DOŚWIADCZENIA KANDYDATÓW W IT 2020

Przewodnik po skutecznej rekrutacji oczami kandydatów

NO FLUFF JOBS

SmoothieHR powered by NO FLUFF JOBS

Wprowadzenie

W związku z rosnącym zainteresowaniem doświadczeniami kandydata, postanowiliśmy sprawdzić, jak wygląda proces rekrutacyjny oczami kandydatów w branży IT. Dzięki badaniu ankietowemu przeprowadzonemu w styczniu i lutym 2020, zebraliśmy odpowiedzi od 1951 specjalistów IT na poziomach zaawansowania: mid, senior, ekspert, team leader oraz od osób początkujących w branży. Najliczniejszą grupę respondentów stanowili ci na stanowiskach mid i senior (50%) oraz juniorzy (22%). Na podstawie wyników badania stworzyliśmy “Przewodnik po skutecznej rekrutacji w IT oczami kandydatów”, w którym zawarliśmy szereg danych na temat obecnych procesów rekrutacyjnych (ich słabe i mocne strony) oraz wskazówki i przepisy, jak te procesy optymalizować, by spełniały realne oczekiwania osób poszukujących pracy. Mimo różnic w wieku i stażu pracy, wszyscy kandydaci mają podobne doświadczenia rekrutacyjne.

Czy zawsze są pozytywne? Zapraszamy do lektury!

Marta Steiner

Maja Gojtowska

Aleksandra Kubicka

Spis treści

1. **Budowa świadomości** - Kim jesteś, pracodawco?
2. **Analiza** - Co mi dasz pracodawco?
3. **Aplikacja** - Jakie formy aplikowania mi proponujesz?
4. **Rekrutacja** - Czy rozmowa rekrutacyjna spełni moje oczekiwania?
5. **Decyzja** - Daj mi informację zwrotną!
6. **Wnioski** - Masz 10 sekund, żeby zrobić wrażenie

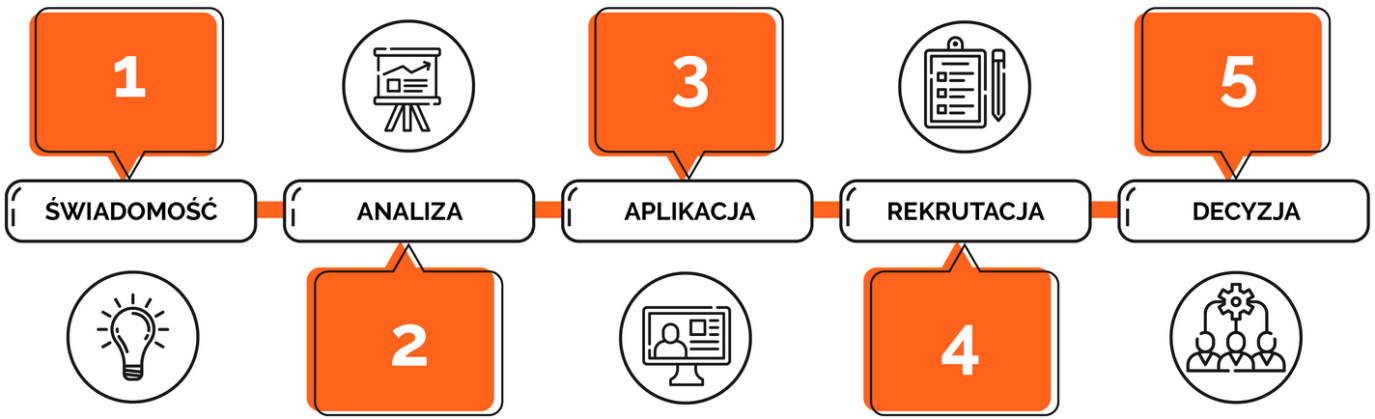
Czym są doświadczenia kandydata?

Doświadczenia to podstawowe narzędzie wyrabiania sobie opinii o otaczającym nas świecie. W kontekście rekrutacyjnym, doświadczenia kandydatów to nic innego, jak suma wszystkich doświadczeń związanych z firmą jako pracodawcą, które powstają w świadomości potencjalnego pracownika.

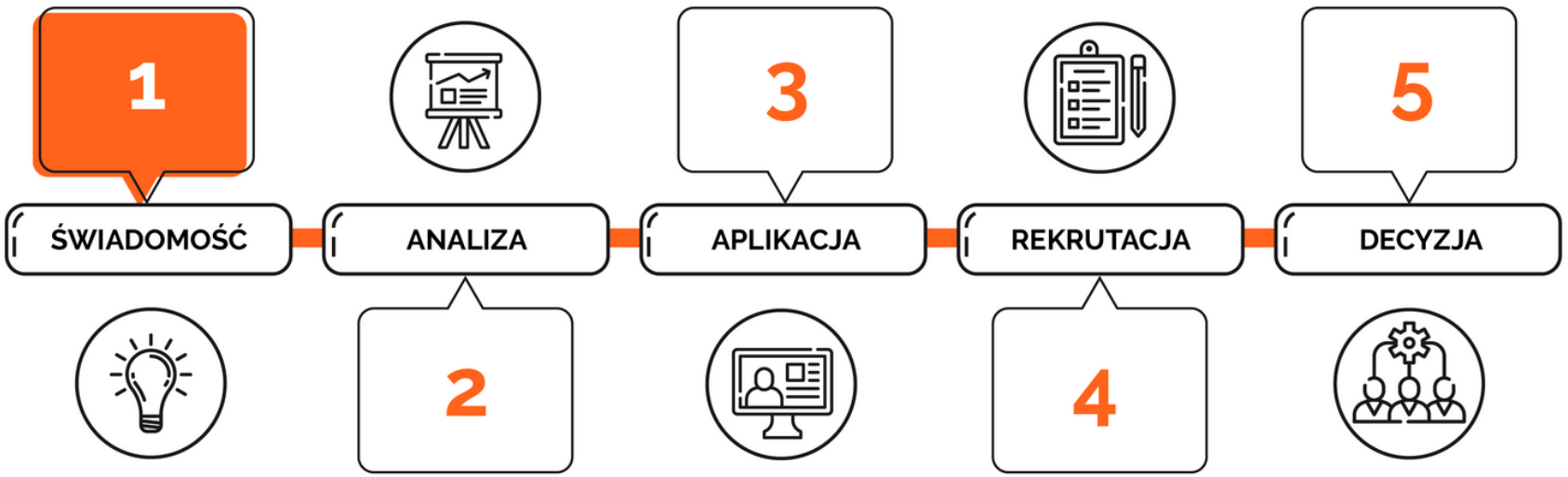
Tylko czy pracodawcy z branży IT potrafią je świadomie budować?

Jak wygląda candidate journey?

Rekrutacyjna podróż kandydata rozpoczyna się w chwili pojawienia się pracodawcy w jego świadomości i wcale nie musi być związana z aktywnym poszukiwaniem pracy. Potencjalny kandydat może dowiedzieć się o pracodawcy od znajomego, przeczytać o firmie lub oferowanych przez nią rozwiązaniach na blogu lub, po prostu - zwrócić uwagę na reklamę firmy w sieci, na ulicy czy na stoisku na targach pracy. Kolejny etap to analiza, podczas której kandydat samodzielnie szuka dodatkowych informacji o pracodawcy i świadomie podejmuje decyzję o udziale w procesie rekrutacyjnym. Zaraz po nim następuje etap aplikowania - kandydat wysyła swoją aplikację do potencjalnego pracodawcy oraz etapy, takie jak rekrutacja i podjęcie decyzji (przez pracodawcę, ale i kandydata). Niezależnie od tego, czy na końcu podróży na kandydata czeka oferta zatrudnienia, zawsze może on zostać ambasadorem pracodawcy. Zależy to tylko od doświadczeń, jakie wyniósł on z procesu rekrutacji.



Etap 1: Budowa świadomości | Kim jesteś, pracodawco?



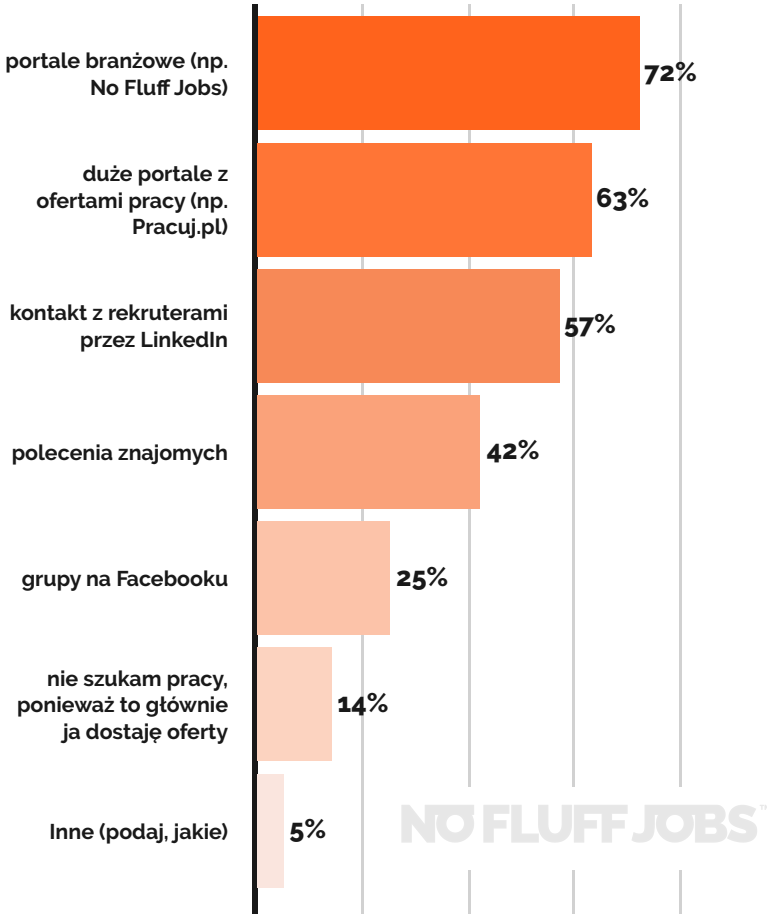
Gdzie Cię szukam?

Specjaliści IT szukają pracy głównie na portalach branżowych - 3 na 4 respondentów wskazało serwisy takie jak No Fluff Jobs jako pierwsze źródło poszukiwania nowego pracodawcy.

Wyniki pokazują, że warto dbać o budowanie spójnej marki nie tylko w zakładce "kariera" na stronie firmowej czy na portalach z ofertami pracy. Kontakt z rekruterem przez LinkedIn lub poprzez grupy tematyczne na Facebooku jest ważny dla ponad połowy respondentów i ma wpływ na podjęcie decyzji o przystąpieniu do rekrutacji.

Tylko 14% respondentów zadeklarowało, że nie szuka pracy, ponieważ to pracodawcy kierują oferty do nich.

Z jakich źródeł korzystasz, gdy szukasz nowego pracodawcy?



Chcę wiedzieć o Tobie wszystko

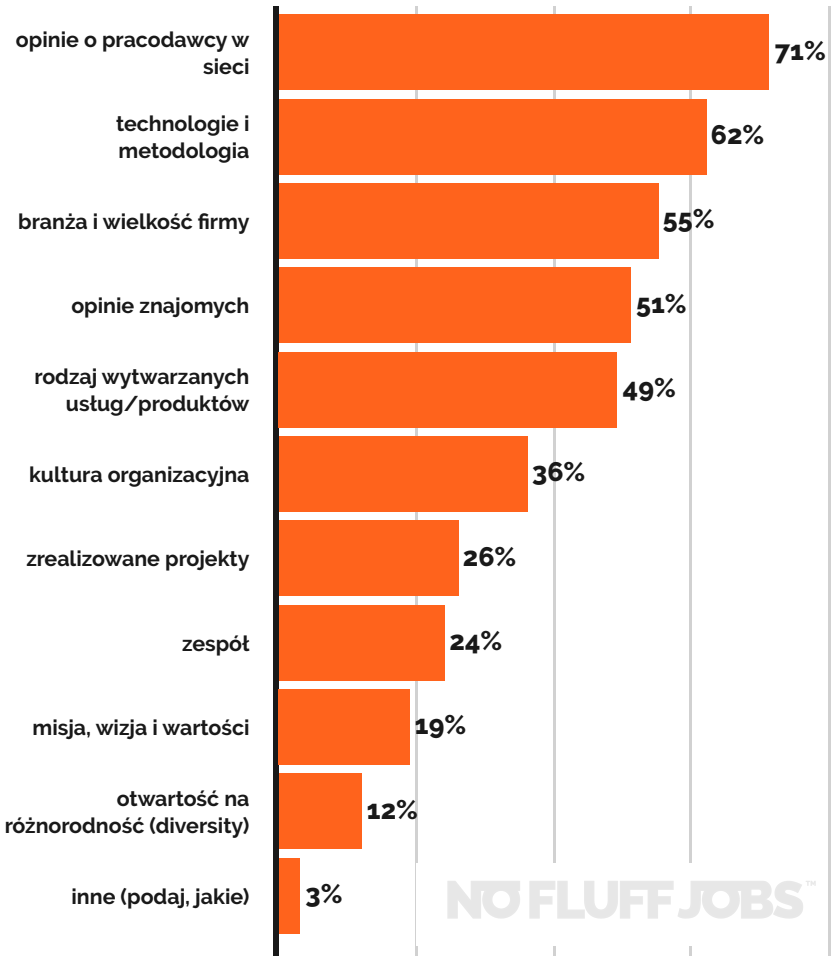
Ponad 70% ankietowanych sprawdza opinie o firmie w Internecie, zanim zdecyduje się aplikować na ofertę pracy. Co 2. respondent pyta o opinię znajomych.

Dodatkowo, z analizy zachowań użytkowników portalu nofluffjobs.com* wynika, że kandydaci chcą wiedzieć jak najwięcej o przyszłym pracodawcy. **Pracodawcy, którzy umieją zaprezentować się w sieci w sposób kompleksowy i spójny z marką, zyskują o 27% więcej aplikacji niż Ci, którzy tego nie robią.**

Brak opinii o firmie w Internecie lub ich negatywny wydźwięk ma wpływ na wyniki rekrutacji. Warto zauważyć, że opinia wśród potencjalnych kandydatów kształtuje się już w momencie poszukiwań pracodawcy i przeglądania ofert pracy w sieci.

*Wewnętrzne dane No Fluff Jobs za 2019 rok.

Jakich informacji szukasz, zanim zdecydujesz się zaaplikować do konkretnej firmy?

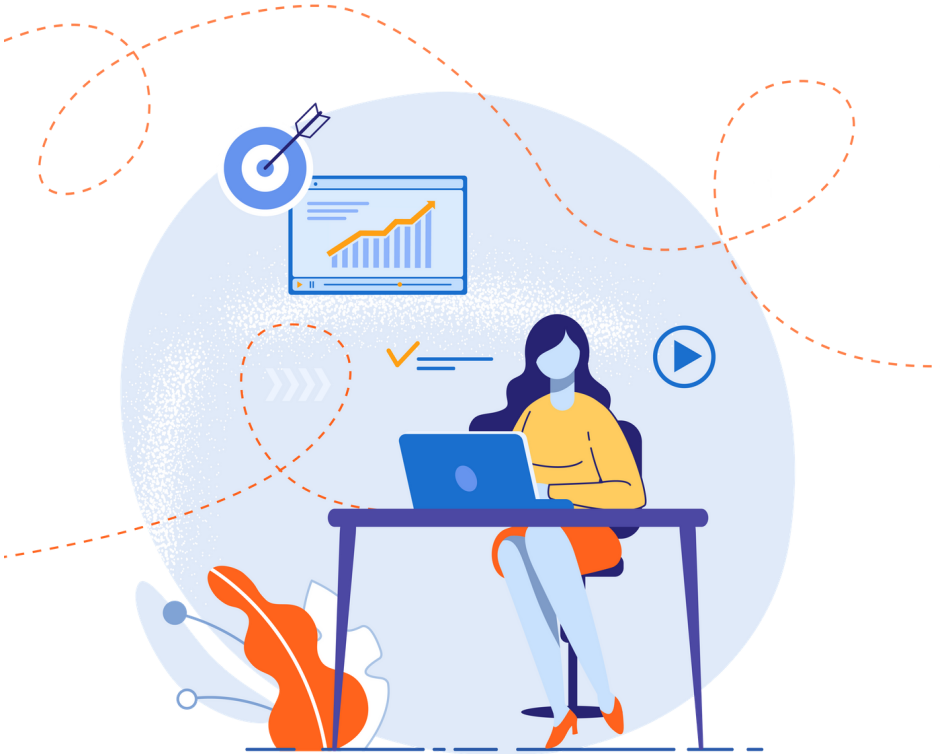


Rekrutacja to nie fast food,

ZWOLNIJ TEMPO!

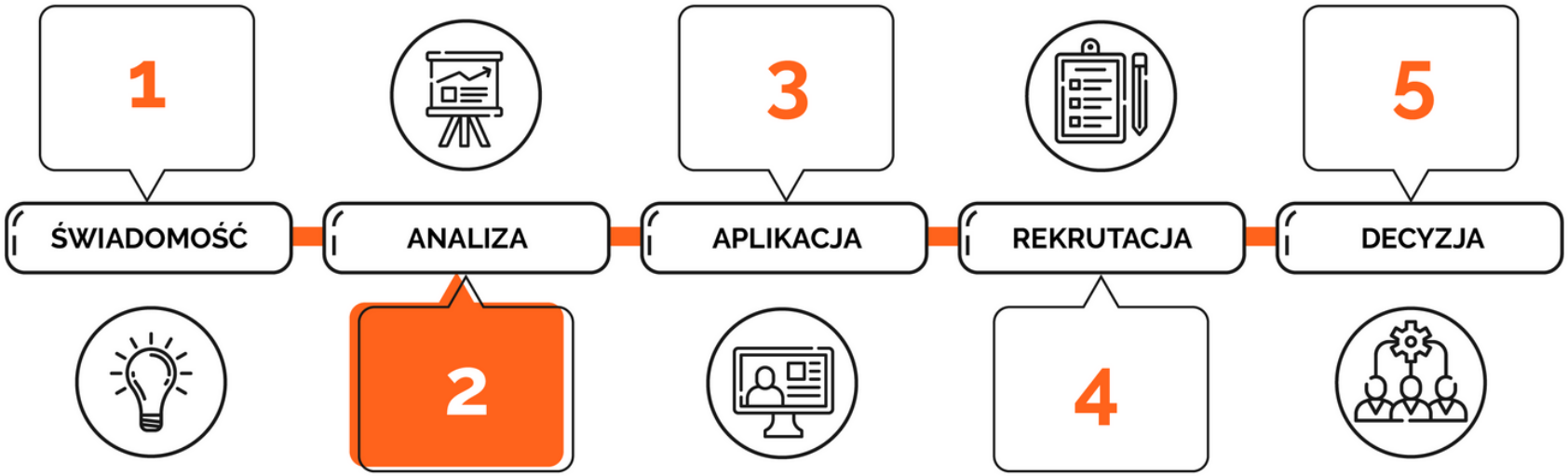
Kandydatów IT przyciągają wartościowe treści

Świadomość, że kandydaci sprawdzają w sieci informacje o pracodawcach to zdecydowanie za mało. Powinna ona przełożyć się na aktywizację pracodawców w dwóch obszarach. Po pierwsze - na świadome pozycjonowanie marki pracodawcy w wyszukiwarce Google, ale też na YouTube, który już dziś jest drugą pod kątem liczby użytkowników wyszukiwarką internetową. Po drugie - na podejmowanie przez pracodawców działań z obszaru content marketingu. Jest to kierunek wart uwagi, ponieważ z jednej strony przekłada się on na promocję marki pracodawcy i budowę jej świadomości wśród kandydatów, z drugiej - pełni funkcję edukacyjną, zwiększa wiarygodność twórcy treści i przekłada się na generowanie leadów, czyli realne, spontaniczne aplikacje od kandydatów. Jaką formę może przybrać content marketing w działaniach pracodawców z branży IT? Uwagę kandydatów przyciągną choćby artykuły na firmowych blogach czy na platformach zewnętrznych, raporty i e-booki, webinary, podcasty, tematyczne kanały na YouTubie.



Maja Gojtowska, autorka bloga Gojtowska.com i książki “Candidate experience. Jeszcze kandydat czy już klient?”

Etap 2: Analiza | Co mi dasz, pracodawco?



“Kandydaci w branży IT oczekują od pracodawcy konkretów i prawdy. Marketingowe frazesy i slogany to wyjątkowo niesmaczna zagrywka”

KASIA, FRONTEND DEVELOPER

cytat z przepisów deweloperów przygotowanych przez specjalistów IT w ramach ankiety “Doświadczenia kandydatów w IT”

Chcę wiedzieć, ile mi zapłacisz...

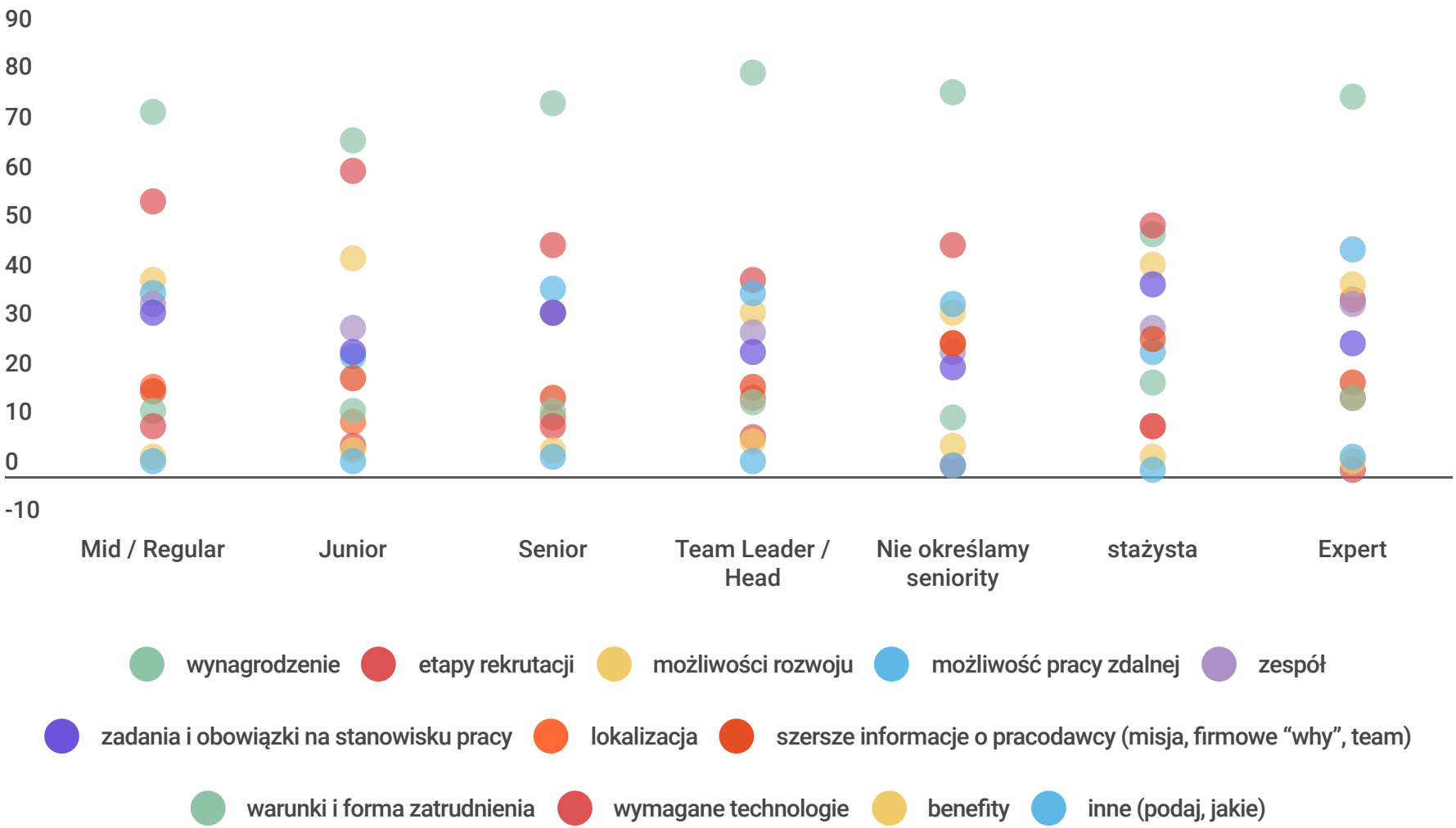
¾ respondentów stwierdziło, że w ogłoszeniach o pracę najczęściej brakuje informacji o wynagrodzeniu.

A to właśnie wynagrodzenie w ofertach pracy jest jednym z najważniejszych elementów wskazywanych przez ankietowanych, decydującym o rozpoczęciu procesu aplikowania na ofertę.

Nieco inną wagę mają informacje w ofercie pracy w zależności od poziomu doświadczenia kandydata. Seniorzy oraz team leaderzy, poza wynagrodzeniem i etapami rekrutacji, najczęściej wskazywali na informację o **możliwości pracy zdalnej.**

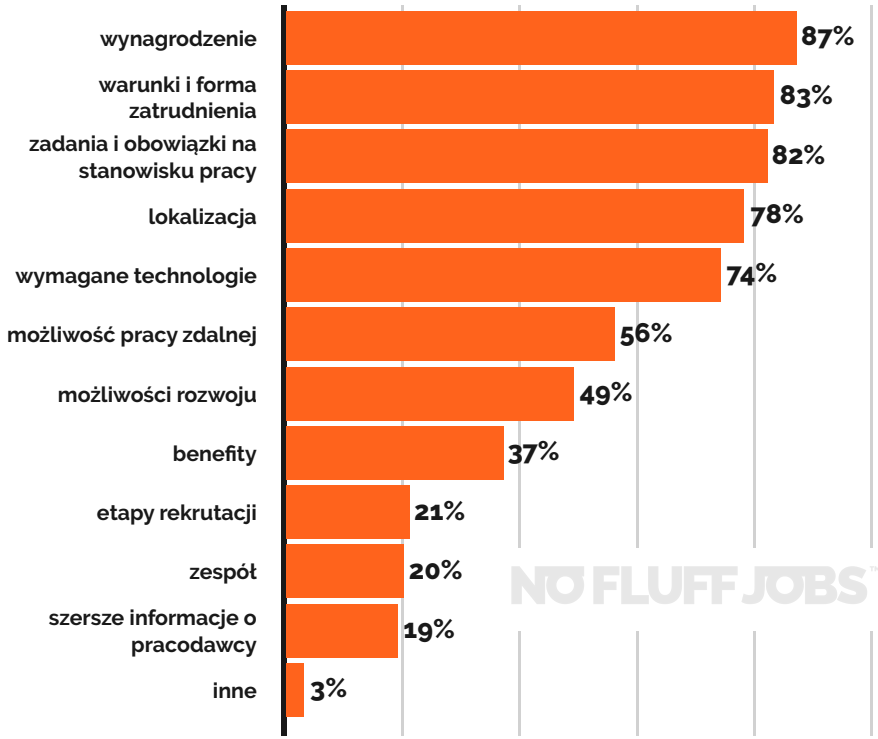
Dla juniorów oraz midów najważniejszymi informacjami są: wynagrodzenie, etapy rekrutacji, możliwość rozwoju.

Jakich informacji szukasz, zanim zdecydujesz się zaaplikować do konkretnej firmy?

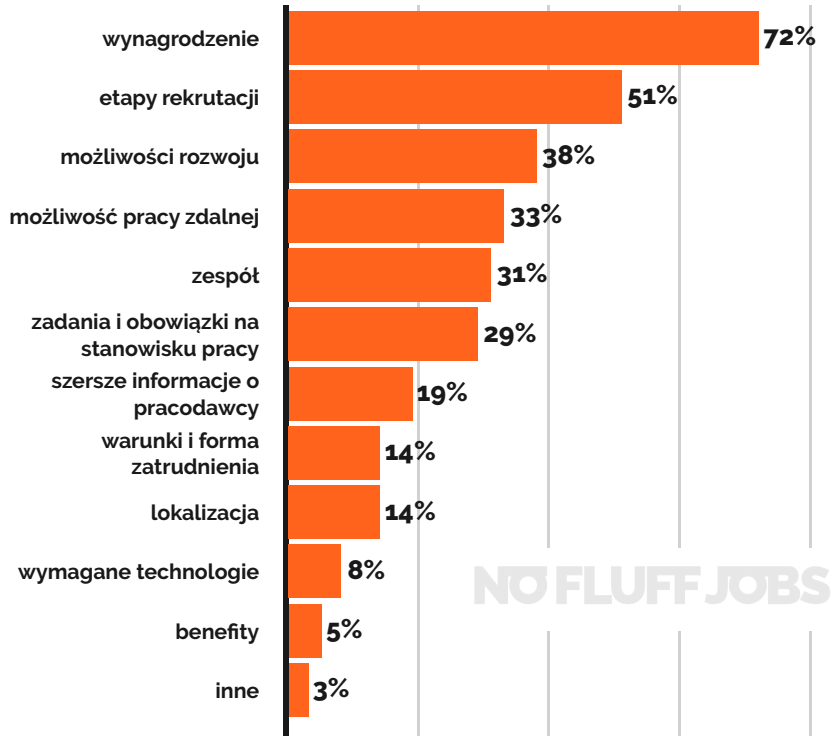


...a co od Ciebie dostaję?

Jakich informacji szukasz w ogłoszeniu?



Jakich informacji najczęściej brakuje w ogłoszeniach?



Istnieją ważniejsze informacje niż te o benefitach

Benefity są istotne głównie dla juniorów, natomiast **jedynie 5% midów i seniorów docenia je w ofertach pracy.** Dla wszystkich natomiast - bez względu na poziom doświadczenia, szczególnie ważne są: **informacje o formie i warunkach zatrudnienia (83%), dobrze sprecyzowane obowiązki na miejscu pracy (82%) oraz informacje o wymaganych technologiach (74%).**

“Pyszna kawa, owocowe czwartki, karta multisport, miła atmosfera i ludzie. To są informację które na nikim nie robią wrażenia, równie dobrze rekruter mógłby napisać, że w zimie jest gdzie kurtkę powiesić. Miła atmosfera w pracy, brzmi tak jakby w innych miejscach stosowano przemoc fizyczną i klęczenie na grochu.“

ANTONIO REKRUTERRIO

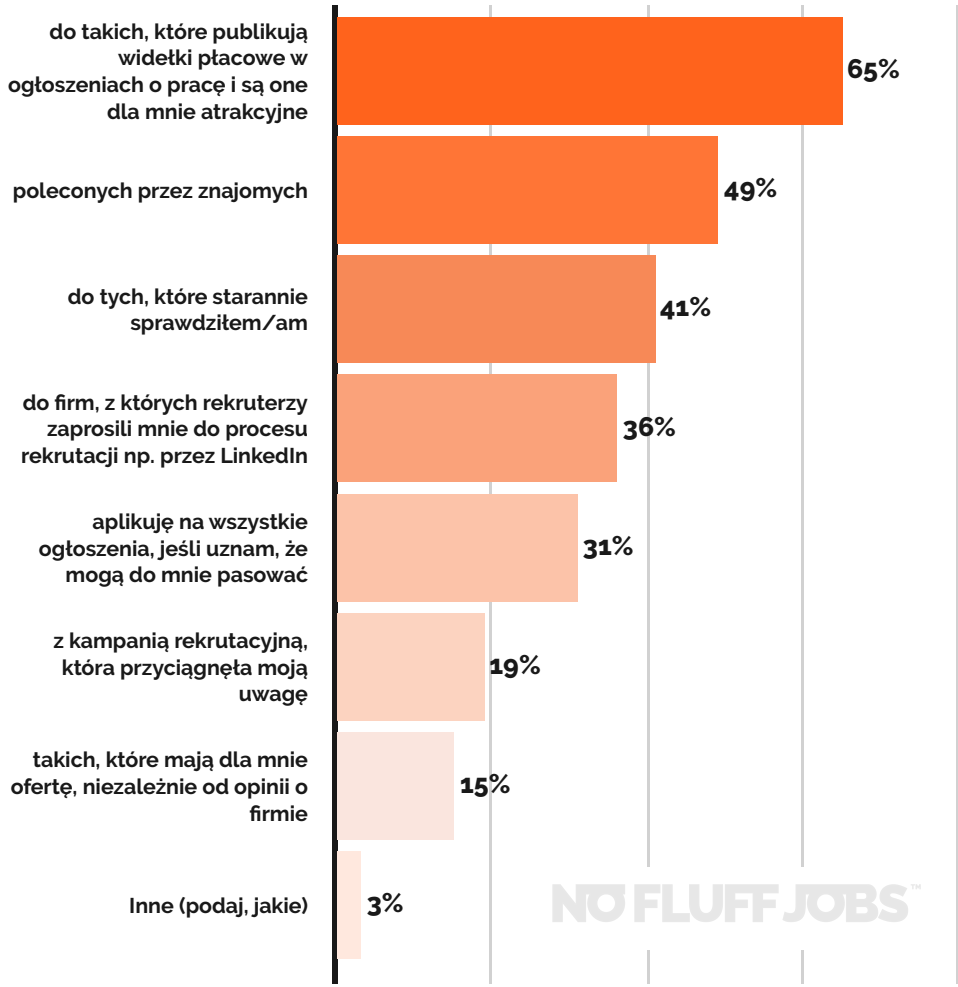
cytat z przepisów deweloperów przygotowanych przez specjalistów IT w ramach ankiety “Doświadczenia kandydatów w IT”

Chcę Cię dobrze poznać

Dla większości kandydatów najważniejszą informacją w ofercie pracy jest ta o wynagrodzeniu. Dodatkowo, specjaliści na średnim poziomie doświadczenia wykazują większość skłonność do aplikacji w procesach, do których zostali zaproszeni, natomiast seniorzy sprawdzają firmy przed wysłaniem CV. Wyjątkiem są stażyści i juniorzy - Ci deklarują, że aplikują na wszystkie ogłoszenia, które mogą do nich pasować.

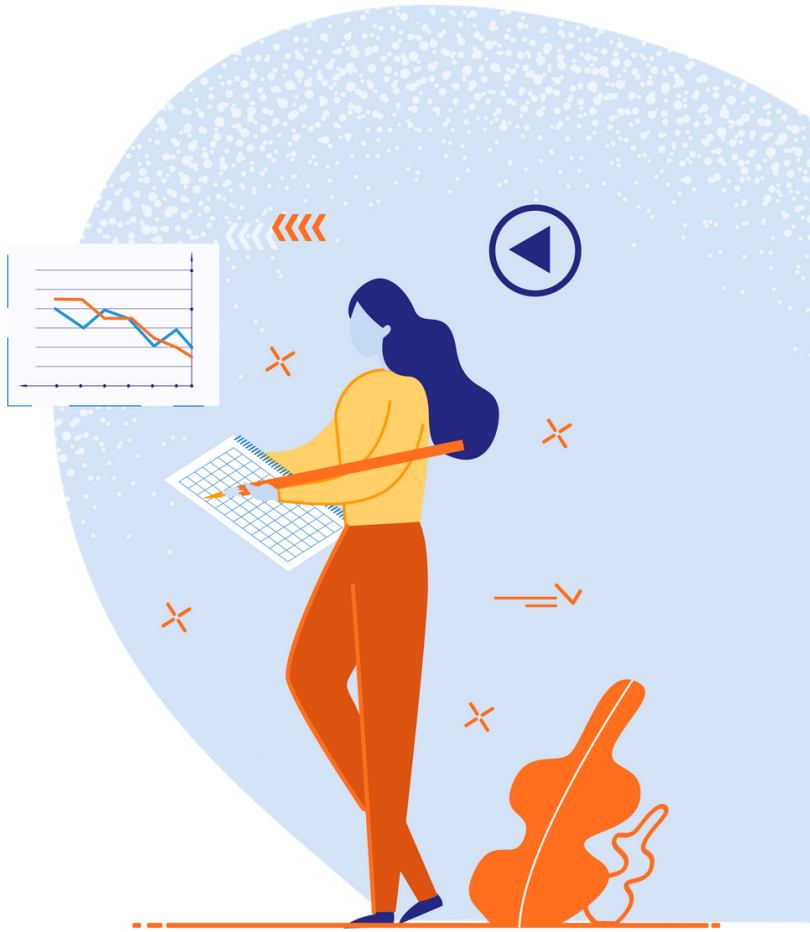
Ponad 70% respondentów szuka pracy na portalach branżowych

Do jakich firm aplikujesz?



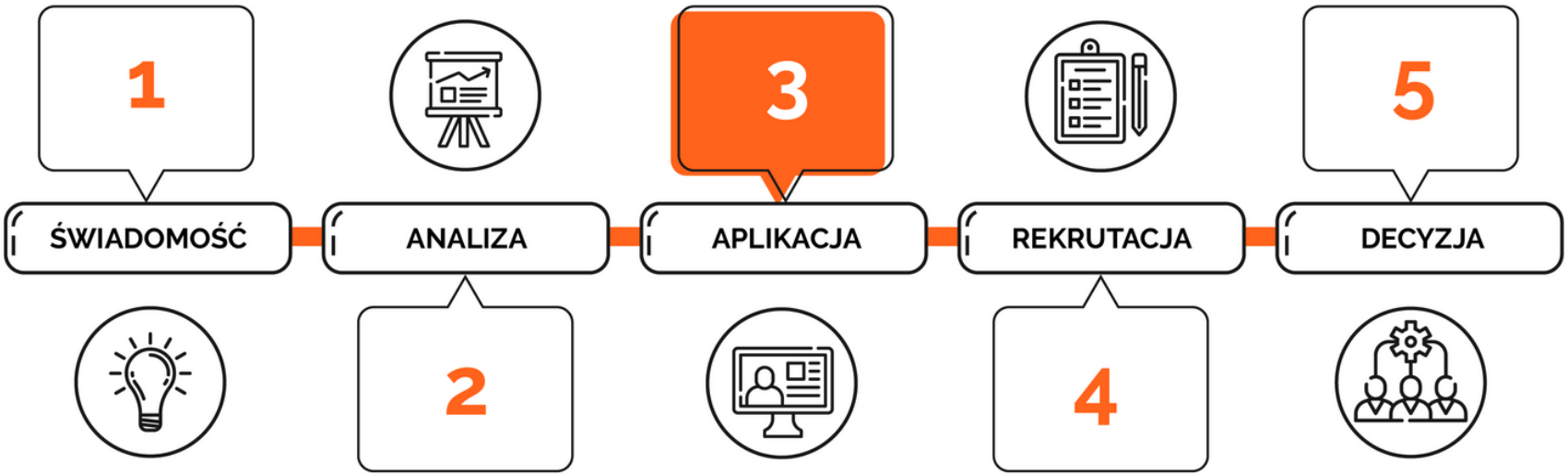
Nie mów o benefitach, postaw na konkret

9 na 10 kandydatów twierdzi, że szuka informacji o wynagrodzeniu w ogłoszeniu o pracę a 3 na 4 z nich wskazuje, że najczęściej tej danej brakuje. Wciąż dziwi nas, jak wiele firm ignoruje masową potrzebę grupy, do której próbuje dotrzeć i o którą rywalizuje z innymi organizacjami poszukującymi ekspertów z branży. Decydując się na ujawnienie wynagrodzenia już na etapie ogłoszenia, wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom kandydatów, co pozytywnie wpływa na nasz wizerunek oraz rozstrzyga ich dylemat "aplikować, czy nie?". Dodatkowo, optymalizujemy w ten sposób procesy rekrutacyjne i, przy okazji, oszczędzamy czas - nasz i kandydata. Prezentując informację o zarobkach na samym początku, czy to w ogłoszeniu czy wysyłając spersonalizowane wiadomości, robimy preselekcję kandydatów i redukujemy rekrutacyjne wydatki.



Aleksandra Kubicka, HR Business Partner w No Fluff Jobs

Etap 3: Aplikacja | Jakie formy aplikowania mi proponujesz?



Chcę aplikować przez formularz online

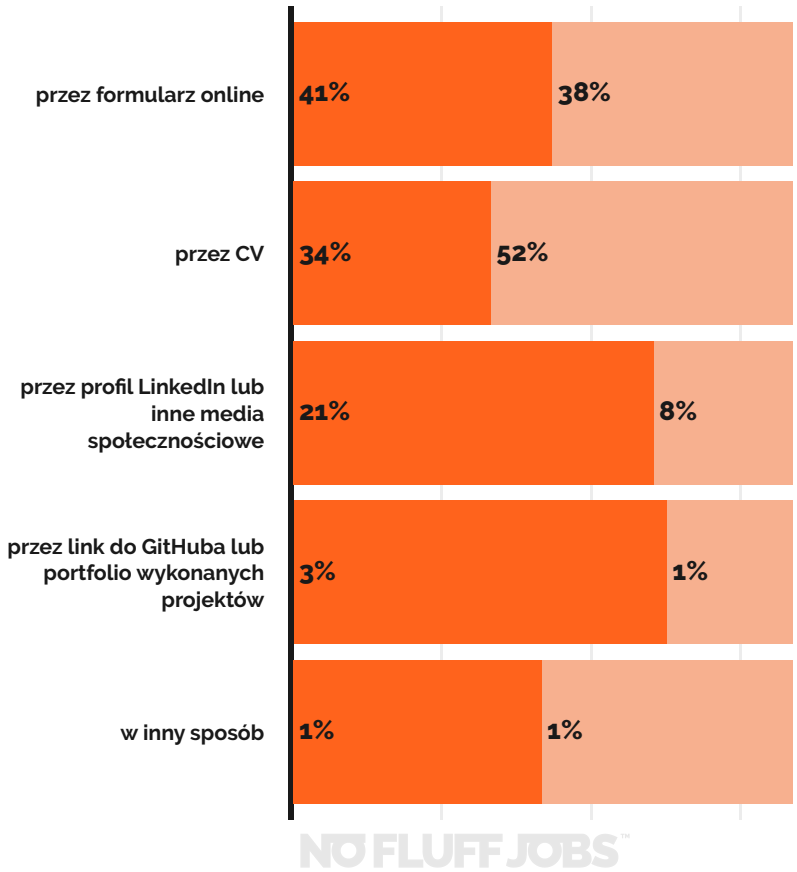
Kandydaci preferują aplikację przez formularz online, choć dołączenie do formularza pliku CV nie stanowi dla nich problemu.

Jaką formę aplikowania proponują kandydatom sami pracodawcy? Ponad połowa respondentów najczęściej spotyka się z formą aplikowania przez formularz z załączeniem pliku CV.

8% ankietowanych wskazało, że pracodawcy oferują możliwość aplikacji przez Social Media.

Co 5. ankietowany chętnie aplikowałby przez LinkedIn lub inne media społecznościowe.

Preferencje formy aplikacji

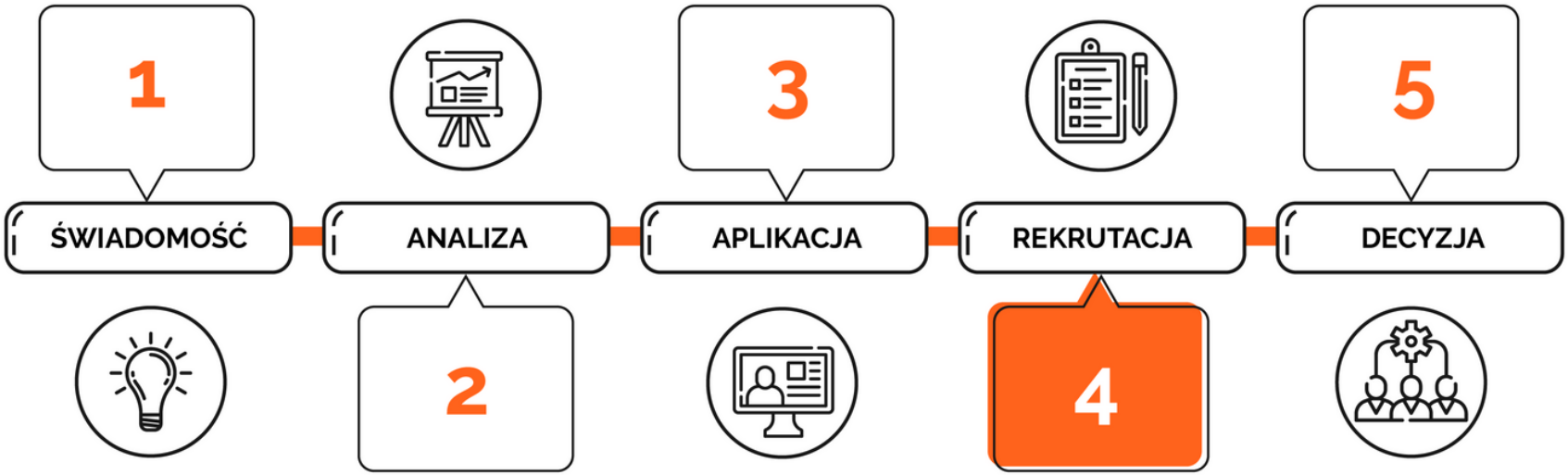


Formularz aplikacyjny z efektem WOW

Formularz aplikacyjny to często pierwszy etap, w którym pracodawcy (nie)świadomie sabotują swój własny proces rekrutacyjny. 1 na 5 kandydatów chciałby aplikować w najkrótszej możliwej formie, czyli z pomocą linka do swojego profilu na Linkedin czy w innym serwisie społecznościowym. Umożliwia im to mniej niż 1 na 10 pracodawców. Warto pamiętać, że główny cel, jaki powinien przyświecać procesowi aplikacji, to zdobycie od kandydata informacji potrzebnych z rekrutacyjnego punktu widzenia. Takich, które pozwolą na dalsze procedowanie jego kandydatury. Im forma ich przekazania będzie bardziej przystępna z punktu widzenia potencjalnego pracownika, tym lepiej.

Maja Gojtowska, autorka bloga Gojtowska.com i książki
“Candidate experience. Jeszcze kandydat czy już klient?”

Etap 4: Rekrutacja | W jaki sposób się ze mną skontaktujesz?

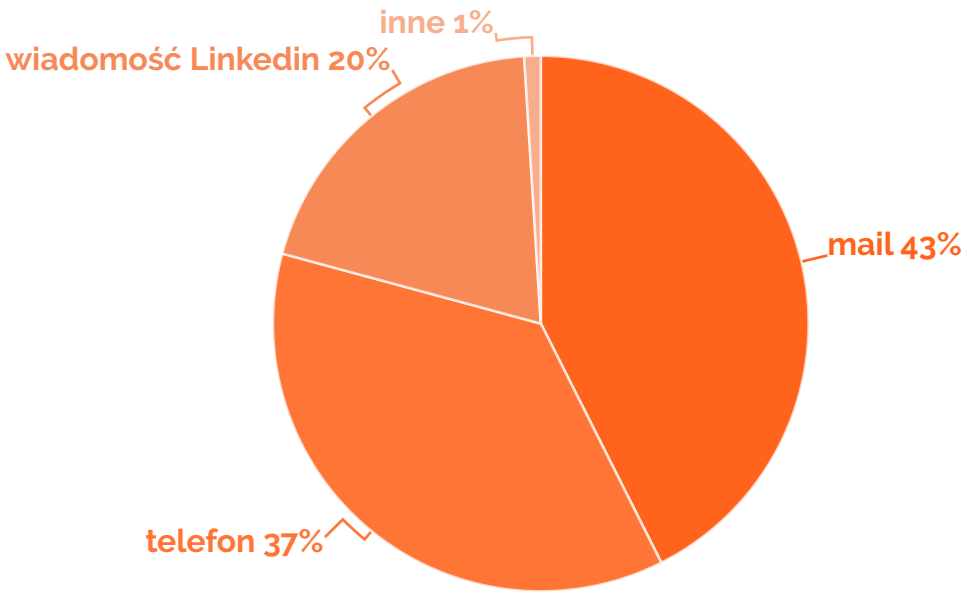


Wolę, gdy najpierw napiszesz

43% ankietowanych wskazało, że najlepszą formą pierwszego kontaktu z rekruterem jest e-mail.

Co 3. wybrałby kontakt telefoniczny, a co 5. preferuje wiadomość na LinkedIn. W dodatkowych odpowiedziach respondenci zwracali uwagę, że to nie forma kontaktu jest najważniejsza, ale czas i komfortowe warunki, w jakich ten kontakt następuje.

Jaką formę pierwszego kontaktu w rekruterem preferujesz?



Chcę wiedzieć, kim będę w zespole

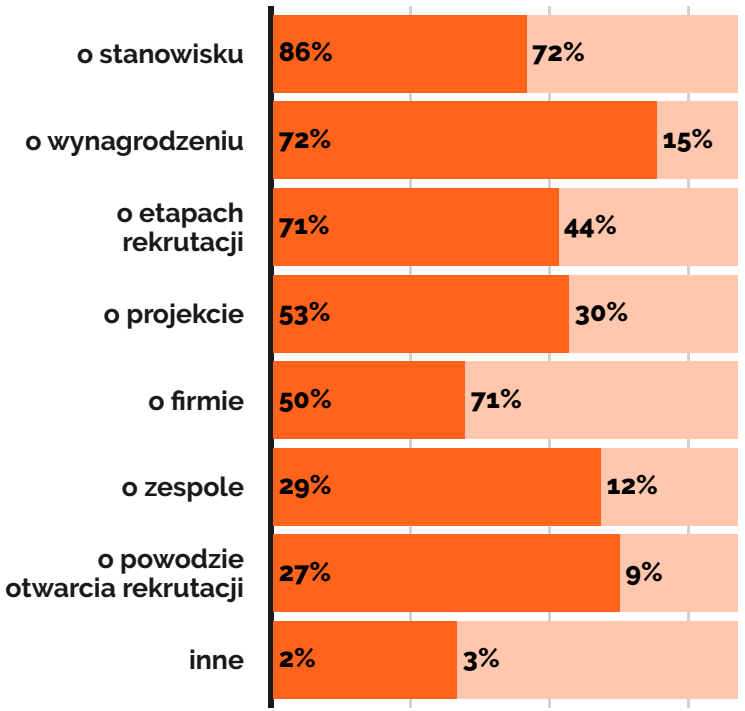
Podczas pierwszego kontaktu telefonicznego z rekruterem 86% kandydatów chce usłyszeć przede wszystkim **informacje o stanowisku.** Kolejne pod względem ważności są informacje o **wynagrodzeniu** oraz **etapach rekrutacji.**

O ile rekruterzy podczas pierwszego kontaktu przekazują informacje o stanowisku, to z pozostałymi kwestiami nie trafiają w oczekiwania kandydatów.

Jedynie 15% kandydatów otrzymuje informację o wynagrodzeniu, choć oczekuje tego 5 razy więcej respondentów. Mniej niż połowa ankietowanych deklaruje, że przy pierwszym kontakcie z rekruterem otrzymuje informację o etapach rekrutacji.

Prawie co 2. ankietowany stwierdza, że informacje przekazane przez rekrutera podczas pierwszego kontaktu są niewystarczające.

Informacje podczas pierwszego kontaktu



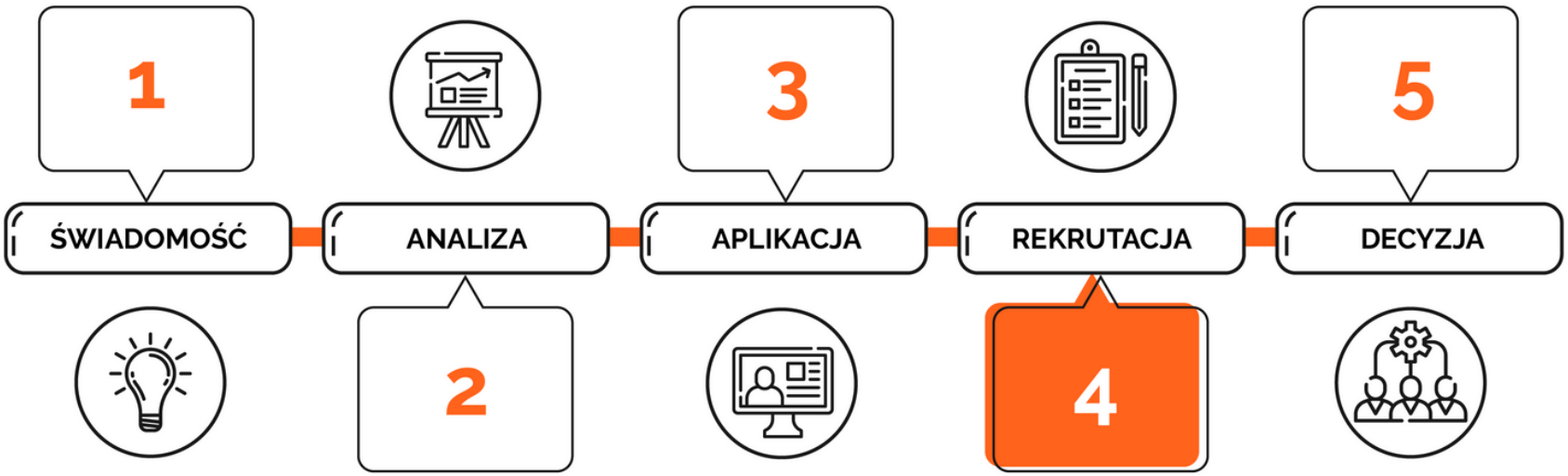
Kandydaci chcą wiedzieć, kim będą w zespole i jaką rolę będą w nim pełnić

“Rekruterze, rekrutuj ludzi, nie stanowiska. Zastanów się, kogo naprawdę chcesz zatrudnić i czy wyobrażasz sobie mnie, siedzącego z Tobą w firmowej kuchni przy stole?”

PAULO

Cytat z przepisów deweloperów przygotowanych przez specjalistów IT w ramach ankiety “Doświadczenia kandydatów w IT”

Etap 4: Rekrutacja | Czy rozmowa rekrutacyjna spełni moje oczekiwania?



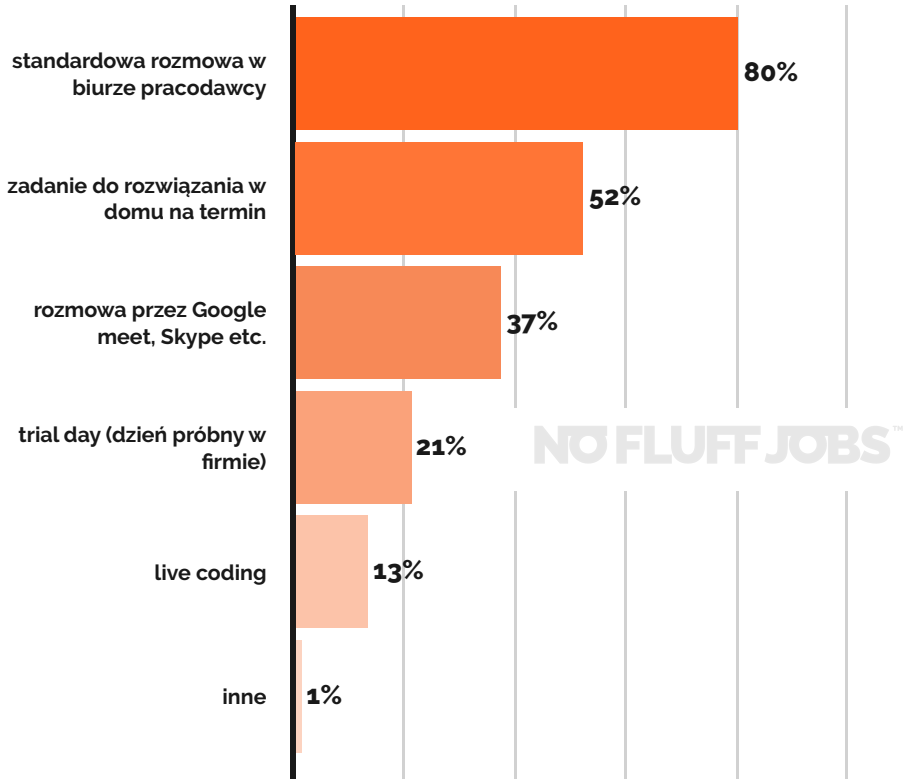
Lubię tradycyjne rozmowy i... rozmowy online!

Niemal 40% specjalistów IT oczekuje, że pracodawca spotka się i porozmawia za pomocą jednego z popularnych komunikatorów online.

Ankietowani najczęściej spotykają się ze sprawdzaniem umiejętności na rozmowie kwalifikacyjnej w biurze. Tylko 10% respondentów wskazuje, że pracodawca zaproponował im spotkanie online.

80% ankietowanych wskazuje, że preferuje spotkanie rekrutacyjne w biurze.

Jakie formy sprawdzania umiejętności preferujesz?



O naszym spotkaniu chcę wiedzieć jak najwięcej

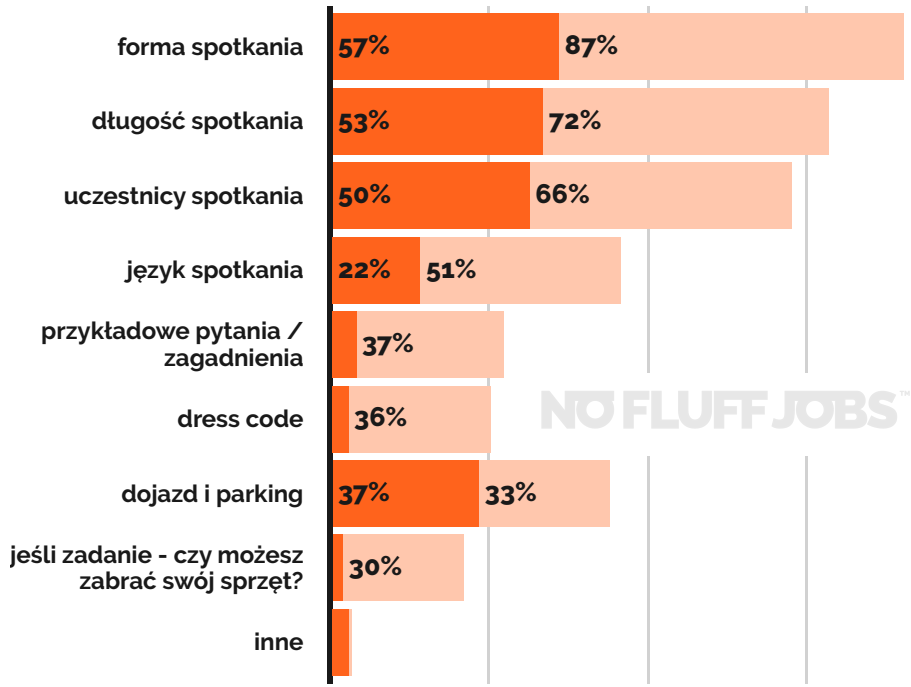
Prawie 90% ankietowanych wskazało, że najważniejszą informacją przed rozmową kwalifikacyjną jest ta o formie spotkania.

Kandydaci otrzymują od rekruterów informacje o formie spotkania, choć to nie jest normą. Respondenci odpowiedzieli, że chcieliby wiedzieć, kto będzie uczestniczyć w spotkaniu, jak długo będzie trwać spotkanie oraz w jakim języku się odbędzie.

Okazuje się, że dla kandydatów z minimum kilkuletnim stażem, oprócz formy i długości spotkania, najważniejsza jest informacja o uczestnikach. Największą wagę przykładają do tego specjaliści IT na stanowiskach mid, senior oraz team leaderzy.

Co ciekawe, co 3. ankietowany chciałby uzyskać informację o dress codzie podczas interview.

Informacja podczas zaproszenia na rozmowę?



Jakich informacji najczęściej udzielają Ci rekruterzy podczas zaproszenia na interview?

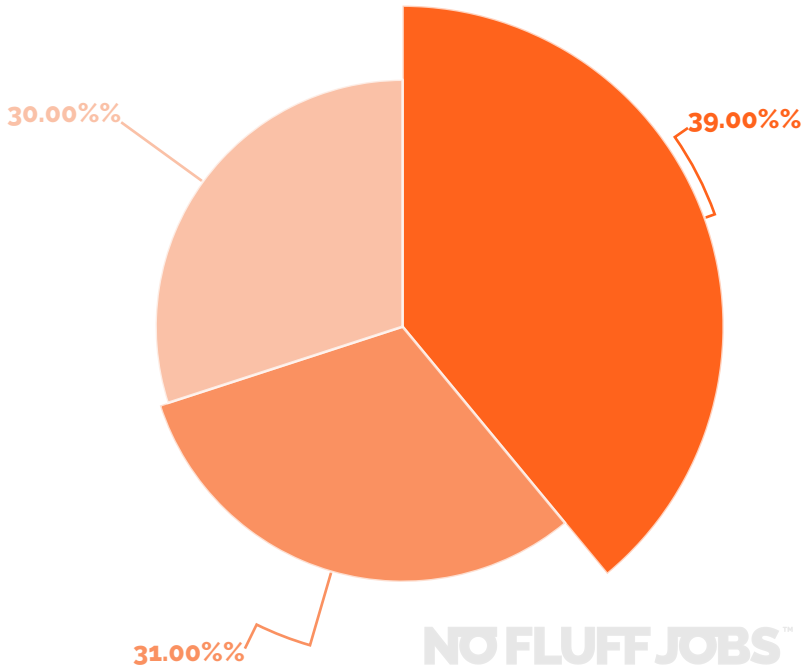
Jakich informacji oczekujesz w zaproszeniu na interview?

Włóż tyle wysiłku w zadanie, co ja w jego wykonanie

Co 2. ankietowany uważa, że dobrym sposobem sprawdzenia umiejętności jest zadanie domowe a następnie jego omówienia w dowolnej trybie.

1 na 3 respondentów ocenia złożoność i czasochłonność zadań, które otrzymują w procesie rekrutacyjnym jako nieadekwatną do danego etapu rekrutacji.

Jak oceniasz zadania rekrutacyjne do wykonania w domu?



Chciałbym, abyś traktował mnie poważnie

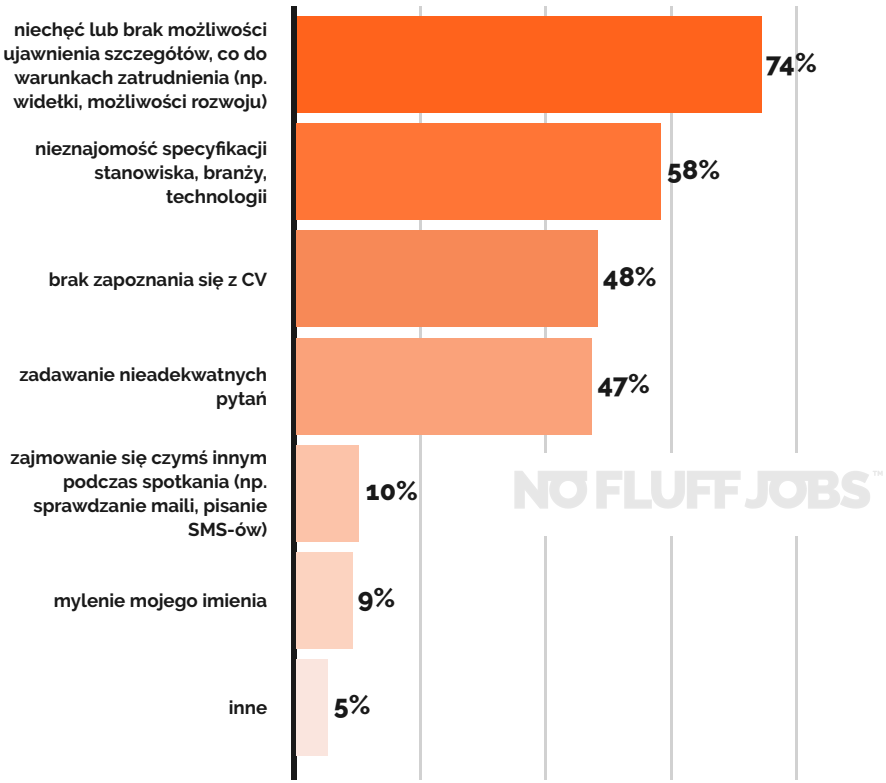
¾ respondentów podczas spotkania rekrutacyjnego czuje niechęć lub brak możliwości ujawnienia szczegółów odnośnie warunków zatrudnienia. W szczególności zjawisko to dotyczy zarobków i konkretnych informacji o możliwościach rozwoju.

Ponad połowa badanych wskazuje, że rekruterzy nie znają specyfikacji stanowiska, branży i nie mają wystarczającej wiedzy o wymaganych technologiach.

Ankietowani zachowania rekruterów określili jednym słowem - **lekceważenie**. Pod tym pojęciem znajduje się brak zapoznania się z CV, nieadekwatne pytania, zajmowanie się czymś innym podczas spotkania, mylenie imienia, mylenie płci (choćby w mailu po spotkaniu).

Uczestnicy ankiety mają również zastrzeżenia do ofert wysyłanych z zaproszeniem do rekrutacji. Często mało jest w nich informacji i są nieadekwatne do umiejętności potencjalnego kandydata. Ponadto, w odpowiedziach zwrócili również uwagę na nieścisłości odnośnie warunków pracy oraz na obietnice bez pokrycia. Mimo obostrzeń prawnych, zdarzają się również pytania o ciążę.

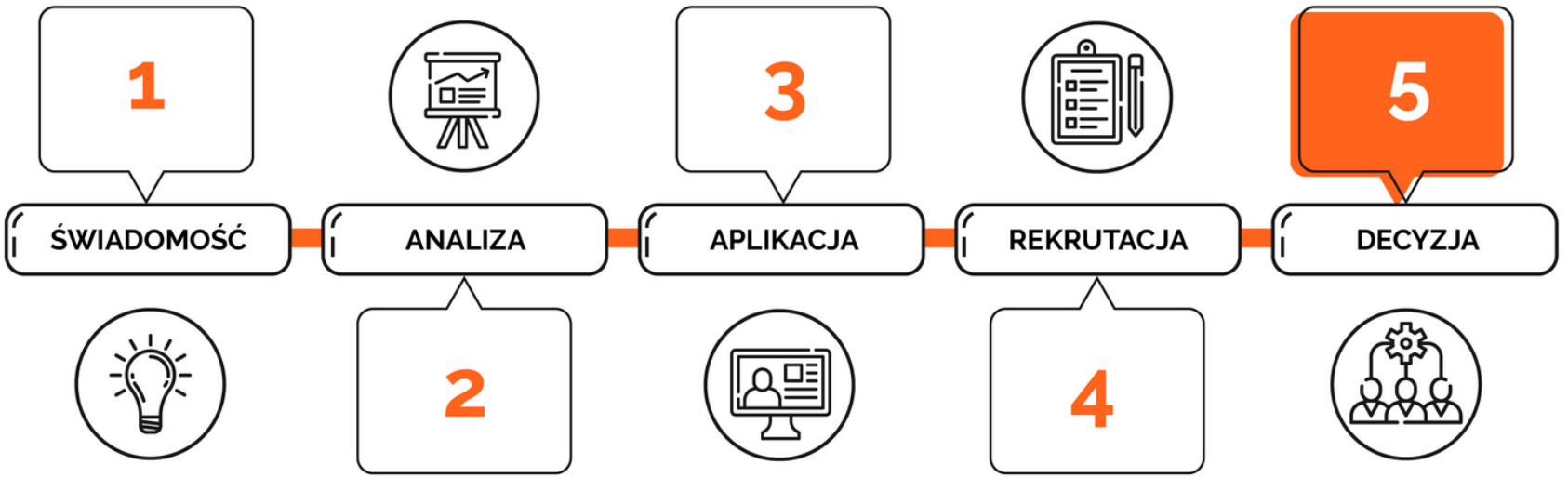
Najczęstsze błędy rekruterów to:



**"Bez owijania w bawełnę i ściemniania.
Od początku do końca jesteśmy
równorzędnymi partnerami.
W procesie rekrutacji, nikt nie jest lepszy.
Zarówno rekruter, jak i kandydat grają
do tej samej bramki."**

cytat z przepisów deweloperów przygotowanych
przez specjalistów IT w ramach ankiety
“Doświadczenia kandydatów w IT”

Etap 5: Decyzja | Daj mi informację zwrotną!



Marzę o feedbacku od rekrutera!

1 na 2 kandydatów w branży IT nie otrzymuje informacji zwrotnej.

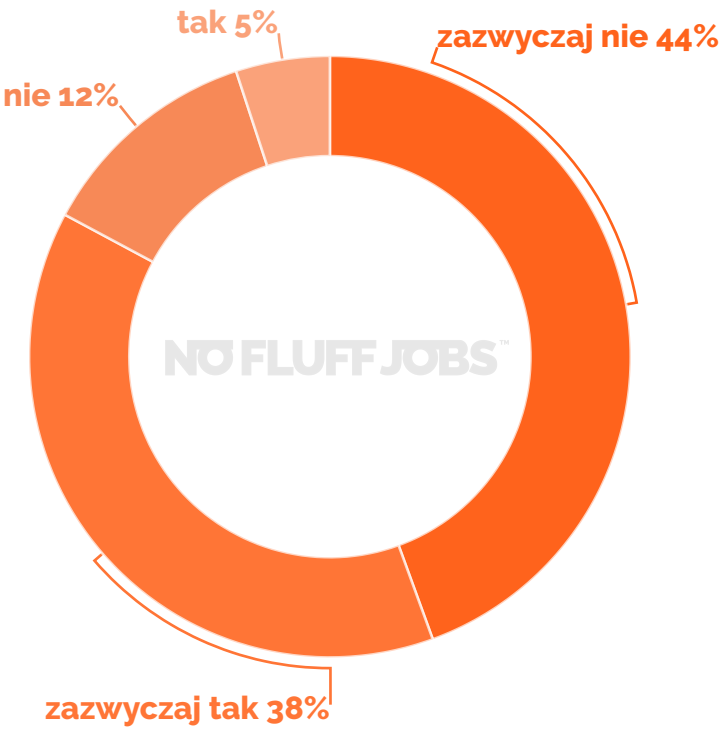
Ten trend jest widoczny w każdej grupie, niezależnie od pełnionej funkcji i doświadczenia! Kandydaci nie otrzymują również informacji o powodach odrzucenia ich kandydatury.

77% kandydatów chciałoby znać jak najwięcej szczegółowych nt. odrzucenia ich kandydatury.

Pracodawcy powinni bez wątpienia pracować cały czas nad terminowością przekazywania kandydatom feedbacku.

Tylko 1 na 3 kandydatów deklaruje, że informację zwrotną w procesie rekrutacji otrzymał w ustalonym terminie.

Czy otrzymujesz informację zwrotną po odrzuceniu kandydatury?



| Zadanie możliwe do wykonania w 1 dzień

| Live coding trwający 1 godzinę lub nieco dłużej

| Informacja zwrotna o sukcesie lub porażce 1 dzień po spotkaniu

Ja też chcę dać Ci feedback

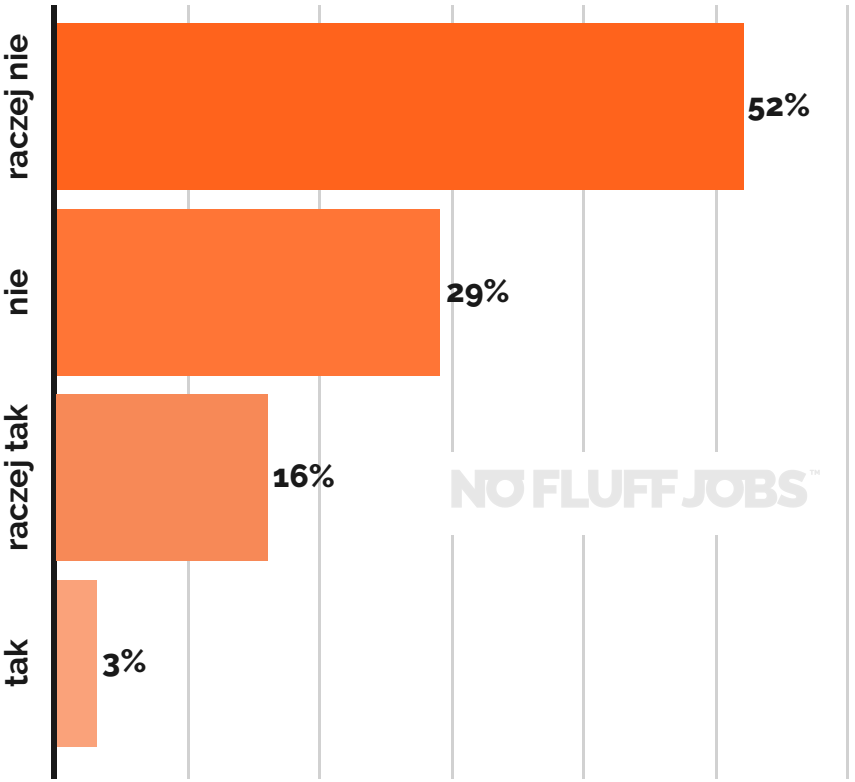
Choć o badaniu doświadczeń kandydatów mówi się coraz więcej, pracodawcy znają ten obszar głównie w sferze teorii.

Aż 81% kandydatów przyznało, że nie ma możliwości przekazania pracodawcy feedbacku na temat swoich doświadczeń rekrutacyjnych w ustrukturyzowany sposób. Jeżeli już taka sytuacja się zdarzy, respondenci uważają, że firmy nie wyciągają z feedbacku żadnych wniosków.

"Feedback jest wyrazem szacunku dla kandydata i pozwala lepiej przygotować się do kolejnych rekrutacji. Chciałbym wiedzieć, czy przegrałem, bo byli lepsi ode mnie, czy po prostu nie trafiłem w widełki."

cytat z przepisów deweloperów przygotowanych przez specjalistów IT w ramach ankiety "Doświadczenia kandydatów w IT"

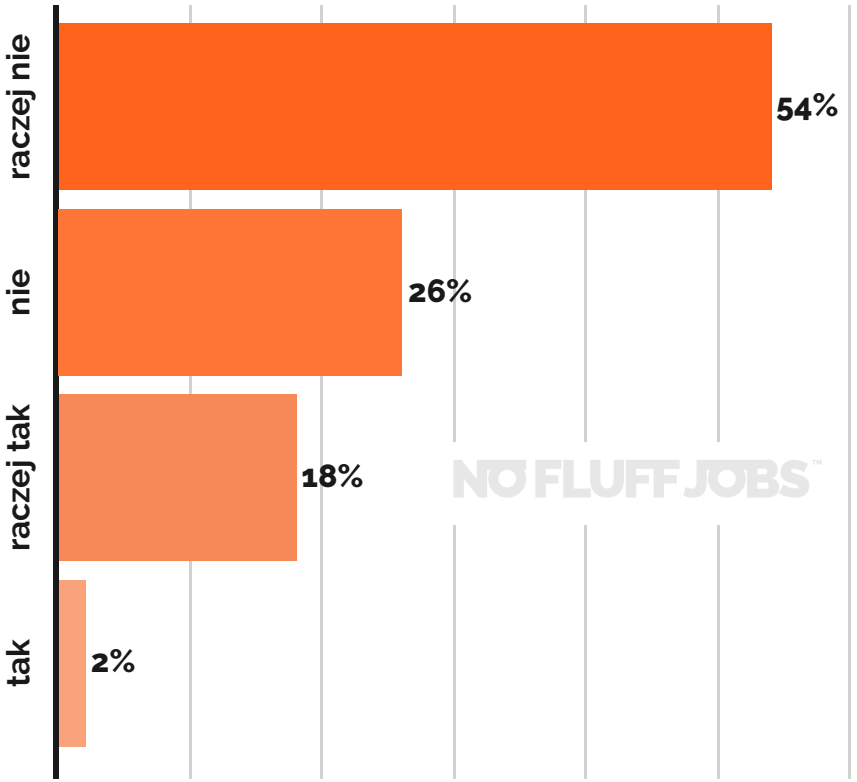
Czy masz możliwość przekazania firmom lub rekruterom feedbacku na temat swoich doświadczeń z procesu rekrutacji w ustrukturyzowany sposób?



Chcę, żebyś wyciągnął wnioski z naszej rekrutacji

80% ankietowanych uważa, że firmy nie wyciągają wniosków z feedbacku od kandydatów oraz nie optymalizują procesów rekrutacyjnych w oparciu o informację zwrotną.

Czy uważasz, że firmy wyciągają wnioski z feedbacku od kandydatów i usprawniają procesy?



Bez pomiaru doświadczeń rekrutacyjnych nigdy ich nie ulepszysz

8 na 10 specjalistów z branży IT deklaruje, że nie ma możliwości przekazywania pracodawcom feedbacku na temat swoich doświadczeń rekrutacyjnych. To smutny dowód na to, że pracodawcy nie mierzą i nie analizują doświadczeń rekrutacyjnych w swoich firmach. Jak zatem chcą je ulepszać? Myślę, że obecny stan rzeczy spowodowany jest, przede wszystkim, strachem przed oceną i krytyką ze strony kandydatów. Tylko czy pracodawców IT stać na nieustające powtarzanie tych samych błędów rekrutacyjnych i tracenie nie tylko aktualnych, ale też potencjalnych, przyszłych kandydatów? Nawet najtrudniejszą informację zwrotną od kandydata trzeba bowiem przyjąć jak najlepszy prezent. Tylko w ten sposób będziemy w stanie zidentyfikować i wyeliminować działania, które w procesie rekrutacji czy budowie doświadczeń kandydatów w ogóle działają na naszą niekorzyść.

Maja Gojtowska, autorka bloga Gojtowska.com i książki “Candidate experience. Jeszcze kandydat czy już klient?”

Masz 10 sekund, żeby zrobić wrażenie

Mówi się, że kandydat ma pierwsze 10 sekund, aby zrobić wrażenie na rekruterach. Okazuje się, że ta zasada działa w obie strony. Firmy o swój wizerunek muszą dbać cały czas. To, jakie informacje o firmie kandydat znajdzie jako pierwsze w sieci, może mieć decydujące znaczenie dla całego procesu rekrutacyjnego - ponad 70% kandydatów sprawdza opinie o firmie właśnie w internecie. Analiza zachowań użytkowników No Fluff Jobs to zjawisko potwierdza. Nasi użytkownicy na stronach ofert pracy najczęściej kopiują nazwę firmy lub przeglądają profile pracodawców, zanim zdecydują się zaaplikować na daną ofertę. Z kolei analizy pojedynczych ofert pokazały nam, że więcej aplikacji (o 27%!) pozyskują firmy z dobrą opinią niż te, dla których nie dodano żadnych komentarzy lub dodano te negatywne. Dodatkowo, potencjalni kandydaci pytają znajomych o opinię na temat pracodawców. Obecni pracownicy oraz osoby, które z różnych przyczyn "odpadły" w procesie rekrutacyjnym, są źródłem wiedzy o kulturze i firmie dla kolejnych, potencjalnych kandydatów.

Wyniki ankiety jasno pokazują, że w procesie rekrutacyjnym w branży IT jest jeszcze dużo do zrobienia. Brakuje komunikatów dostosowanych do poziomu doświadczenia kandydatów i ich potrzeb. Niemalże w każdej ofercie firmy prześcigają się informacjami o benefitach mimo, że kandydaci oczekują innych danych - szczególnie tych dotyczących wynagrodzenia, stanowiska, przyszłego zespołu i możliwości rozwoju.

Kandydaci biorący udział w badaniu, za pomocą przepisów, komentarzy i sugestii przekazali pracodawcom jasny komunikat - "oczekujemy szacunku, empatii, konkretów i prawdy na każdym etapie rekrutacji". Wyrazem szacunku jest dla nich jasna informacja o tym, ile będą zarabiać, szczegółowa lista przemyślanych i sprecyzowanych wymagań na stanowisku oraz informacja o strukturze zespołu, do jakiego dołączą i roli, jaką będą w nim pełnić. Po analizie doświadczeń niemal 2000 kandydatów z branży IT jedno wiemy na pewno - wysiłek pracodawcy włożony w proces rekrutacji przekłada się na jakość pozyskanych kandydatur i zadowolenie z nowych pracowników.

Metodologia i autorzy badania

Maja Gojtowska. Ekspertka HR. Wierzy, że firmy powinny traktować swoich pracowników przynajmniej tak dobrze, jak klientów. Od ponad 12 lat doradza i wspiera firmy w zakresie budowy wizerunku i komunikacji. Jest certyfikowanym moderatorem Design Thinking.Projektuje działania wizerunkowe z obszaru HR i employer brandingu. Prowadzi szkolenia oraz warsztaty strategiczne dla firm. Jest autorką popularnego bloga Gojtowska.com. We wrześniu 2019 roku ukazała się jej książka "Candidate experience. Jeszcze kandydat czy już klient?".

Marta Steiner. Head of Product & Marketing w No Fluff Jobs. Na co dzień zarządza zespołami Product, Performance i Marketing i wraz z nimi tworzy narzędzia i prowadzi akcje marketingowe, mające na celu budowanie wysokich standardów rekrutacji IT w Polsce i na Węgrzech. Od 15 lat zajmuje się rozwojem produktów online, pełniąc funkcję Chief Product Ownera w multizespołowych projektach,angażujących teamy deweloperskie, teamy UX i designerskie oraz specjalistów z różnych branż.

Aleksandra Kubicka. HR Business Partner w No Fluff Jobs. Od początku swojej kariery związana z branżą IT. Posiada praktyczne doświadczenie z zakresu prowadzenia projektów HR i wprowadzania dobrych praktyk do organizacji. Wielka fanka decyzji opartych na danych, biegle posługująca się językiem biznesu. Na co dzień zajmuje się miękkim HR-em i wspiera rozwój organizacji, dbając o największą przewagę konkurencyjną - ludzi. Wierzy w siłę komunikacji, zaufania i współpracy.

Metodologia: *Na podstawie ankiety online "Doświadczenia kandydatów w IT" opracowana przez No Fluff Jobs oraz Maję Gojtowską, autorkę książki "Candidate Experience, Jeszcze kandydat czy już klient?", styczeń - luty 2020 r.* ***Liczba respondentów: 1951.***

Opracowanie: Marta Steiner, Dominika Janecka,
Design i skład: Nataliia Tostanovska

Skorzystaj z oferty employer brandingowej!

Chcesz dowiedzieć się więcej o naszej ofercie?

Skontaktuj się z nami:

sales@nofluffjobs.com

+48 509 579 097

NO FLUFF
JOBS

SmoothieHR
powered by NO FLUFF JOBS

GOJTOWSKA.COM