

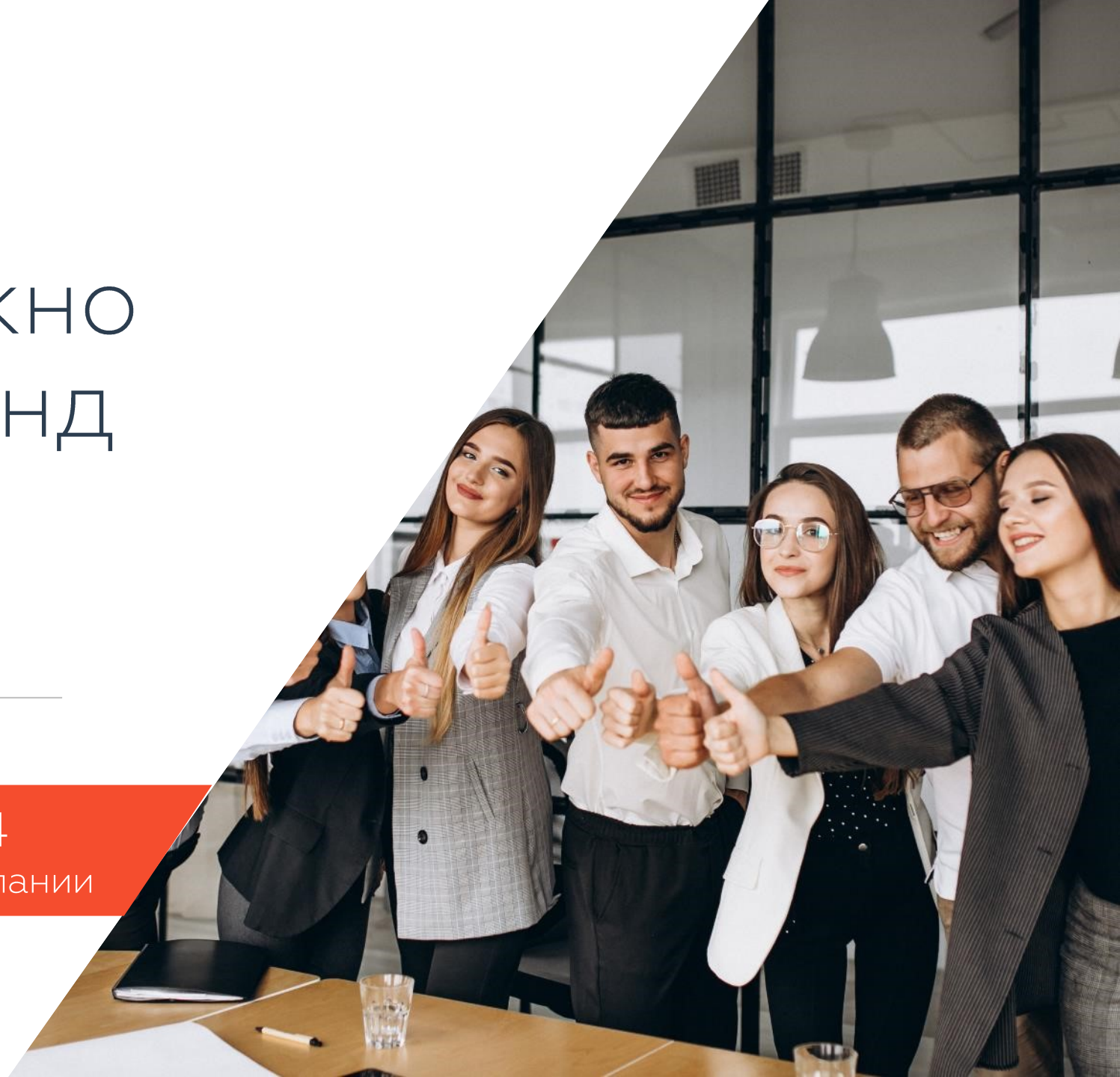


Насколько важно развивать бренд работодателя сегодня?

Онлайн-опрос

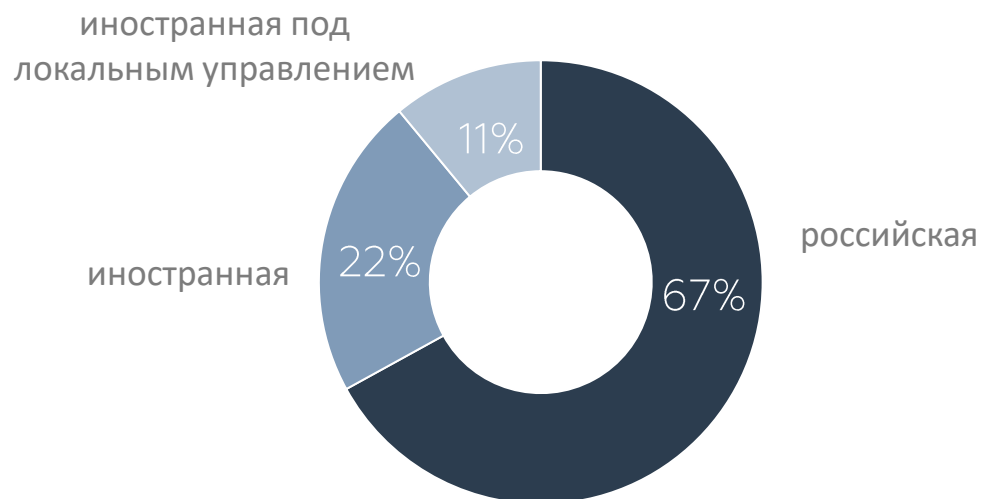
Второй квартал, 2025

364
компании

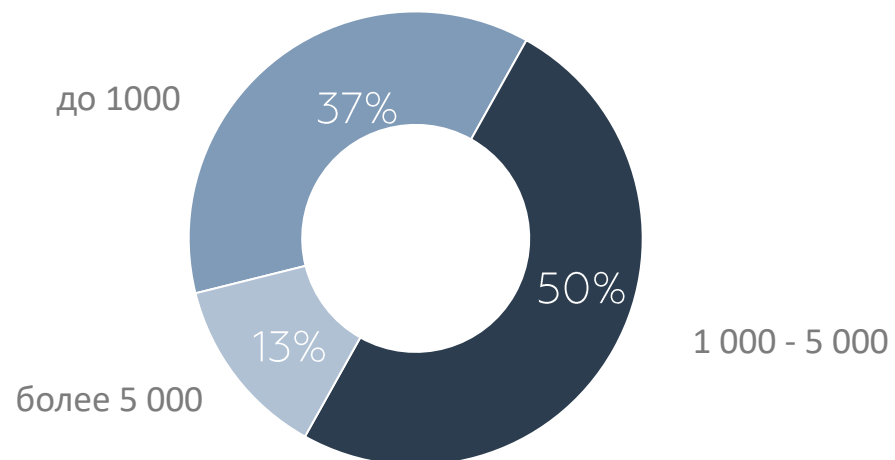


Опросили 364 компании

Тип компании



Численность персонала



Сферы деятельности

- Финансовые услуги
- Медицина, фармацевтика
- Автобизнес
- Розничная торговля
- Индустрия гостеприимства
- Транспорт, логистика, грузовые и пассажирские перевозки
- Информационные технологии, телекоммуникации
- СМИ, медиа-компании
- Добыча и обработка
- Машиностроение
- Агропромышленный комплекс
- Строительство и недвижимость
- Товары народного потребления
- Услуги для бизнеса

Оценка бренда работодателя и проблемы на рынке труда

Как вы оцениваете свой бренд работодателя сейчас?



С какими проблемами вы сталкиваетесь на рынке труда?



Четверть респондентов ответила, что у их компании сильный бренд работодателя, при этом 37% отметили, что бренд развивается, но требует улучшений и корректного продвижения.

Среди проблем на рынке труда большинство компаний отмечают отсутствие необходимых компетенций у кандидатов и трудности с наймом персонала. Также зонами роста являются сроки подбора и повышение узнаваемости компании.

Приход иностранных компаний

Как приход крупных иностранных работодателей может повлиять на вашу стратегию развития бренда работодателя?

41%

Усилим фокус на наших уникальных преимуществах/ будем искать преимущества

33%

Адаптируем наш бренд к меняющейся ситуации на рынке труда

24%

Никак не повлияет, мы в себе уверены, будем идти намеченным путем

22%

Начнем/ продолжим инвестировать в технологии и инновации



Важность развития бренда работодателя



Считают важным развивать
бренд работодателя
сегодня

Респонденты практически единогласны в мнении, что заниматься брендом работодателя сегодня является важной задачей.

68% компаний вкладывают в свой бренд работодателя, у 11% это стоит в повестке на этот год.

Ваша компания занимается/ планирует
заниматься развитием бренда
работодателя?



Цели развития бренда и ключевые акценты

Каковы ключевые цели развития вашего бренда работодателя?

1. Увеличить удовлетворенность текущих сотрудников
2. Уменьшить отток сотрудников к конкурентам/ бороться с контрофферами
3. Решить проблему с наймом персонала
4. Повысить качество входящих откликов кандидатов
5. Сократить затраты на найм персонала
6. Создать/ обновить ценностное предложение работодателя
7. Расширить спектр услуг/ географию присутствия
8. Просто быть в тренде

На какие преимущества вы делаете акцент в первую очередь?

1. Стабильность и надежность компании
2. Корпоративная культура и внутренняя жизнь
3. Оплата труда
4. Обучение и профессиональное развитие персонала
5. Гибкий график и гибридный формат работы
6. Социальный пакет (ДМС, фитнес и т.д.)
7. Карьерный рост и перспективы
8. Технологичность процессов
9. Создание комфортных условий работы (зоны отдыха и т.д.)

Как измеряете эффективность бренда работодателя?



Инструменты развития бренда работодателя



Большинство компаний использует внутренние и внешние коммуникации в качестве инструментов для продвижения бренда работодателя.

Те компании, которые работают с уходящими сотрудниками, чаще всего используют выходные интервью для определения зон развития бренда.

Как именно работаете с уходящими сотрудниками?



ancor.ru



HR Match

для HR:

HR Match

- /// новости
- /// лайфхаки
- /// эксклюзивные предложения



ANCOR

**для HR
и бизнес-лидеров:**

ANCOR

- /// новости
- /// события
- /// экспертные мнения