



Employer  
Branding  
Institute

**Kandydaci 2.0:**

studenci i absolwenci w internecie

*raport z badań*

## Podsumowanie

Celem badania Kandydaci 2.0 było znalezienie odpowiedzi na pytanie jak pokolenie Y korzysta z internetu, jak poszukuje informacji o pracodawcach, jakie ma preferencje w zakresie wykorzystania internetu w procesie poszukiwania pracy i aplikowania na konkretne oferty. Chcieliśmy także sprawdzić czy oczekiwania pokolenia internetu (ang. *net generation*) znacząco różnią się od ofert wystawianych przez pracodawców i jak można wykorzystać tę wiedzę w komunikacji i rekrutacji z tak specyficzną grupą odbiorców. Wyniki badania można podsumować w kilku zdaniach:

- Pokolenie które wkracza właśnie na rynek pracy to niewątpliwie pokolenie internetu. Czas jaki młodzi ludzie spędzają online przerasta wyobrażenia pracownika w średnim wieku, nie mówiąc o przedstawicielach starszego pokolenia. Średnio młody człowiek spędza w internecie kilka godzin dziennie, nierzadko pozostając online przez większość swojej aktywności. Jeśli połączymy to z faktem, że jeszcze wciąż mało osób korzysta z internetu w telefonach komórkowych (co oznacza, że czas spędzony online będzie tylko wzrastał) te dane mogą zaskakiwać. **To co ważne dla HR to zaasymilowanie faktu, że jest to naturalna i nieodwracalna droga rozwoju społeczeństwa.** Nigdy komunikacja nie będzie już wyglądać tak samo, ani zmieniać się tak wolno jak kiedyś.
- Kandydaci 2.0 poszukują zarówno informacji o pracodawcach, jak i ofert pracy w internecie. Najczęściej robią to w dosyć standardowy sposób, czyli poprzez portale pracy i strony kariery pracodawców. Co ciekawe, mimo bardzo dużej aktywności na serwiach społecznościowych typu Facebook, młodzi ludzie wcale nie są zainteresowani ani ofertami pracy, ani aplikowaniem do pracy poprzez ten kanał komunikacji. Z względu na fakt, że duża wiarygodnością obdarzają bezpośrednio źródła informacji takie jak pracownicy firmy i znajomi, słuszną wydaje się idea rozbudowywania **profilu społecznościowych pracodawców włączających byłych i obecnych pracowników firmy** oraz **systemów poleceń pracowniczych** bazujących na zaufaniu w relacjach ze znajomymi.
- **78% respondentów odrzuciłoby ofertę pracodawcy, który ma złą opinię wśród znajomych respondentów!** Niezwykle wyraźnie zaznacza to dwie ważne prawdy. Po pierwsze, marka pracodawcy buduje się w głównej mierze wewnątrz organizacji i to od niej powinniśmy zaczynać działania employer brandingowe. Po drugie, co może wydawać się kontrowersyjne, **marka pracodawcy nie należy do pracodawcy.** Owszem, możemy w pewien sposób wpływać na to gdzie i o czym rozmawiają użytkownicy, przygotowując im choćby do tego miejsce w sieci, ale to co o nas powiedza jest funkcją wielu różnych doświadczeń byłych, obecnych i przyszłych pracowników.

### Podsumowanie

Jako podsumowanie warto uzmysłowić sobie fakt, że sposób funkcjonowania tego pokolenia to nie trend, ale zmiana sposobu poszukiwania i korzystania z informacji przez człowieka. Lawinowo rosnąca ilość informacji, a właściwie dostęp do nich, całkowicie zmieniają sposoby poznawczego funkcjonowania człowieka: komunikacji, rozwiązywania problemów czy podejmowania decyzji. I nie da się tego zmienić. To co można zrobić, to zadać sobie pytanie jakie szanse dla pracodawców płyną z faktu, że młodzi w tak intensywny sposób korzystają z internetu? Jak wykorzystać łatwość z jaką poruszają się w świecie wirtualnym i odnieść sukces zaspokajając ich potrzeby w zakresie informacji o pracy, pracodawcach i konkretnej ofercie. Im szybciej to zrozumiemy, tym łatwiej będzie nam rozmawiać i współpracować z tym pokoleniem.

**Celem badania** było znalezienie odpowiedzi na następujące pytania:

Jak studenci i absolwenci korzystają z **internetu**?

Jak młodzi ludzie **poszukują pracy/staży** w Internecie?

Jak i jakich informacji **o pracodawcach** poszukują?

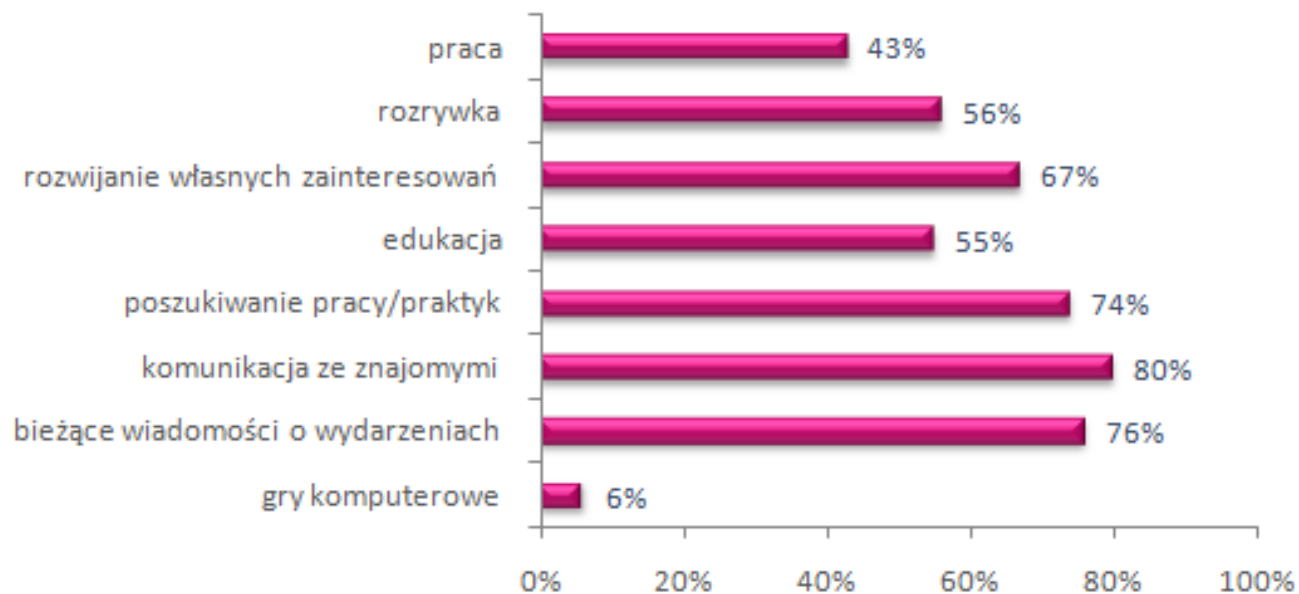
**Informacje o badaniu** i próbie badawczej:

- Badanie zostało przeprowadzone na grupie 1074 studentów i absolwentów do 2 lat po studiach
- Średnia wieku osób badanych wyniosła 23 lata.
- Wśród osób badanych 97% ma za sobą pracę stałą, dorywczą lub staż, a 94% jest w trakcie poszukiwania pracy lub stażu
- Najbardziej popularne branże wśród poszukiwań respondentów to: administracja biurowa, marketing/reklama/PR, HR, finanse i ekonomia, media, administracja państwowa, doradztwo i konsulting, badania, internet/e-commerce

# Kandydaci 2.0 w internecie

## Co Kandydaci 2.0 **robią** w internecie?

### Najczęściej korzystam z internetu w następujących obszarach:



### Ile czasu spędzają w internecie?

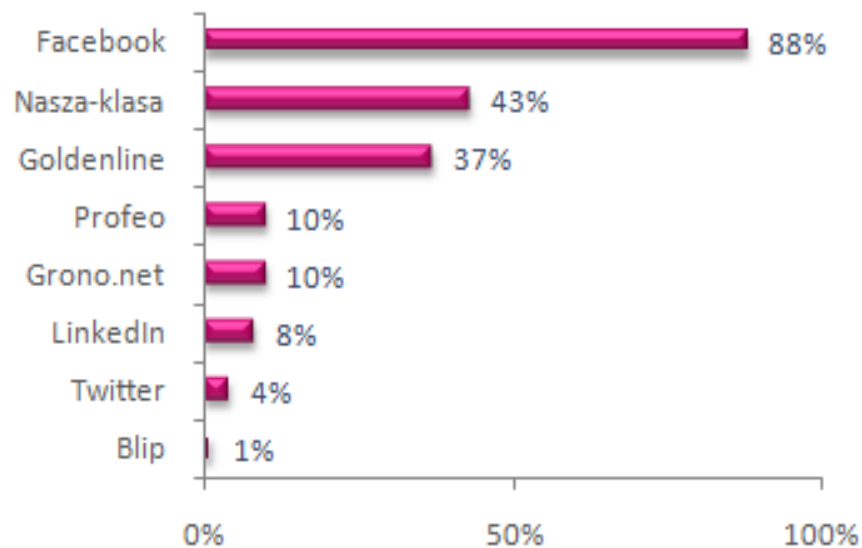
27% 5-7 godzin dziennie  
51% 2-4 godziny dziennie

### Za pomocą czego korzystają z internetu?

**100 % komputera**  
17% komórki

Z jakich **portali społecznościowych** korzystają Kandydaci 2.0?

**Korzystam z następujących portali społecznościowych:**



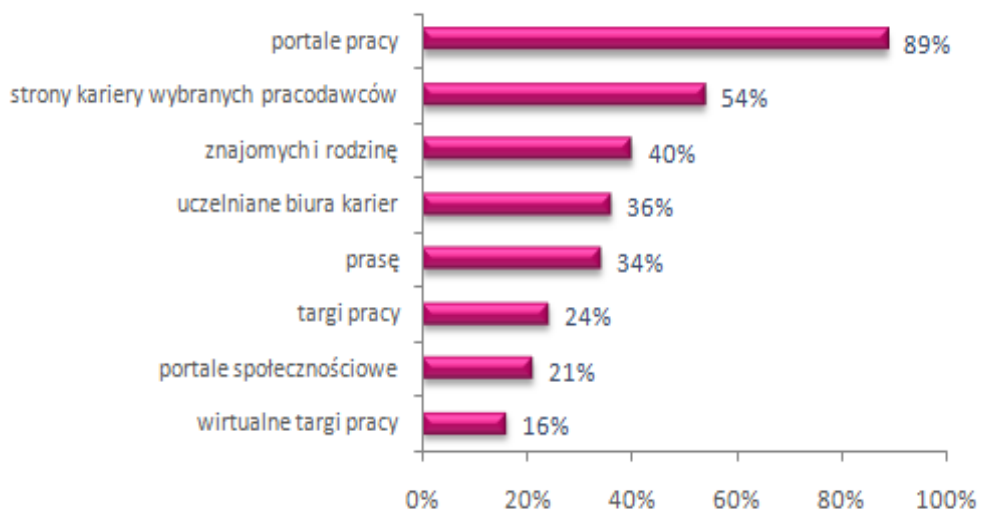
Ile czasu **dziennie** poświęcają na korzystanie z powyżej zaznaczonych portali?

**59%** poświęca mniej niż godzinę  
**36%** poświęca od 1 do 3 godzin

# Kandydaci 2.0 i praca

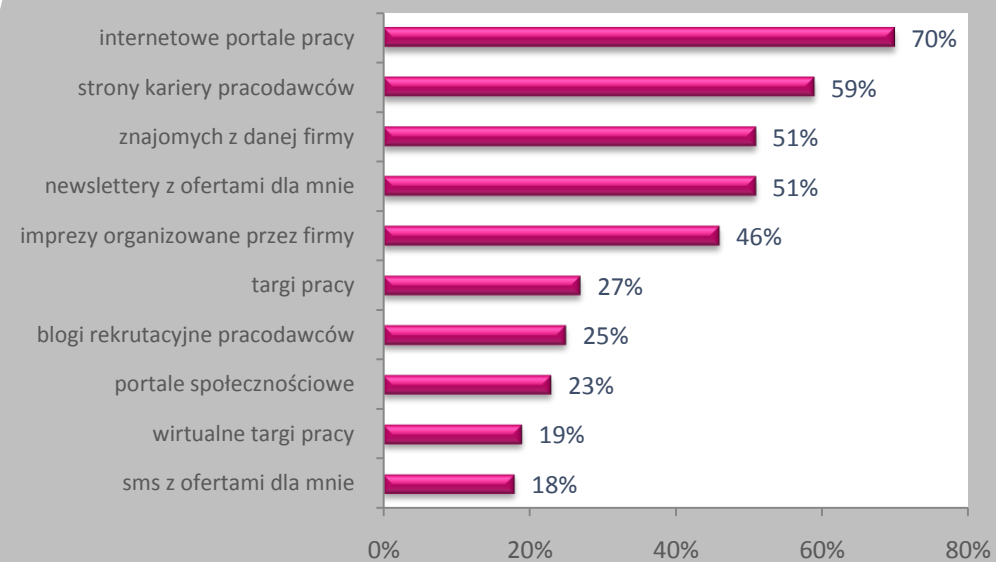
## Jak szukają pracy?

### Pracy/praktyk/staży szukam poprzez:



## Jak **chcieliby** szukać pracy?

### Jeśli miałbym nieograniczony wybór najchętniej szukałbym pracy przez:





**Elżbieta Flasińska**, Grupa Pracuj, do której należy Pracuj.pl:

Wyniki badania potwierdzają tezę o coraz większej digitalizacji nowych pokoleń pracowników. Pokolenie Y, czyli obecni studenci i absolwenci nie wyobrażają sobie życia bez dostępu do Internetu, który jest dla nich nie tylko narzędziem, ale przede wszystkim ich 'naturalnym' środowiskiem przybywania. Miejscem, gdzie szukają informacji o aktualnych wydarzeniach, komunikują się ze znajomymi, rozwijają zainteresowania oraz oczywiście szukają pracy/praktyk i informacji o pracodawcach.

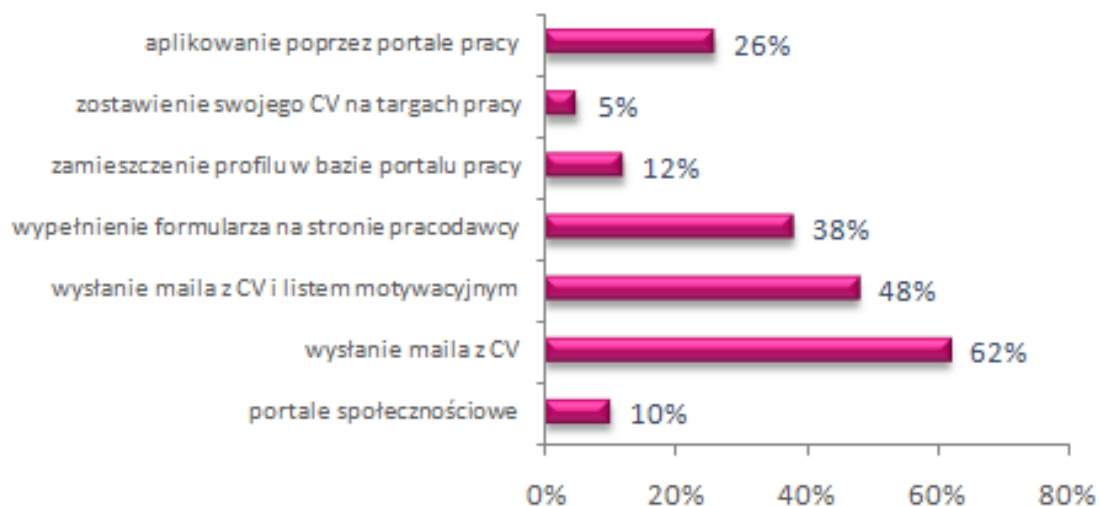
Coraz częściej aktywność młodych ludzi w sieci skupia się wokół portali społecznościowych, które dają możliwość agregacji różnych funkcji, jakie spełnia globalna sieć. Co ciekawe jednak, nie są one na razie miejscem pierwszego wyboru, jeśli chodzi o szukanie propozycji zatrudnienia. Tu, jak na razie, zdecydowaną przewagę mają portale pracy i strony kariery pracodawców.

Choć prawie wszyscy kandydaci sprawdzają informacje o potencjalnych pracodawcach w Internecie, to bardziej ufają opiniom znajomym i obecnych pracowników firm, do których chcieliby aplikować. Interesujące jest również to, że mimo tego, iż należą do pokolenia „siecików”, to bardzo cenią sobie osobisty kontakt z przyszłym pracodawcą i chętnie odwiedziłoby go w realu, przed podjęciem decyzji o wysłaniu CV.

Mimo, że kandydaci 2.0 przebywają dużą część czasu w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości wirtualnej, to wymarzona praca kojarzy im się przede wszystkim ze stabilnością zatrudnienia. Może być to o tyle zastanawiające, że dla większości badanych najważniejsze są w pracy możliwości rozwoju i zdobywanie doświadczeń, które nie zawsze idą w parze z wieloletnim zatrudnieniem w jednej firmie. Jak widać więc, pokolenie Y charakteryzuje pewna ambiwalencja i poszukiwanie optymalnych rozwiązań, które umożliwią im samorealizację jako pracownika, ale przede wszystkim jako człowieka.

## Jak chcieliby **aplikować** do pracy?

### Preferuję aplikowanie do pracy przez:



### **Piotr Langer, Dyrektor ds. Marketingu Personalnego UniCredit**

Przyglądając się wynikom badania, rodzi się pytanie czy **Polskich kandydatów do pracy możemy już nazwać mianem generacji 2.0?** Naturalnie jako najbardziej wiarygodne źródła informacji o firmie wskazują oni pracowników (tak byłych jak i obecnych) oraz znajomych. Niemniej jednak co zaskakuje – poszukując zatrudnienia, jedynie co piąty z nich wykorzystuje do tego celu platformy społecznościowe. Tym samym, portale umożliwiające wzajemną komunikację i szybkie dotarcie do najbardziej wiarygodnych osób, są niejako pomijane na rzecz tradycyjnych mediów - portali pracy (89%). W tym aspekcie Polska wyróżnia się na tle innych rozwiniętych rynków, np. Europy zachodniej i USA, gdzie bezpośredni kontakt z pracodawcą uznawany jest za najbardziej efektywną i porządaną formę poszukiwania pracy.

## Co przeszkadza Kandydatom 2.0 w poszukiwaniu pracy?

### W szukaniu pracy najbardziej przeszkadza mi:



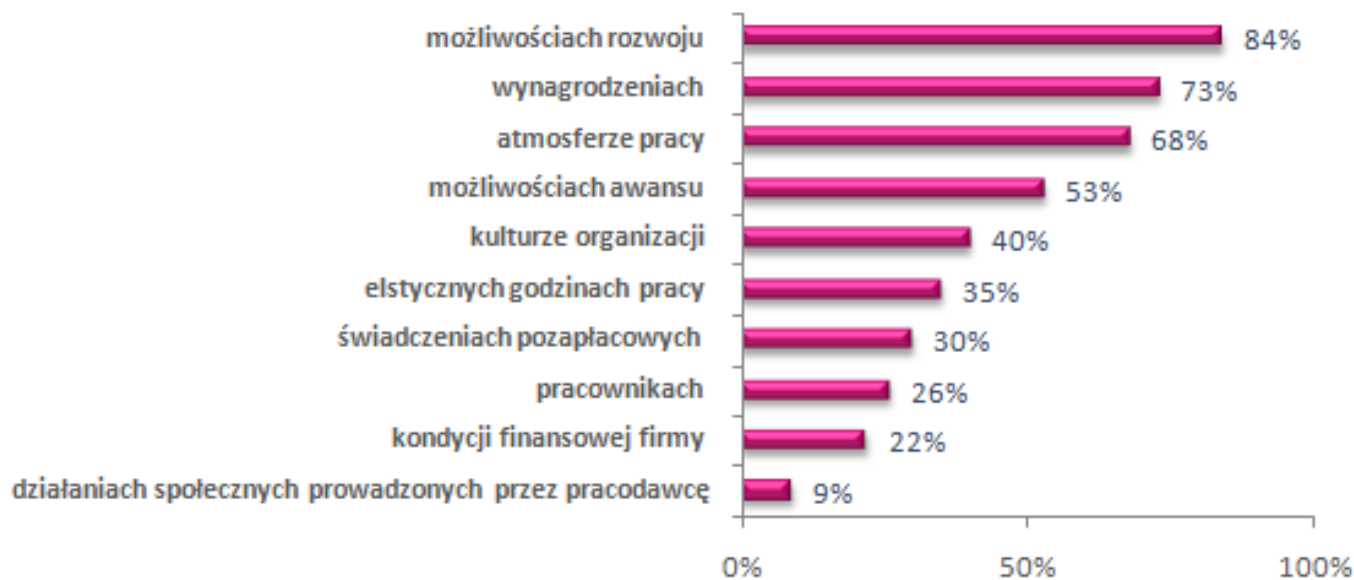
**Urszula Płosarek**  
HR Executive Specialist, KPMG

Kandydaci 2.0 nie przyjmą już wymówki osoby rekrutującej, że dostaje kilkaset zgłoszeń na pojedyncze ogłoszenie o pracy, więc nie jest w stanie na wszystkie odpowiedzieć. Brak kontaktu z naszej strony w najlepszym wypadku będzie rodzić wątpliwości, czy CV w ogóle do nas dotarło (zatem kandydaci będą wysłać je wielokrotnie, aż do skutku), ale najpewniej będzie dla nich sygnałem braku profesjonalizmu z naszej strony. Z tego względu na te dwa zastrzeżenia powinniśmy zwrócić szczególną uwagę w nadchodzących latach.

Młode osoby, same będąc praktycznie stale on-line, tego samego będą oczekiwać od drugiej strony w każdej interakcji – czy to z inną osobą, czy z firmą, do której aplikują – bo doskonale wiedzą, że technologia już to umożliwia. Ustawienie w skrzynce pocztowej, do której spływają aplikacje kandydatów, automatycznej odpowiedzi z podziękowaniem za przesłaną wiadomość zazwyczaj nie jest trudne do wprowadzenia ani technologicznie skomplikowane, a może mieć istotny wpływ na wizerunek firmy w oczach kandydata i motywację do dalszych z nią kontaktów. Dla młodych osób, które niejednokrotnie wyżej cenią szybkość odpowiedzi od jej dokładności, już samo potwierdzenie otrzymania zgłoszenia, szablonowa wiadomość zawierająca zapewnienie o uważnym analizowaniu każdego zgłoszenia i choćby powtórzony komunikat, że skontaktujemy się tylko z wybranymi kandydatami lepiej świadczy o pracodawcy, niż jego całkowite milczenie.

## Jakich informacji o pracodawcy **szukają**?

W poszukiwaniu informacji o pracodawcy najbardziej interesują mnie dane o:



Czy sprawdzają informacje o pracodawcach?

**96%** sprawdza informacje o pracodawcach w internecie

**82 %** śledzi w internecie informacje zamieszczone przez pracodawców branż pod uwagę w przypadku ubiegania się o praktyki/staże/pracę

## Jakie źródła są **najbardziej wiarygodne**?

**Najbardziej wiarygodne** źródła informacji o pracodawcy to:

**Miejsce 1:** Obecni pracownicy

**Miejsce 2:** Znajomi

**Miejsce 3:** Byli pracownicy

### **Dalsze miejsca:**

Rankingi pracodawców

### **Dalekie miejsca:**

Strona kariery pracodawcy

Ogłoszenia o pracę

Opinie internautów

Targi pracy

Ambasadorzy na uczelniach

Oficjalne komunikaty w mediach

Blog firmowy

Jak wynika z raportu kandydaci 2.0 to pokolenie wysoce wrażliwe na informację, w tym również informację od pracodawcy. Jest to z pewnością, konsekwencją rozwoju nowych narzędzi informacyjnych oraz w głównej mierze również portali społecznościowych takich jak. Facebook, z którego korzysta aż 88% respondentów. Porozumiewanie się za pomocą portali społecznościowych zmniejsza koszty transakcyjne wymiany informacji, dlatego jest łatwiejsze i preferowane przez młodych ludzi. Potęguje „siłę słabych więzi”, czyli umożliwia kontakt z osobami dawno niewidzianymi, kolegami z liceum czy byłymi współpracownikami, z którymi na ogół nie mamy kontaktu na co dzień. Sytuacja poszukiwania informacji o pracodawcy sprawia, że do tych kontaktów jednak się zwracamy. Pracodawcy, chcąc bądź niechcąc, są obecni na facebooku. Opinie znajomych mają dla kandydatów bardzo duże znaczenie (78% odrzuciłoby ofertę pracodawcy, który ma negatywną opinię wśród znajomych). Tym samym, co raz mniej w ocenie pracodawcy liczą się takie kryteria jak stabilność zatrudnienia czy wynagrodzenie, co raz bardziej „miękkie”, kryteria takie jak na przykład, kultura organizacji. Strategie Employer Bandingowe muszą być zatem oparte na rzeczywistych wartościach, jakie wyznaje pracodawca. Inaczej zostanie to szybko zweryfikowane.

**Kasia Urbaniak**, studentka V roku UW  
autorka bloga [hrmlab.blog.com](http://hrmlab.blog.com)

Co **liczy się** dla Kandydatów 2.0 podejmujących decyzję o przyjęciu oferty pracy konkretnego pracodawcy?

### Odrzuciłbym/abym ofertę pracodawcy, który:



**Karolina Radziszewska** HR Manager  
oraz

**Manuela Rejman** HR Advisor  
agencja zatrudnienia **Randstad**:

Aż 80% respondentów badania zwraca uwagę na to jak treści w internecie mogą być odebrane przez potencjalnego pracodawcę, co z resztą pokrywa się z wynikami badania Randstad dotyczącymi wykorzystania mediów społecznościowych. Jednak przy tak dużej świadomości tego faktu, dziwi nas jak bardzo bezkompromisowo szczerze i otwarte są wpisy na portalach społecznościowych. Zastanawialiśmy się nawet, czy popularnym zawodem przyszłości nie będzie "czyściciel" tożsamości internetowej - kiedy całe to pokolenie, które dobrze się obecnie bawi na FB, zostanie politykami, adwokatami, lekarzami... Badania pokazują, że mimo wszystko są oni świadomi potencjalnych konsekwencji zbytnej szczerości w sieci.



## Anita Wojtaś-Jakubowska

Konsultant social HR, dyrektor strategii w agencji marketingu społecznościowego Ostryga

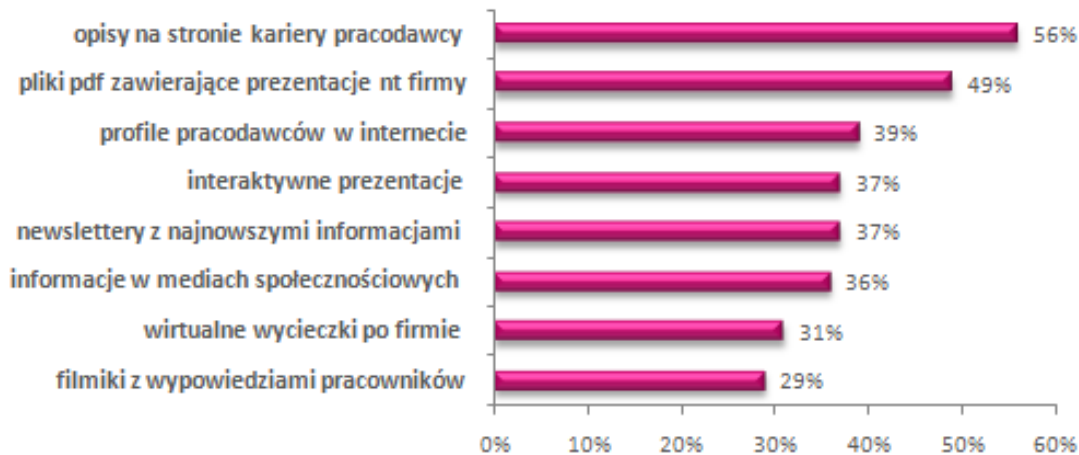
Z badania płyną dwa główne, istotne dla pracodawców wnioski. Po pierwsze, internet i social media są naturalnym środowiskiem aktywności młodych kandydatów do pracy. Jak wynika z raportu, aż 95% młodych ludzi spędza w internecie więcej niż 2 godziny dziennie, a serwisem społecznościowym ich pierwszego wyboru jest Facebook.com. Po drugie, kandydaci chcą aplikować do pracodawców głównie poprzez serwisy rekrutacyjne, strony kariery, targi pracy.

Jak pogodzić oba, na pozór sprzeczne wnioski, w dobie rosnącej popularności social media? Wyniki badania podpowiadają, by nie traktować Facebooka i innych kanałów social media jak nowej, interaktywnej tablicy ogłoszeniowej. Warto wykorzystać dostępne na FB narzędzi do budowania marki pracodawcy jako firmy komunikacyjnie otwartej: chcącej rozmawiać z kandydatami, ciekawej ich pomysłów i sugestii, nie zakładającej, że zna kandydata lepiej niż on sam.

Podstawą społeczności jest interakcja, pozwólmy więc kandydatom wejść w prawdziwą interakcję z naszą marką. Niech sami zdecydują, jakich informacji im brakuje, co chcą wiedzieć na temat firmy i prowadzonej rekrutacji. Jeśli będą chcieli zobaczyć dział, do którego aplikują lub porozmawiać z przyszłym szefem, dajmy im taką możliwość (np. poprzez czat z szefem bądź pracownikami działu). Jeśli będą chcieli obejrzeć firmę od środka, zapewnimy im taki dostęp (np. poprzez zorganizowanie nieformalnej sesji zdjęciowej lub konkursu, którego efektem będzie udział w dniu otwartym w firmie). Jeśli chcą wiedzieć, jakie możliwości rozwoju zapewnia firma, dajmy im możliwość poznania osób, które przeszły ścieżkę kariery i chcą o tym opowiedzieć. Spójrzmy na social media jak na sposób komunikacji, a nie kanał, z którego korzystamy.

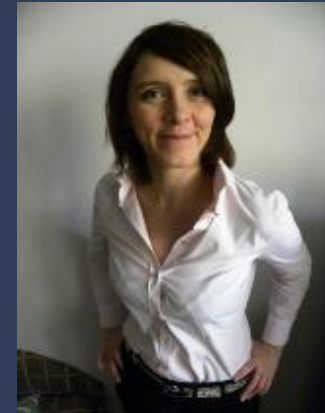
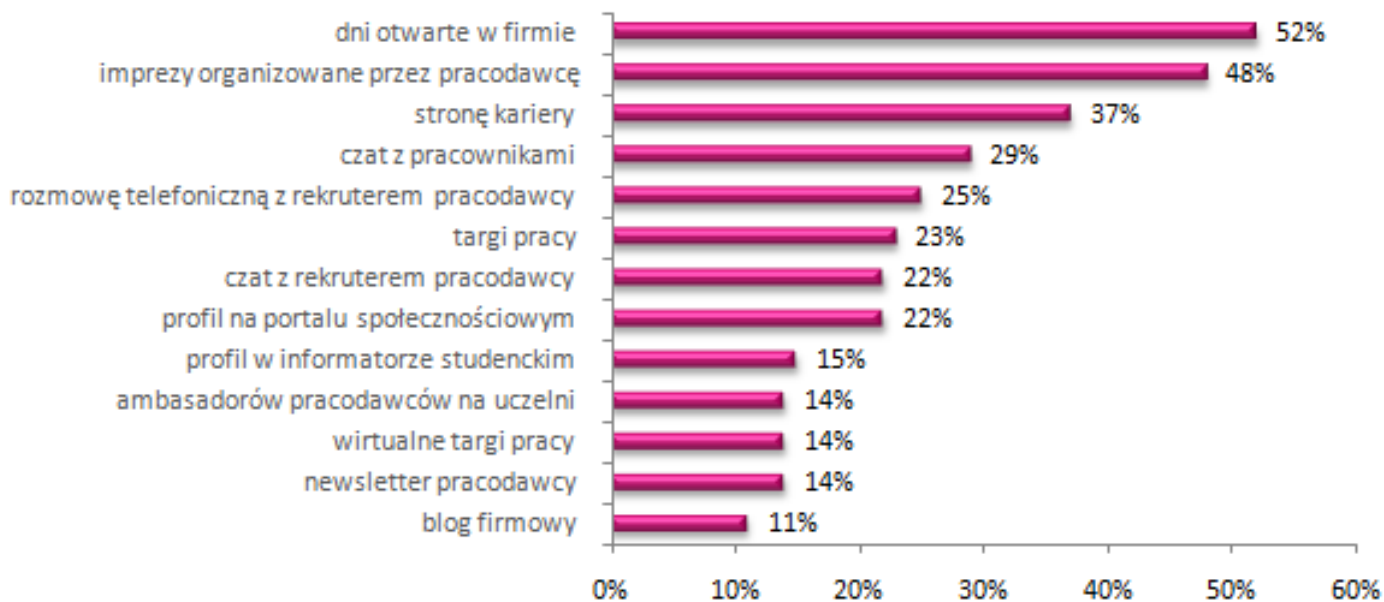
## Jakie **formy przekazu** przekonują Kandydatów 2.0?

### Z poniższych form przekazu informacji o pracodawcy w internecie najbardziej do mnie przemawiają:



## Jak chcieliby poszukiwać informacji o pracodawcach?

Jeśli miałbym nieograniczony wybór, najchętniej szukałbym/szukałabym informacji o pracodawcy poprzez:



Barbara Zych

ekspert [Employer Branding Institute](#)

Kandydaci 2.0 poszukują zarówno informacji o pracodawcach, jak i ofert pracy w internecie. Najczęściej robią to w dosyć standardowy sposób, czyli poprzez portale pracy i strony kariery pracodawców. Co ciekawe, mimo bardzo dużej aktywności na serwiach społecznościowych typu Facebook, młodzi ludzie wcale nie są zainteresowani ani ofertami pracy, ani aplikowaniem poprzez ten kanał komunikacji. Z względu na fakt, że duża wiarygodnością obdarzają bezpośrednie źródła informacji takie jak pracownicy firmy i znajomi, słuszną wydaje się idea rozbudowywania profili społecznościowych pracodawców facylitującymi kontakty z pracownikami firmy oraz systemy poleceń pracowniczych.

Czy Kandydaci 2.0 dbają o **swój wizerunek**?

**80%** zwraca uwagę na to jak ich komentarze i aktywność w internecie może być odebrana przez pracodawcę



**Karolina Radziszewska** HR Manager oraz **Manuela Rejman** HR Advisor

agencja zatrudnienia **Randstad**

Co naszym zdaniem najbardziej charakterystyczne, to fakt, że z badania **Kandydaci 2.0 – studenci i absolwenci w Internecie** wyłania się obraz młodego pokolenia praktycznie żyjącego w Internecie - badani spędzają w nim nie mniej niż 2-4 godzin dziennie! To naprawdę bardzo dużo czasu!

W oczy rzuca się też duża waga **Facebooka** jako medium komunikacji. Naszym zdaniem jest to jasna wskazówka dla firm próbujących dotrzeć do kandydatów do pracy, gdzie należy być obecnym, aby zostać zauważonym jako pracodawca.

Z badania generalnie wynika, że **internet jest najbardziej praktycznym sposobem na dotarcie do potencjalnych pracownikówz informacją o posiadanym wakacie**. W tym obszarze zbieżność faktycznych sposobów poszukiwania pracy z oczekiwanymi wskazuje na to, że jest to rozwiązanie wygodne dla kandydatów i że tak pozostanie w najbliższej przyszłości

Badanie rysuje również bogaty obraz dzisiejszych kandydatów. Decyzję o podjęciu pracy podejmują w zasadzie w oparciu o 3 zmienne: opinia znajomych, wysokość wynagrodzenia oraz informacja o ścieżce kariery (brak jasnej ścieżki kariery może spowodować odrzucenie oferty). Fakt takiego ważenia decyzji o atrakcyjności pracodawcy podkreśla **wagę zadowolenia obecnych i byłych pracowników firmy** w pozyskiwaniu najlepszych kandydatów do pracy w przyszłości.

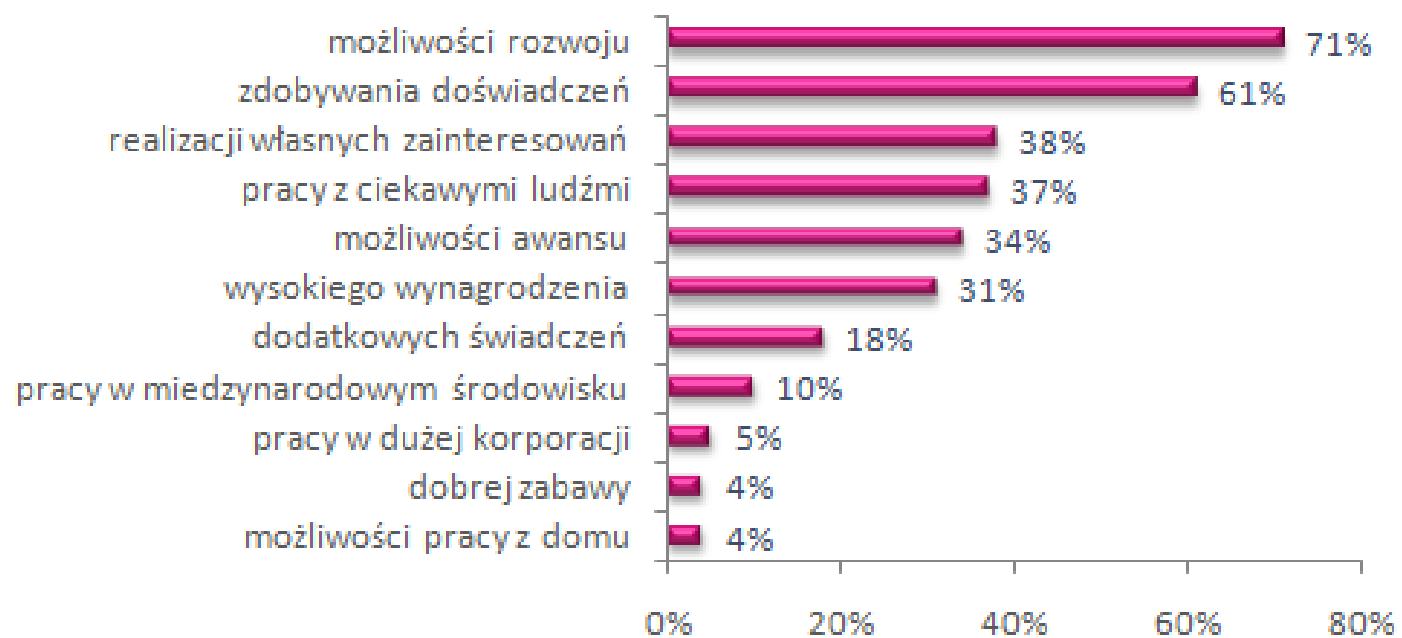
Kandydaci 2.0 wyraźnie lubią czuć zainteresowanie potencjalnego pracodawcy (aż dla 55% z nich jest ważne, aby pracodawca odpowiedział na wysłane zgłoszenie). Już na etapie zgłoszenia się do procesu rekrutacji chcą mieć pewność, że ich aplikacja została zarejestrowana czy zauważona. Podobnie chcieliby mieć możliwość doświadczenia atmosfery i treści pracy poprzez dni otwarte u pracodawcy –**obie wskazówki są bardzo cenne dla wszystkich rekrutujących**.

Finalnie z badania wyłania się wizerunek osób otwartych, komunikatywnych, aktywnych społecznie, ale w Internecie. Mają oni wizję własnego rozwoju, idącą w parze z wysokim wynagrodzeniem. Głównym źródłem wiedzy służącej ważnym życiowo decyzjom są znajomi.

## **Część IV. Wymarzona praca**

## Czego Kandydaci 2.0 poszukują w **pracy**?

### W pracy poszukują:



## Z czym kojarzy się **wymarzona** praca?

### Wymarzony praca kojarzy mi się z:



**Karolina Radziszewska** HR  
Manager  
oraz

**Manuela Rejman** HR Advisor  
agencja zatrudnienia **Randstad**:

Zaskoczyło nas też, że w odpowiedzi na pytanie „Z czym kojarzy Ci się wymarzona praca”, ponad połowa z objętych badaniem odpowiada: „stabilność zatrudnienia”. Jest to interesująca odpowiedź u tak młodych ludzi, przedstawicieli generacji kojarzonej z wolnością, mobilnością, beztrudnością - może to specyficznie polskie zjawisko, związane z olbrzymimi trudnościami młodych ludzi na rynku pracy na zasadzie: „Jak już będę miał tę pracę, to chcę się jej trzymać?”

Na drugim miejscu w pytaniu o wymarzonej pracy są: „nieograniczone możliwości rozwoju”. Ciekawi nas, jak badani definiują rozwój i mamy pewne podejrzenia, że może głównie przez wyższe stanowisko i wynagrodzenie, bo już interesujące, rozwijające projekty; kariera międzynarodowa i ważne prestiżowe projekty, pojawiły się na samym końcu listy.

# Zapraszamy!

[www.ebinstitute.pl](http://www.ebinstitute.pl)



Employer  
Branding  
Institute