



Rekrutteringsanalysen 2016

INDHOLD

BAGGRUND

3

METODE

5

EXECUTIVE SUMMARY

6

1. VIRKSOMHEDERNES REKRUTTERINGSKANALER I 2016

10

- Rekrutteringskanaler efter funktion og køn
- Rekrutteringskanaler over tid
- Rekrutteringskanaler over tid i private virksomheder
- Rekrutteringskanaler fordelt på brancher
- De effektive rekrutteringskanaler

2. SPOT PÅ ANSØGNINGSPAKKEN: ANSØGNING, CV OG BILAG

16

- Hvor mange ansøgninger modtager virksomhederne?
- Hvor lang bør ansøgningen være?
- Hvor langt bør CV'et være?
- Videoansøgningen: Den moderne ansøgning?
- Hvilke bilag bliver læst?
- Får I den profil, I efterspørger?

3. RESEARCH AF KOMMENDE MEDARBEJDERE

23

4. VIRKSOMHEDERNES BEDSTE RÅD TIL JOBSØGERE

25

5. SÅDAN RINGER DU TIL EN VIRKSOMHED

26

- 2 ud af 3 jobsøgere ringer med relevante spørgsmål
- Hvad består det gode opkald af?
- Så lang tid tager det gode opkald

6. SORTERING AF ANSØGERE OG SPROGKUNDSKABER

29

- Sorterer virksomhederne på objektive kriterier?
- Bliver du ansat, hvis du ikke kan dansk?
- Bliver du ansat, hvis du hverken kan dansk eller engelsk?

BAGGRUND

Konsulenthuset ballisager har igen i 2016 gennemført den årlige rekrutteringsanalyse for at undersøge virksomheders rekrutteringsproces og præferencer.

Spørgeskemaet, der ligger til grund for Rekrutteringsanalysen 2016, blev i juni udsendt til 1919 virksomheder. 854 virksomheder har svaret, hvilket giver en tilfredsstillende svarprocent på 44,5%.

Private virksomheder står for størstedelen af besvarelsene (70%):

Tabel 1

Virksomhedstype	Procent
Offentlig	30%
Privat	(70%)
▪ Små private virksomheder (1-49 ansatte)	34%
▪ Store private virksomheder (50+ ansatte)	36%

Respondenterne i undersøgelsen har følgende køn og faglige baggrund:

Tabel 2

	Mand	Kvinde	I alt
HR-chef eller HR-medarbejder	25%	52%	40%
Ansætter, men er ikke HR-medarbejder	75%	48%	60%
I alt	50%	50%	

For gennemsigtighedens skyld har vi også medtaget nedenstående oversigt over fordelingen af køn og faglig baggrund på hhv. små/store private virksomheder og offentlige virksomheder.

Tabel 3

	Mand	Kvinde	HR	Ikke-HR
Små private virksomheder	65%	35%	26%	74%
Store private virksomheder	44%	56%	55%	45%
Offentlige virksomheder	40%	60%	30%	70%

Af oversigten fremgår det, at mænd er stærkest repræsenteret inden for de små private virksomheder (65%), mens kvinder udgør en væsentligt større andel af de store private og de offentlige virksomheder (56% & 60%).

Derudover er medarbejdere uden HR-specialist-baggrund stærkest repræsenteret i de offentlige virksomheder (70%) og i de små private virksomheder (74%). I de store private virksomheder er fordelingen relativt jævn.

Følgende brancher er repræsenteret i de private virksomheder:

Tabel 4

Branche (kun private virksomheder)	Abs.	Procent
Bygge, anlæg og transport	79	11%
Design, reklame, marketing, arkitektur og kommunikation	72	10%
Detail, hotel, restauration og turisme	110	15%
Energi	24	3%
Finans, forsikring, revision og pension	48	6%
IT	66	9%
Medicinal, kemi og levnedsmidler	52	7%
Undervisnings-, kursus- og konsulentvirksomhed	56	7%
Anden branche	238	32%

Analysen er blevet inddelt i seks temaer.

VIRKSOMHEDERNES REKRUTTERINGSKANALER I 2016

SPOT PÅ
ANSØGNINGS-
PAKKEN:
ANSØGNING, CV & BILAG

RESEARCH
AF KOMMENDE
MEDARBEJDERE

VIRKSOM-
HEDERNES
BEDSTE RÅD
TIL JOBSØGERE

SÅDAN RINGER
DU TIL EN
VIRKSOMHED

SORTERING AF
ANSØGERE OG
SPROGKUNDSKABER

METODE

I år skelner vi som noget nyt udelukkende mellem størrelsen af virksomhederne i den private sektor, da vi har erfaret, at størrelsen på virksomheden ikke er nær så væsentlig for offentlige virksomheders rekrutteringsproces. Følgelig skelner vi kun mellem små/store private og offentlige virksomheder i analysen.

Vi har analyseret alle rådata og vil i denne analyse lægge vægt på væsentlige tendenser og interessante forskelle/udviklinger. I de tilfælde, hvor vi konstaterer forskelle på, hvordan eksempelvis mænd og kvinder rekrutterer, har vi undersøgt, hvorvidt forskellen gør sig gældende indenfor alle tre virksomhedstyper (små private, store private og offentlige). Kun i de tilfælde, hvor forskellen er gennemgående i alle virksomhedstyper, har vi beskrevet og bekræftet den i teksten.

Endelig har vi ved flere spørgsmål valgt ikke at medtage "ved ikke"-svar, hvis der har været 3% "ved ikke"-svar eller mindre. "Ved ikke" er i de tilfælde betragtet som non-respondenter.

REKRUTTERINGSKANALER

2,9



ANTAL AF KANALER

Virksomhederne bruger **2,9 kanaler** pr. ansættelse.

OPSLÅEDE STILLINGER

69%

69% af virksomhederne bruger **opslåede stillinger** som rekrutteringskanal.

49%

49% af virksomhederne ender med at ansætte en kandidat, som de først spottede via en ansøgning ifm. en opslået stilling.

SOCIALE MEDIER BOOMER I REKRUTTERING



42% af virksomhederne bruger LinkedIn som rekrutteringskanal – i 2015 var det 34%.



57% af de store private virksomheder bruger LinkedIn som rekrutteringskanal.



20% af virksomhederne bruger Facebook i deres rekruttering – i 2015 var det 14%.

ANSØGNINGSPAKKEN

ANTAL ANSØGNINGER

52 stk.

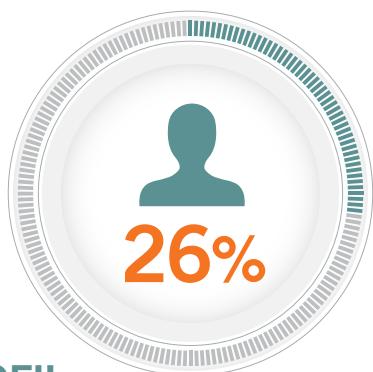
Så mange ansøgninger får virksomhederne i **gennemsnit**.

47 stk.

Så mange ansøgninger får **private** virksomheder.

64 stk.

Så mange ansøgninger får **offentlige** virksomheder.



PROFIL

26% af de små private virksomheder ansætter en kandidat med en anden profil, end den de søgte i opslaget.

BILAG

59%

59% af arbejdsgiverne kigger altid på eksempler på tidligere arbejde.

36% bemærker **sjældent eller aldrig** jobsøgerens eksamensbevis og karakterudskrift inden udvælgelsen til første samtale.

36%

CV & (VIDEO)ANSØGNINGER

70%

70% af virksomhederne vil have en **ansøgning på maks. 1 side** – i 2012 var det 55%.

83%

83% af virksomhederne foretrækker et **CV på maks. 3 sider** – i 2012 var det 87%.

19%

19% af virksomhederne mener, at en kort videopræsentation kan erstatte en traditionel ansøgning.

VIRKSOMHEDERNES RESEARCH AF KOMMENDE MEDARBEJDERE

95%



af virksomhederne tjekker referencer på kommende medarbejdere.

67%



af virksomhederne researcher en kommende medarbejder via LinkedIn.

43%



af virksomhederne bruger Facebook til at tjekke deres kommende medarbejder ud.

VIRKSOMHEDERNES BEDSTE RÅD TIL JOBSØGERE

62%

Sæt dig ind i virksomheden!

Lad din personlighed skinne igennem til jobsamtalen.

48%

45%

Vær forberedt til jobsamtalen.

SÅDAN RINGER DU TIL EN VIRKSOMHED

4 minutter & 36 sekunder

Så lang tid bør det gennemsnitlige opkald vare.



66%

af virksomhederne oplever, at de får **relevante spørgsmål**, når de bliver ringet op af en jobsøger.

1%

af virksomhederne siger, at **kandidaten IKKE bør ringe og stille spørgsmål**.

79%

af virksomhederne mener, at **et godt opkald** er kendetegnet ved, at kandidaten stiller spørgsmål, hvor svaret ikke fremgår af annoncen.

SORTERING AF ANSØGERE

OBJEKTIVE KRITERIER

83%

af arbejdsgiverne sorterer på baggrund af **uddannelse**.

10%

af arbejdsgiverne sorterer på baggrund af **køn**.

64%

af arbejdsgiverne sorterer på baggrund af **sprogkundskaber**.

26%

af arbejdsgiverne sorterer på baggrund af **alder**.

SPROGKUNDSKABER:

94%

“Det er svært eller umuligt at få arbejde i vores virksomhed, hvis man hverken kan tale engelsk eller dansk.”

“Det er svært eller umuligt at få arbejde i vores virksomhed, hvis man taler engelsk, men ikke dansk.”

57%

48%

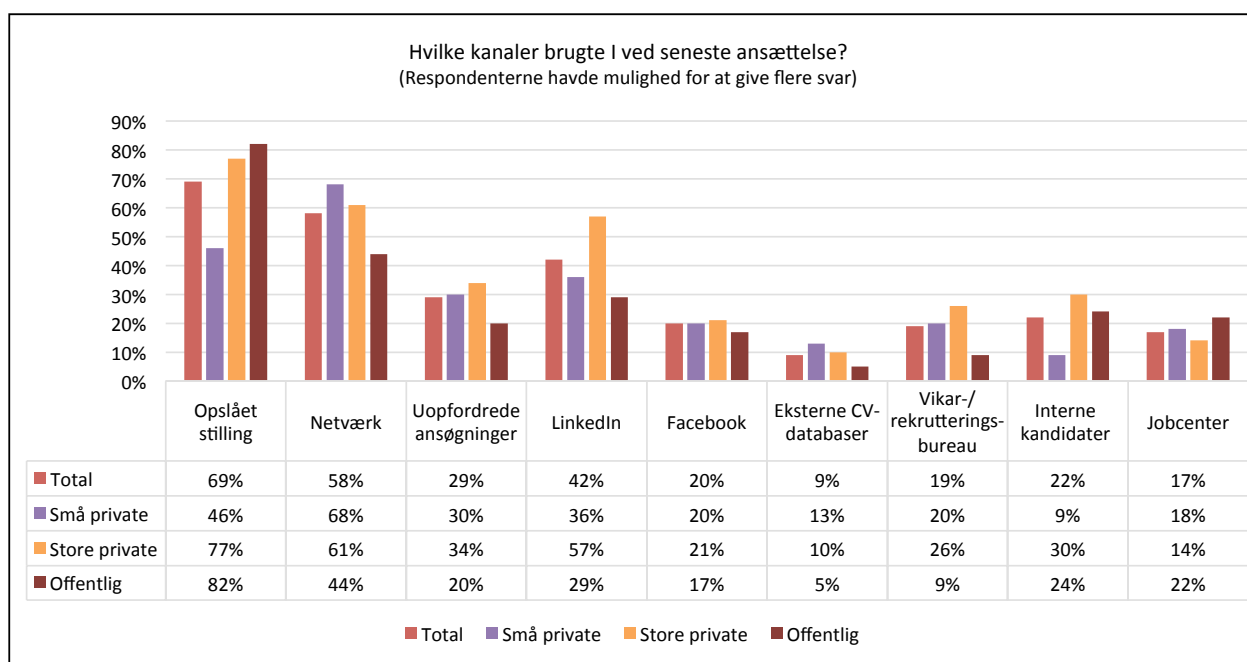
af de private virksomheder vil gerne ansætte en person, der taler engelsk, men ikke dansk. I det offentlige er det 31%.

1. VIRKSOMHEDERNES REKRUTTERINGSKANALER I 2016

For 6. år i træk har vi undersøgt, hvilke kanaler virksomhederne har brugt ved deres seneste ansættelse. Og igen i år er der nye tendenser at spore.

Virksomhedernes svar fordeler sig således:

Figur 1



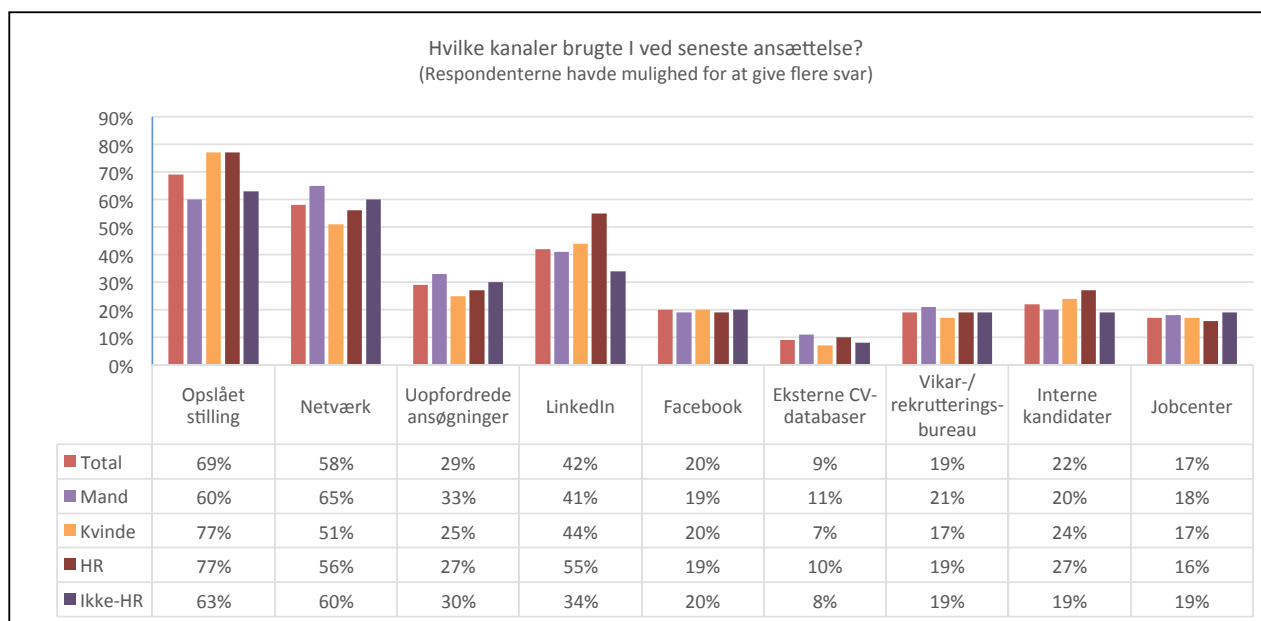
VÆRD AT BEMÆRKE

- De tre største rekrutteringskanaler er igen i år opslåede stillinger (69%), netværk (58%) og LinkedIn (42%).
- Tre forskelle mellem små og store private virksomheder:
 - LinkedIn er væsentligt mere populær i de store end i de små private virksomheder (57% vs. 36%).
 - Store private virksomheder foretrækker opslåede stillinger i langt højere grad end de små private virksomheder (77% vs. 46%).
 - Hele 30% af de store private virksomheder bruger interne kandidater til at besætte nye stillinger mod små 9% i de små private virksomheder.
- Netværk er den suverænt vigtigste rekrutteringskanal i små private virksomheder (68%).
- I det offentlige anvender hele 44% af virksomhederne deres netværk som supplerende kanal – selvom opslåede stillinger er topscorer.

REKRUTTERINGSKANALER – KØN OG FUNKTION

Vi har – som noget nyt – valgt at kigge lidt nærmere på nogle forskelle mellem hhv. mænd og kvinders samt HR- og ikke-HR-specialisters brug af rekrutteringskanaler ved seneste ansættelse. Svarene fordeler sig på følgende vis:

Figur 2



VÆRD AT BEMÆRKE

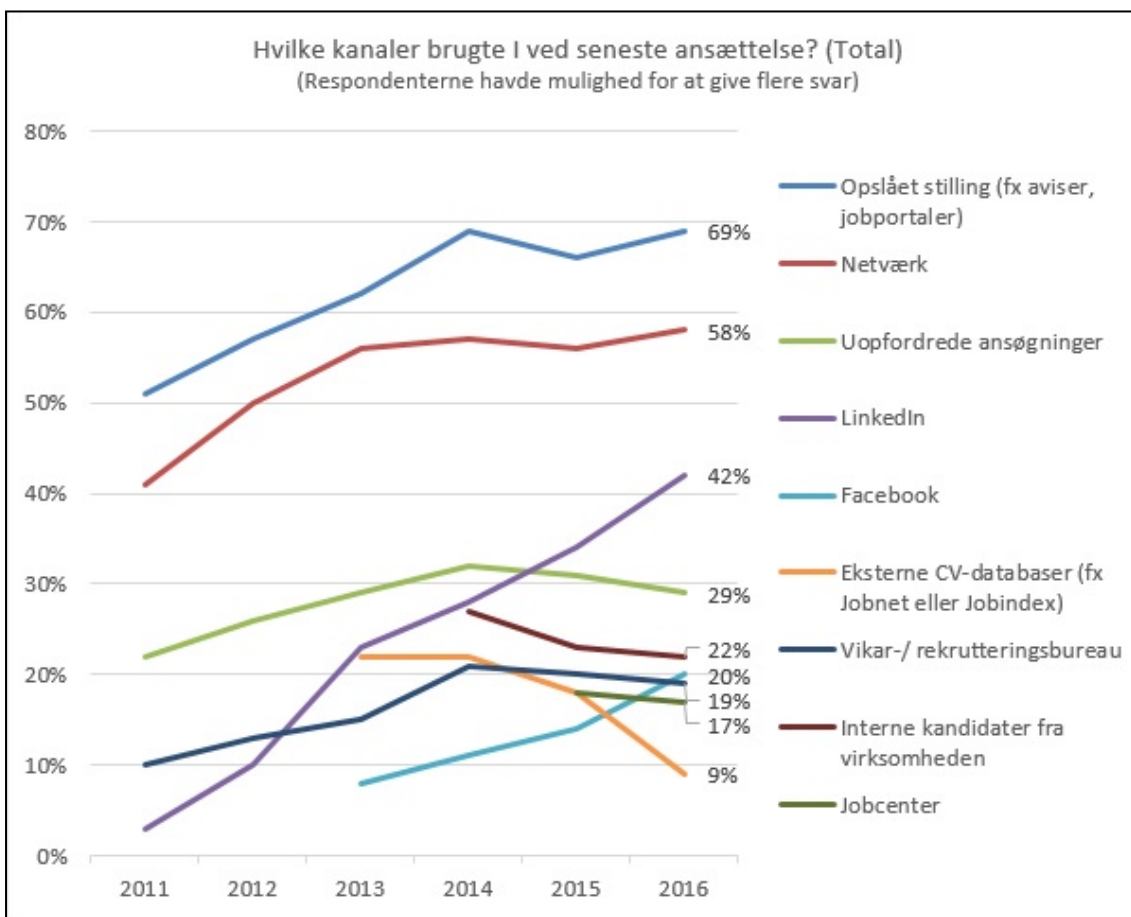
- HR-specialister bruger i snit mere end tre forskellige kanaler, mens ikke-HR-specialisterne i snit benytter 2,7 kanaler pr. rekrutteringsproces.
- Tre signifikante forskelle mellem mænd og kvinders brug af rekrutteringskanaler:
 1. Kvinder er større tilhængere af at bruge opslåede stillinger end mænd (77% vs. 60%).
 2. Mændenes foretrukne rekrutteringskanal er deres netværk (65%). Denne kanal bruges væsentlig mindre hos kvinderne (51%).
 3. Mænd er større tilhængere af at bruge uopfordrede ansøgninger (33% vs. 25%) end kvinderne.

REKRUTTERINGSKANALER OVER TID

Herunder kigger vi lidt nærmere på udviklingen i brugen af rekrutteringskanaler henover de seneste seks år.

I 2016 har vi registreret en stigning i brugen af fire kanaler, mens fire kanaler falder en smule. En enkelt kanal falder markant. Samlet set bruger virksomhederne 2,9 kanaler pr. ansættelse mod 2,8 sidste år.

Figur 3



VÆRD AT BEMÆRKE

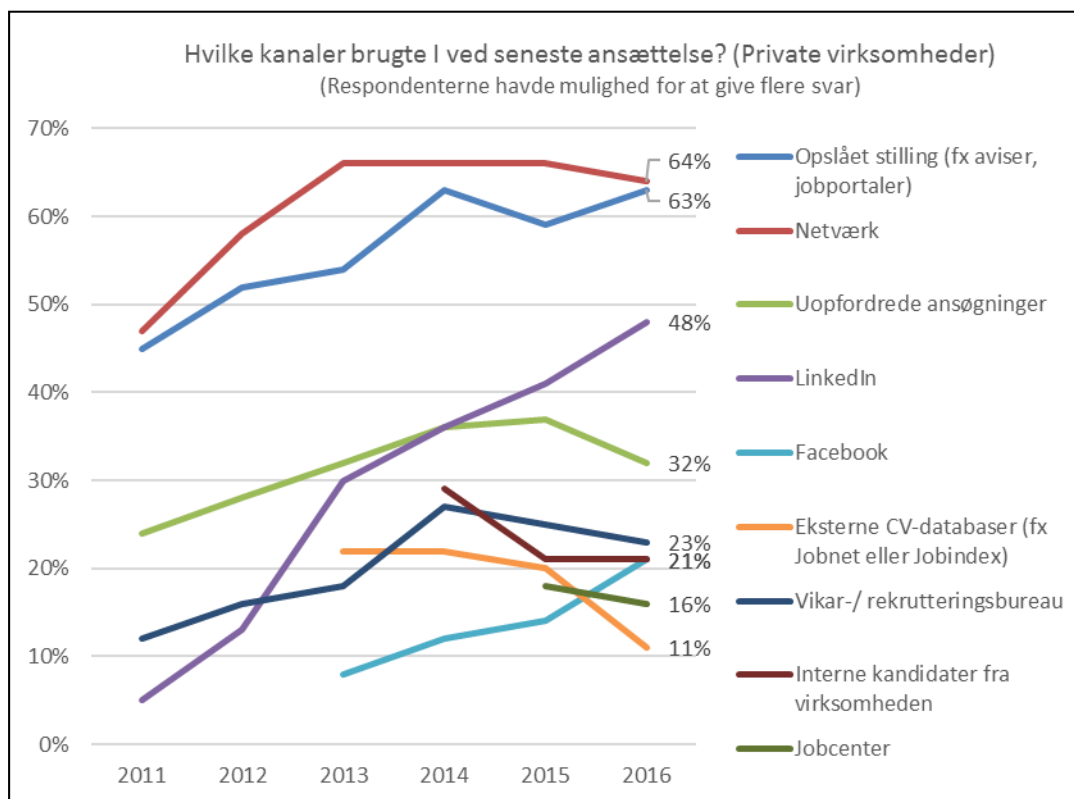
- LinkedIn fortsætter sin rekrutteringsmæssige optur og bruges nu af 42% af virksomhederne mod 34% sidste år.
- Brugen af Facebook er også steget markant fra 14% til 20%
- Brugen af eksterne CV-databaser er blevet halveret på ét enkelt år (fra 18% til 9%).



REKRUTTERINGSKANALER OVER TID I PRIVATE VIRKSOMHEDER

Brugen af rekrutteringskanaler adskiller sig en anelse, når vi zoomer ind på den private sektor. Samlet set bruger de private virksomheder – ligesom i 2015 – i gennemsnit 3,0 kanaler pr. ansættelse.

Figur 4



VÆRD AT BEMÆRKE



- Netværk er for 6. år i træk den mest populære rekrutteringskanal hos private virksomheder (64%), selvom brugen heraf er faldet en smule.
- Opslåede stillinger ligger millimetertæt bagved netværk og er nu tilbage på samme niveau som i 2014 (63%).
- LinkedIn fortsætter sin vækst og er nu for 6. år i træk vokset som rekrutteringskanal blandt de private virksomheder (48%).
- Brugen af Facebook er i år steget markant mere end de forgangne år fra 14% til 21%.
- Uopfordrede ansøgninger er tilsyneladende blevet mindre populære og er faldet fra 37% til 32%. Det samme gælder de eksterne CV-databaser, der er faldet fra 20% til 11% blandt de private virksomheder.

REKRUTTERINGSKANALER FORDELT PÅ BRANCHER

Som et andet nyt tiltag har vi i år valgt at kigge lidt nærmere på brancheforskelle i brugen af rekrutteringskanaler. I nedenstående tabel har vi udvalgt de fire mest brugte kanaler og fremhævet de flittigste (grøn) og mindst flittige (rosa) brugere af hver enkelt kanal.

Tabel 5

Hvilke kanaler brugte I ved seneste ansættelse? (Respondenterne havde mulighed for at give flere svar)				
Branche	Opslåede stillinger	Netværk	LinkedIn	Uopfordrede ansøgninger
Bygge, anlæg og transport	61%	56%	43%	30%
Design, reklame, marketing, arkitektur og kommunikation	32%	53%	29%	24%
Detail, hotel, restauration og turisme	47%	48%	22%	35%
Energi	83%	58%	67%	38%
Finans, forsikring, revision og pension	65%	63%	52%	29%
IT	44%	64%	59%	24%
Medicinal, kemi og levnedsmidler	71%	46%	46%	25%
Undervisnings-, kursus- og konsulentvirksomhed	41%	55%	48%	23%
Anden branche	51%	47%	33%	21%



VÆRD AT BEMÆRKE

- I de fleste brancher i den private sektor bruges opslåede stillinger og netværk hyppigst som rekrutteringskanal.
- De fire brancher, der bruger opslåede stillinger *mindst* er design/reklame/marketing m.m., detail/hotel m.m., IT samt undervisnings-/konsulentbranchen.
- LinkedIn bruges dog mere end opslåede stillinger i både IT-branchen (59% vs. 44%) og undervisnings- og konsulentbranchen (48% vs. 41%). Netværk er den mest anvendte kanal i de brancher.

DE EFFEKTIVE REKRUTTERINGSKANALER

I år har vi også spurgt virksomhederne om, hvor de første gang spottede den kandidat, som de valgte at ansætte.

Målet har været at få et klarere billede af, hvilke kanaler der er mest effektive for arbejdsgiver – og dermed for jobsøgeren.

Tabel 6

Tænk nu på den kandidat, som fik jobbet ved jeres seneste ansættelse. Gennem hvilken kanal spottede du den person, du endte med at ansætte?
(Respondenterne havde kun mulighed for at vælge ét svar)

Procent	Total	Små private	Store private	Offentlige
Ansøgning i forbindelse med stillingsopslag	49%	30%	50%	68%
Henvendelse via netværket	21%	30%	21%	10%
En uopfordret ansøgning	7%	8%	7%	5%
På LinkedIn	3%	5%	3%	1%
På Facebook	1%	1%	1%	2%
I en ekstern CV-database	2%	3%	1%	0%
Via vikar- og rekrutteringsbureau	10%	14%	11%	3%
Stillingen blev besat med en intern kandidat	3%	2%	3%	5%
Jobcentret henviste	4%	7%	2%	5%



VÆRD AT BEMÆRKE

- Opslåede stillinger ser ud til at være den mest effektive rekrutteringskanal.
- Hver femte virksomhed ender med at ansætte en kandidat, som de har bemærket gennem deres netværk.
- På nogle punkter ligner de store private mere det offentlige, end de ligner de små private i deres rekrutteringsadfærd.
- Tallene indikerer, at de som bruger vikar- og rekrutteringsbureauer har succes med det. I hvert fald indtager denne kanal tredjepladsen over de mest effektive rekrutteringskanaler (10%).
- 42% af virksomhederne anvendte LinkedIn og 20% brugte Facebook som en del af deres rekrutteringsproces, sidst de ansatte. Alligevel er det kun hhv. 3% og 1%, der spottede den endelige kandidat gennem de to kanaler.
- I de små private virksomheder er netværk og opslåede stillinger to lige effektive rekrutteringskanaler (30%).
- Kvinder spotter langt oftere end mænd en kandidat gennem opslåede stillinger (59% vs. 39%).

2. ANSØGNINGSPAKKEN: Ansøgning, CV og bilag

I dette års rekrutteringsanalyse har vi valgt at udforske den mest anvendte rekrutteringskanal: Opslåede stillinger.

Vi har spurgt lidt nærmere ind til den skriftlige ansøgning, CV'et og bilagene. Og derudover har vi spurgt ind til, om virksomhederne ender med at ansætte den profil, som de oprindeligt har søgt, når de rekrutterer gennem opslåede stillinger.

Hvor mange ansøgninger modtager virksomhederne?

Vi har spurgt virksomhederne, hvor mange ansøgninger de har modtaget på deres senest opslåede stillinger. Dertil har vi undersøgt, om antallet af ansøgere varierer på tværs af regioner og brancher.

Tabel 7

Hvor mange ansøgninger fik I til den senest opslåede stilling?			
	Total	Private	Offentlige
0-9	15%	17%	11%
10-19	19%	21%	13%
20-39	23%	23%	23%
40-59	14%	14%	15%
60-79	10%	9%	13%
80-100	8%	6%	11%
Over 100	11%	10%	14%
Gennemsnitligt antal ansøgninger	52	47	64

Tabel 8

Gennemsnitligt antal ansøgninger fordelt på geografi og branche			
Region Hovedstaden	59	Bygge og anlæg og transport	46
Region Sjælland	54	Design, reklame, marketing, arkitektur og kommunikation	43
Region Nordjylland	47	Detail, hotel, restauration og turisme	52
Region Midtjylland	48	Energi	66
Region Syddanmark	51	Finans, forsikring, revision og pension	38
Hele landet	52	IT	42
		Medicinal, kemi og levnedsmidler	59
		Undervisnings-, kursus- og konsulentvirksomhed	48

Derudover har vi også bedt virksomhederne om at sammenligne ansøgerantallet i 2016 med niveauet for to år siden. Deres svar fordeler sig således:

Tabel 9

Sammenlign med for to år siden; hvordan har antallet af ansøgninger på opslåede stillinger generelt udviklet sig?	Total	Private	Offentlige
Vi får flere ansøgninger	22%	20%	29%
Vi får nogenlunde det samme antal	47%	46%	49%
Vi får færre ansøgninger	16%	18%	11%
Ved ikke	15%	16%	11%



VÆRD AT BEMÆRKE

- Virksomhederne får i gennemsnit 52 ansøgninger.
- Region Nordjylland får færrest ansøgninger (47), hvorimod Region Hovedstaden er topscorer med gennemsnitligt 59 ansøgninger.
- Det offentlige får langt flere ansøgninger end det private (64 vs. 47).
- Energibranchen får flest ansøgninger pr. stilling (66), hvorimod finanssektoren og IT-branchen modtager færrest (38 & 42).
- Sammenlagt er der ifølge virksomhederne en tendens til, at der kommer lidt flere ansøgninger end for to år siden.
- Væsentligt flere offentlige end private virksomheder oplever, at de får flere ansøgninger (29% vs. 20%).

HVOR LANG BØR ANSØGNINGEN VÆRE?

I 2012 spurgte vi virksomhederne om, hvor lang en skriftlig ansøgning maksimalt bør være. Vi har gentaget spørgsmålet i år for at finde ud af, om virksomhedernes præferencer har flyttet sig.

Tabel 10

Hvor lang bør en skriftlig ansøgning maksimalt være?	2012	2016
1 side	55%	70%
1,5 side	26%	18%
2 sider	17%	12%
Over 2 sider	1%	0%

Som det fremgår af nedenstående figur, er der også nogle interessante forskelle i ansøgningslængden på tværs af virksomhedstype, køn og funktion.

Tabel 11

Hvor lang bør en skriftlig ansøgning maksimalt være?								
	Total	Små private	Store private	Offentlige	Mand	Kvinde	HR	Ikke-HR
1 side	70%	66%	79%	64%	66%	75%	80%	65%
1,5 side	18%	18%	13%	24%	18%	17%	14%	19%
2 sider	12%	16%	8%	12%	16%	8%	6%	16%
Over 2 sider	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%



VÆRD AT BEMÆRKE

- Virksomhederne lader til at have udviklet en (endnu) større præference for korte ansøgninger henover de sidste fire år. I 2012 ønskede 55% af virksomhederne at modtage en ansøgning på maks. én side – i år er det 70% af virksomhederne.
- Store private virksomheder vil have kortere ansøgninger end små private (79% vs. 66%)
- Kvinder vil i højere grad end mænd have korte ansøgninger på én side (75% vs. 66%).
- Den samme forskel gør sig gældende for HR-specialisterne, hvor hele 80% af medarbejderne svarer, at de maksimalt ønsker at modtage én side.

HVOR LANGT BØR CV'ET VÆRE?

I 2012 spurgte vi virksomhederne om, hvor langt de mener, et CV maksimalt bør være. Også her har vi kunnet konstatere, at virksomhedernes præferencer har ændret sig¹.

Tabel 12

Hvor langt bør et CV maksimalt være?	2012	2016
1 side	22%	15%
2 sider	42%	43%
3 sider	23%	25%
4 sider	7%	11%
5 sider eller derover	6%	6%

CV'ets længde varierer på tværs af virksomhedstype, køn og funktion:

Tabel 13

Hvor langt bør et CV maksimalt være?								
	Total	Små private	Store private	Offentlige	Mand	Kvinde	HR	Ikke-HR
1 side	15%	21%	9%	16%	18%	12%	8%	19%
2 sider	43%	49%	39%	42%	44%	43%	39%	46%
3 sider	25%	18%	31%	26%	21%	29%	32%	21%
4 sider	11%	8%	15%	10%	10%	12%	15%	9%
5 sider eller derover	6%	4%	6%	6%	7%	4%	6%	5%



VÆRD AT BEMÆRKE

- I 2012 gav 87% af virksomhederne udtryk for, at CV'et ikke bør være længere end maksimalt 3 sider – i år er tallet faldet til 83%. Virksomhederne er altså tolerante over for lidt længere CV'er, men 3 sider ligner dog stadig "den optimale CV-længde".
- Små private virksomheder foretrækker i langt højere grad end store private virksomheder et CV på maks. 2 sider (70% vs. 48%).
- Mænd foretrækker kortere CV'er end kvinder. 62% af mændene synes, at et CV på maks. 2 sider er passende, mens det tilsvarende tal for kvinder ligger på 55%.
- Korte CV'er på maks. 2 sider falder også i langt bedre jord hos medarbejdere uden HR-baggrund end ansatte med HR-baggrund (65% vs. 47%).

1. "Ved ikke"-svar udgør 7% ved dette spørgsmål, men er taget ud, da dette ikke var en svarmulighed i 2012.

VIDEOANSØGNINGEN: DEN MODERNE ANSØGNING?

Video er kommet på manges læber inden for de seneste år – men kan en video også bruges i din ansøgning til et kommende job? For at komme svaret på dette spørgsmål nærmere, har vi i år spurgt virksomhederne om, hvorvidt en video kan erstatte en traditionel skriftlig ansøgning.

Tabel 14

Kan en kort videopræsentation erstatte en traditionel skriftlig ansøgning?			
	Total	Private	Offentlige
Ja	19%	22%	11%
Nej	62%	59%	70%
Ved ikke	19%	19%	19%

Tabel 15

Kan en kort videopræsentation erstatte en traditionel skriftlig ansøgning?	
Brancheforskelle	Ja
Finans, forsikring, revision og pension	36%
IT	35%
Undervisnings-, kursus- og konsulentvirksomhed	29%
Design, reklame, marketing, arkitektur og kommunikation	29%
Detail, hotel, restauration og turisme	24%
Medicinal, kemi og levnedsmidler	23%
Energi	17%
Bygge, anlæg og transport	15%
Anden branche	15%



VÆRD AT BEMÆRKE

- Hver femte virksomhed mener, at en kort videopræsentation kan erstatte en traditionel ansøgning. Samtidig er hver femte virksomhed i tvivl.
- De private virksomheder er mere modtagelige for video end de offentlige virksomheder (22% vs. 11%).
- Finanssektoren er – noget overraskende – sammen med IT-branchen størst tilhængere af, at video erstatter den traditionelle ansøgning med hhv. 35% og 36%.
- Bygge-, anlægs- og transportbranchen er til gengæld mindst modtagelige over for videoansøgninger. Kun 15% siger ja tak til at se jobsøgernes ansøgning på video.

HVILKE BILAG BLIVER LÆST?

Mange jobsøgere medsender bilag, når de ansøger på en opslået stilling. Vi har spurgt virksomhederne, hvorvidt de kigger på bilagene, inden de skal udvælge kandidater til en første samtalerunde. Svarene fordeler sig således:

Tabel 16

Kigger du på følgende bilag i din vurderingsproces inden udvælgelse til første samtalerunde, hvis det er vedlagt en ansøgning?					
	Aldrig	Sjældent	Nogle gange	Som regel	Altid
Eksamensbevis/karakterudskrift	12%	24%	21%	20%	23%
En skriftlig udtalelse fra en tidligere arbejdsgiver	4%	11%	18%	27%	40%
Eksempler på tidligere arbejde	3%	7%	12%	19%	59%
Kort videopræsentation	41%	18%	7%	9%	24%

Tabel 17

Kigger du ALTID ELLER SOM REGEL på følgende bilag i din vurderingsproces inden udvælgelse til første samtalerunde, hvis det er vedlagt en ansøgning?				
	Total	Små private	Store private	Offentlige
Eksamensbevis/karakterudskrift	43%	37%	41%	53%
En skriftlig udtalelse fra en tidligere arbejdsgiver	67%	70%	61%	70%
Eksempler på tidligere arbejde	78%	81%	76%	79%
Kort videopræsentation	33%	34%	40%	26%



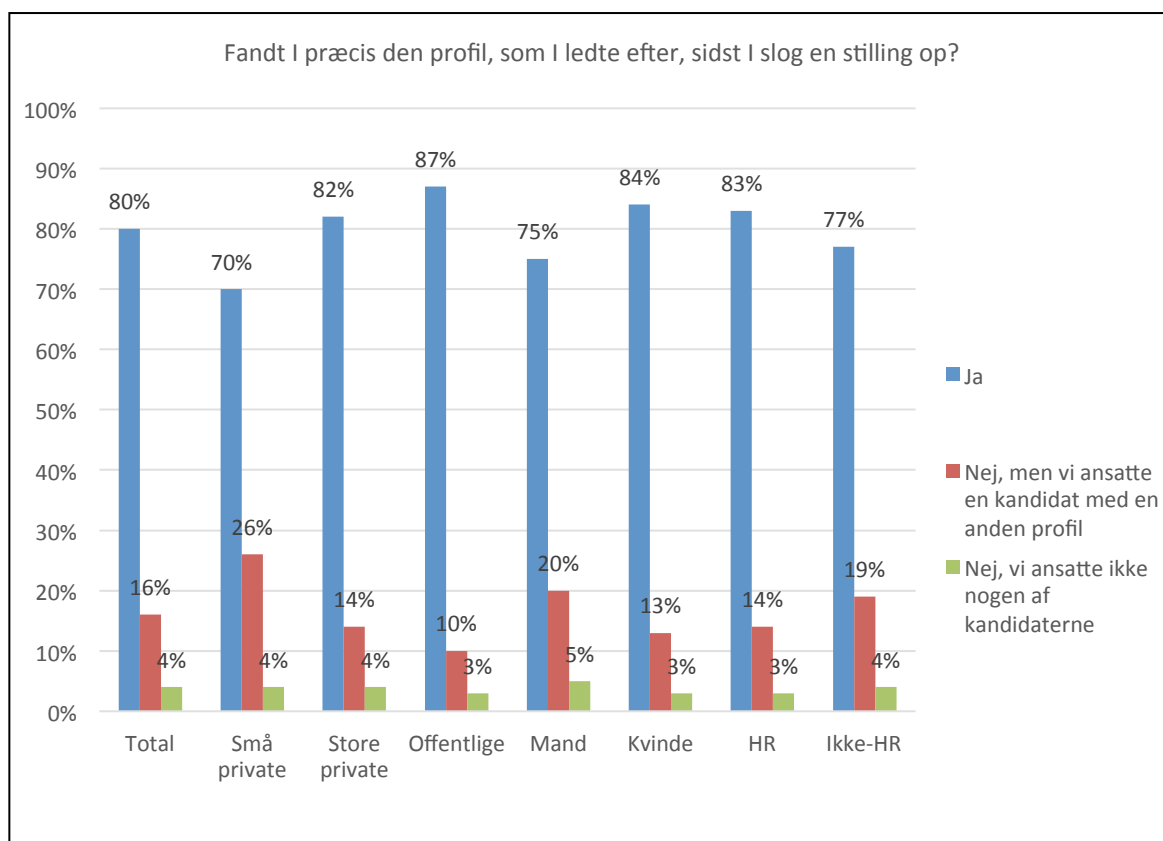
VÆRD AT BEMÆRKE

- Der er stor risiko for, at din videopræsentation ikke bliver set, hvis du sender en sådan med. 41% kigger aldrig på en vedlagt videopræsentation.
- Til gengæld interesserer de, som ansætter, sig for både skriftlige udtalelser og eksempler på tidligere arbejde. 59% kigger altid på eksempler på tidligere arbejde.
- 36% bemærker sjældent eller aldrig jobsøgerens eksamensbevis og karakterudskrift inden udvælgelsen til første samtale.
- I de offentlige virksomheder kigger man væsentligt oftere på eksamensbevis og karakterudskrift end i små/store private virksomheder. Til gengæld er videopræsentationer mindst populære her.

FÅR I DEN PROFIL, I EFTERSPØRGER?

De fleste jobannoncer til opslåede stillinger giver et billede af, hvilken profil – såvel fagligt som personligt – virksomhederne efterspørger. Vi har i år spurgt, om virksomhederne ender med at finde den ønskede profil, eller om de måtte lede forgæves. Svarene fordeler sig således:

Figur 5



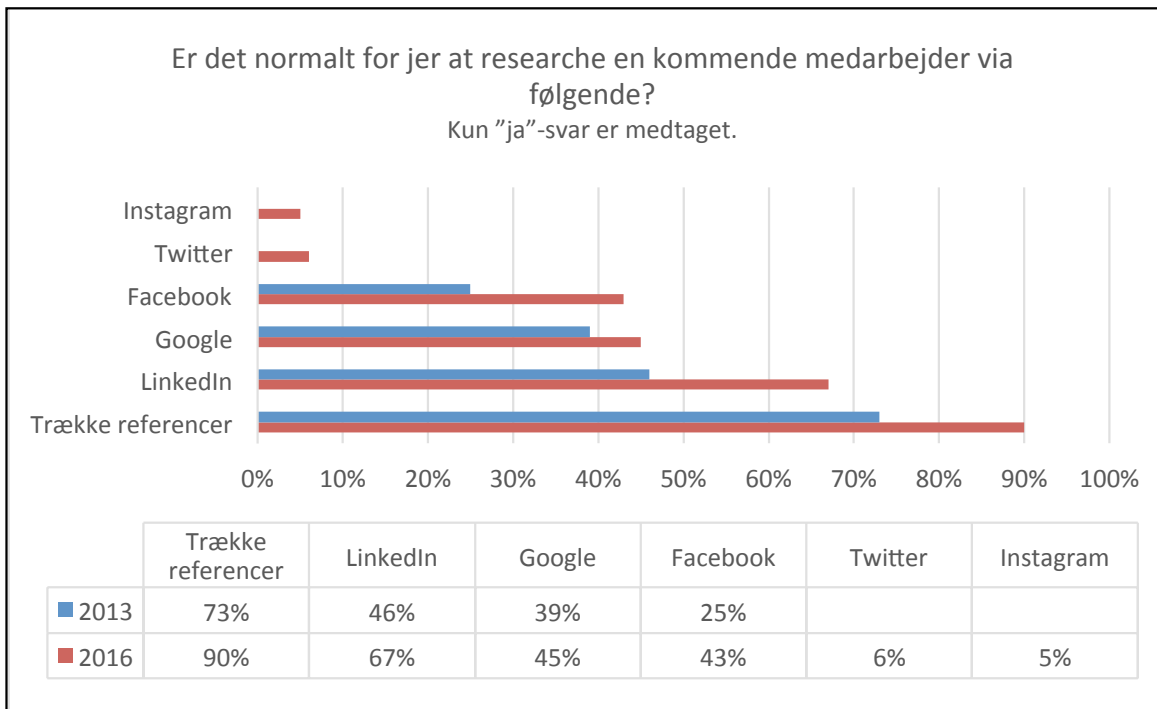
VÆRD AT BEMÆRKE

- 1 ud af 6 ansætter en kandidat med en anden profil, end den de søgte i opslaget.
- Det offentlige finder oftest den kandidat, de skal bruge (87%).
- Kun i 1 ud af 25 tilfælde ansætter virksomhederne ikke nogen kandidat.
- Små private virksomheder (26%) er væsentligt mere tilbøjelige til at ansætte kandidater med en anden profil end de store private (14%) og de offentlige virksomheder (10%).
- Mænd ansætter i højere grad end kvinder kandidater med en anden profil (20% vs. 13%).
- Bygge og anlæg (25%) og undervisnings- og konsulentbranchen (24%) er mest tilbøjelige til at ansætte en anden profil, end den de søgte i opslaget.

3. RESEARCH AF KOMMENDE MEDARBEJDERE

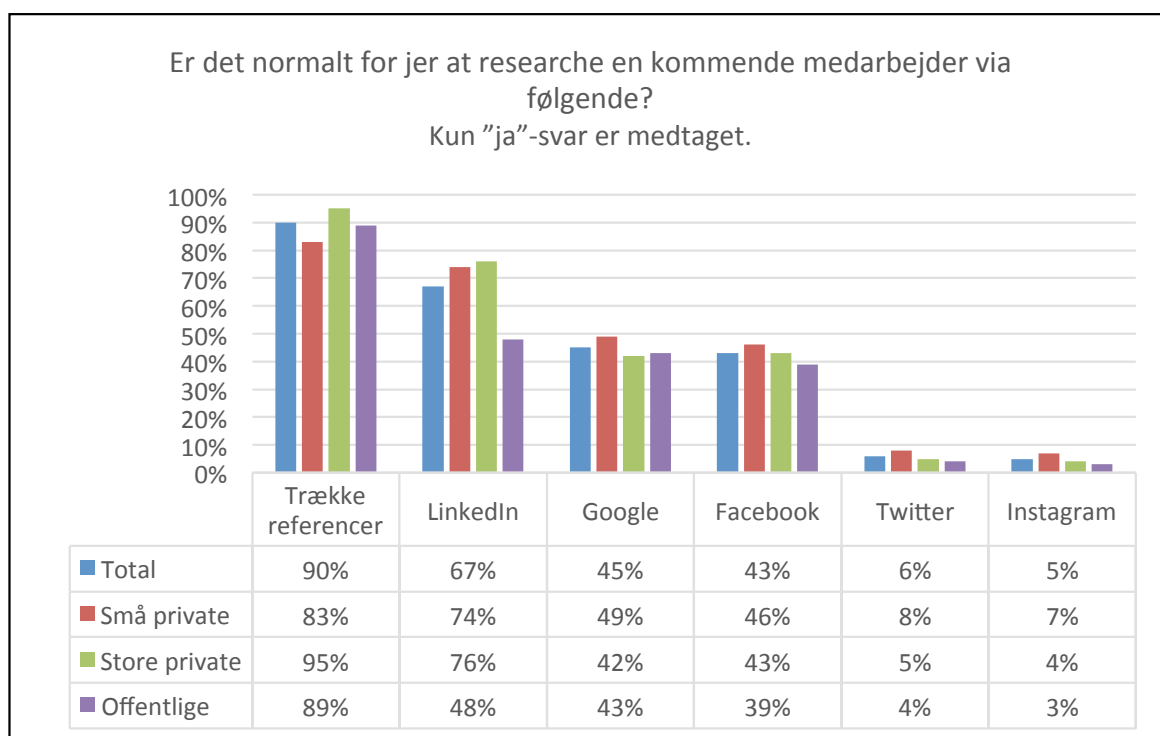
I år har vi spurgt virksomhederne, om de tjekker deres kommende medarbejderes baggrund via referencer, Google og sociale medier. I 2013 stillede vi samme spørgsmål, og svarene viser entydigt, at virksomhederne – her tre år senere – i endnu højere grad researcher på kommende medarbejdere via disse kanaler.

Figur 6



Af nedenstående figur fremgår det, at der også er forskelle mellem små/store private og offentlige virksomheders måde at researche på

Figur 7



VÆRD AT BEMÆRKE

- Research via LinkedIn er henover de seneste tre år eksploderet fra 46% til 67%. Det samme gælder i øvrigt brugen af Facebook som research-værktøj (fra 25% til 43%).
- 48% af de offentlige virksomheder bruger LinkedIn til at researche kandidater. Små og store private virksomheder bruger LinkedIn til research tre ud af fire gange.
- Det er blevet endnu vigtigere for jobsøgere at have nogle gode referencer klar i baghånden. I de store private virksomheder er det nemlig snarere reglen end undtagelsen at tjekke referencer (95%).

4. VIRKSOMHEDERNES BEDSTE RÅD TIL JOBSØGERE

Vi har bedt virksomhederne om at tage rådgiver-kasketten på for en stund og udpege op til tre ting, som de mener, at jobsøgere skal være dygtigst til. Rådene kan inddeles i tre overordnede kategorier, da nogle af rådene har generel karakter, mens andre har det skriftlige ansøgningsmateriale eller jobsamtalen som omdrejningspunkt.

Tabel 18

Hvis du var rådgiver for jobsøgere; hvilke råd er de vigtigste at give jobsøgere ud fra det, du oftest oplever som jobsøgers udfordringer? (Respondenterne har kunnet vælge op til 3 svar)	
GENERELT	
Sæt dig ind i den virksomhed, du søger hos	62%
Vær tydelig omkring din motivation for jobbet	40%
Vær god til at præsentere de resultater, du har opnået hidtil i din karriere	30%
Dyrk din nysgerrighed omkring jobbet mere i processen – både før, under og efter eventuel jobsamtale	13%
Vis os, at det ikke er for enhver pris, at vi får dig	1%
SKRIFTLIGT MATERIALE	
Skriv CV/ansøgning kortfattet og målrettet	43%
Sørg for, at din skriftlige kommunikation er spændende læsning – drop det sikre	12%
JOBSAMTALEN	
Lad din personlighed skinne igennem, når du er til jobsamtale	48%
Vær godt forberedt til jobsamtalen	45%



VÆRD AT BEMÆRKE

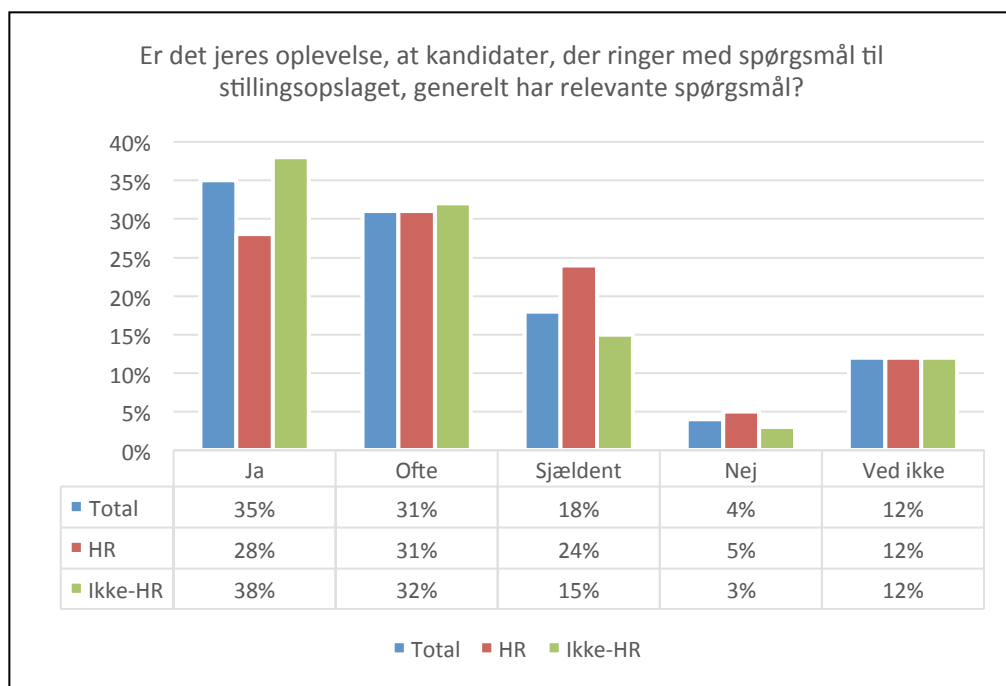
- Det er ikke en fordel at spille kostbar til jobsamtalen. Kun 1% af virksomhederne mener: "Vis os, at det ikke er for enhver pris, at vi får dig".
- "Sæt dig ind i virksomheden" er virksomhedernes klart bedste råd til jobsøgerne (62%).
- Der tegner sig dog et billede af, at jobsøgerne generelt – med fordel – kan koncentrere forbedringskræfterne omkring jobsamtalen. Det er i hvert fald det emne, som arbejdsgiverne peger på som "mest forbedringspotentielt".

5. SÅDAN RINGER DU TIL EN VIRKSOMHED

I år har vi valgt at se lidt nærmere på, hvordan et opkald på en opslået stilling bør gennemføres. Oplever virksomhederne, at de får stillet relevante spørgsmål? Hvor lang tid må opkaldet tage? Og hvordan bør jobsøger – ifølge virksomhederne – gebærde sig under opkaldet?

2 UD AF 3 JOBSØGERE RINGER MED RELEVANTE SPØRGSMAÅL

Figur 8



VÆRD AT BEMÆRKE

- 2 ud af 3 af virksomhederne oplever, at de får relevante spørgsmål, når en jobsøger ringer på en opslået stilling.
- Kun én ud af 20 virksomheder oplever, at de ikke får relevante spørgsmål fra kandidater, der ringer på en opslået stilling.
- 70% af ikke-HR-specialisterne mener, at kandidater ringer med relevante spørgsmål.
- HR-specialisterne er derimod mere splittede: 59% mener, at jobsøgerne ringer med relevante spørgsmål, mens godt 1 ud af 4 siger, at det sjældent sker.

SÅ LANG TID TAGER DET GODE OPKALD

Tabel 19

Hvad er for dig en passende varighed for en samtale, når en kandidat ringer med relevante spørgsmål til stillingsopslaget?								
	Total	Små private	Store private	Offentlige	Mand	Kvinde	HR	Ikke-HR
0-2 minutter	7%	7%	7%	6%	6%	7%	8%	6%
2-4 minutter	30%	24%	32%	33%	28%	33%	33%	29%
4-8 minutter	28%	28%	25%	33%	31%	25%	26%	29%
8-12 minutter	7%	8%	4%	8%	6%	7%	6%	7%
12 minutter eller derover	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Tiden er ikke afgørende	27%	32%	30%	19%	28%	27%	26%	28%
De bør ikke ringe med spørgsmål	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%



VÆRD AT BEMÆRKE

- Det "optimale" opkald er 4 minutter og 36 sekunder (gennemsnit).
- Store private virksomheder foretrækker kortere opkald end små private virksomheder (4 min. 18 sek. vs. 4 min. 54 sek.). 39% af de store private virksomheder siger, at opkaldet maksimalt må vare 4 minutter. I de små er det tilsvarende tal 31%.
- Tiden er langt mindre afgørende i private end i offentlige virksomheder.
- 40% af kvinderne vil maksimalt snakke i 4 minutter, mens det kun gælder 34% af mændene.
- 41% af HR-specialisterne vil holde opkaldet under de 4 minutter, mens det tilsvarende tal for ikke-HR ligger på 35%.

HVAD BESTÅR DET GODE OPKALD AF?

Tabel 20

Hvad synes du, der skal til for, at det er et godt opkald? (Respondenterne har haft mulighed for at vælge op til 3 svar)		Procent
Kandidaten stiller spørgsmål, hvor svaret ikke fremgår af annoncen		79%
Kandidatens spørgsmål afspejler, at denne har sat sig ind i virksomheden		67%
Kandidaten udviser en autentisk motivation for stillingen		62%
Opkaldet er kort		18%
Kandidaten omtaler fælles netværk, der har anbefalet vedkommende at ringe		11%
Kandidaten ringer og præsenterer sig selv og sine kompetencer		9%



VÆRD AT BEMÆRKE

- Virksomhederne sætter pris på, at de kan høre, at jobsøgeren har sat sig ind i jobbet og virksomheden, samtidig med at denne udviser en autentisk motivation.
- Det er til gengæld ikke en væsentlig faktor for et godt opkald, at det er kort. 27% siger, at tiden ikke er afgørende (se tabel 19).
- Ikke-HR-specialister foretrækker i højere grad end HR-specialister, at kandidaten ringer og præsenterer sig selv og sine kompetencer (11% vs. 5%).
- Generelt ser det ikke ud til, at en telefonpræsentation er populær.

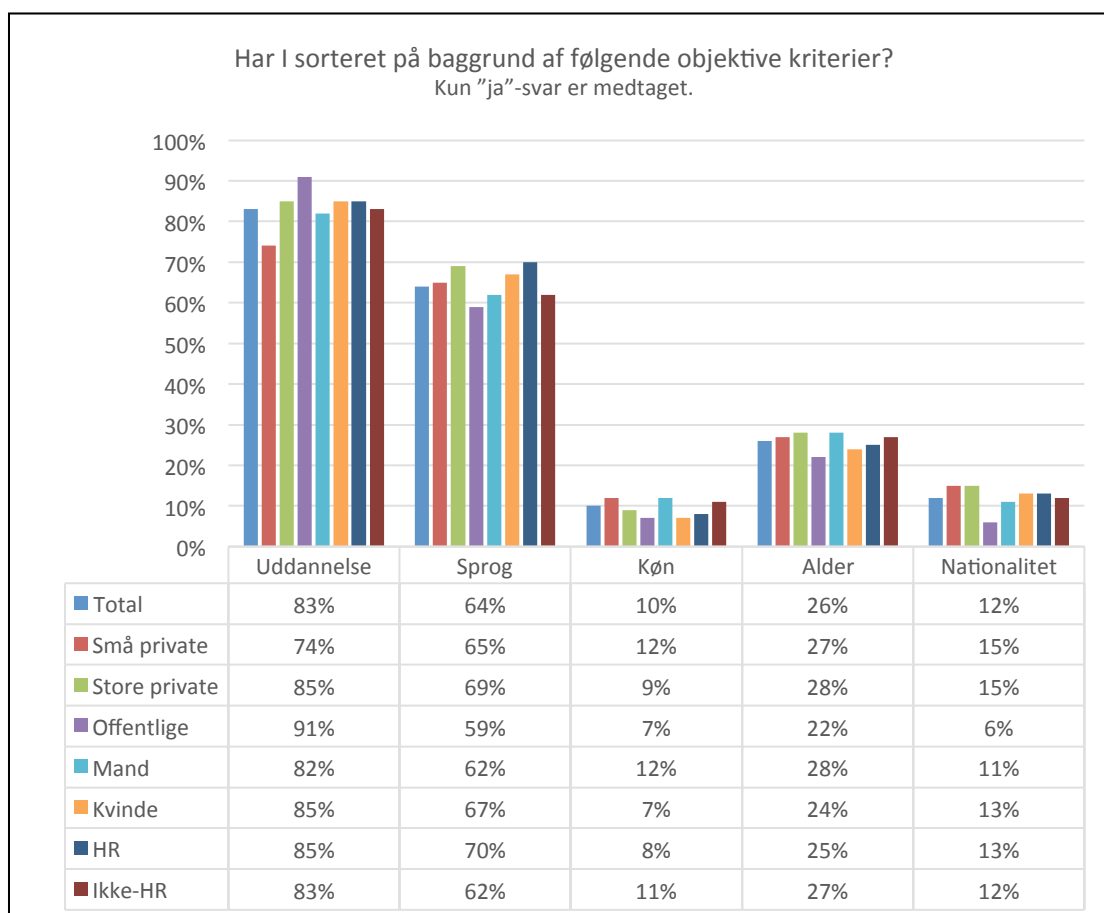
6. SORTERING AF ANSØGERE OG SPROGKUNDSKABER

I dette afsnit retter vi fokus mod virksomhedernes fremgangsmåde, når de skal sortere og udvælge interessante ansøgere.

Vi har både spurgt ind til, om objektive kriterier – såsom uddannelse, sprog, køn, alder og nationalitet – kan være et til- eller fravælgelsesparameter. Endvidere har vi spurgt, om sprogkundskaber – eller mangel på samme – kan være en barriere for at få arbejde i den pågældende virksomhed.

SORTERER VIRKSOMHEDERNE PÅ OBJEKTIVE KRITERIER?

Figur 9



VÆRD AT BEMÆRKE

- Hver fjerde arbejdsgiver sorterer på baggrund af alder. Denne tendens gælder på tværs af både virksomhedstype, køn og funktion.
- Hver 10. arbejdsgiver har sorteret på køn.
- Det er normalt at sortere på uddannelse (83% har gjort det).
- 64% af virksomhederne sorterer på baggrund af sprogkundskaber. Det er særligt HR-specialister, der bruger dette parameter som objektivt kriterium (70%).
- De små og store private virksomheder sorterer væsentligt mere på alder (27% & 28% vs. 22%) og nationalitet (15% vs. 6%) end de offentlige virksomheder.

BLIVER DU ANSAT, HVIS DU HVERKEN KAN DANSK ELLER ENGELSK?

Vi har spurgt virksomhederne, om det er muligt at få job i deres virksomhed, hvis man hverken taler engelsk eller dansk, eller hvis man taler engelsk, men ikke dansk.

I de næste to tabeller har vi for overskuelighedens skyld lagt de fire svarkategorier sammen til to, så "overvejende ja" består af svarmulighederne "det kan man sagtens" og "det er muligt", mens "overvejende nej" udgøres af "det er svært" og "det kan man ikke".

Tabel 21

Er det muligt at få job i jeres virksomhed, hvis man hverken taler engelsk eller dansk?				
	Total	Små private	Store private	Offentlige
Det kan man sagtens	0%	0%	0%	1%
Det er muligt	6%	4%	8%	7%
Det er svært	21%	18%	24%	19%
Det kan man ikke	73%	78%	68%	73%
Overvejende ja	6%	4%	8%	8%
Overvejende nej	94%	96%	92%	92%



VÆRD AT BEMÆRKE

- 94% af virksomhederne siger, at det er svært eller umuligt at få arbejde i deres virksomhed, hvis man hverken kan engelsk eller dansk.
- Taler man hverken dansk eller engelsk, er det sværest at få arbejde i små private virksomheder (kun i 1 ud af 25).
- **Brancheforskelle:**
I finanssektoren svarer 100% af virksomhederne, at det er svært eller umuligt at få arbejde uden de to sprogkulturer. I bygge- og anlægsbranchen samt detailbranchen er der til gengæld lidt bedre muligheder, hvor hhv. 14% og 12% af virksomheder siger, at det er muligt at få job i virksomheden uden sprogballast.
- **Regionale forskelle:**
Virksomhederne i Region Syddanmark er mest modtagelige for arbejdskraft, der hverken taler engelsk eller dansk (9% svarer "overvejende ja"), mens Region Hovedstaden & Region Sjælland er mindst modtagelige (4% svarer "overvejende ja").

BLIVER DU ANSAT, HVIS DU KAN ENGELSK, MEN IKKE KAN DANSK?

Tabel 22

Er det muligt at få job i jeres virksomhed, hvis man taler engelsk, men ikke dansk?				
	Total	Små private	Store private	Offentlige
Det kan man sagtens	14%	12%	21%	6%
Det er muligt	29%	29%	33%	25%
Det er svært	33%	33%	28%	37%
Det kan man ikke	24%	26%	18%	32%
Overvejende ja	43%	41%	54%	31%
Overvejende nej	57%	59%	46%	69%

**VÆRD AT BEMÆRKE**

- 57% af virksomhederne siger, at det er svært eller umuligt at få et arbejde, hvis man taler engelsk, men ikke dansk. Kun 14% siger "det kan man sagtens".
- Taler man KUN engelsk, siger 54% af de store private virksomheder, at "det er muligt" eller at "man sagtens kan" få arbejde i deres virksomhed.
- Det er markant lettere at få job i både *små* og *store* private virksomheder end i det offentlige, hvis man kun taler engelsk (41% & 54% vs. 31%).
- **Brancheforskelle:**
I finanssektoren svarer 80% af virksomhederne, at det er svært eller umuligt at få arbejde, hvis man kun taler engelsk. Til gengæld er der bedre muligheder i både medicinalbranchen (68%), energisektoren (65%) og bygge- og anlægsbranchen (57%), hvis man kun taler engelsk, men ikke dansk.
- **Regionale forskelle:**
Virksomhederne i Region Hovedstaden er mest modtagelige for arbejdskraft, der taler engelsk, men ikke dansk (50% svarer "overvejende ja"), mens Region Nordjylland er mindst modtagelige for arbejdskraft, der taler engelsk, men ikke dansk (39% svarer "overvejende ja").

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 er kendte for vores årlige rekrutteringsanalyse, vores moderne jobsøgningshåndbog samt 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, TDC, Pandora, Dansk Supermarked, PostNord, Oticon samt Erhvervs- og Vækstministeriet.

