Styczeń 2024 r.

Informacja prasowa

**Nowy Rok to dla wielu dobry czas na zmianę pracy. W jaki sposób szukać dobrych pracowników?**

**Jak wynika z najnowszych badań - co dziesiąty Polak jest zainteresowany zamianą pracy w Nowym Roku. Dla 33 proc. pracowników ważne jest dobre samopoczucie i zdrowie psychiczne, a dla 26 proc. wyższe zarobki na tym samym stanowisku[[1]](#footnote-1). Co więcej – aż 14 proc. osób twierdzi, że szukanie pracy jest łatwiejsze niż kiedykolwiek wcześniej. Mając na uwadze plany Polaków to dobry moment, by zainwestować w działania, które pomogą znaleźć nowych pracowników do firmy.**

Bezrobocie w Polsce wynosi obecnie 5 proc. – według danych Głównego Urzędu Statystycznego. W wybranych sektorach takich jak: produkcja, roboty budowlane czy handel brakuje kandydatów. I to właśnie pracodawcy z tych branży szukają sposobu na zrekrutowanie pracowników. Szukanie pracowników to jedno z wyzwań, innym jest chęć zmieniania pracy przez zatrudnionych. Taką tendencje możemy zauważyć w przypadku młodego pokolenia.

Badania pokazują, że Polacy są coraz odważniejsi w swoich decyzjach. Chętniej zmieniają pracę i nie boją się negocjować swoich pensji z pracodawcami. Zdecydowanie częściej decyzję o zmianie pracy podejmują osoby z Pokolenia Z. Badanie Pracuj.pl wskazuje, że 62 proc. młodych respondentów podjęło taki krok w ciągu roku, a 27 proc. w ciągu ostatnich 3 miesięcy. A dlaczego ta grupa zmienia pracę? Połowa wskazała, że chce zarabiać więcej pieniędzy, co piąty badany jest zdania, że nie ma możliwości rozwoju, w miejscu gdzie obecnie pracuje, a 17 proc. zdecydowało się na pracę w zupełnie innej branży niż dotychczas. W jaki sposób wykorzystać te dane do znalezienia pracownika, który nie jest zadowolony z dotychczasowego zatrudnienia?

**Pracodawcy powinni budować swój wizerunek**

Zdaniem ekspertów istotne jest budowanie wizerunku firmy. W jaki sposób? Pomocne są klasyczne działania promocyjne takie, jak reklama radiowa, prasowa czy w Internecie. Coraz częściej firmy korzystają z możliwości jakie daje im OOH.

- *Dzięki OOH, firmy mają szansę wyróżnić się i dotrzeć do potencjalnych kandydatów do pracy w różnych miejscach publicznych, takich jak przystanki autobusowe, kioski czy miejsca o dużym natężeniu ruchu pieszych. Kreatywne i atrakcyjne kampanie OOH mogą efektywnie zwrócić uwagę odbiorców, budując jednocześnie rozpoznawalność marki i przyciągając nowych klientów, a także pracowników. W dobie dynamicznego rozwoju mediów, strategie reklamowe oparte na OOH stają się ważnym narzędziem w budowaniu skutecznej kampanii marketingowej* - wyjaśnia Robert Dąbrowski, CEO Recevent.

Na jakie kampanie w outdoorze najczęściej stawiają pracodawcy? W mijającym już roku najpopularniejsze były m.in. billboardy. Dlaczego?

* **Niższe koszty w porównaniu z kampaniami w radiu i telewizji.** W porównaniu z kosztami reklamy w mediach tradycyjnych, takich jak telewizja czy radio, kampanie billboardowe są relatywnie bardziej ekonomiczne. Pracodawcy szukają efektywnych rozwiązań, które jednocześnie są dostępne w różnych budżetach.
* **Duża widoczność i zasięgi.** Billboardy, ze względu na swoją dużą powierzchnię i umiejscowienie w strategicznych lokalizacjach, zapewniają doskonałą widoczność i zasięg reklamy. Są widoczne dla wielu osób, zarówno kierowców, pieszych, jak i pasażerów komunikacji publicznej, co sprawia, że docierają do szerokiego audytorium.
* **Stała ekspozycja.** Billboardy są stale wystawione na działanie warunków atmosferycznych i światła, co oznacza, że potencjalny odbiorca ma możliwość dostrzeżenia reklamy w różnych warunkach pogodowych i o różnych porach dnia.

Do zalet billboardów należy również ich kreatywność – firmy wymyślają coraz to nowe projekty, by przyciągnąć wzrok odbiorców.

**Nie tylko billboardy**

W jaki sposób jeszcze szukać pracownika? Pomocne są reklamy umieszczane na drzwiach supermarketów, czyli DOOH. Coraz więcej firm wybiera tablice reklamowe umieszczane w przejściach podziemnych, w metrze, czy na przystankach autobusowych. Outdoor daje wiele możliwości i jest doskonałą formą reklamy dla pracodawców.

Pomocne są także social media, w tym LinkedIn, czyli portal biznesowy nastawiony na networking. Wiele jednak zależy od tego, w jakiej branży szukamy pracowników. Wspomniane wcześniej reklamy zewnętrzne są doskonałym rozwiązaniem dla pracodawców praktycznie każdej branży. Bowiem wiele osób na co dzień porusza się po mieście, korzysta z komunikacji, spaceruje i ma styczność z reklamą.

1. <https://interviewme.pl/blog/trendy-na-rynku-pracy-2024-badanie> [↑](#footnote-ref-1)