
HR Brands 2009

Ce strategii de employer branding au functionat in 2008 si cum trebuie sa ma pregatesc pentru 2009?

28 aprilie 2009, Hotel Caro



HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

Agenda
Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst

Piata fortei de munca din Romania este una care **reactioneaza rapid** la schimbarile sau actiunile mediului corporatist. De patru ani **evaluam impreuna aceasta dinamica si intelegem ce a stat in spatele schimbarilor** – ce strategii de employer branding au functionat, care sunt modalitatile prin care putem masura eficienta lor si ce facem in continuare pentru a creste atractivitatea companiei ca angajator.

Conferinta **HR Brands 2009** se adreseaza specialistilor in resurse umane si este construita pe doua elemente care ii asigura **continut relevant si capacitate de a maximiza insight-urile obtinute**:

- rezultatele studiului anual Ce isi

doresc tinerii profesionisti

- interactiunea si schimbul de experienta intre specialistii in resurse umane interesati de evolutia pietei si de implementarea unor strategii eficiente.

Efectele crizei in piata fortei de munca

O sectiune speciala a conferintei este dedicata intelegerii modului in care asteptarile si perceptiile tinerilor vor fi afectate in perioada urmatoare si cum putem reactiona eficient si constant astfel incat la final brandul de angajator sa nu fie deteriorat, ci sa aiba o pozitionare foarte puternica.

Ce strategii de employer branding au functionat, care sunt modalitatile prin care putem masura eficienta lor si ce facem in continuare pentru a creste atractivitatea companiei ca angajator.

Studiul Ce isi doresc tinerii profesioniști

Cum va arata piata fortei de munca din Romania in 2009

Aflat la a patra editie, studiul Ce isi doresc tinerii profesioniști este singurul instrument care masoara **perceptia externa a pietei fortei de munca si puterea de atractie a**

marcii de angajator. Insighturile se obtin pe dimensiuni care stau la baza construirii strategiei de pozitionare a brandului de angajator.

Instrumentul care masoara **perceptia externa a pietei fortei de munca si puterea de atractie a marcii de angajator**

Perceptia asupra angajatorilor din Romania

- Factori ce pot determina caracterul atractiv al unui angajator (pentru studenti si tineri cu experienta)
- Principalele nemulumiri la actualul loc de munca
- Motivele principale pentru schimbarea locului de munca
- Atitudini fata de locul de munca
- Topul celor mai atractivi angajatori

Planuri de dezvoltare

- Planuri profesionale pentru urmatorii 3 ani
- Domenii preferate pentru dezvoltarea carierei (pe orase)
- Beneficii salariale asteptate (pe industrii si pe orase)
- Paralela intre salariul asteptat si cel oferit (pe industrii si pe orase)
- Beneficii non-salariale

Surse de informare

- Metode folosite pentru gasirea unui loc de munca
- Surse de informare despre locuri de munca
- Surse de informare despre angajatori in general

Daca si cum percep tinerii perioada de criza:

- In ce masura au simtit efectele crizei din punct de vedere profesional
- Cum se asteapta tinerii sa fie afectati
- Ce vor face diferit in aceasta perioada in ceea ce priveste jobul

HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

Agenda
Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst

Pre-conferinta:

- Participantii trebuie sa opteze pentru unul din workshopurile care se desfasoara in cadrul conferintei
- Participantii primesc un dosar cu materiale care ii vor ajuta in pregatirea pentru workshopurile din cadrul conferintei

Detalii logistice:

- ▶ [Hotel Caro, Sala Eminescu](#)
- ▶ [Data: 28 aprilie 2009](#)
- ▶ [Parcarea la locatie este contra cost](#)

Agenda

11:00 - 11:30	Inregistrare		
11:30 - 13:00	Prezentarea rezultatelor studiului Ce isi doresc tinerii profesionisti		
13:00 - 14:00	Pranz		
14:00 - 15:00	Track 1	Track 2	Track 3
	HR Marketing	Modalitati eficiente de pozitionare ca angajator de top in perioade de criza	Compensatii & beneficii
15:00 - 15:30	Coffee break		
15:30 - 16:30	Prezentarea rezultatelor de pe grupuri		
16:30 - 17:00	Inchidere		



→ further

HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

Agenda

Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst

HR Marketing

- Care sunt canalele prin care tinerii isi cauta lucuri de munca;
- Care sunt sursele de informare despre locuri de munca;
- Cum se informeaza tinerii despre angajatori, care sunt canalele pe care le considera mai relevante si din care retin mai rapid informatia;
- Cum imi aleg canalele prin care comunic in functie de grupul meu tinta si cum trebuie sa imi adaptez mesajul la aceste canale;
- Cum masor eficienta campaniilor.
- Insight-urile sunt detaliate pe orase, grupe de varsta, in functie de nivelul de experienta, in functie de domeniu.

Inscrie-te acum!

Workshop Modalitati eficiente de pozitionare ca angajator de top in perioade de criza

- Cum se modifica perceptiile si asteptarile tinerilor fata de angajatori in perioade de criza;
- Cum pot sa mentin brandul de angajator vizibil in perioade in care nu recrutez;
- Cum pot sa imi construiesc un pool de candidati valorosi pentru proiectele viitoare.
- Ce instrumente de comunicare pot sa folosesc si care este eficienta lor
- Insight-urile sunt detaliate pe orase, grupe de varsta, in functie de nivelul de experienta, in functie de domeniu)

Inscrie-te acum!

Workshop – Compensatii & beneficii

- Care sunt asteptarile salariale ale tinerilor;
- Care sunt beneficiile non-financiare considerate atractive;
- Care este gradul in care acestea influenteaza atractivitatea unui angajator sau determina schimbarea locului de munca;
- Care este tendinta in ultimii trei ani in ceea ce priveste asteptarile salariale si non-financiare;
- Care este diferenta intre salariul real si cel asteptat;
- Ce corelatie exista intre domeniul jobului si asteptarile salariale si non-financiare;
- In ce domenii aceste diferentele dintre asteptari si salariul curent sunt mai mari;
- Insight-urile sunt detaliate pe orase, grupe de varsta, in functie de nivelul de experienta, in functie de domeniu.

Inscrie-te acum!

HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

Agenda

Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst

HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

Agenda
Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst

Studiul Ce isi doresc tinerii profesioniști a fost initiat de Catalyst in 2005 si in prezent se afla la a patra editie, fiind realizat in parteneriat cu Daedalus Millward Brown. De la initierea lui si pana in prezent a ramas singurul instrument de evaluare a perceptiei externe pe care companiile o au o piata si felul in care aceste perceptii au evoluat.

Rezultatele primelor trei editii au fost prezentate in cadrul unui seminar la Zilele Biz. In urma discutiilor cu companiile participante la seminar am ajuns la concluzia ca o valoare adaugata vine din interactiunea dintre participanti si schimbul de experienta, motiv pentru

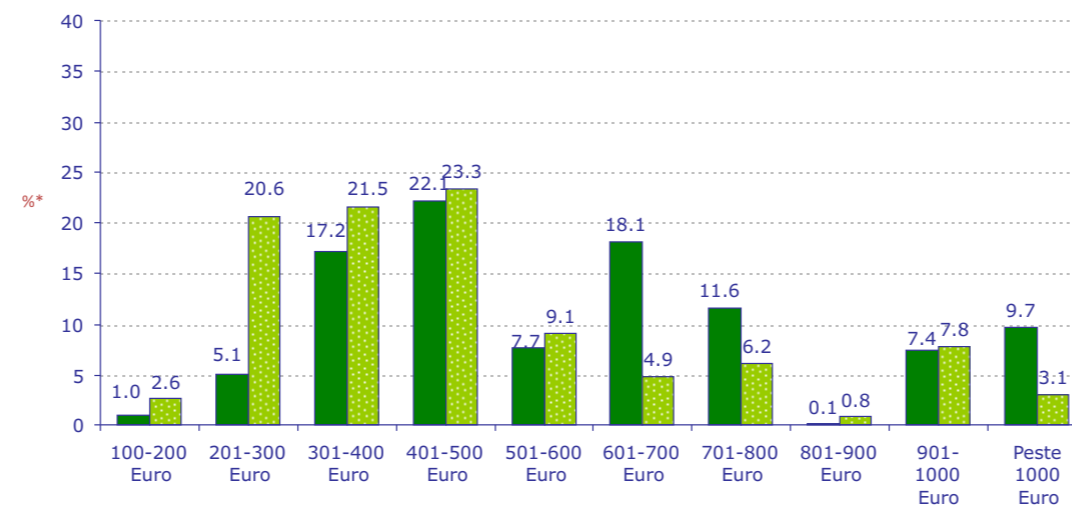
care am dezvoltat un concept care sa raspunda acestei nevoi – HR Brands 2009.

Companiile care au participat la conferintele anterioare: Vodafone, Microsoft, Coca-Cola HBC, HP, JTI, Interbrew, BRD, Accenture, Impact, Deloitte, Praktiker, ING, Pfizer, Kepler, BDO Conti Audit, Kaufland, Schneider Electric, Acvatot, GE Money, L'oreal, Unicredit Tiriac Bank, ITC Networks, Wipro, Romtelecom, Holcim, IBM, KPMG, BCR, Danone, Xerox, Dacia, TotalSoft, HP, PwC, Radisson Sas, Piraeus Bank, Imsat, JTI, Petrom, Kraft Foods, BRD, Adobe, WNS, Coca-cola HBC, Delta Design, Brainspotting, Oracle, Tornado;

Singurul instrument de evaluare a perceptiei externe pe care companiile o au o piata si felul in care aceste perceptii au evoluat.

■ 2007 (1 EUR = 3.3 RON)
■ 2006 (1 EUR = 3.55 RON)

Beneficii salariale asteptate



Salariul net mediu asteptat*: 597 Euro (2007), 444 Euro (2006)

Editii anterioare

Insight-uri

O mutatie importanta in atitudinea tinerilor profesionisti este tendinta catre "echilibrarea" vietii profesionale cu cea personala.

Pretentiile salariale au crescut in 2007 cu 23% pentru cei care nu au experienta si 35% pentru cei care lucreaza.

Angajatorii par sa aiba un rol important in stimularea fluctuatiei de personal prin politicile de atragere a noilor angajati: astfel, motivul principal de schimbare a locului de munca in 2007 nu este generat de vreo nemultumire anume, ci de oportunitatile existente in alta companie.

Angajatii din Bucuresti au salarii cu 37.5% mai mari decat cei din provincie.

Stilul de management – evaluat prin grija companiei fata de angajati – a fost in 2007 pe primul loc in ceea ce priveste asteptarile tinerilor profesionisti care lucreaza. In comparatie cu 2006 au scazut ca importanta provocarile profesionale si investitiile in dezvoltarea profesionala, dar au crescut importanta prestigiului companiei si existenta unor modele in companie care sa poata fi urmate." Ce isi doresc tinerii profesionisti, editia 2008

Pretentiile salariale au crescut in 2007 cu 23% pentru cei care nu au experienta si 35% pentru cei care lucreaza.

HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

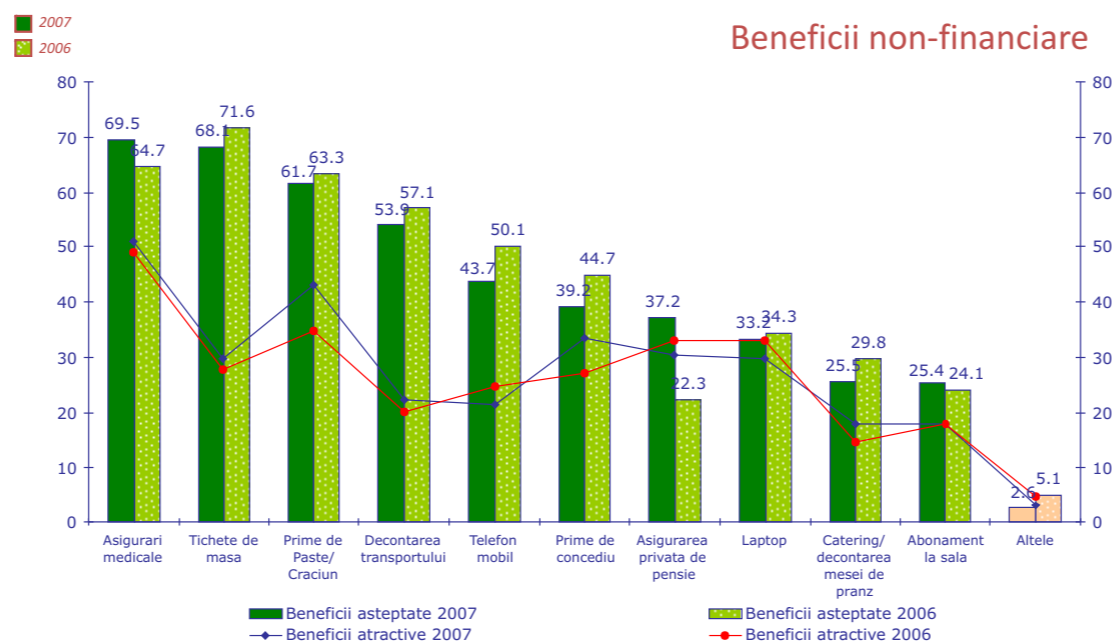
Agenda
Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst



www.daedalus.ro

Oras: Bucuresti

Industria: Market Research

- Daedalus Millward Brown este una dintre cele mai mari companii de cercetare de piata din Romania, cu peste 12 ani de experienta in domeniu
- Incepand cu 2001, Daedalus Millward Brown a realizat studii organizationale pentru diferite companii din Romania si de peste hotare
- Millward Brown este lider de piata la nivel mondial in studiile de branding si evaluare a comunicarii



Clienți Studii Organizaționale



HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

Agenda

Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst



Accommodation



Events



Conference Center

HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

| Agenda

| Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst



www.Carohotel.ro

A pleasure to please

+4 021 208.61.00

Dezvoltam solutii pentru identificarea si selectia tinerilor cu potentialul si experienta de a-si dezvolta o cariera intr-o companie de top.

Recrutare si selectie

Proiecte: IT& Tehnologie, Economic, BPO, Management trainee



Angajatori de TOP

Cel mai mare targ de cariera pentru tineri profesioniști cu experienta de pana la 7 ani. www.hipo.ro



www.hipo.ro

portal de cariera pe care gasesti toate joburile curente de la cei mai mari angajatori din Romania pe tot parcursul anului.



Top Talents Romania

Identifica si sa incurajeza tineri talentati care au dovedit pasiune si excelenta in domeniul pentru care se pregatesc. Proiectul se adreseaza studentilor de an terminal, masteranzilor si absolventilor de maxim 2 ani de zile.



Ghidurile Angajatorilor

Se distribuie gratuit, la nivel national, studentilor in ultimul din principalele facultati din Romania cu profil economic, IT&C si tehnic, medical in care gasesti informatie despre dezvoltarea carierei si oportunitati pentru studenti din partea companiilor. Downloadeaza Ghidul Economic, Ghidul IT&C si tehnic, Ghidul Farma.



HR Brands 2009

Studiul

Conferinta HR Brands 2009

Agenda

Workshop-uri

Editii anterioare

DaedalusMillwardBrown

Caro Hotel

Catalyst