

Statoil – they make employees smile

Det norske oljeselskapet Statoil fyrer opp under rekrutteringsprosessene i hele Norden, de baltiske statene og Polen. Med utgangspunkt i Statoils verdier og nytenkende rekrutteringsmetoder, satser konsernet på færre og mer profesjonelle rekrutteringer, på bedre fastholdelse av medarbeidere og på den måten betydelige kostnadsbesparelser. Statoilkonsernet er verdens 3. største nettoeksportør av råolje og Europas største oljeprodusent. Konsernet sysselsetter ca. 25 000 medarbeidere i 33 land, har omkring 1 400 bensinstasjoner bare i Norden, og vokser stadig. Statoil er imidlertid sikker på at det ikke kun er oljen alene som gjør det. Dyktige, profesjonelle medarbeidere med glimt i øyet er hemmeligheten bak Statoils slagord: we make people smile.

Profesjonell og lik rekruttering

Profesjonalisering, effektivisering og samkjøring er noen av nøkkelordene i Statoils rekrutteringsstrategi. "Det er ikke mulig å fjernstyre rekrutteringen fra en sentral personalavdeling. Det er stasjonslederne, som kjenner de lokale forholdene, som må ta ansvaret for rekrutteringen. Men, for å kunne gjøre det, har de naturligvis bruk for gode verktøy og god assistanse fra sentralt hold," fastslår Kari Anne Brattetaule, rekrutteringssjef for Statoil Detaljhandel i Norge. Derfor implementerte Statoil Detalj i Norge StepStones rekrutteringssystem EasyCruit i januar 2005, sammen med Assessios Service F test. På bakgrunn av de gode, norske erfaringene implementerte Statoil Detaljhandel i Danmark EasyCruit og Service F testen i januar 2006. Deretter fulgte de baltiske landene og Russland (Murmansk) i begynnelsen av 2006, og i slutten av 2006 vil de svenske og polske Statoilstasjonene også bli trent til å bruke EasyCruit på bakgrunn av den norske modellen.

Mer tid til referanser, innsamling av referanser og vurdering

Med et rekrutteringsverktøy som EasyCruit er det mulig å forenkle, automatisere og effektivisere oppgaver som nesten kan synes uoverkommelige hvis søkerbunken er stor, forklarer Kari Anne Brattetaule: "For eksempel kan vi nå sende ut en annonse til flere online-medier og printmedier på en gang. Man lager annonsen én gang og publiserer direkte til de jobbportalene og trykte medier man vil benytte, pluss at man legger den ut på egen hjemmeside." Andre fordeler med verktøyet er at man kan velge å tilpasse søknadsskjemaet den enkelte stilling og etter egne behov og koble dette til annonsen, forteller Brattetaule. "I tillegg kommer en screening- og rangeringsfunksjon som sorterer og rangerer kandidatene. Her skjer det en grovsortering ut fra grunnleggende krav, slik som om stillingen f.eks krever førerkort eller noen spesiell utdanning. Søkerne som ikke lever opp til disse grunnleggende kravene, vil falle utenfor i en automatisert screening, noe som sparer den rekrutteringsansvarlige for masse arbeid. Deretter kan systemet automatisk gi svar til søkeren, for eksempel i form av en mail med bekreftelse på at søknaden er mottatt. I den videre behandling av søkerne har den eller de rekrutteringsansvarlige overblikk over alle søkerne, og man kan til og med søke i og på tvers av søkerens profiler. Disse automatiske funksjonene gjør at vi sparer en masse tid som våre rekrutteringsfolk kan utnytte til den mer avgjørende fasen av rekrutteringen, slik som intervju, referansesjekk og vurdering," sier Brattetaule.

Fikk "kjempegode" folk og sparte minst 100 000

En av de mange positive tilbakemeldingene fra stasjonslederne i Norge kom fra Steinar Kittilsen, som raskt oppdaget hvordan EasyCruit påvirket hans forretning. "Før i tiden brukte jeg tradisjonelle avisannonser, hvilket kunne koste opp mot 100 000 kroner. Jeg mottok typisk over 175 søknader, som alle var på papir," forteller Steinar Kittilsen.



Nøkkelresultater

- Statoil antar å ha oppnådd en ROI (Return On Investment) i løpet av de første månedene.
- Statoil forventer en nedgang i turnover blant medarbeiderne.
- Statoil forventer at en standardisering av rekrutteringsprosessen vil ha en positiv effekt på deres Employer Brand.
- Normalt bruker firmaer 80 % av sin tid og ressurser på de 80 % av søkerne som ikke får jobben. Med et online rekrutteringssystem kan Statoil fokusere på de 20 % som får jobben.
- Over 600 europeiske bedrifter og organisasjoner bruker et av rekrutteringsverktøyene til StepStone for å støtte sine rekrutteringsstrategier og levere målbare resultater.

StepStone EasyCruit har tjent seg inn i løpet av de første månedene alene ut fra den tid vi sparer i administrasjon ved hver rekruttering.

Nina Sandbråten, Development Manager, Statoil, HQ Norge

Som leverandør av rekrutteringsverktøy til Statoils detaljhandelsvirksomhet er det gledelig å se at de gevinstene de har oppnådd i form av effektivisering og forbedring av sine rekrutteringsprosesser i Norge også medfører at de nå tar i bruk EasyCruit i resten av Norden, Baltikum, Russland og Polen. Statoil har i våre øyne satt standarden for hvordan rekruttering av servicemedarbeidere bør og skal skje. Vi ser at dette har gitt gevinst på kort sikt, og tror den langsiktige blir enda større i form av mer effektiv drift og profesjonelle og serviceinnstilte medarbeidere.

Kjetil J. Olsen, Country Manager, StepStone Norge

“Etter jeg sa ja til pilotprosjektet med Statoil Detaljhandel, la jeg i stedet annonsene ut på nettet, blant annet på deltidsjobb.no, stepstone.no og Statoils egen hjemmeside. Og da vi hadde screenet søkerne med EasyCruits screeningsspørsmål, satt vi med 50-60 kandidater som deretter ble bedt om å ta Service F testen. Herav kom ca. 20 % videre, og vi kunne så gå i gang med en mer detaljert gjennomgang av disse 10-12 kandidatene. Jeg er veldig fornøyd med denne måten å rekruttere på siden jeg sparer masse penger, får brukt tiden min mer fornuftig og har fått gode medarbeidere med glimt i øyet,” sier Kittilsen.

Bedre til å holde på medarbeiderne

Med Norges gode erfaringer i bakhodet besluttet konsernets danske avdeling å implementere EasyCruit i begynnelsen av 2006. Alene i Danmark rekrutteres det 1300 nye medarbeidere hvert år, hvilket betyr betydelige mengder administrativt arbeid både for stasjonsledere og de rekrutteringsansvarlige på Statoils danske hovedkontor i København. “Før i tiden brukte vi en database som var utarbeidet her på hovedkvarteret i våre rekrutteringsprosesser”, forteller Pia Løvgret, rekrutteringsjef for Statoil Detaljhandel i Danmark. “Den gamle databasen hadde mange av de samme funksjonene som EasyCruit, men den var langt fra så lett å bruke som det EasyCruit er,” tilføyer Løvgret. “Jeg vil tro at vi sparer ca. 10 timer per rekruttering her på hovedkvarteret etter vi innførte systemet, og i tillegg kommer den tiden som hver stasjonsleder åpenbart må spare,” tilføyer Løvgret. “Vi ser frem til at de nye verktøyene blir en del av hverdagen på de enkelte stasjonene, da det vil resultere i at vi sparer tid på selve rekrutteringsprosessen, men også sparer tid ved å gjennomføre færre rekrutteringer. Et av våre hovedsatsningsområder er nemlig å bli bedre til å fastholde medarbeiderne. Å optimalisere rekrutteringsprosessene er et av midlene for å nå dette målet.”



StepStone Solutions

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.

Statoils strategier og målsetninger

- Å være nytenkende, nære, profesjonelle, ærlige og oppmerksomme – også i relasjon til rekrutteringer.
- Å profesjonalisere, effektivisere og samkjøre rekrutteringsprosessene på konsernets ca. 2 000 bensinstasjoner i Norden, Baltikum, Russland og Polen.
- Å foreta færre og mer langvarige ansettelser.
- Å redusere de økonomiske og tidsmessige rekrutteringskostnadene.

Utfordringer

- Å gjennomføre 8 000 rekrutteringer årlig og samtidig sikre en profesjonell og lik håndtering av alle kandidatene.
- Å gjennomføre opplæring av over 2 000 stasjonsledere i Europa som skal bruke et nytt, felles rekrutteringsverktøy.

Ønsker din virksomhet

- å redusere tidsbruken på administrativt arbeid i forbindelse med rekrutteringer?
- å bruke mer tid på de relevante kandidatene?
- å garantere for at kandidatene får svar i tide?
- å bygge opp en kandidatdatabase?

Statoils valg av rekrutteringsverktøy: EasyCruit fra StepStone

- Kandidatdatabasen i EasyCruit gjør at Statoil lett kan søke blant tidligere registrerte kandidater før de publiserer en annonse.
- Standardiserte, automatiserte svarbrev gjør at Statoil har garanti for at alle kandidatene får svar ved mottakelse av søknad og ved avslag.
- Med EasyCruit registreres alle kandidatene elektronisk, og Statoil mottar ikke lenger søknader på papir.
- Med et enkelt klikk kan Statoil velge hvilke annonseringskanaler en stillingsannonse skal publiseres til.
- Screeningsspørsmål gjør det mulig for rekrutteringsansvarlig å bruke mer tid på de relevante kandidatene.

Kontakt

Norge +47 2203 3330, no@stepstonesolutions.com