



# Запускаем II Всероссийское исследование - 2021

ВЕБИНАР



## Правила вебинара



### ВРЕМЯ

С 11:00 до 12:00  
по московскому времени



### ВОПРОСЫ

Вопросы ведущим  
можно задавать в общий  
чат в течение всего  
вебинара



### ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

Если есть технические  
вопросы — пишите  
в общий чат

## Спикеры



**АРТЕМ ГРИНЕВ**

Консультант,  
Практика «HR-маркетинг»  
Архитектор исследования



**ВИКТОРИЯ КАБАКОВА**

Директор проектов  
Практика «HR-маркетинг»,  
руководитель  
исследования

## Что такое бренд компании как работодателя?



1



2



3

## Что такое бренд компании как работодателя?



1



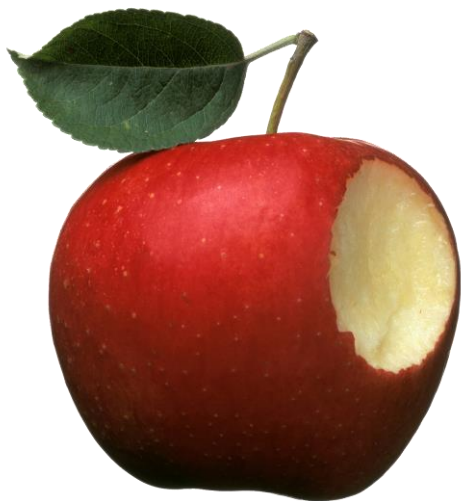
2



3

## Характеристики «правильного бренда работодателя»

---



Адресно

Честно

Уникально





## Работодатели в IT-сфере

# Организаторы всероссийского исследования IT-брендов работодателей

IT-БРЕНД  
РАБОТОДАТЕЛЯ



**ЭКСПСИ**

Крупнейшая компания

в сфере кадрового  
консалтинга

Отвечает за методологию исследования и предоставляет онлайн платформу LINKIS для проведения опросов.

**habr**

Крупнейшее сообщество

для IT-специалистов

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

24 мая старт Второго всероссийского исследования на Хабре.  
Опрос продлится до 15 августа.



# Зачем исследовать IT-бренд работодателя?

IT-БРЕНД  
РАБОТОДАТЕЛЯ

**19 500** компаний

ищут IT-специалистов на Хабр Карьере

**159 000** IT-специалистов

зарегистрировано на Хабр Карьере

**24%** соискателей

готовы рассматривать предложения о работе

на **30%** ежегодно

растет спрос на IT-специалистов

По данным АСИ, России нужен

**1 МЛН** программистов,

в реальности  
их всего

**350 000**

...потому что это рынок соискателя!

## Здесь выбирает соискатель, и работодатели конкурируют за него, поэтому бренд работодателя становится особенно **значим**

**ИТ-бренд работодателя — это представление сотрудников и потенциальных кандидатов об организации как о привлекательном месте работы для ИТ-профессионалов.**

- Существует своя специфика в предпочтениях и ценностях айтишников, их взглядах на место работы. Традиционный подход к пониманию, оценке и продвижению бренда работодателя не всегда срабатывает.
- Высокая конкуренция за ИТ-talанты во всех отраслях. Один и тот же специалист может быть востребован и в металлургической компании, и в ретейле, и в сугубо ИТ-компании.
- В последние 5–7 лет именно ИТ-компании задают тренды и «моду» в построении и продвижении бренда работодателя, что во многом помогает им занимать большинство мест в топах работодателей.

## Почему важны исследования на рынке?

### Для работодателей

- Увидеть конкурентное поле
- Определить бенчмарки
- Продиагностировать свои драйверы и барьеры
- Сформировать стратегию IT-брендинга

### Для соискателей

- Сориентироваться
- Самоопределиться



# Методология исследования



## Смотрим на рынок труда глазами соискателей

### Языки программирования

- C/C++
- C#
- Perl
- JavaScript
- Ruby
- Python
- R
- PHP
- Go
- ...

### Социально-демографические данные

- Пол
- Возраст
- Образование
- Регион проживания

### Специализация

- Бэкенд разработка
- Фулстек разработка
- Фронтенд разработка
- Мобайл разработка
- Десктоп разработка
- Продажи, маркетинг
- ...



### Отрасли

- Финансы, банкинг
- FMCG
- Фармацевтика и медицина
- Гос.организации
- Транспорт и логистика
- ...

### Уровень

- Учащийся/студент
- Intern
- Junior
- Middle
- Senior
- Lead

## Где мы находим наших респондентов?

habr



РАЗ<sup>+</sup>К

ОНТИКО





## Контур исследования: 700+ компаний в 2021 (было 500+)

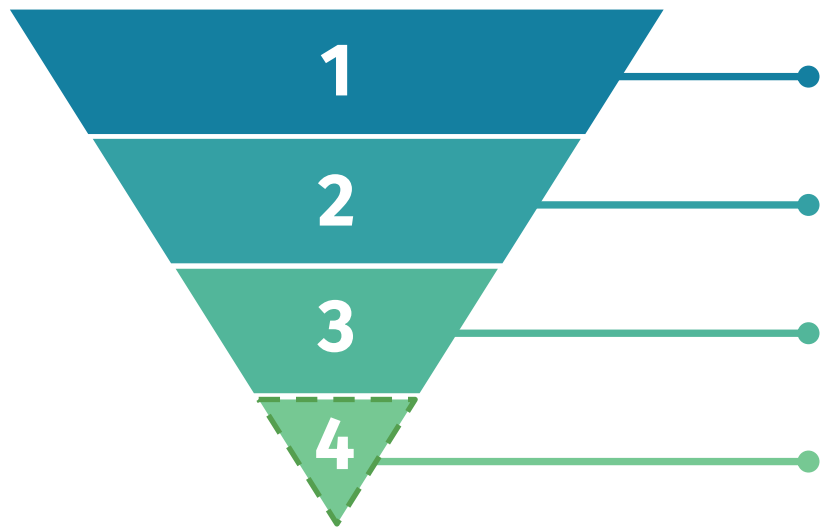
### Рейтинги глазами кандидата

- Контур исследования воссоздает естественный масштаб уникального рынка.
  - Берем все отрасли, а не только IT
  - Контур открытый, а не заявительный: 50+ айтишников в штате + активный найм.
- В основе формирования контура — опыт кандидата.
  - Смотрим на компании глазами кандидата на рынке труда, как он сравнивает и выбирает работодателя внутри отрасли и между отраслей.



# Как мы замерим силу IT-бренда?

## Прогоняем каждый бренд по «воронке восприятия»



### 4 уровня «воронки бренда»

#### Узнаваемость

Насколько компания как работодатель известна целевой аудитории?

#### Привлекательность

Насколько привлекательна компания для целевой аудитории?

#### «Готовность купить»

Хотят ли представители целевой аудитории работать в компании? Примут ли они оффер?

#### Лояльность

Продвигают ли сотрудники компанию как работодателя?

# Критерии оценки компаний (41 критерий)



**ИМИДЖ**

- Известность Компании
- Стабильность Компании
- Качество продуктов и услуг
- Темпы роста Компании
- Международный статус Компании
- Участие Компании в государственных проектах
- Масштаб и амбициозность проектов Компании
- Инновационность проектов Компании
- Социальная ответственность Компании
- Вклад Компании в развитие общества



**КОМПЕНСАЦИЯ**

- Уровень оплаты
- Зависимость дохода от собственной эффективности
- Соцпакет и страховка
- Корпоративные «плюшки»



**САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ**

- Возможность выбора проектов
- Самостоятельность в принятии решений
- Возможность разрабатывать свой продукт
- Работа без записей и прослушки



**ОРГАНИЗАЦИЯ  
РАБОТЫ**

- Современный стек технологий
- Современные подходы к управлению проектами
- Удобные инструменты коммуникации в Компании



**КОМФОРТ**

- Комфортность офиса
- Интересная локация офиса
- Гибкий график
- Баланс между работой и жизнью



**КОРПОКУЛЬТУРА**

- Творческая атмосфера
- Уважительное отношение руководителей
- Интерес руководителей к мнению сотрудников
- Хорошие отношения в коллективе
- Интересные корп.мероприятия
- Культура многообразия (Diversity&Inclusion)
- Поддержка сотрудников в кризисный период



**ВОЗМОЖНОСТИ  
РАЗВИТИЯ**

- Интересное содержание работы
- Профессиональная среда
- Возможность получить сертификацию
- Профессиональное обучение и участие в конференциях
- Возможность поработать за рубежом
- Возможности для личного роста
- Скорость построения карьеры

## Что мы получаем в итоге исследования?

### РЕЙТИНГИ КОМПАНИЙ

Какие именно компании наиболее привлекательны для соискателей и почему?

Отраслевые рейтинги

Рейтинги по ЦА

### ЗНАЧИМЫЕ КРИТЕРИИ

Что для соискателя реально важно, а что не имеет значения?

Мотивационные профили ЦА

### БЕНЧМАРКИ

Ландшафт рынка

Конкурентный анализ

Критерии сравнения и метрики

Показатели по разным ЦА

### ПОРТРЕТ КОМПАНИИ

Какие черты (критерии) приписывают ЦА?

Сравнение с конкурентами

Тот ли это портрет, который хотели получить?

# Результаты исследования 2020



# Незначимые критерии выбора работодателя

№	Критерий	Значимость (beta коэффициент)
1	Стабильность Компании	-
2	Темпы роста компании	-
3	Участие Компании в государственных проектах	-
4	Удобные инструменты коммуникаций в Компании	-
5	Самостоятельность в принятии решений	-
6	Интересное содержание работы	-
7	Профессиональное обучение и участие в конференциях	-
8	Возможности для личного роста	-
9	Творческая атмосфера	-
10	Забота о физическом и ментальном здоровье сотрудников	-

- данные критерии никак не дифференцируют лучших и худших работодателей

## Почему эти критерии не работают?

- Действительно уже не релевантны для этой целевой аудитории («Стабильность компании»)
- Банальны, очевидны, затерты от многократного использования («Творческая атмосфера», «Интересное содержание работы»)
- Must have – настолько уже вросли в гигиенический минимум, что говорить о них дополнительно не имеет смысла («Профессиональное обучение и участие в конференциях»)
- Работает на удержание, а не на привлечение («Забота о физическом и ментальном здоровье сотрудников»)



# Значимые критерии выбора работодателя

Критерий	Значимость
Профессиональная среда	1
Качество продуктов и услуг	2
Ценность работы в компании для резюме	3
Экологичное отношение руководителя к сотрудникам	4
Уровень оплаты	5
Хорошие отношения в коллективе	6
Интерес руководства Компании к мнению сотрудников	7
Возможность поработать за рубежом	8
Современный стек технологий	9
Инновационность проектов Компании	10
Масштаб и амбициозность проектов Компании	11
Работа "без записи и прослушки"	12
Справедливость оплаты труда в командах	13
Вклад Компании в развитие общества	14
Современные подходы к управлению проектами	15
Комфортность офиса	16
Социальная ответственность Компании	17
Соцпакет и страховка	18
Гибкий график	19
Зависимость дохода от собственной эффективности	20
Международный статус Компании	21
Корпоративные "плюшки"	22
Баланс между работой и жизнью	23
Скорость построения карьеры	24
Интересные корпоративные мероприятия	25
Известность компании	26
Интересная локация офиса	27
Возможность получить сертификацию	28
Возможность разрабатывать свой продукт	29
Возможность выбора проектов	30
Культура разнообразия (Diversity & Inclusion)	31

- **Профессиональное становление** и развитие своей экспертизы – ключевой **драйвер** выбора работодателя.
- На рынке труда выигрывают компании с **сильным IT-продуктом**.
- **Отношение в компании к людям** – один из приоритетных факторов выбора места работы. Этот фактор работает только в отрицательную сторону. За хорошую атмосферу работодателя не хвалят.
- Рынок хорошо оплачен. Уровень **зарплаты уже не является главным стимулом**, он уходит на второй план. Так, для дефицитной категории разработчиков на Kotlin это критерий ушел на 14 место.
- Разные категории **ИТ-специалистов имеют разные мотивационные профили**, и их ожидания от работодателя отличаются.
  - **Junior специалисты:** важен интерес к ним со стороны руководства компании – чтобы их слушали, обучали и давали обратную связь. Возможность поработать за рубежом является вторым по важности критерием. Они пока не избалованы уровнем оплаты, и заработок для них стоит на 3 месте.
  - Для **Team Lead**, прежде всего, важна зависимость дохода от собственной эффективности и инновационность проектов.

# Разница в значимости критериев для разных ц.а.

Разработчики

QA



Понимание значимости критериев для той или иной ц.а. – это возможность разработать четкие адресные EVP

Место	Компания	%
1	JetBrains	98%
2	Cisco	97%
3	Red Hat	94%
4	Hewlett Packard Enterprise	93%
5	DataArt	92%
6	Wrike	91%
7	Avito	90%
8	Positive Technologies	90%
9	Badoo	90%
10	ABBYY	90%
11	Wargaming	87%
12	Лаборатория Касперского	86%
13	SEMrush	86%
14	Яндекс	85%
15	Samsung	84%
16	SAP	84%
17	HeadHunter	83%
18	T-Systems	82%
19	Технологический Центр Дойче Банка	82%
20	Okko	81%

## Общий рейтинг силы ИТ-бренда работодателя.

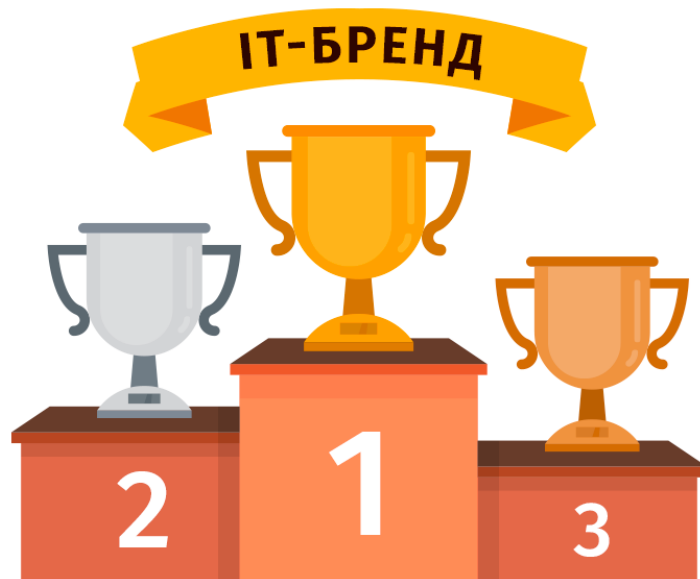
- На рынке труда выигрывают компании с сильным ИТ-продуктом.
- Мощная поляризация имиджа известных компаний в глазах соискателей. Чем известнее компания, масштабнее ее деятельность на рынке, тем больше амбивалентности в восприятии ее ИТ-бренда работодателя.
- На силу ИТ-бренда работодателя оказывает значимое влияние отраслевая принадлежность компании.

# Самые непривлекательные работодатели для IT-специалистов - из промышленности, телекома и логистики

Отрасль	Узнаваемость	Привлекательность
IT	38%	62%
Retail	86%	57%
Финансы и Банки	75%	45%
Промышленность	59%	36%
Телеком и медиа	59%	31%
Транспорт и логистика	71%	15%

## Выгоды компаний, которые примут участие в исследовании

1. Смогут оценить свое место среди конкурентов в рейтингах ИТ-бренда работодателя.
2. Получат индекс конверсии по воронке ИТ-бренда.
3. Увидят, каковы драйверы и барьеры ИТ-бренда, и смогут скорректировать свою коммуникационную стратегию для усиления позиций компании.
4. Увидят свою позицию на ландшафте рынка — с какими конкурентами сравнивают Компанию соискатели.
5. Сопоставят восприятие ИТ-бренда своей компании сотрудниками и рынком.



# Как принять участие?





# Ссылки

1. Регистрация на участие в исследовании: <https://itbrand.habr.com>
2. Ссылка на статью по итогам прошлого исследования (2020 год):  
<https://habr.com/ru/company/itbrand/blog/529928>
3. Ссылка на наш блог на Хабре: <https://habr.com/ru/company/itbrand/blog/>