

Sikkerhet og nytenkning

Nytt navn – nye muligheter

“Det innebærer et omfattende arbeide å skifte navn og deretter bli et allment kjent varemerke på nytt. Foruten å skifte logo og se til at alle Falck-merker og -skilter skiftes ut ordentlig, handler det i høy grad om å formidle til kundene og allmennheten at vi finnes og har gjort det i lang tid”, sier rekrutteringssjef Hanna Frimansson hos G4S. “Så skal vi legge til at vi blant de ansatte skal skape en “vi-følelse” med G4S. Det innebærer altså en stor utfordring å skifte navn, men samtidig er dette en fin anledning til å revurdere spørsmål som f.eks.: Hvordan oppfattes vi av søkeren? Hvordan vil vi bli oppfattet? Hvordan blir vi den arbeidsgiveren som søkerne helst velger når de skal søke ny jobb?”, sier Hanna Frimansson.

Første kontakt med søkeren

“Først og fremst var det viktig for oss å fastsette hvordan kundene, søkerne og folk generelt oppfattet oss, for at vi skulle kunne konstatere at virksomheten vår gir et så bra førsteinntrykk som mulig”, sier Hanna Frimansson. “Derfor gjennomførte vi undersøkelser som viste at omgivelsene syntes vi var “mer menneskelige” enn våre konkurrenter, og dette ble et viktig budskap i vår employer branding. Deretter så vi på hvordan vi kommer i kontakt med arbeidssøkerne, og vi kom fram til to viktige kanaler om hvordan de blir kjent med oss for første gang: Den ene er gjennom våre medarbeidere ute i hverdagen, og den andre er via internett, når søkerne f.eks. er inne på vår hjemmeside i forbindelse med en ledig stilling. Derfor var det viktig for oss å arbeide med vår employer branding i begge disse kanaler”, sier Hanna Frimansson.

Employer Branding begynner på innsiden

På tross av at begrepet employer branding begynner å inngå i HRs vokabular, er det fortsatt uklart hva ordet innebærer og hvordan man arbeider med det i praksis. Kort fortalt kan begrepet defineres som den måten virksomheten velger å markedsføre seg som arbeidsplass for å lokke til seg passende arbeidssøkere. “For å bli en tiltalende arbeidsgiver for fremtidige ansatte, må man være tiltalende som arbeidsgiver for de som er ansatte i dag”, sier Frimansson “Alle våre medarbeidere fungerer med andre ord som ambassadører for virksomheten hvor de enn befinner seg; som ordensvakter eller resepsjonister, men også som privatpersoner på fritiden sin. Derfor er det viktig at alle medarbeidere kjenner til hva G4S står for og at de er stolte over dette”, sier Hanna Frimansson.

Hvordan ser vi ut på nettet?

“En viktig del av fokuseringen på employer branding er at man framstår som profesjonell i alt man foretar seg, og det er derfor EasyCruit har blitt en viktig komponent i vår rekrutteringsstrategi”, forteller Hanna Frimansson og viser til StepStones rekrutteringsverktøy EasyCruit.

“Da vi selv tok hånd om våre søknader hadde vi ikke en klar strategi på hvordan vi skulle sikre at søkerne ble behandlet bra og rettfærdig. Dette var en administrativ byrde med tøffe mål. Bare i Stockholm rekrutterte vi ca. 150 personer i året, noe som innebar behandling av ca. 600 søknader. Alle søknader kom inn som brev, og det kunne ikke garanteres at alle søkerne fikk svar på om søknadene var mottatt eller at det ble sendt ut avslag”, forteller Hanna Frimansson. “Da vi valgte å sentralisere rekrutteringsprosessen igjen, berodde dette på at vi beholdt de verktøy som sikret at all kommunikasjon med søkerne skjedde planmessig, var profesjonell og lett å håndtere. Dette oppnådde vi med StepStones rekrutteringsverktøy EasyCruit”.



Viktig fremgang

- G4S har senket sine rekrutteringskostnader med 30%.
- G4S har oppnådd en profesjonell og effektiv håndtering av de arbeidssøkende.
- I følge StepStone sin undersøkelse opplevde 76 % av de som søkte arbeid i 2006 at de ikke fikk noe svar fra virksomheten om at de hadde mottatt søknaden deres. G4S hørte ikke til blant disse virksomhetene fordi man valgte å benytte seg av internettbasert rekruttering.
- Flere enn 600 Europeiske organisasjoner benytter seg av StepStones rekrutteringsverktøy som støtte til sin egen rekrutteringsstrategi og for å oppnå målbar resultat.

“For det første valgte vi EasyCruit for å slippe alt administrativt arbeid med rekrutteringsprosessen, for å få en oversikt over samtlige søknader og for å kunne gjøre masseutsending via e-post med avslag, innkallelser til intervjuer osv. Alt dette innebærer effektivitet som til slutt medfører kostnadsbesparelser. Dessuten gir det et mye mer profesjonelt inntrykk av vår virksomhet.”

**Hanna Frimansson, Rekrutteringssjef
G4S Security Services AB**

“Vi har senket rekrutteringskostnadene med 30 % gjennom å innføre StepStones rekrutteringsverktøy EasyCruit. Uten dette verktøyet hadde det vært en umulig oppgave for oss å på en profesjonell måte håndtere den mengden søknader vi får.”

**Johan Lundström, Tidligere HR-sjef
G4S Security Services AB**



76 % får aldri svar

Betydningen av G4S sine refleksjoner omkring employer branding understrekes av tallene i StepStones årlige analyse vedrørende hvordan søkerne oppfatter rekrutteringsprosessen. I løpet av 2006 opplevde 76 % av de spurte jobbsøkerne i Norge, Sverige og Danmark at de ikke fikk noen bekreftelse på at søknaden deres var mottatt av virksomheten de søkte arbeide hos. 82 % av søkerne mente at dette hadde stor eller relativt stor betydning for deres helhetsoppfatning av den virksomheten de søkte jobb hos. 80 % ville heller ikke velge å søke ny jobb hos den virksomheten hvor de opplevde å ha fått dårlig informasjon under søknadsprosessen. Takket være StepStones rekrutteringsverktøy EasyCruit tilhører G4S tvert imot gruppen av virksomheter som søkerne ville søke jobb hos på nytt.

HR-strategi på G4S

- G4S har en HR-strategi som både er tydelig og innovativ.
- G4S fokuserer på å kommunisere sine verdier og sin høye troverdighet overfor kunden eller den arbeidssøkeren som kommer i kontakt med foretaket, enten via internett eller i den "virkelige verden".
- G4S ser HR-arbeidet som en strategisk del av sin varemerkehåndtering.

Utfordringer

- Å sentralisere rekrutteringsprosessen, som i storbyene var blitt lagt ut hos en ekstern aktør og på mindre steder ble behandlet av de lokale sjefene.
- Å få et overblikk over samtlige rekrutteringer i organisasjonen uten at dette medfører mer administrativt arbeide.
- Å redusere kostnadene for eksterne rekrutteringstjenester.

G4S valgte et rekrutteringsverktøy fra StepStone.

- I en rapport fra analyseforetaket Gartner fra 2006 betegnes StepStones rekrutteringsverktøy som de "ledende" på markedet.
- StepStones rekrutteringsverktøy er ideelle for å håndtere eksterne og interne rekrutteringsprosesser. De gjør det mulig for brukeren å opprette en egen jobbportal og CV-database for både eksterne og interne søkere.
- Foruten G4S brukes StepStones rekrutteringsverktøy bl.a. av: British Airways, Lindex, Rambøll, Sonofon, KPMG, Skanska, Carlsberg, Statoil, ISS, Bauhaus og SAS.

Falck heter nå G4S

De fleste av oss kjenner fortsatt best til G4S under det tidligere navnet Falck Security. Det nye navnet er et resultat av konsernets utvikling de siste årene. År 2000 slo Falck seg sammen med Group4 og ble hetende Group4Falck. Virksomhetens forretningsenheter valgte deretter å fokusere på hvert sitt område: Falck ville fortsette med sine redningstjenester, mens Group4 ville fokusere på sikkerhetssiden. Group4 gikk deretter sammen med Securicor, som også er et sikkerhetsforetak, og det var dette som ga opphavet til navnet G4S.

StepStone

StepStone er en av verdens fremste tilbydere av Talent Management-produkter og -tjenester. Våre løsninger understøtter alle deler av rekrutterings- og medarbeiderutviklingsprosessen; fra tiltrekking, screening og ansettelse til kompetansestyring og etterfølgerplanlegging. StepStone Solutions har mer enn 1000 kunder globalt og våre Talent Management-løsninger fremstår på over 30 språk. Våre multinasjonale kunder omfatter blant annet Amazon.com, AstraZeneca, Cadbury Schweppes, Carlsberg, DHL, G4S, Louis Vuitton, Marriott, McDonald's, Novartis, Skanska, Verizon, Virgin Atlantic, SAS og Volkswagen.

Kontakt

Telefon: +2320 4433
E-post: post@easycruit.no

