

REKAPITULACE ROKU 2019

Z POHLEDU HUMAN RELATIONS
A HR MARKETINGU

NÁSTUPY A VÝSTUPY ZAMĚSTNANCŮ

v roce 2019

Z jakých firem k nám lidé přišli?

Z jakých důvodů k nám lidé nastupovali?

Z jakých důvodů od nás lidé odcházeli?

Kolik lidí vybraných v roce 2019 zároveň odešlo?

Proč?

Který měsíc či období bylo nejnáročnější?

Proč?

Jaký byl % poměr fluktuace za rok 2019?

Kolik z toho bylo dobrovolných odchodů?

Kolik z toho bylo nedobrovolných odchodů?

Poznámky

ROZVOJ A POMOC USPĚT

v roce 2019

Co nám vyplynulo z průzkumu angažovanosti?

Co s tím chceme dělat?

Jak jsme čerpali rozpočet na vzdělávání? Bylo to v plné výši?

Do jakých oblastí vzdělávání jsme investovali?

Kolik lidí v celé firmě vzdělávání využilo?

Kolik lidí bylo interně povýšeno?

ODMĚŇOVÁNÍ A BENEFITY

Kolik lidí bylo zapláceno na úrovni mediánu?

Pod mediánem?

Nad mediánem?

Jak lidé plnili své cíle a dosáhli tak na variabilní složku mzdy?

Jaké benefity jsme našim lidé poskytli?

HR MARKETING

v roce 2019

Na jakých sociálních sítích jsme komunikovali značku zaměstnavatele?

Jak vypadala analytika našich sociálních sítí? Co jsme sledovali?

Kolik lidí přišlo do firmy na základě interního doporučení?

Kolik lidí k nám nastoupilo díky

a) komunikaci na sociálních sítích

b) externí pracovní portály

c) referral program?

ROK 2020

Naše 3 hlavní cíle pro rok 2020:

Naše 3 hlavní výzvy pro rok 2020:

Na jejich splnění potřebujeme:

Co změníme v porovnání s rokem 2019?



#LADIME
LIDI

a firmy

