

REKAPITULÁCIA ROKU 2019

Z POHL'ADU HUMAN RELATIONS
A HR MARKETINGU

NÁSTUPY A VÝSTUPY ZAMESTNANCOV

v roku 2019

Z akých firem k nám prišli?

Z akých dôvodov k nám ľudia nastúpili?

Z akých dôvodov od nás ľudia odišli?

Koľko ľudí vybraných v roku 2019 zároveň odišlo?

Prečo?

Ktorý mesiac či obdobie boli najnáročnejšie?

Prečo?

Aký bol % pomer fluktuácie?

Koľko z toho bolo dobrovoľných odchodov z firmy?

Koľko z toho bolo nedobrovoľných odchodov z firmy?

Poznámky

ROZVOJ A POMOC USPIEŤ

v roku 2019

Čo nám vyplynulo z prieskumu angažovanosti?

Čo s tým chceme robiť?

Ako sme čerpali rozpočet na vzdelávanie? Bolo to v plnej výške?

Do ktorých oblastí vzdelávania sme investovali?

Kolko ľudí v celej firme vzdelávanie využilo?

Kolko zamestnancov bolo interne povýšených?

ODMEŇOVANIE A BENEFITY

Kolko ľudí bolo zaplatených na úrovni mediánu?

Pod mediánom?

Nad mediánom?

Ako ľudia plnili svoje ciele a dosiahli tak na variabilnú zložku mzdy?

Aké benefity sme poskytli našim zamestnancom?

HR MARKETING

v roku 2019

Na ktorých sociálnych sieťach sme komunikovali značku zamestnávateľa?

Ako vyzerala analytika našich sociálnych sietí? Čo sme sledovali?

Kolko ľudí prišlo do firmy na základe interného odporúčania?

Kolko ľudí k nám nastúpilo na základe

a) komunikácie na sociálnych sieťach

b) externých pracovných portálov

c) referral programu?

ROK 2020

Naše 3 hlavné ciele v roku 2020:

Naše 3 hlavné výzvy v roku 2020:

Na naplnenie cieľov potrebujeme:

Čo zmeníme v porovnaní s rokom 2019?



#LADIME
LIDI

a firmy

