

**pravda.**  
R E S E A R C H

**БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ  
ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ**

Май, 2009

На рынке труда новая ситуация и новые правила. Мы предлагаем Вам узнать, что наиболее важно сегодня молодым соискателям при выборе работы, какие компании-работодатели сейчас наиболее популярны и почему именно они



- Что нужно сегодня молодым специалистам при выборе места работы?
- Как, затратив минимальные ресурсы, привлечь кадры, которые не уйдут к конкурентам при первой же возможности?
- Совпадает ли Ваше предложение с ожиданиями и возможностями соискателей?
- Видят ли потенциальные сотрудники Вашу компанию такой же, какой вы себе её представляете?
- Где и как найти молодых сотрудников, которые помогут компании не только выжить, но и разбогатеть?

Исследование по Бренду Работодателя позволит Вам получить необходимые ответы на Ваши вопросы и создаст условия, в которых эффективный поиск сотрудников сократится до отбора интересующих именно Вас кандидатов.

Базовая стоимость полного отчета составляет **8,000 грн.**

Всем Заказчикам будет предоставлен пакет итоговых документов, включая аналитический отчет и приложения с данными.

Клиентам PRAVDA Research скидка – 10%.



Данный проект актуален и ценен тем, что:

Сейчас как раз время свежих бизнес-идей молодых людей

- «Молодая кровь», которая сейчас готовится к выпускным экзаменам – уже **ищет свое будущее место первой серьезной работы**, в которой сможет проявить новые знания и лучшие качества. Сильные компании привлекают молодых специалистов, чтобы пополнить и «освежить» команду лучшими среди новых генераций выпускников.

Чтобы привлечь молодых соискателей, важно понимать что и где говорить, используя минимальные ресурсы

- Время точечных «ударов» – для оптимизации бюджетов компаний, которые находятся в нынешних экономических условиях, необходимо **навверняка знать какой канал коммуникации с ценными для Вас кадрами будет наиболее эффективным.**

Сотрудники, которых Вы «вырастили» в своей компании, наиболее ценны и лояльны в будущем

- Выбирая лучших кандидатов из ещё «неоперившихся» специалистов, компания может формировать и развивать сотрудников так, как это нужно ей самой. **Это позволяет привить корпоративные ценности и сформировать лояльность к работодателю.**

# Описание проекта:

## Задачи исследования:

1. Выявить наиболее важные факторы выбора Первого Работодателя для выпускников ВУЗов.
2. Узнать популярные средства получения информации о возможностях трудоустройства.
3. Понять, как ценности брендов воспринимаются целевой аудиторией, насколько образы, созданные ведущими компаниями, понятны и близки ЦА.
4. Определить нынешние позиции компаний, претендующих на право быть Лучшим Работодателем в Украине в глазах студентов.



## Мы предлагаем результаты проведенного исследования

**ЧТО?**

Количественное исследование  
F2F интервью

**КТО?**

Студенты:  
мужчины/женщины – 50/50  
Учащиеся 4-5х курсов

**КАК?**

Интервью «лицом-к-лицу» в  
университетах  
Выборка = 350

**ГДЕ?**

Киев, Харьков, Днепропетровск, Донецк,  
Львов

**КОГДА?**

Апрель-май 2009

**СКОЛЬКО?**

8 000 грн. без учета НДС – полный  
аналитический отчет (все вопросы).  
В случае, если Вас интересует ответ на  
определенный вопрос (а не все вопросы  
исследования), Вы можете приобрести его  
за 2 000 грн. без учета НДС.

## Ключевые вопросы, на которые Вы получите ответы от студентов:



Каково отношение студентов к работе и ее поиску, в каких сферах они хотят работать?

Какие характеристики и насколько важны при выборе компании?

Какие компании-работодатели наиболее известны и популярны?

Какие компании они считают Лучшими Работодателями? И почему?

Какой образ компаний у них сложился?

Какие средства информации они используют при поиске работы?

Какие сайты по поиску работы они знают и используют?

Какие газеты и журналы по поиску работы они знают и используют?

Какие они знают рекрутинговые агентства и услугами каких пользуются?

Каковы их социально-демографические характеристики?

## Такие компании-миллиардеры, как Google, Apple, Facebook основаны студентами



Поисковая система **Google** появилась в конце 90х как идея двух студентов – Сергея Брина и Ларри Пейджа. Уже летом 2005 каждому из основателей принадлежало больше 10 миллиардов долларов США.



Стивен Джобс вместе со Стивеном Возняком основал компанию **Apple**, когда ему был 21 год. Первые работы над созданием компьютеров велись в родительском гараже, но уже через десять лет (в 1986) компания имела штат в 4,000 сотрудников и капитал в 2 миллиарда долларов США.



Идею социальной сети **Facebook** (с неё скопирован российский аналог «ВКонтакте») студент Гарварда Марк Цукерберг придумал, когда ему было 19 лет. Прошлым летом Forbes оценил капитал Марка (которому тогда было 24 года) в 1,5 миллиарда долларов США.



**НАВІТЬ БРЕХУНИ КАЖУТЬ ПРАВДУ**

Ми знаємо, де шукати людей, які кажуть правду.  
Ми створюємо умови, в яких вони змушені казати  
тільки правду. Ми аналізуємо слова, емоції, жести,  
поведінку. Ми діємо тільки правдивою інформацією,  
бо знаємо, що від неї залежить успіх Вашого бізнесу.

+38 044 279-01-46  
www.onlypravda.com

**pravda.**  
RESEARCH

Результаты данного проекта помогут  
привлечь лучшие молодые умы,  
используя минимальные ресурсы:

- выявить лучших кандидатов
- понять что им важно
- найти места где их искать
- определить что и как им сказать
- использовать минимальные ресурсы при поиске

**Рады поделиться деталями:**

Анна Криницкая  
Марина Гуз

[info@onlypravda.com](mailto:info@onlypravda.com)

т: 2790146  
Крещатик 15, офис 104

[www.onlypravda.com](http://www.onlypravda.com)

**pravda.**  
RESEARCH