

# Update Lidl kariérnej webstránky

Zoznámime sa? Na našej kariérnej webstránke k tomu stačí pár klikov.

## Popis problému

- ▶ Neprehľadné informácie pre uchádzačov o pracovnú pozíciu
- ▶ Nie úplne „user friendly“ užívateľská skúsenosť
- ▶ Chýbajúce informácie o spoločnosti ako o zamestnávateľovi a minimum informácií o firemnej kultúre
- ▶ Získavanie „nekvalitných“ životopisov resp. vysoké percento ľudí nevhodných na pozíciu, na ktorú sa hlásili

Neprehľadné  
informácie  
pre  
uchádzačov.

## Cieľ projektu

- ▶ Technicky a vizuálne atraktívna kariérna webstránka
- ▶ Vytvorenie skutočného obrazu, akým zamestnávateľom sme, aká kultúra a hodnoty sú pre nás príznačné, aby kandidát vedel posúdiť či budeme pre neho tou správnou voľbou
- ▶ Zvýšenie počtu návštevníkov a prijatých (aj kvalitných) životopisov

## Začiatok implementácie

Marec 2020

## Výsledok

- ▶ Za obdobie od marca 2020 do konca februára 2021 v porovnaní s obdobím marec 2019 – február 2020 vzrástol počet návštevníkov na kariérnej webstránke z 262 000 na 572 000
- ▶ Rovnako za toto obdobie narástol počet životopisov o 98% na 71 000
- ▶ Zvýšila sa kvalita uchádzačov a znížila sa fluktuácia zamestnancov
- ▶ Získanie pozitívnej spätnej väzby od zamestnancov na interných komunikačných kanáloch, od kandidátov počas výberového procesu aj od prijatých zamestnancov, ktorí už pri nástupe mali predstavu o našej kultúre a fungovaní spoločnosti

## Výhody

- ▶ Všetky informácie pod jednou strechou s atraktívnou grafikou a jednoduchou užívateľskou cestou
- ▶ Prepojenie s employer brandingovými kampaňami
- ▶ Transparentná a autentická komunikácia cez našich ambasádorov - zamestnancov
- ▶ Z HR projektu sa stal firemný projekt - do textovej aj vizuálnej tvorby zapojených viac ako 60 zamestnancov na rôznych pozíciách (od predavačov-pokladníkov po CEO) z celého Slovenska

