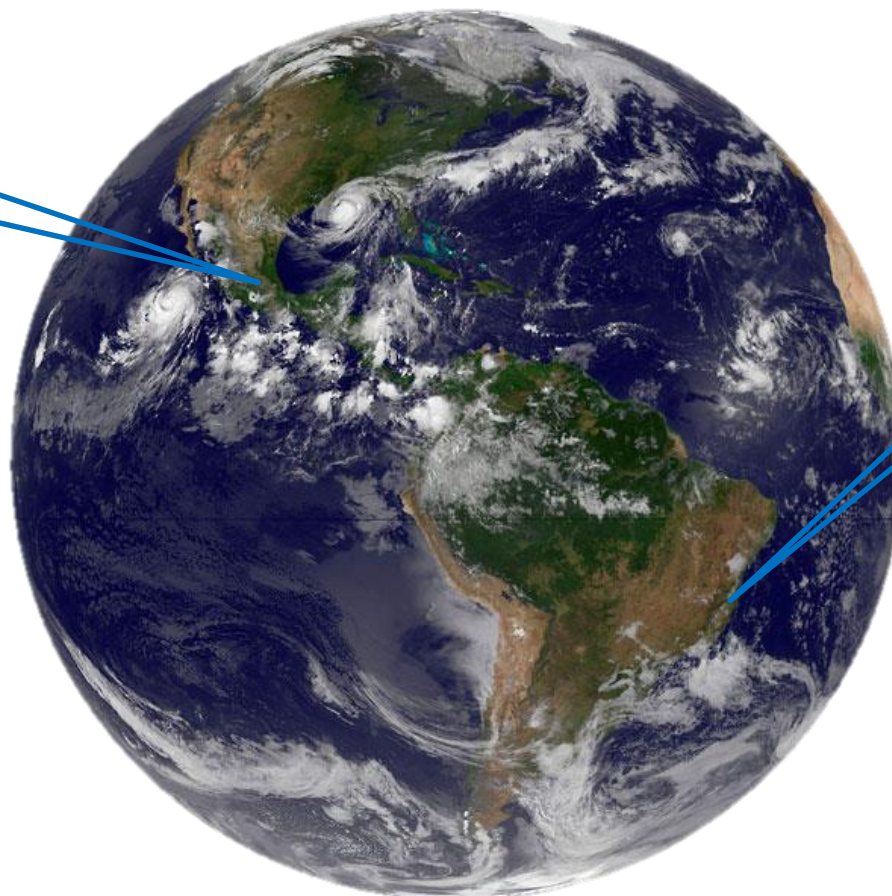


### OBECNIE



**CZY WIESZ, ŻE...**

**W KAŻDEJ SEKUNDZIE PRZYBYWA 2 UŻYTKOWNIKÓW NA LINKEDIN**



## PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE KOPALNIA TALENTÓW DLA REKRUTERA



Poszukiwania kandydatów	96%
Bezpośredni kontakt z kandydatem	94%
Tagowanie kandydatów	93%
Krótką rozmowa rekrutacyjna	92%
Zamieszczanie ofert pracy	91%



Budowanie wizerunku pracodawcy	65%
Program referencyjny kandydatów	51%
Zamieszczanie ofert pracy	48%
Sprawdzenie kandydata przed rozmową	35%
Sprawdzenie kandydata po rozmowie	31%



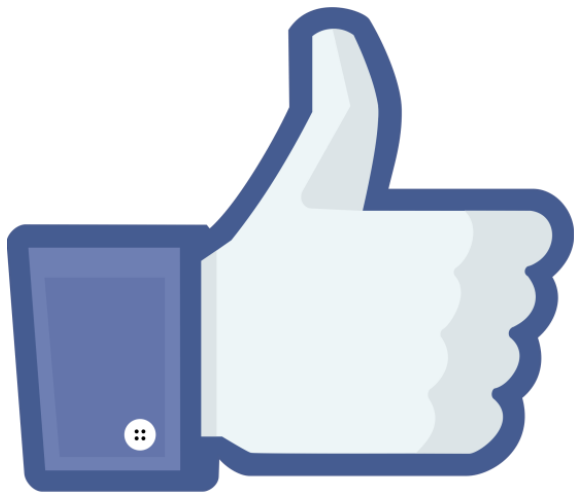
Budowanie wizerunku pracodawcy	47%
Zamieszczanie ofert pracy	43%
Program referencyjny kandydatów	31%
Bezpośredni kontakt z kandydatem	19%
Sprawdzenie kandydata po rozmowie	18%



## PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE WIELE MOŻLIWOŚCI W JEDNYM MIEJSCU



## PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE KORZYŚCI I ZAGROŻENIA



**VS.**



## NAJWIĘKSZA PROFESJONALNA SIEĆ O CZYM NALEŻY PAMIĘTAĆ

WIZERUNEK  
PRACODAWCY

KOMENTARZE

UMIEJĘTNOŚCI  
I  
POTWIERDZENIA

FUNKCJONALNOŚCI

STATUSY

PROFILE

OPINIE

## PODSUMOWANIE



Duża grupa  
docelowa w  
social media



B. dobra  
znajomość  
narzędzi  
social media



Świadomość  
social  
mediów



Szybki  
kontakt



Komunikacja  
i  
pozyskiwanie  
informacji



## DOBRE PRAKTYKI

- **DOSTOSOWANIE NARZĘDZI REKRUTACYJNYCH DO TYPU ORGANIZACJI**
- **WYBÓR GRUPY TARGETOWEJ**
- **PRZYPISANIE DZIAŁAŃ DO KONKRETNEJ OSOBY/ GRUPY**
- **ŚLEDZENIE TRENDÓW**

# EXPERTS IN A COMPLEX WORLD

ACCOUNTANCY & TAX/CONSTRUCTION/CONTACT CENTERS/OPERATIONS/EDUCATION/TECHNOLOGY/LEGAL/SUPPORT/SERVICES/SALES & MARKETING/ENGINEERING/HUMAN RESOURCES & MINING/LOGISTICS/FACILITIES MANAGEMENT/FINANCIAL SERVICES/SOCIAL CARE/SALES & MARKETING/ENERGY/OIL & GAS/ARCHITECTURE/ASSESSMENT & DEVELOPMENT/PUBLIC SERVICES/ACCOUNTANCY & FINANCE/EDUCATION/PHARMA/CONSTRUCTION & PROPERTY/RESOURCE MANAGEMENT/MANUFACTURING & OPERATIONS/RETAIL/INFORMATION TECHNOLOGY/SALES & MARKETING/STRATEGY/BANKING/MARKETING/ENGINEERING/TELECOMS/HUMAN RESOURCES & FINANCIAL SERVICES/PHARMA/MANUFACTURING/HEALTHCARE/ARCHITECTURE/PROCUREMENT/HUMAN RESOURCES & MINING/ENGINEERING/HUMAN RESOURCES & MINING/CONTACT CENTERS/SOCIAL CARE/OPERATIONS/ENERGY/HEALTHCARE/OFFICE SUPPORT/LEGAL/OIL & GAS

Q&A?

DZIĘKUJEMY