



# Candidate Net Promoter Score

Oferta badania cNPS

# Czy uczestnicy rekrutacji poleciliby Waszą firmę?

Większość niezadowolonych klientów (96%) nie dzieli się z firmami negatywnymi opiniami. Firmy więc często nie wiedzą jak bardzo i dlaczego klienci ich są niezadowoleni i co mogłyby zrobić by usprawnić proces i zatrzymać tych klientów.

Dokładnie tak samo jest z kandydatami. Większość z nich (zwłaszcza ci odrzuceni) nigdy nie dostarczy firmie informacji na temat tego, jak oceniają proces rekrutacji.

Wiele firm skupia się na badaniu satysfakcji pracowników. Jedynie liderzy biznesu, którzy świadomie zwiększają skuteczność procesów rekrutacyjnych, są gotowi **badac doświadczenie (Experience) kandydatów i dzięki pozyskanym informacjom udoskonalać proces.**

Warto o to zadbać, bo aż 25,4% kandydatów mających pozytywne doświadczenia w trakcie aplikowania na stanowisko zapewnia, że będzie kontynuowało relację z firmą - nawet po zakończeniu procesu rekrutacji (np. jako klient).

To właśnie **kandydaci niezrekrutowani mogą stać się naturalnymi ambasadorami marki!** Ale czy tak jest w Waszej firmie? Czy byli kandydaci polecają markę pomimo tego, że nie zostali zakwalifikowani do dalszych etapów rekrutacji? Czy niezatrudnieni dobrze mówią o firmie? Czy zechcą wziąć udział w innej rekrutacji?



# Co umożliwia badanie lojalności kandydatów?



- Zbudowanie wśród rekruterów świadomości **rzeczywistych doświadczeń** Kandydata.
- **Wzmocnienie motywacji** pracowników do troski o doświadczenia kandydata. Wskaźnik cNPS pozwala uruchomić nowe inicjatywy, które zwiększają skuteczność procesu rekrutacyjnego.
- Identyfikacja **dobrych praktyk** troski o doświadczenie Kandydata i **obszarów niedomagań**, które wymagają interwencji.
- Budowanie **pozytywnego wizerunku pracodawcy** opartego o jakość doświadczeń kandydatów.
- Odkrycie **nowych potrzeb kandydatów** dotąd ignorowanych oraz tych działań, na których Kandydatowi nie zależy, a firmę kosztują określone pieniądze.
- **Wzmocnienie relacji z Kandydatem** - samo badanie jest dla kandydata wyrazem troski i pozytywnym komunikatem: chcemy o Ciebie zadbać.
- **Racjonalne inwestowanie**. NPS jest papierkiem lakmusowym jakości relacji z kandydatami. Niższe od oczekiwanych wskazania są przesłanką do realizacji bardziej złożonych projektów, np. Mapy Podróży Kandydata.

# Na czym polega badanie cNPS?

**cNPS, czyli Candidate Net Promoter Score™\***, to wskaźnik służący do pomiaru lojalności wobec marki wśród kandydatów. Jego idea polega na zadaniu kandydatowi jednego pytania:

*„Na podstawie doświadczenia rekrutacji, w skali od zera do dziesięciu, jak bardzo jest prawdopodobne, że polecisz firmę X, swojemu znajomemu czy rodzinie?”*

Lub

*„Jak bardzo był(a)byś skłonny(a) polecić aplikowanie do firmy X innym kandydatom? Proszę wybrać odpowiedź na skali od 0 do 10, gdzie 0 oznacza „zdecydowanie nie polecam”, a 10 „zdecydowanie polecam”*

Zebrane odpowiedzi, odpowiednio przeliczone na wskaźnik cNPS, pozwalają znacznie lepiej niż inne badania **ocenić jakość procesu rekrutacji** i swoiste przywiązanie do marki nawet pomimo odrzucenia kandydata.

Najcenniejsi dla firmy są kandydaci z grupy **promotorów**. To oni przenoszą dobrą opinię o firmie, aktywnie polecając ją jako miejsce potencjalnej pracy. Warto wiedzieć ilu ich jest i dlaczego polecają firmę. Sami także będą chętnie uczestniczyć w kolejnych rekrutacjach.

Z drugiej strony krytycznym jest wiedzieć ilu kandydatów jest **detraktorami**, czyli siewcami złych opinii na temat firmy na podstawie procesu rekrutacji w którym uczestniczyli. Ilu w końcu jest obojętnych, którzy są wrażliwi na ofertę pracy u konkurentów?



# 5 przewag badania cNPS



## SZYBKOŚĆ I PROSTOTA REALIZACJI

Dla respondenta odpowiedź na 1 pytanie to nieobciążające badanie i chętnie bierze w nim udział.



**CZYTELNY, SYNTETYCZNY WSKAŹNIK**  
Wskaźnik w postaci liczby jest czytelny i łatwy w interpretacji przez wszystkich pracowników (nie tylko rekrutacji).



## INSPIRACJE DO DOSKONALENIA

cNPS pozwala uzyskać rzetelne dane do usprawnień w zakresie rekrutacji, których rzeczywiście oczekują kandydaci.



## BUDOWANIE RELACJI

Poprzez pytanie o stopień zadowolenia i zbieranie informacji na temat uwag potwierdza kandydatowi autentyczne zainteresowanie jego potrzebami.



**EWALUACJA PODEJMOWANYCH USPRAWNIENÍ**  
cNPS pozwala weryfikować efekty inicjatyw podejmowanych na rzecz doskonalenia procesu rekrutacji.



# Jak przebiega badanie cNPS?



## Zgłoszenie

Wystarczy e-mail, wpis na chacie lub telefon...



## Przygotowanie

Po rozmowie zaproponujemy optymalny przebieg i formę badania



## Badanie

Zadamy Twoim kandydatom jedno krytyczne pytanie, może dwa..., by dostarczyć Wam więcej wartościowych informacji



## Analiza

Zebrane dane wnikliwie przeanalizujemy ilościowo i jakościowo



## Raport

Opracujemy raport z wyliczeniem Waszego cNPS'a



## Prezentacja

Spotkamy się z Wami, by przedstawić wyniki i przedyskutować wnioski

# Pracowaliśmy m.in. dla:



# Kontakt



Customer Experience Management

**ProOptima Sp. z o.o.**

Ul. Lwowska 2/7

30-548 Kraków

tel. +48 12 397 79 51

[biuro@cem-prooptima.pl](mailto:biuro@cem-prooptima.pl)

[www.cem-prooptima.pl](http://www.cem-prooptima.pl)