

SÅDAN GØR  
ARBEJDSGIVERNE SIG  
ATTRAKTIVE OVER FOR  
DEN UNGE  
GENERATION PÅ  
ARBEJDSMARKEDET

# HVORDAN GØR I JER ATTRAKTIVE OVER FOR DEN UNGE GENERATION?



I Rekrutteringsanalysen 2016 har vi spurgt 854 private og offentlige virksomheder om, hvordan de gør sig attraktive over for den unge generation. Men hvorfor lige den unge generation?

De næste 10-20 år vil der være stor udskiftning på det danske arbejdsmarked. De store årgange fra 40'erne og 50'erne er på vej ud, mens en ny generation er på vej ind. En ny generation, der er langt mindre: I 1946 lå fødselstallet således på 96.000 – de seneste 30 år har tallet ligget på under 69.000.

## **Generation Y og Z har indtaget arbejdsmarkedet**

De to nyeste generationer omtales ofte som generation Y (årgang 1978-89) og generation Z (årgang 1990-2001) De går også under en samlet betegnelse, "de digitalt indfødte", og lever efter mantraet: "If it ain't digital, it does not exist". Generation Z dog i højere grad end generation Y.

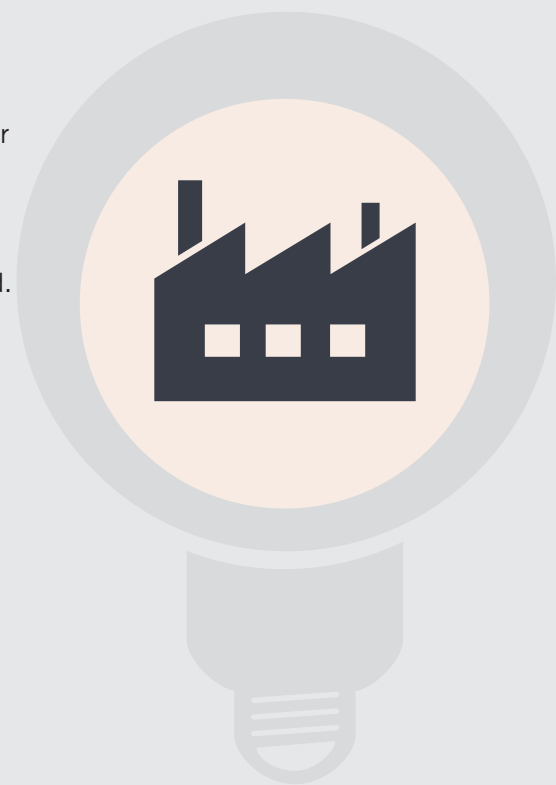
Generation Y er højkonjunktorens og mulighedernes generation. De er meget socialt kompetente og er den første generation af "lykkesmede", der tror på, at de ved at træffe de rigtige valg kan bestemme, om livet og karrieren bliver en succes. Og så søger de det meningsfyldte arbejde med mulighed for at realisere og skabe nye identiteter.

Generation Z er engageret i samfundet, mindre optaget af forbrug og har travlt med at forbedre deres kompetencer i skolen og på uddannelsesinstitutionerne. De har et globalt mindset, fordi de fra barnsben har været vant til at have adgang til begivenheder og nyheder fra hele verden gennem de digitale medier.

## **4 hovedkategorier – 23 indsatser**

Vi har samlet de bedste idéer til, hvordan du tiltrækker de skarpeste unge hjerner fra begge generationer til netop din virksomhed.

Idéerne er inddelt i fire hovedkategorier og yderligere 23 underkategorier, der giver nogle bud på konkrete indsatser, I kan implementere i jeres virksomhed.



# HVAD GØR I I FORHOLD TIL EN SVÆRERE REKRUTTERINGSSITUATION?

I Rekrutteringsanalysen 2016 har vi desuden spurgt arbejdsgiverne om, hvad de gør i forhold til en sværere rekrutteringssituation. Det er der kommet følgende top 3 svar ud af:

41%

Vi vil prøve at engagere vores medarbejdere og deres netværk mere i kommende rekrutteringer

31%

Vi vil annoncere mere på sociale medier

30%

Vi må selv være mere aktive og udsøge og opsøge potentielle medarbejdere

# HVAD ER MEST ATTRAKTIVT FOR DIG HOS EN KOMMENDE ARBEJDSGIVER?

Vi har spurgt knap 5.000 jobsøgere i alle aldre og med forskellige uddannelsesbaggrunde om, hvad de finder mest attraktivt ved en kommende arbejdsgiver. Det er der kommet følgende svar ud af:



*Vi tilbyder efteruddannelse, erfa-netværk, fleksible arbejdstider, selvstyrende teams, medbestemmelse, personalegoder som fri telefon, Iphone og Ipad. tilskud til internet, motionsordning og sundhedssikring.*

# UDDANNELSESINSTITUTIONER

## MESSER

Udforsk karriere- og jobmesser (Karrieredagene, Jobtræf, Jobmesse København), der enten afholdes på eller uden for uddannelsesinstitutionerne.

## VIRKSOMHEDSBESØG

Folkeskoleelever og gymnasie-/HTX-elever m.fl. inviteres til rundvisning og oplæg på virksomheden, hvor de præsenteres for jobmulighederne.

## GRADUATE-PROGRAMMER

Flere store virksomheder har udviklet skræddersyede – typisk to års – uddannelsesprogrammer, hvor kandidaten oplæres i forskellige afdelinger af virksomheden. Formålet er at finde de dygtige nyuddannede talenter, og få dem tidligt ind i virksomheden.

## STUDIEJOBS

Studierelevant arbejde giver mulighed for at prøve en akademiker *in spe* af på en god, prisvenlig måde. Samtidig bliver akademikeren knyttet til virksomheden på et tidligt stadie.

## LÆRLINGE- OG ELEVSTILLINGER / PRAKTIK

Mange virksomheder bruger denne mulighed til at tiltrække den unge arbejdskraft tidligt i deres karriere. Det seneste år blev der indgået 43.378 aftaler om elev- og lærlingestillinger.

## PROJEKTSAMARBEJDER

Samarbejde om et konkret projekt fra virksomhedens hverdag giver ikke bare nye input til opgaveløsningen – det skaber også grundlaget for et videre samarbejde.



*Vi udbyder studiejobs og stiller praktikperioder samt projektopgaver til rådighed for unge under uddannelse. Derudover inviterer vi HHX- samt EUC-klasser til at besøge os og få en virksomheds præsentation.*



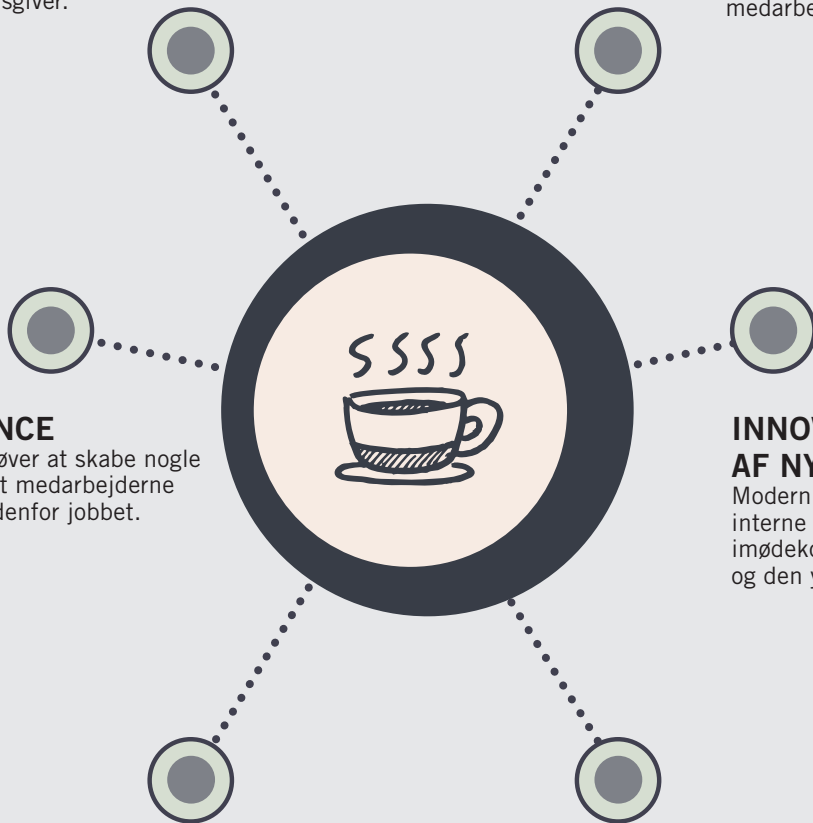
# PERSONALEGODER OG ARBEJDSVILKÅR

## FLEKSIBILITET

Både if.t arbejdstid og muligheden for hjemmearbejde. 26% af jobsøgerne siger, at fleksibel arbejdstid er det mest attraktive ved en kommende arbejdsgiver.

## MENTOR-PROGRAMMER

Flere virksomheder laver mentor-/trainee-programmer for at sikre, at de får overleveret viden fra ældre medarbejdere til de nye.



## WORK/LIFE-BALANCE

Mange arbejdspladser prøver at skabe nogle rammer, der tilgodeser, at medarbejderne også vil prioritere livet udenfor jobbet.

## INNOVATION & BRUG AF NYESTE TEKNOLOGI

Modernisering af virksomhedens interne IT-infrastruktur, så den imødekommer både virksomhedens og den yngre generations behov.

## EFTERUDDANNELSE

Udvikling. Udvikling. Udvikling. Personlig udvikling i en faglig kontekst er et must for mange medarbejdere i den yngre generation.

## GODE UDVIKLINGS-MULIGHEDER OG MEDINDFLYDELSE

Arbejdsopgaverne skal udfordre, og medarbejderne vil kunne se meningen med det arbejde, de udfører.



*Vi tilbyder efteruddannelse, erfa-netværk, fleksible arbejdstider, selvstyrende teams, medbestemmelse, personalegoder som fri telefon, Iphone og Ipad. tilskud til internet, motionsordning og sundhedssikring.*



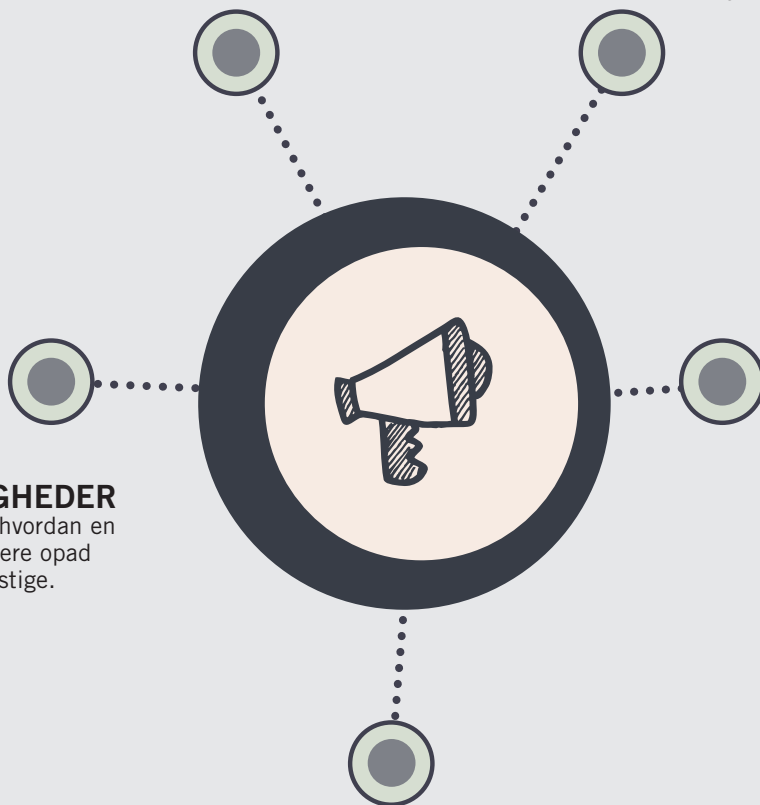
# EMPLOYER BRANDING

## PÅ HJEMMESIDEN OG SOCIALE MEDIER

Den unge generation skal rammes i øjenhøjde. Det gør I bedst ved at kommunikere på mange digitale platforme samtidigt.

## TYDELIGE KERNEVÆRDIER OG SOCIAL ANSVARLIGHED

33% af jobsøgerne siger, at tydelige værdier er det mest attraktive ved en kommende arbejdsgiver.



## GODE KARRIEREMULIGHEDER

Det skal være tydeligt, hvordan en medarbejder kan avancere op ad virksomhedens karrierestige.

## STORYTELLING

Brug ressourcer på at fortælle omverdenen historien om, hvem I er som arbejdsplads, hvad jeres kerneværdier er, og hvorfor I er sat i verden.

## BRUG AF UNGE BRAND-AMBASSADØRER

Flere virksomheder bruger unge medarbejdere til at promovere jeres arbejdsplads over for andre kommende unge medarbejdere.



*Vi taler om Generation Y, som gerne vil arbejde med utraditionelle arbejdstider og arbejde meget via de sociale medier. Vi er nødt til at ændre arbejdsmetoder, men til gengæld skal vi lære de unge at være mere fysisk sociale, fordi de – pga. de sociale medier, brug at pc mv. - bliver socialt dysfunktionelle.*



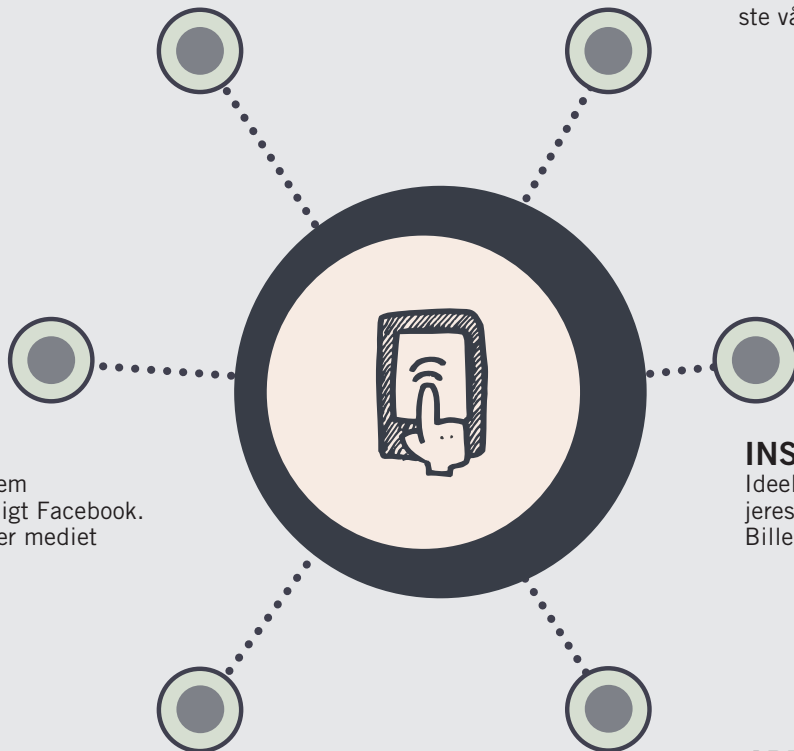
# SOCIALE MEDIER

## MARKEDSFØRING/ANNONCERING

30% af virksomhederne bruger penge på at markedsføre sig via annoncer, sponsorerede opslag eller gennem særlig video-annoncering på de sociale medier.

## LINKEDIN

41% af virksomhederne vil fremover aktivere deres medarbejders netværk mere i rekrutteringsprocessen. LinkedIn er et af de vigtigste våben i den henseende.



## FACEBOOK

Tre ud af fire unge mellem 13 og 23 år bruger dagligt Facebook. 3,4 mio. danskere bruger mediet om måneden.

## INSTAGRAM

Ideelt til at vise, hvordan jeres arbejdsplads ser ud. Billeder > tekst.

## VIDEO

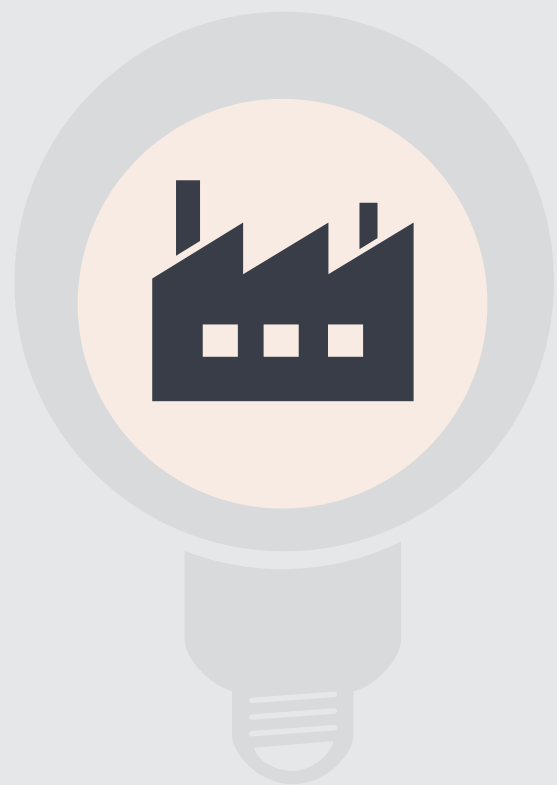
Nogle virksomheder laver særlige YouTube-videoer med yngre medarbejdere for at ramme den yngre generation. YouTube har i øvrigt over 1 mia. brugere om måneden.

## APPS

Flere virksomheder er begyndt at udvikle særlige interne apps for at imødekomme de digitale indfødtes forbrugsvaner. Og for at gøre arbejdet smartere, naturligvis.



*Det er vigtigt at kommunikere på de unges "sprog" - hele vejen igennem virksomheden og modernisere/opdatere især den digitale del af virksomheden udadtil. Glem alt om klassisk kommunikation af værdisæt, der opfattes som meget konservative.*



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.

