

employer
brand research
2018



 randstad



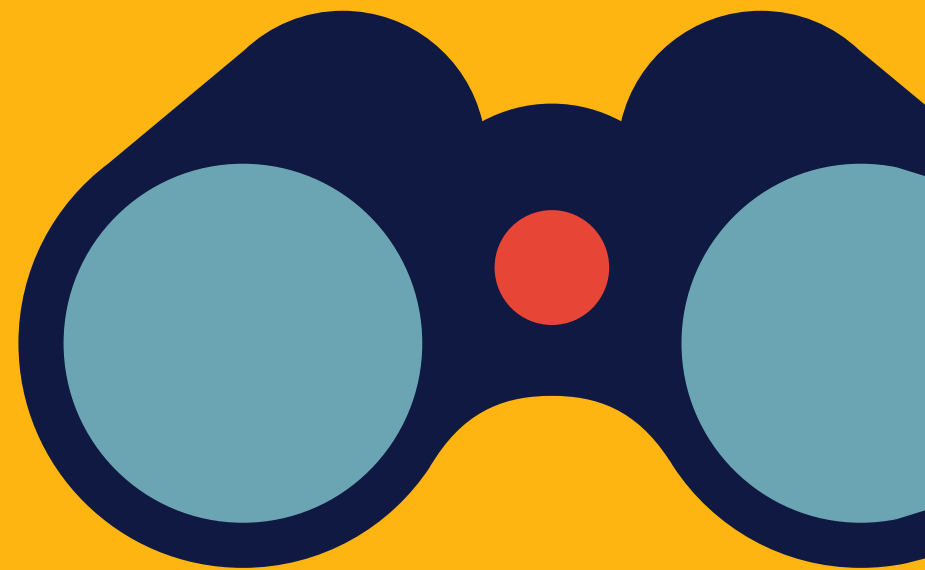
landsrapport
sverige.



human forward.

innehåll.

- 1 inledning
- 2 landsresultat
- 3 sektorbaserade insikter
- 4 de mest attraktiva arbetsgivarna
- 5 djupdykning
- 6 metoder



inledning.



därför är employer branding viktigt.



Företag med positiva arbetsgivarvarumärken får dubbelt så många ansökningar som företag med negativa varumärken. De spenderar dessutom mindre pengar på sina anställda.¹

50 %

av kandidaterna uppger att de inte vill arbeta för ett företag som har ett dåligt rykte – även om det innebär en högre lön.¹

80 %

av arbetsgivarna instämmer i att ett starkt employer brand har stor betydelse för att attrahera rätt medarbetare.² Människor arbetar för företagskulturer och inte för företag, så hur arbetsgivare uppfattas är av största vikt. Både rekryterare och kandidater uppger att företagskulturen är en av de viktigaste faktorerna vid val av arbetsgivare. Det är även viktigt med en öppen företagskultur – kandidater tar aktivt reda på mer om företagets kultur för att avgöra om de passar in. Om kandidaterna hittar positiva omdömen från anställda och kandidater känner de sig mer motiverade att söka jobb på företaget.

96 %

instämmer i att ett företags kultur måste stämma överens med deras personliga värderingar för att de ska känna sig nöjda med arbetsplatsen.³

62 %

av kandidaterna söker information om företag i sociala medier innan de ansöker.⁵

88 %

av millenniegenerationen och minoritetsgrupper instämmer i att det är mycket viktigt för dem att vara en del av rätt företagskultur.³



företag med dåligt rykte betalar 10 % mer per nyanställning.⁴

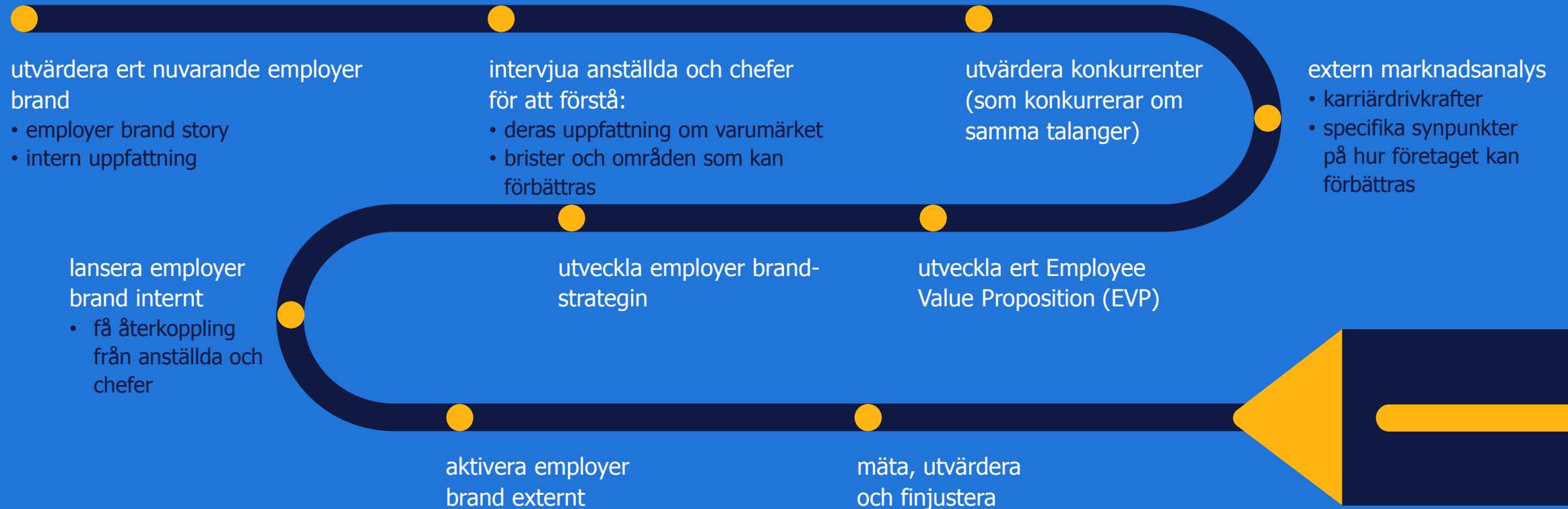
87 %

började arbeta på ett företag därför att kulturen passade dem.³

80 %

har lämnat ett företag på grund av dess kultur.³

en road map för employer branding.



vad är randstad employer brand research?

- en representativ employer brand-studie baserad på allmänhetens åsikter. Studien bygger på 17 års insikter inom employer branding.
- en oberoende undersökning med över 175 000 respondenter i 30 länder världen över.
- återspeglar attraktiviteten hos landets 150 största arbetsgivare, kända av minst 10 % av befolkningen.
- ger värdefulla insikter som kan hjälpa arbetsgivarna att forma sitt employer brand.



30 länder deltog i undersökningen, motsvarar över 75 % av den globala ekonomin.

argentina
australien
belgien
brasilien
dubai
frankrike
grekland
hongkong
indien
italien
japan
kanada
kina
luxemburg
malaysia
nederländerna
nya zeeland
polen
portugal
ryssland
schweiz
singapore
spanien
storbritannien
sverige
tjeckien
tyskland
ungern
usa
österrike



● länder som ingår i undersökningen

världen över

- över 175 000 respondenter
- 5 755 företag ingår

urval

- ålder 18 till 65 år
- representativ fördelning av kön
- ålderskategorin 25–44 år är överrepresenterad
- urvalet består av studerande, anställda och arbetssökande

land

- 5 139 respondenter

fältarbete

- webbaserade intervjuer
- mellan 23 november och 20 december 2017

intervjuns längd

- 16 minuter

så genomfördes undersökningen.

30 företag per respondent

"känner du till det här företaget?"
visar på namnmedvetenhet.

för varje företag de känner till

"skulle du vilja arbeta för det här företaget?"
visar på hög attraktivitet.

för varje företag de känner till

bedömning av en uppsättning nyckelfaktorer:
visar på orsak till hög attraktivitet.

slumpmässig fördelning

de 30 företag som visas för respondenterna är slumpmässigt utvalda, baserat på uppmätt kännedom föregående år.

företag med högre namnmedvetenhet visas mindre ofta medan företag med lägre namnmedvetenhet visas oftare. Nya företag visas 1400 gånger första gången de ingår i undersökningen.

antal utvärderingar

urvalsmetoden säkerställer en blandning av mer och mindre kända företag samt att antalet utvärderingar per företag ligger mellan n=140 och n=400. Denna bas är statistiskt tillförlitlig för att man ska kunna dra allmänna slutsatser av resultaten.

nyckelfaktorer

varje företag utvärderas inom följande:

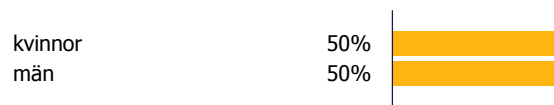
- 01 finansiellt välmående
 - 02 använder den senaste tekniken
 - 03 gott rykte
 - 04 trygghet
 - 05 karriärutveckling
 - 06 ger tillbaka till samhället
 - 07 intressanta arbetsuppgifter
 - 08 trevlig arbetsmiljö
 - 09 balans mellan jobb och fritid
 - 10 attraktiv lön och förmåner
-



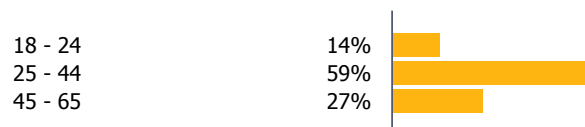
sammansättning av urval

sociodemografisk profil, anställningsstatus, region.

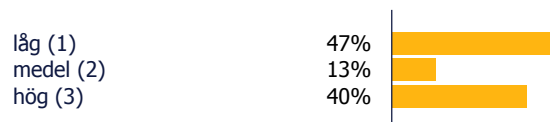
kön



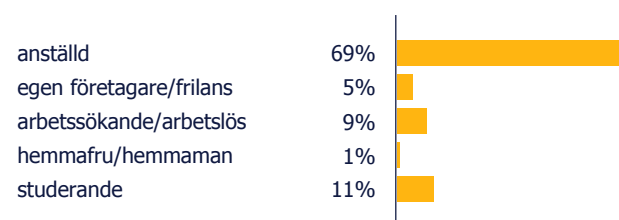
ålder



utbildning

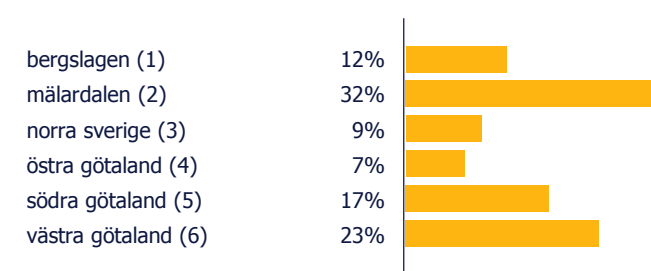


situation



1. låg: ej fullgjord grundskola, grundskoleutbildning, gymnasieutbildning
2. medel: vidareutbildning (ej universitet)
3. hög: högskola, universitet eller studier efter universitet

region



1. bergslagen: dalarna, Gävleborg, Örebro, Värmland
2. mälardalen: Gotland, Södermanland, Stockholm, Uppsala, Västmanland
3. norra sverige: Jämtland, Norrbotten, Västerbotten, Västernorrland
4. östra götaland: Jönköping, Kalmar, Kronoberg, Östergötland
5. södra götaland: Blekinge, Skåne
6. västra götaland: Halland, Västra Götaland

totalt urval: n=5 139
fältarbete: 23 november och 20 december 2017



sammansättning av urval sektor, funktion.

sektor



* undergrupp som inte fanns med i urvalet

funktion

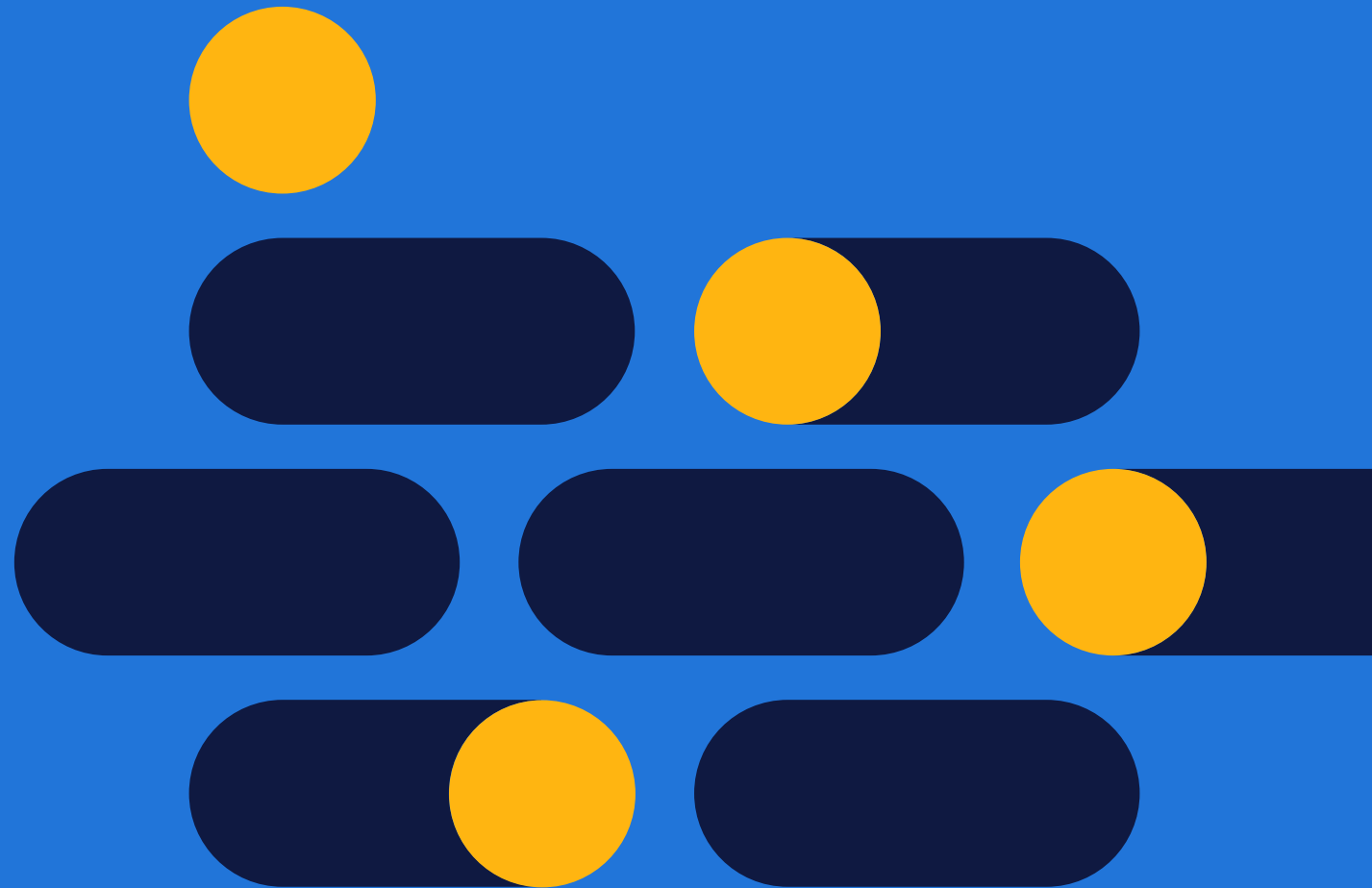


bas: för närvarande anställda (n=3 627)



lands-

resultat.



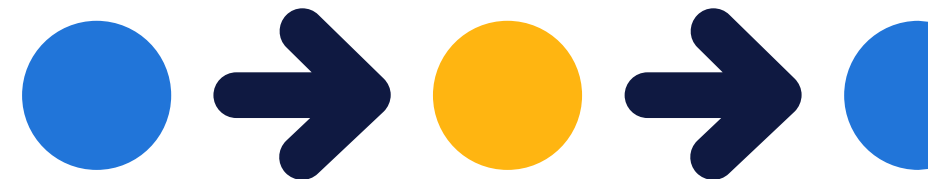
vad potentiella medarbetare efterfrågar när de väljer arbetsgivare.

de 5 viktigaste kriterierna



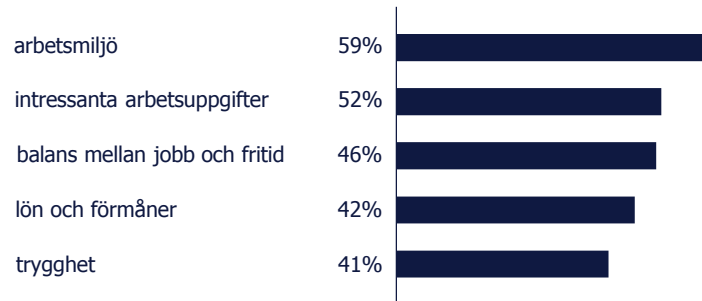
[klicka här](#) för en detaljerad översikt över alla resultat efter sociodemografisk profil och trender de senaste fem åren.

* År 2017 formulerades den här frågan på ett annat sätt: "arbete som är stimulerande och utmanande"

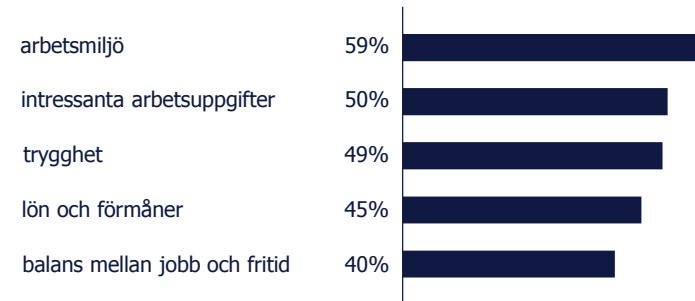


vad potentiella medarbetare efterfrågar topp 5 baserat på jobbkategori och bransch.

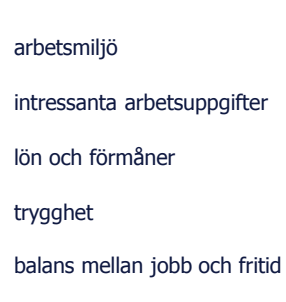
tjänstemän



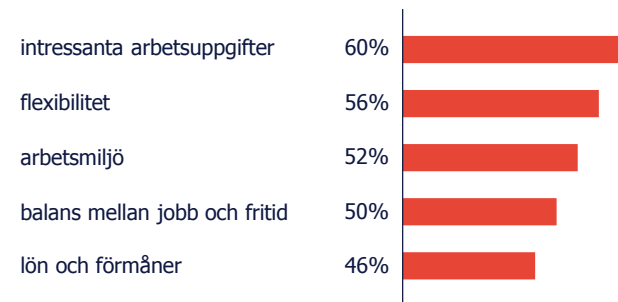
arbetare



tillverkning



IT



bas: n=298

bas: n=178

vad arbetsgivare erbjuder och vad svenskar efterfrågar.

anställda i sverige efterfrågar

- 1 arbetsmiljö
- 2 intressanta arbetsuppgifter
- 3 trygghet
- 4 balans mellan jobb och fritid
- 5 lön och förmåner
- 6 möjligheter till karriärutveckling
- 7 finansiellt välmående
- 8 ge tillbaka till samhället
- 9 gott rykte
- 10 senaste tekniken

arbetsgivare i sverige erbjuder

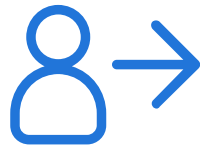
- 1 finansiellt välmående
- 2 senaste tekniken
- 3 gott rykte
- 4 trygghet
- 5 möjligheter till karriärutveckling
- 6 arbetsmiljö
- 7 balans mellan jobb och fritid
- 8 lön och förmåner
- 9 ge tillbaka till samhället
- 10 intressanta arbetsuppgifter

arbetsgivare i EMEA erbjuder

- 1 finansiellt välmående
- 2 senaste tekniken
- 3 gott rykte
- 4 trygghet
- 5 möjligheter till karriärutveckling
- 6 intressanta arbetsuppgifter
- 7 lön och förmåner
- 8 arbetsmiljö
- 9 balans mellan jobb och fritid
- 10 ge tillbaka till samhället



så söker svenskarna jobb.



21 %

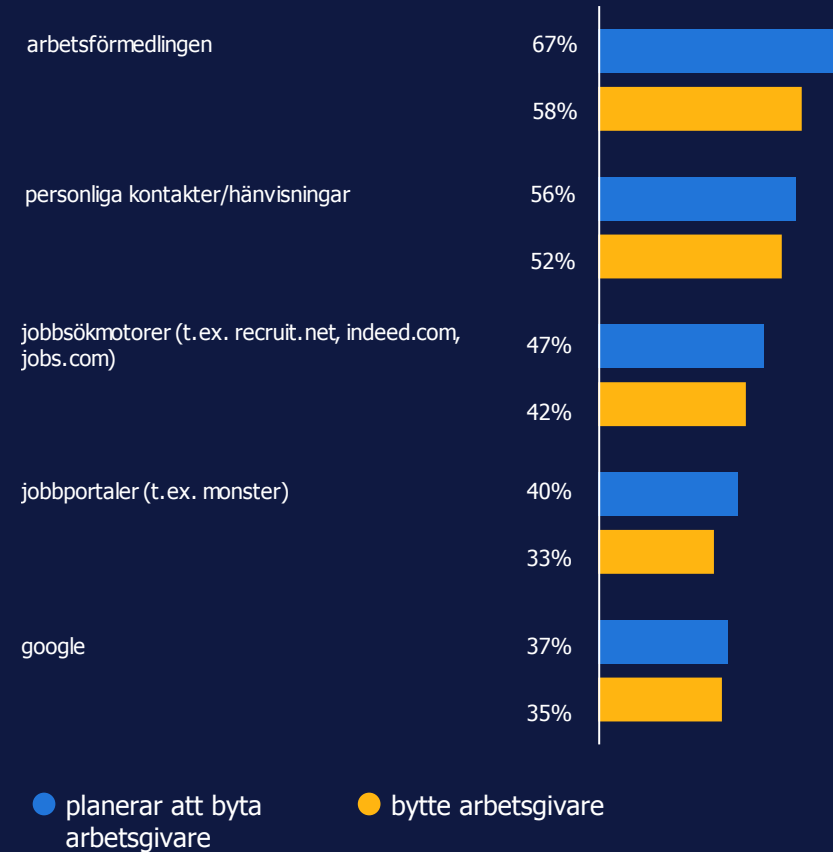
bytte arbetsgivare
under det senaste
året.



30 %

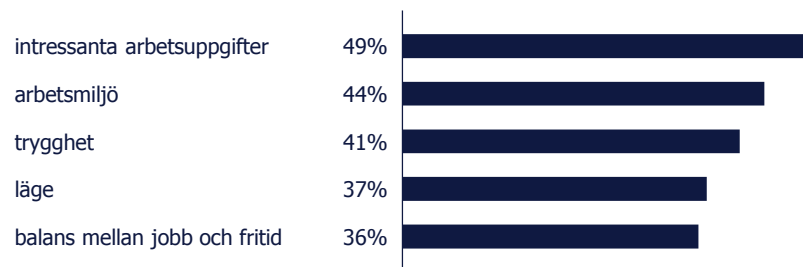
planerar att byta
arbetsgivare inom det
närmaste året.

de 5 vanligaste kanalerna för jobsökning

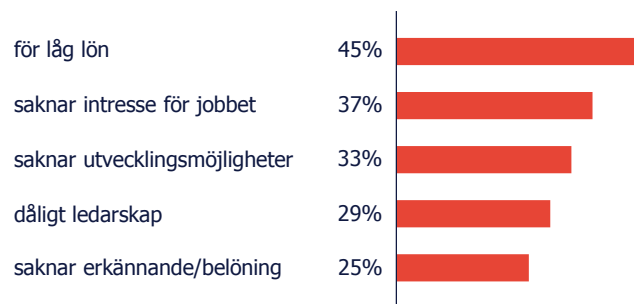


orsaker till att stanna eller sluta på sin arbetsplats.

de 5 främsta orsakerna att stanna*



de 5 främsta orsakerna att sluta*



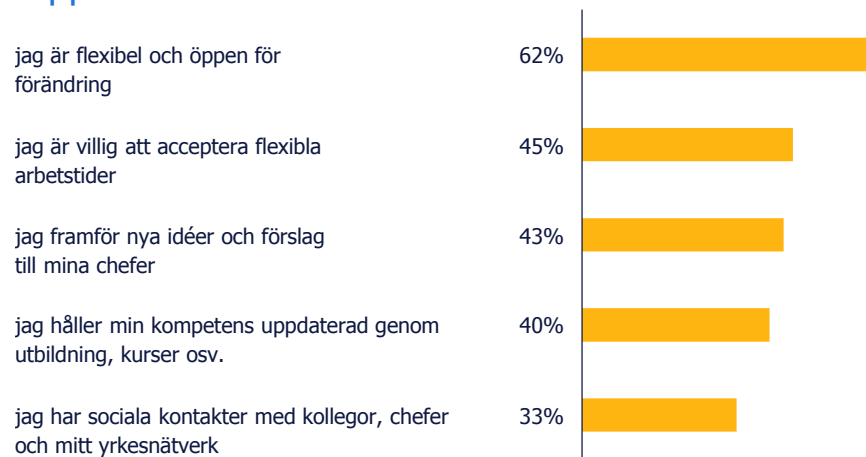
*av de respondenter som uppgav att de stannat hos samma arbetsgivare under det senaste året eller som inte planerar att sluta under det kommande året

**av de respondenter som uppgav att de bytt arbetsgivare under det senaste året eller planerar att göra det under det kommande året



åtgärder som svenskar vidtar för att förbli attraktiva som anställda.

topp 5

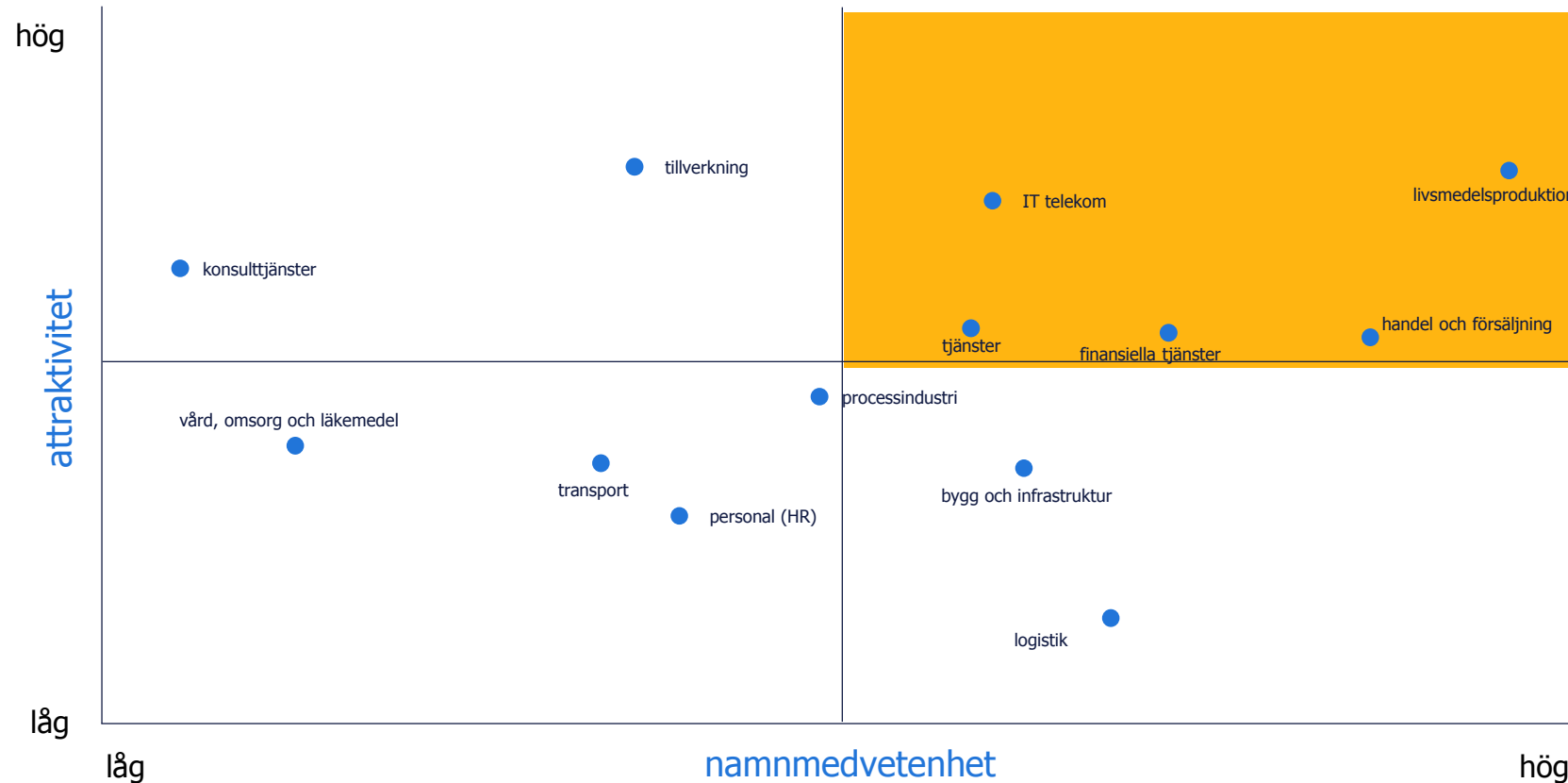


sektorbaserade



insikter.

de främsta sektorerna i sverige efter namnmedvetenhet och attraktivitet.



hög namnmedvetenhet

En hög namnmedvetenhet innebär att arbetsgivare i sektorn är allmänt kända.

hög attraktivitet

En sektor med hög attraktivitet har fler företag med hög attraktivitet jämfört med andra sektorer.

de 3 främsta sektorerna i sverige baserat på nyckelfaktorer.

nyckelfaktorer	1	2	3
attraktiv lön och förmåner	IT telekom	konsulttjänster	finansiella tjänster
möjligheter till karriärutveckling	konsulttjänster	IT telekom	finansiella tjänster
finansiellt välmående	finansiella tjänster	livsmedelsproduktion	IT telekom
ger tillbaka till samhälle/miljö	livsmedelsproduktion	tjänster	bygg och infrastruktur
intressanta arbetsuppgifter	konsulttjänster	IT telekom	tillverkning
trygghet	processindustri	tjänster	finansiella tjänster
trevlig arbetsmiljö	konsulttjänster	IT telekom	tillverkning
senaste tekniken	IT telekom	tillverkning	konsulttjänster
gott rykte	tillverkning	livsmedelsproduktion	IT telekom
bra balans mellan jobb och fritid	konsulttjänster	tillverkning	livsmedelsproduktion

de 3 högst rankade nyckelfaktorerna per sektor.

1/2

sektor	de 3 främsta nyckelfaktorerna		
	1	2	3
01 tillverkning	senaste tekniken	finansiellt välmående	gott rykte
02 livsmedelsproduktion	finansiellt välmående	gott rykte	senaste tekniken
03 IT telekom	senaste tekniken	finansiellt välmående	möjligheter till karriärutveckling
04 konsulttjänster	senaste tekniken	finansiellt välmående	möjligheter till karriärutveckling
05 tjänster	trygghet	senaste tekniken	finansiellt välmående
06 finansiella tjänster	finansiellt välmående	senaste tekniken	möjligheter till karriärutveckling
07 handel och försäljning	finansiellt välmående	gott rykte	trygghet
08 processindustri	finansiellt välmående	senaste tekniken	trygghet
09 vård, omsorg och läkemedel	senaste tekniken	finansiellt välmående	möjligheter till karriärutveckling
10 transport	senaste tekniken	finansiellt välmående	trygghet

de 3 högst rankade nyckelfaktorerna per sektor.

2/2

sektor	de 3 främsta nyckelfaktorerna		
	1	2	3
11 bygg och infrastruktur	finansiellt välmående	senaste tekniken	trygghet
12 personal (HR)	finansiellt välmående	möjligheter till karriärutveckling	senaste tekniken
13 logistik	finansiellt välmående	senaste tekniken	trygghet

de mest attraktiva



arbetsgivarna.

de mest attraktiva arbetsgivarna i sverige

de 10 mest attraktiva arbetsgivarna 2018

- 01 Södra Skogsägarna
- 02 Volvo Car Group
- 03 Volvo Group
- 04 Sveriges Radio
- 05 AstraZeneca
- 06 ICA
- 07 Sveriges Television
- 08 IBM
- 09 BillerudKorsnäs
- 10 Scandic

de 10 mest attraktiva arbetsgivarna 2017

- 01 Sveriges Television
- 02 Volvo Car Group
- 03 Volvo Group
- 04 Sveriges Radio
- 05 CGI
- 06 Swedavia
- 07 SCA
- 08 WSP
- 09 Bonnier
- 10 Systembolaget

sveriges mest attraktiva företag

3 främsta nyckelfaktorerna för de 5 mest attraktiva företagen.

5 företag	de 3 främsta nyckelfaktorerna		
	1	2	3
01 Södra Skogsägarna	finansiellt välmående	ger tillbaka till samhälle/miljö	gott rykte
02 Volvo Car Group	senaste tekniken	finansiellt välmående	gott rykte
03 Volvo Group	senaste tekniken	finansiellt välmående	möjligheter till karriärutveckling
04 Sveriges Radio	intressanta arbetsuppgifter	finansiellt välmående	senaste tekniken
05 AstraZeneca	senaste tekniken	finansiellt välmående	möjligheter till karriärutveckling

de mest attraktiva arbetsgivarna baserat på nyckelfaktorer.

nyckelfaktorer	1	2	3
attraktiv lön och förmåner	IBM	AstraZeneca	GKN Aerospace
möjligheter till karriärutveckling	AstraZeneca	IBM	PwC (PricewaterhouseCoopers)
finansiellt välmående	AstraZeneca	IBM	Toyota Industries
ger tillbaka till samhälle/miljö	Lantmännen	Södra Skogsägarna	Vattenfall
intressanta arbetsuppgifter	GKN Aerospace	IBM	Sveriges Television
trygghet	Systembolaget	ÅR Packaging	AstraZeneca
trevlig arbetsmiljö	CEVT	Södra Skogsägarna	PwC (PricewaterhouseCoopers)
senaste tekniken	IBM	AstraZeneca	Volvo Car Group
gott rykte	Volvo Car Group	Apoteket	PwC (PricewaterhouseCoopers)
bra balans mellan jobb och fritid	CEVT	WSP	Rezidor

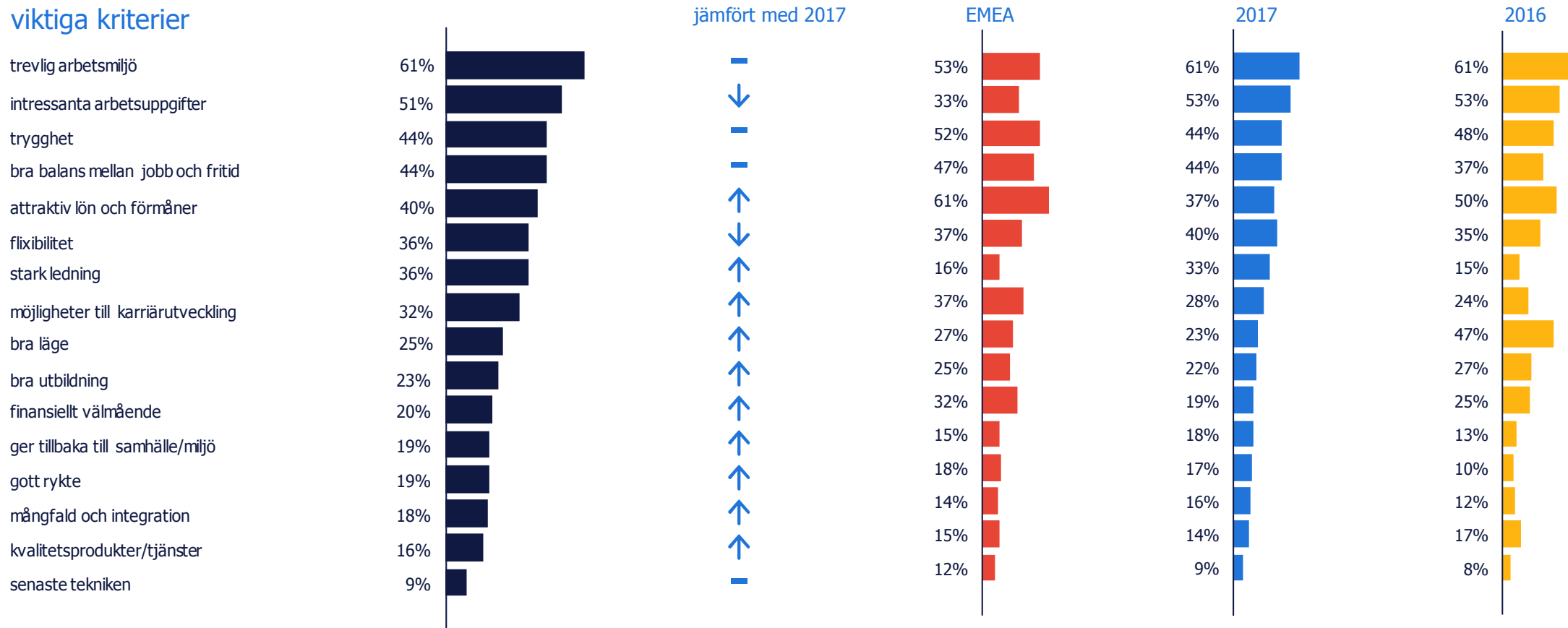
djupdykning

bilaga 1.



vad potentiella medarbetare efterfrågar de viktigaste kriterierna när de väljer arbetsgivare.

viktiga kriterier



egenskaper som värderas högst av arbetsstyrkan. Det är avgörande för ert EVP att framhäva eller förbättra dessa aspekter, för det är dem som bidrar mest till att stärka ert employer brand.

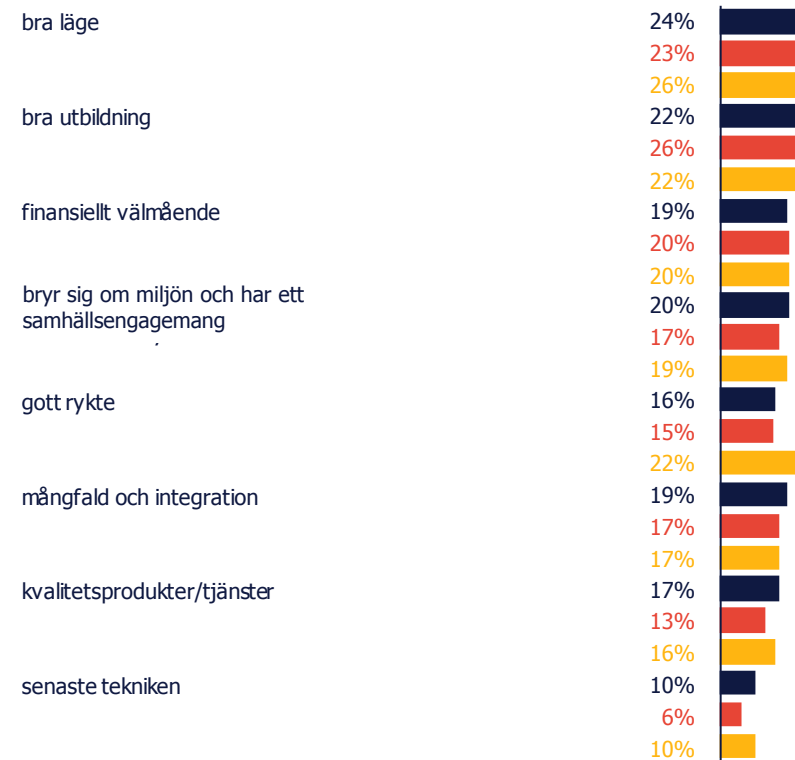
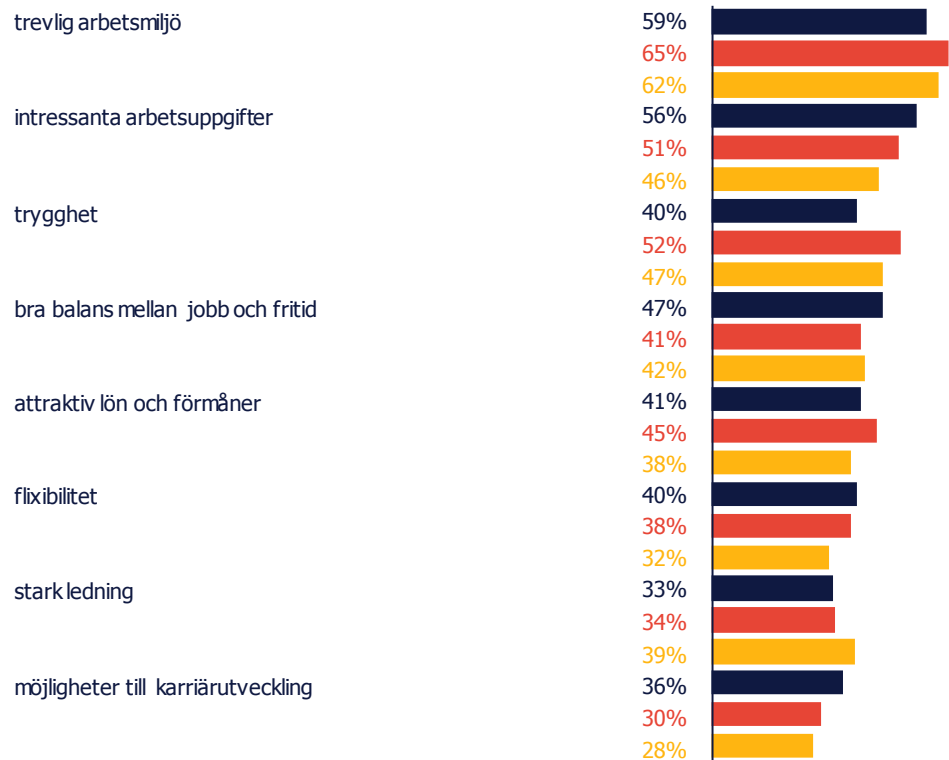
*2017: arbete som är stimulerande och utmanande/**tidigare år: stark image/starka värderingar



de viktigaste nyckelfaktorerna baserat på kön.

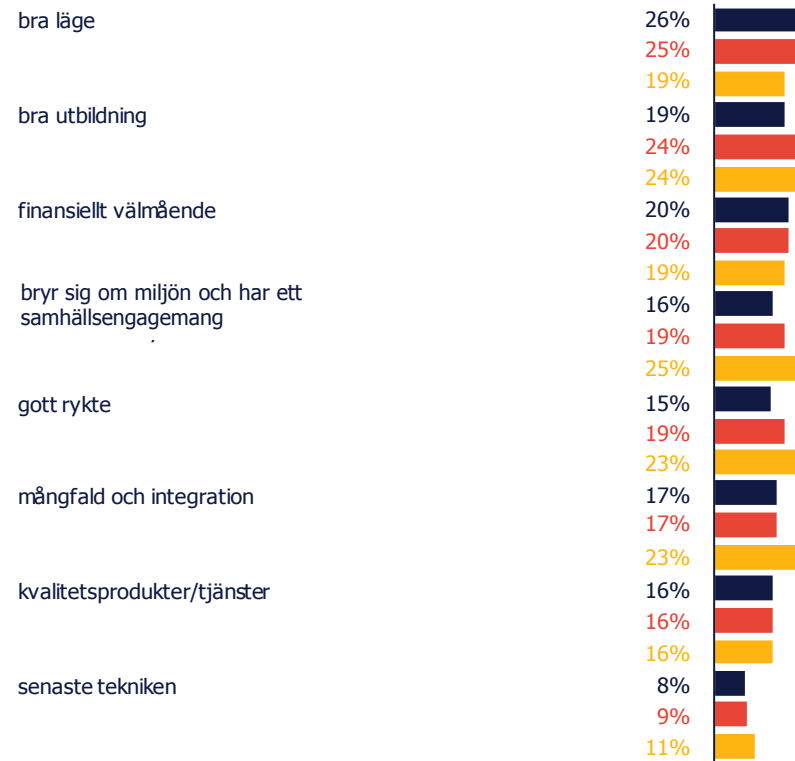
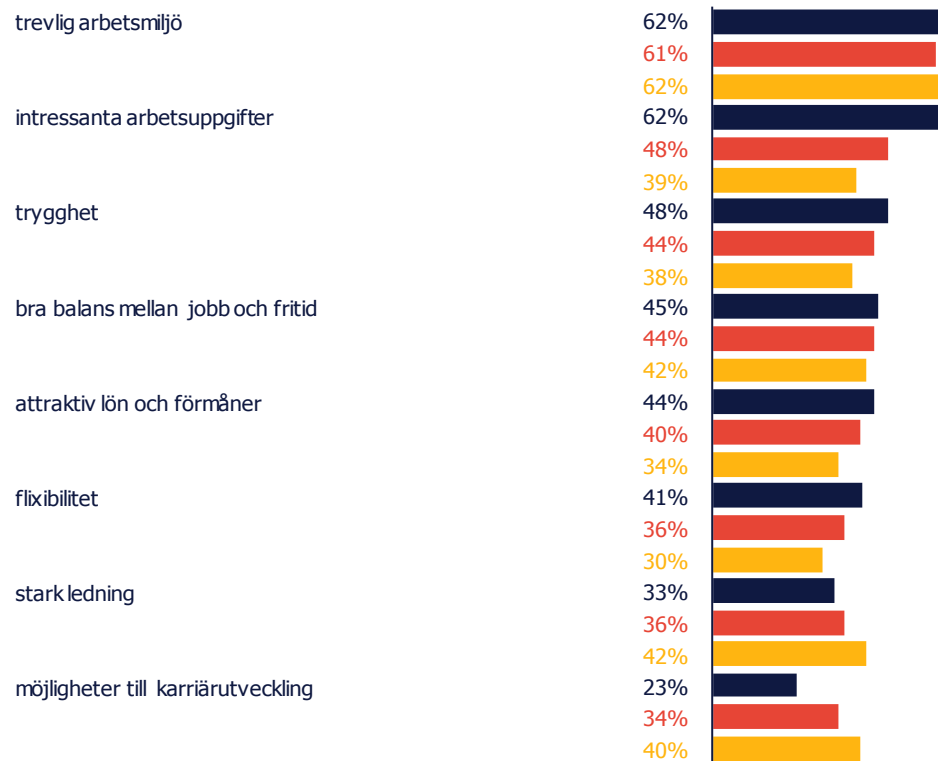


de viktigaste nyckelfaktorerna baserat på utbildning.



● hög ● medelhög ● låg

de viktigaste nyckelfaktorerna baserat på ålder.



● 45+ ● 25-44 ● 18-24

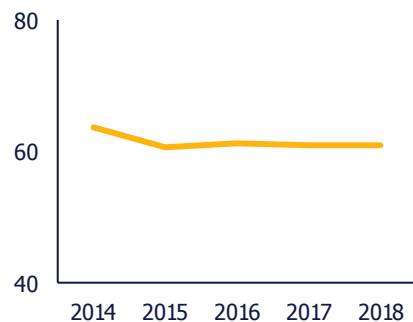


nyckelfaktorer över tid

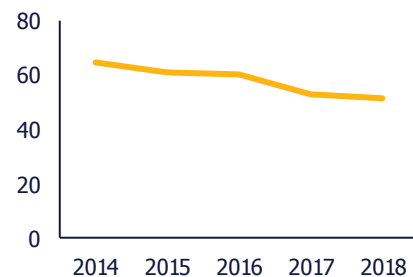
trender, totalt.

1/2

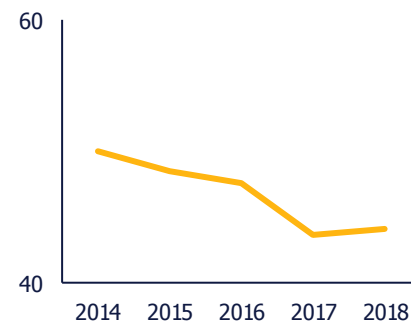
trevlig arbetsmiljö



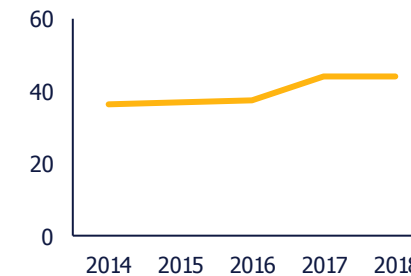
intressanta arbetsuppgifter



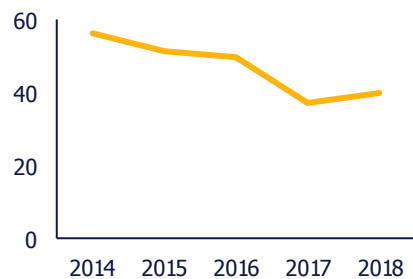
trygghet



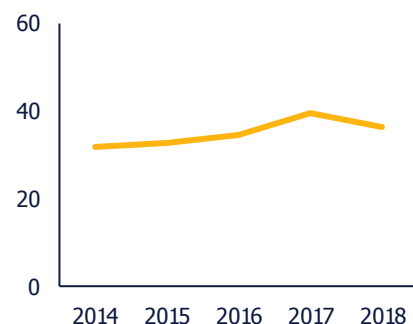
bra balans mellan jobb och fritid



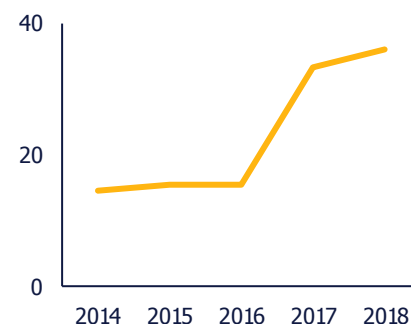
attraktiv lön och förmåner



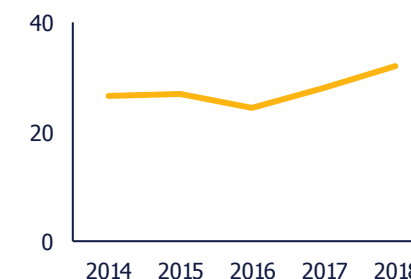
flixbilitet



stark ledning



möjligheter till karriärutveckling

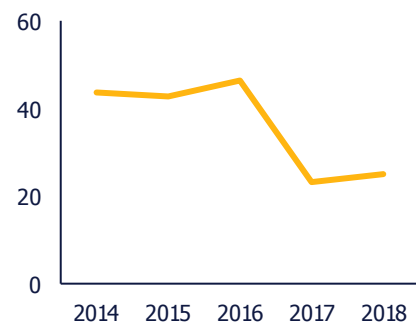


nyckelfaktorer över tid

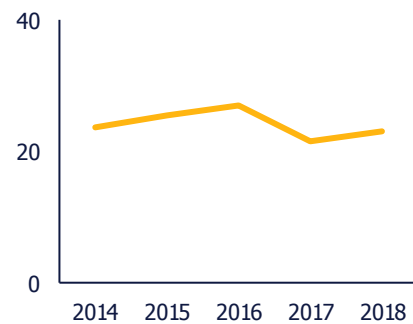
trender, totalt.

2/2

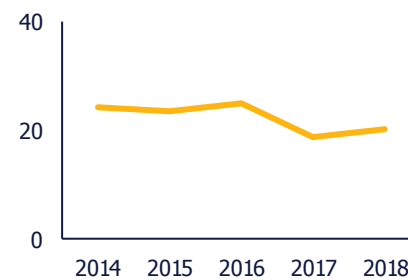
bra läge



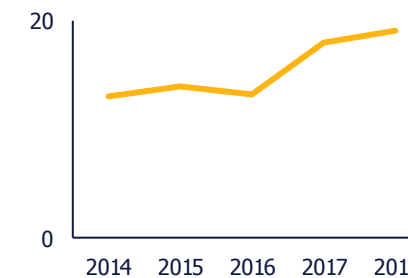
bra utbildning



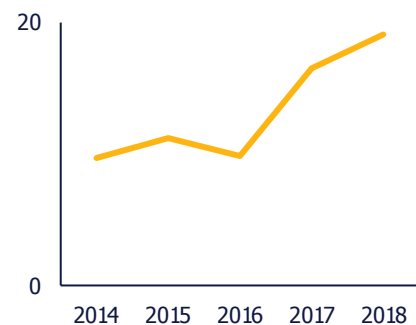
finansiellt
välmående



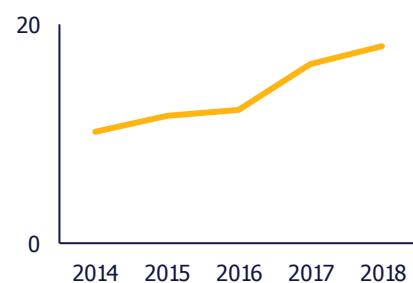
ger tillbaka till
samhälle/miljö



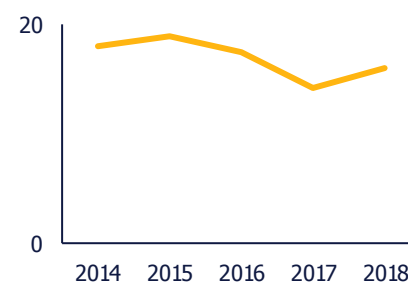
gott rykte



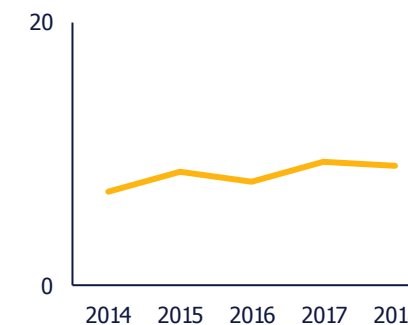
mångfald och
integration



kvalitetsprodukter/tj
änster



senaste tekniken



metoder

bilaga 2.



metoder

orsaker till smart urval

Tidigare utvärderades företag av mellan 140 och 1 400 respondenter. Efter att ha analyserat data och felmarginaler drog man slutsatsen att ett stort urval inte var nödvändigt när tillförlitliga data också kan inhämtas med ett mindre urval. Sedan REBR 2017 utvärderas därför företag av mellan 140 och 400 respondenter. Det faktiska antalet utvärderingar per företag beror på medvetenheten om företaget.

Felmarginalen avgörs av den andel respondenter som ger ett visst svar och storleken på det urval som frågan har ställts till. Den högsta felmarginalen uppstår då 50 % av respondenterna ger ett visst svar. Felmarginalen är lägre då 30 % (eller 70 %) av respondenterna ger ett visst svar.

exempel

140 respondenter har utvärderat företag X. Av dessa 140 respondenter tycker 50 % att det är trevligt att arbeta på företaget. Om man tar hänsyn till felmarginalen på $n=140/50\%$ ligger det verkliga svaret någonstans mellan 42 % och 58 %.

400 respondenter har utvärderat företag Y. Av dessa 400 respondenter tycker 50 % att det är trevligt att arbeta på företaget. Om man tar hänsyn till felmarginalen på $n=400/50\%$ ligger det verkliga svaret någonstans mellan 45 % och 55 %.

1 200 respondenter har utvärderat företag Z. Av dessa 1 200 respondenter tycker 50 % att det är trevligt att arbeta på företaget. Om man tar hänsyn till felmarginalen på $n=1\,200/50\%$ ligger det verkliga svaret någonstans mellan 47 % och 53 %.

Skillnaden i felmarginal är som synes mycket liten mellan $n=1\,200$ och $n=400$ utvärderingar per företag (5 % marginal jämfört med 3 % marginal som mest). Därmed kan man dra slutsatsen att högst 400 utvärderingar per företag är tillräckligt för att fastställa attraktionskraft per företag med tillförlitligt resultat.



källförteckning.

1 Betterteam Blog

<https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>

2 PwC, A marketplace without boundaries? Responding to disruption

<https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>

3 JWTInside, "The Evolving Culture-scape and Employee Expectation" Research Study 2014, High Performance Employees

<https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>

4 Harvard Business Review, A Bad Reputation Costs a Company at Least 10% More Per Hire

<https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>

5 HR in Asia, Do You Think Your Employer Brand Can Be Ruined by Social Media?

www.hrinasia.com/employer-branding/do-you-think-your-employer-brand-can-be-ruined-by-social-media/

hall of fame



bilaga 3.

de mest attraktiva arbetsgivarna hall of fame.

Randstad Employer Brand Research Hall of Fame hyllar särskilt framstående arbetsgivare i ett land. Efter att flera gånger rankats som nummer ett av en stor publik från alla demografiska grupper i ett land, prisas företaget som en av de mest attraktiva arbetsgivarna i världen, genom Hall of Fame.

Företaget väljs in i Randstad Employer Brand Research Hall of Fame eftersom det rankats högst i vår undersökning tre gånger under en femårsperiod. Det är en stor bedrift och innebär att företaget har ett mycket starkt employer brand.

Det innebär också att man lämnar utrymme för andra företag att tävla om utmärkelsen Randstad Award.

Efter att företaget har vunnit tre gånger under en femårsperiod, kommer det att uteslutas ur tävlingen i två år.*

I Sverige valdes IKEA in i Hall of Fame år 2017, efter att ha vunnit tre år i rad, och kommer att få vara kvar till 2019.

* Två år för vinster som inte följer på varandra, tre år för vinster som följer på varandra

randstad

human forward.

