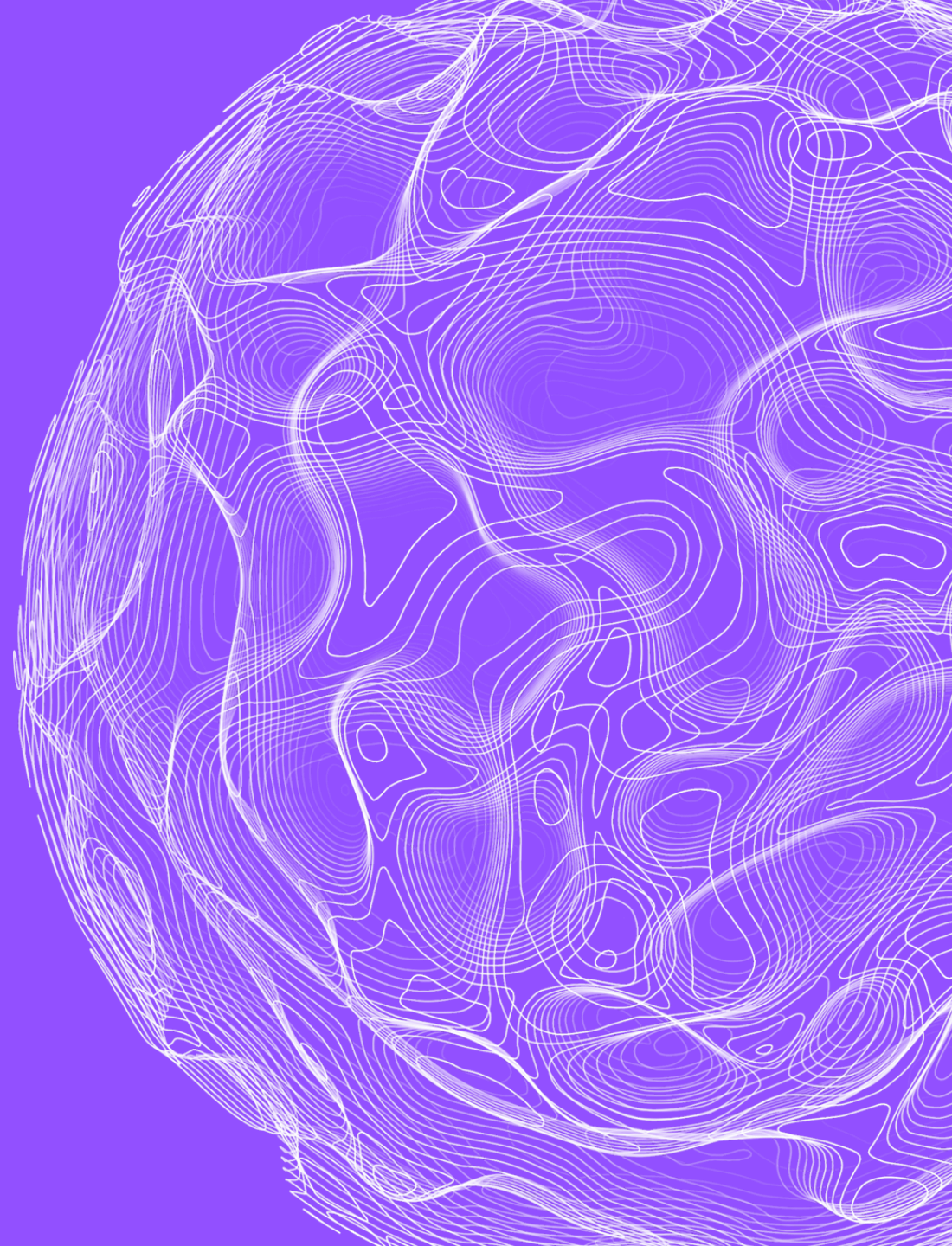


Підготовлено для Компанії



**IT-бренд
роботодавця**



HR-Marketing ЭКОПСИ осуществляет полный цикл услуг по HR-брендингу

01

Диагностика бренда работодателя

- > Исследование бренда работодателя
- > Кастомные качественные и количественные исследования
- > Диагностика коммуникационной стратегии
- > Диагностика зрелости HR-процессов

02

Создание / обновление EVP

- > Вовлечение сотрудников в создание EVP - краудсорсинг
- > Отстройка EVP от конкурентов
- > Вовлечение топ-менеджмента - настройка EVP в соответствии со стратегией компании
- > Создание технического задания по разработке креатива (бренд-бука, вординга, визуалов и т.д.)

03

Внедрение EVP

- > Разработка коммуникационной стратегии Компании
- > Программа внедрения EVP (ADKAR)
- > Обучение HR-команды использованию EVP в работе
- > Внедрение управленческих практик EVP

Чтобы узнать подробнее про наши услуги, напишите нам на или вашему менеджеру в ЭКОПСИ

it-brand@ecopsy.ru

ЭКСПСИ & habr

Крупнейшая компания в сфере
управленческого консалтинга

Эксперт в построении позиционирования
работодателя, отвечает за методологию
и аналитику исследования

Крупнейшее сообщество
для IT-специалистов

Отвечает за продвижение исследования
среди IT-специалистов, публикует результаты
исследования

- > Проводим исследование с 2020 г
- > Опрос с 1 июня по 31 августа
- > Его итогами мы поделимся на [Хабре](#)

Публикации
и конференции:



[Ссылка на рейтинг
работодателей 2022](#)



В контур исследования мы берем всех работодателей с численностью больше 50 IT-специалистов. Участники должны нанимать IT-специалистов в РФ.

Незаявительный подход к выбору компаний позволяет получить объективные данные по рынку и делать сравнительную аналитику с релевантными конкурентами.

Учитываем направления деятельности компании в IT. Респонденты оценивают только релевантных работодателей.

Смотрим аналитику в разрезах по языкам, специализациям и грейдам.

Компании в контуре опроса разделены на 12 направлений

Респондентам предлагалось сравнить между собой 750 компаний в 12 направлениях деятельности

139

Big Data, ML

281

Кастомная разработка

100

Связь и телекоммуникации

115

Аппаратное обеспечение

242

Консалтинг и поддержка

264

Системные интеграции

45

Игры и развлечения

377

Мобильная / Веб-разработка

135

Электронная коммерция и обучение

219

Информационная безопасность

137

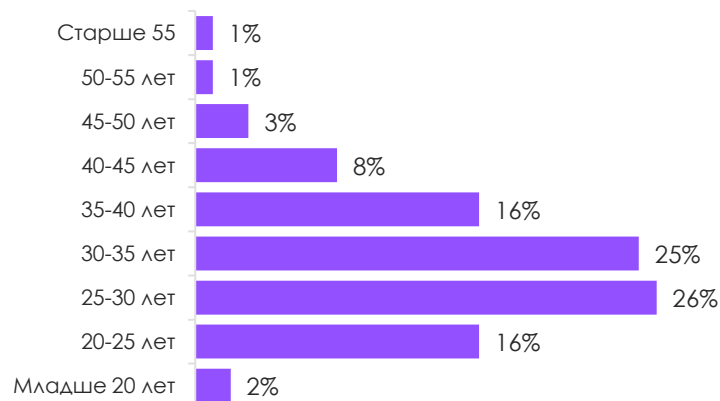
Облачные технологии

251

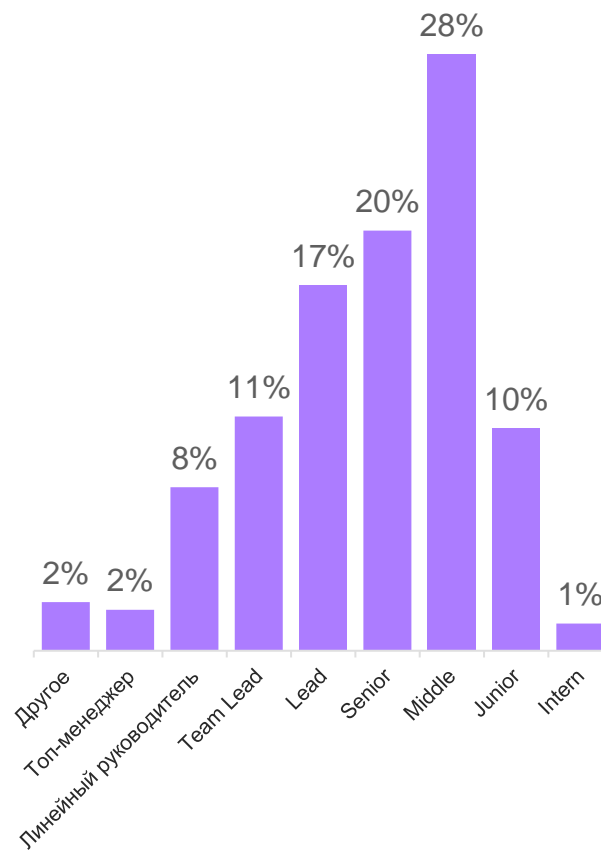
Разработка ПО

Выборка исследования 2022: 16 тыс. респондентов

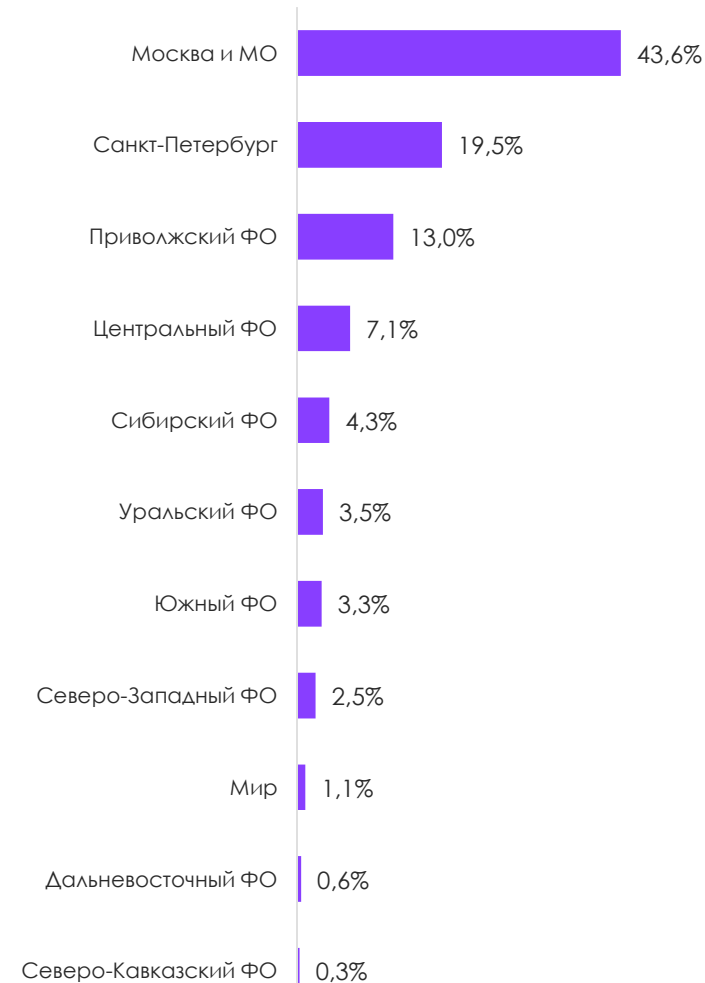
Возраст



Квалификация



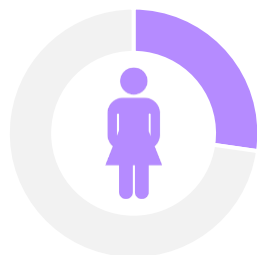
Регион



69%
Мужской



31%
Женский



Выборка исследования 2022: 16 тыс. респондентов

Специализации

Backend (3038)	Техническая поддержка, helpdesk (1458)	Frontend (1375)		Другое (1260)		
	Fullstack (1251)		Бизнес-аналитик/BI-аналитик (1142)		Системный администратор (967)	
Тестировщик (QA) (1811)	Архитектор (825)	Desktop (658)		Mobile (644)		HR (577)
Project Manager (1592)		DevOps (737)	Специалист по информационной безопасности (564)	Сетевой инженер (424)		Data Engineer (405)
Системный аналитик (1514)	Product Manager (723)		Внедренец (474)	Инженер ERP-систем (321)	Бизнес-консультант (312)	
		Data Analyst (447)	Embedded (316)	Gamedev (266)	Менеджер по продажам (203)	Менеджер по развитию / BDM (195)
				Маркетолог (225)	Agile / Scrum мастер (173)	Инженер ЦОД (123)

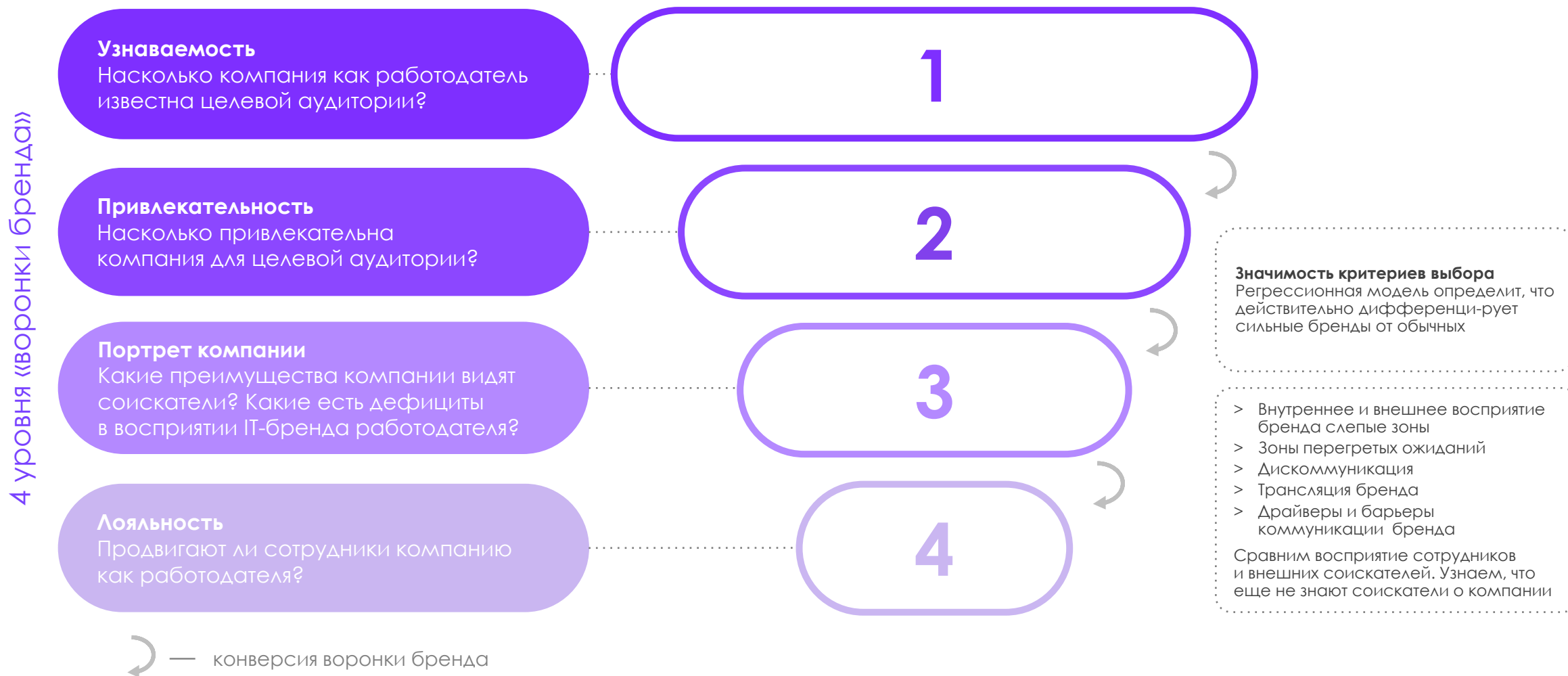
Выборка исследования 2022: 16 тыс. респондентов

Языки и технологии

SQL	JavaScript		Java			
	(3017)		(2758)			
	C / C++		C#		Bash / PowerShell	
	(2047)		(1938)		(1628)	
(8875)	Продукты 1С	PHP		React		Продукты SAP
	(1405)	(1310)		(983)		(889)
Python	Продукты Oracle	Go	Другой		Visual Basic .NET	Assembler
	(1335)	(887)	(758)		(480)	(479)
	TypeScript	Delphi	Vue	Swift	Lua	R
		(833)	(455)	(328)	(291)	(282)
(4422)	TypeScript	Kotlin	Groovy	Scala	Ruby	Objective-C
		(821)	(409)	(278)	(259)	(171)
		(1317)	Angular	Perl	Rust	Haskell
		(367)	(262)	(130)	(70)	

Ключевые метрики воронки IT-бренда

Мы оцениваем каждый бренд по воронке бренда. Определяем конверсии на каждом этапе воронки и уровень здоровья IT-бренда вашей компании как работодателя.



Как специалисты проходят опрос

Среднее время заполнения
опроса 15 минут

Опрос размещен на платформе
Linkis.
Это собственная разработка
ЭКОПСИ. Есть сертификат

Мы не собираем персональных
данных респондентов (ФИО, email,
любые другие контакты).

Вопросы про **профиль** респондента: специализация, языки, грейд,
возраст, регион,

1 мин

Узнаваемость. Выбирает из списка компаний какие работодатели ему
известны или нет.

2 мин

Привлекательность. 2 вопроса. Выбирает 1-4 лучший работодателей
и 1-4 худших.

3 мин

Портрет компании. Респондент оценивает привлекательных и непривле-
кательных работодателей, отмечает их преимущества и недостатки.

6 мин

Респондент обязательно **оценивает** свою компанию,
ее привлекательность, преимущества и недостатки.

3 мин

Опрос



Критерии выбора работодателя

По итогам исследования 2022 года

Если ИТ-бренд работодателя компании состоит в основном из этих характеристик и кандидаты активно их приписывают компании, то у компании Сильный бренд

Топ наиболее значимых



#	Критерий	Значимость
1	Качество продуктов и услуг	8,4
2	Соответствие ценностей Компании моим ценностям	7,8
3	Профессиональная среда	6,8
4	Интересное содержание работы	6,5
5	Забота о физическом и ментальном здоровье сотрудников	6,3
6	Экологичное отношение руководителя к сотрудникам	6,2
7	Интерес руководства Компании к мнению сотрудников	6,0
8	Справедливая оплата труда в командах	5,9
9	Высокий уровень оплаты	5,9
10	Возможности для личного роста	5,6

Если компании вкладывает основные ресурсы, чтобы связать свой бренд с этими характеристиками, то ее бренд не дифференцирует компанию от тысячи других

Топ наименее значимых



#	Критерий	Значимость
31	Зависимость дохода от собственной эффективности	2,5
32	Масштаб и амбициозность проектов Компании	2,3
33	Самостоятельность в принятии решений	2,1
34	Удобные инструменты коммуникаций в Компании	2,1
35	Соцпакет и страховка	1,9
36	Интересная локация офиса	1,8
37	Культура многообразия (Diversity & Inclusion)	1,7
38	Темпы роста Компании	1,6
39	Возможность получить ИТ-льготы от гос-ва	1,4
40	Продукты и сервисы для импортозамещения	1,2
41	Компания с гос. участием	0,9

Для ИТ-специалистов в 2022 году самым важным стало **развитие своей профессиональной идентичности**. Чаще всего ИТ-специалисты предпочитают компании, где можно делать качественные и уникальные продукты, общаться с квалифицированными профессионалами, решать интересные задачи и расти как эксперт и личность.

Развивается тренд на софт компетенции работодателя: становится важно качество человеческих отношений, бережность коммуникаций, взаимопонимание и поддержка, внимание руководства к мнению сотрудников, забота о сотрудниках, экологичные отношения в коллективе.

Импортозамещение и гос. участие работодателя – не повышает привлекательность компании на рынке. Эти критерии заняли самые последние места в приоритетах ИТ-специалистов.

- > Показатели воронки бренда, которые могут стать КПЭ по развитию бренда
- > Позиция Компании на рынке труда относительно конкурентов
- > Барьеры развития ИТ-бренда Компании
- > Недокоммуникация: преимущества компании, которые ценят сотрудники, но соискатели про это не знают
- > Портрет Компании в глазах соискателей
- > Мифы соискателей о компании: «перегретые ожидания» или «негативный шлейф»
- > Мотивационные факторы для соискателей при выборе работодателя
- > Факторы удержания – причины, по которым сотрудники выбирают компанию
- > Лояльность сотрудников, в сравнении с бенчмарком



Прием заявок – весь год.

Добавить свою компанию в исследование можно до **1.08**.

Что бы проверить есть ли ваша компания в контуре и добавить ее. [Заполните анкету](#)

Опрос внешних соискателей 1.06-31.08, каждый год

Провести опрос сотрудников можно в любое время, но бесплатный период -со старта опроса **до 31 августа** включительно.

Обработка результатов исследования до 1.10

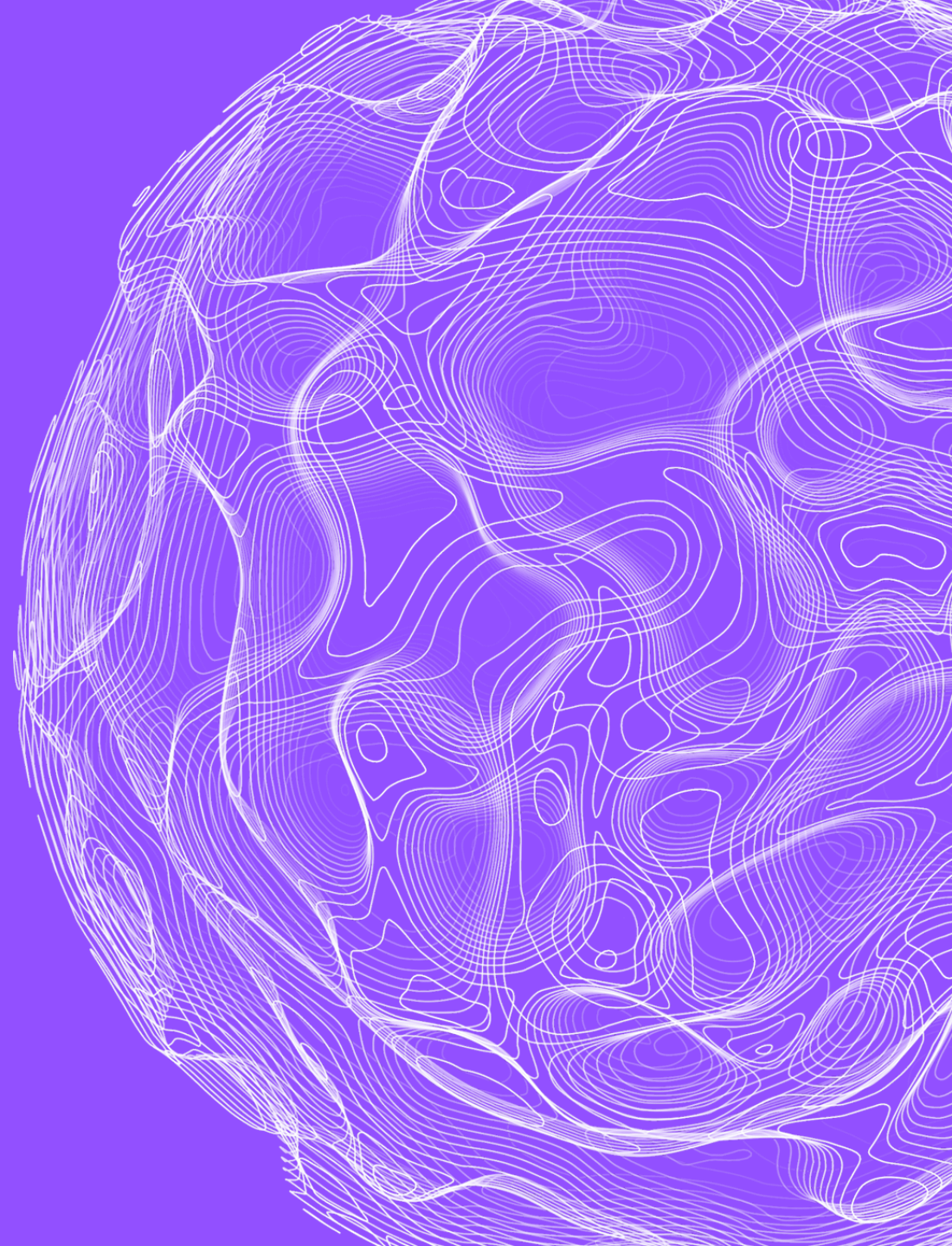
С **1 октября** начинаем сдачу расширенных отчетов клиентам, затем сдачу базовых

Публикация итогов исследования и рейтинга 10.11

Компании получают свой отчет с **1.10 до 1.12**



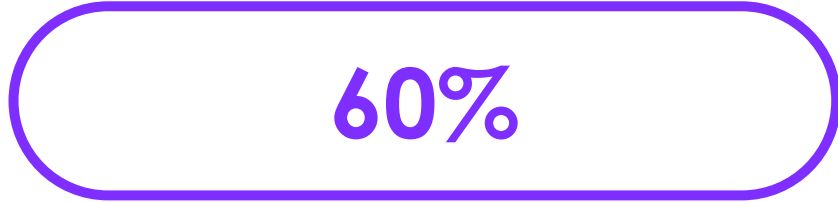
Как выгледит
аналитика



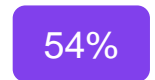
Воронка IT-бренда компании X

929 респондентов оценили Компанию X

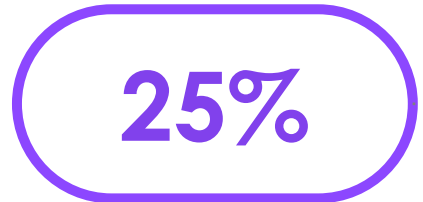
Бенчмарк



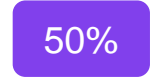
Узнаваемость



Из 929 респ 60% узнали Компанию X. Это хороший показатель для b2b сегмента. Узнаваемость Компании X выше бенчмарка на 6 пунктов.



Привлекательность



Привлекательность Компании X в 2 раза ниже, чем бенчмарк. Низкая привлекательность – это основной барьер бренда Компании.



Драйверы и барьеры IT-бренда



У компании X есть 3 сильных конкурентных преимуществ и 7 барьеров бренда из-за которых Компания получает низкие оценки по привлекательности.



Лояльность



При этом, сотрудники Компании X оценивают ее как работодателя выше бенчмарка. Вероятно, преимущества Компании, известные сотрудникам, недостаточно транслируются на внешний рынок

Критерии

- > Баланс между работой и жизнью
- > Возможности для личного роста
- > Возможность выбора проектов
- > Возможность работать из любой точки мира
- > Возможность разрабатывать свой продукт
- > Гибкий график
- > Забота о физическом и ментальном здоровье сотрудников
- > Зависимость дохода от собственной эффективности
- > Инновационность проектов Компании
- > Интерес руководства Компании к мнению сотрудников
- > Интересная локация офиса
- > Интересное содержание работы
- > Яркая корпоративная культура
- > Качество продуктов и услуг
- > Комфортность офиса
- > Корпоративные "плюшки"
- > Культура многообразия (Diversity & Inclusion)
- > Масштаб и амбициозность проектов Компании
- > Международный статус Компании
- > Профессиональная среда
- > Возможности профессионального обучения
- > Работа "без записи и прослушки"
- > Самостоятельность в принятии решений
- > Скорость построения карьеры
- > Современные подходы к управлению проектами
- > Современный стек технологий
- > Социальная ответственность Компании
- > Соцпакет и страховка
- > Справедливая оплата труда в командах
- > Стабильность Компании
- > Творческая атмосфера
- > Темпы роста Компании
- > Удобные инструменты коммуникаций в Компании
- > Высокий уровень оплаты
- > Компания с гос. участием
- > Хорошие отношения в коллективе
- > Ценность работы в компании для резюме
- > Экологичное отношение руководителя к сотрудникам
- > Возможность получить IT-льготы от гос-ва
- > Продукты и сервисы для импортозамещения
- > Соответствие ценностей Компании моим ценностям

Динамика оценок IT-бренда

Пример

Критерий	Значимость	2020	2021
Стабильность Компании	0,62	71%	62%
Возможность выбора проектов	0,60	42%	57%
Зависимость дохода от собственной эффективности	0,59	36%	40%
Хорошие отношения в коллективе	0,58	61%	61%
Интересное содержание работы	0,53	58%	56%
Профессиональная среда	0,51	62%	67%
Известность компании	0,51	76%	73%
Экологичное отношение руководителя к сотрудникам	0,51	35%	35%
Интерес руководства Компании к мнению сотрудников	0,49	36%	48%
Возможности для личного роста	0,47	51%	45%
Забота о физическом и ментальном здоровье сотрудников	0,45	38%	39%
Творческая атмосфера	0,43	44%	48%
Работа "без записи и прослушки"	0,41	41%	50%
Возможность поработать за рубежом	0,39	26%	40%
Комфортность офиса	0,38	52%	46%

Рост более 5 п.п.

Снижение более 5 п.п.

Восприятие IT-бренда по критериям выбора

Сравнение внешнего контура с конкурентами и сотрудниками. Пример

#	Критерий	Значимость	Компания X		Конкуренты
			Сотрудники	Внешний контур	
01	Качество продуктов и услуг	0,99	58%	38%	50%
02	Уровень оплаты	0,97	49%	41%	38%
03	Современные подходы к управлению проектами	0,89	44%	54%	45%
04	Ценность работы в компании для резюме	0,85	53%	48%	54%
05	Справедливость оплаты труда в командах	0,82	46%	36%	39%
06	Инновационность проектов Компании	0,80	53%	48%	48%
07	Современный стек технологий	0,79	56%	52%	55%
08	Социальная ответственность Компании	0,79	52%	49%	48%
09	Международный статус Компании	0,74	26%	34%	45%
10	Корпоративные "плюшки"	0,73	34%	40%	46%
11	Соцпакет и страховка	0,71	52%	50%	51%
12	Темпы роста компании	0,69	51%	58%	52%
13	Масштаб и амбициозность проектов Компании	0,68	57%	57%	61%
14	Вклад Компании в развитие общества	0,68	49%	45%	42%
15	Удобные инструменты коммуникаций в Компании	0,66	41%	41%	44%

Драйвер – оценки внешнего контура выше конкурентов

Барьер – оценки внешнего контура ниже конкурентов

Нераскрытый драйвер – оценки внешнего контура низкие, но у сотрудников высокие

Сравнительный анализ оценок соискателей о Компании X на фоне оценок всех компаний рынка

Пример



Основное конкурентное преимущество ИТ-бренда Компании X на фоне рынка – качество продуктов и услуг. С этим критерием соискатели ассоциируют Компанию значительно чаще, чем других работодателей на рынке.

Профессиональная среда – главный барьер ИТ-бренда. Оценка по этому критерию у Компании ниже, чем у 75% компаний рынка. У соискателей не сформировано мнение об экспертизе ИТ-команды Компании.

По критериям, связанным с материальной мотивацией: уровень оплаты и справедливая оплата труда в командах, соискатели оценивают Компанию X на уровне рынка, не выше, но и не ниже, чем остальные компании.

3 пилотных версий IT-бренд+

Доступны с 1 июля

01

+ вовлеченность

- > Модуль вовлеченность: определяет приверженность компании, увлеченность работой и инициативу
- > Взаимосвязь факторов вовлеченности с брендом работодателя
- > 15 вопросов по модели ЭКОПСИ
- > + 5 минут опросник

02

+ система управления

- > Модуль DOTS: определяет ключевые проблемы системы управления глазами сотрудников
- > Определяет как система управления влияет на бренд работодателя
- > 60 метрик системы управления
- > + 10 минут опросник

03

+ стоимость бренда

- > Модуль ценообразования бренда: определяет зарплатные ожидания и каналы коммуникаций с работодателем
- > Определяет как бренд работодателя влияет на зарплатные предпочтения специалистов
- > 10 вопросов
- > + 8 минут

Спасибо!



Телеграм ЭКОПСИ



Артем Гринев

Эксперт по IT-брендам

Email: grinev@ecopsy.ru

Tg: @artmanin



Регистрация на исследование
IT-брендов работодателей