

Kold+Partners

Kold+Partners er et rekrutteringsbureau, som specialiserer sig i at rekruttere og onboarder talenter inden for IT-branchen

Case: Analysér markedet for IT-kandidater, og derudfra skabe en proces, som skal gøre det nemmere at segmentere kandidaterne ud fra deres speciale og villighed til at skifte job.

OVERBLIK

Virksomhed	Kold+Partners
Lokation	Niels Bohrs Alle 185, 5220 Odense SØ
Kontaktperson	Peter Kold - CEO

VIRKSOMHEDSBESKRIVELSE

Kold+Partners er en af Danmarks førende rekrutteringsvirksomheder med speciale i rekrutteringer af IT-profiler. Peter Kold er manden bag virksomheden, som startede tilbage i 2015. Virksomheden bygger på mantraet omkring høj integritet og faglighed sammen med stor respekt for kunder og kandidater. De er dybt specialiserede i deres område.

CASEBESKRIVELSE

Inden for rekrutteringsmarkedet er der en hård kamp om at finde og spotte de rette kandidater. Efterspørgsel efter IT-kandidater er større end udbuddet, så der er ikke en pulje af ledige at tage fra, som i andre brancher.

Dette gør, at så snart en kandidat melder ud, at vedkommende søger nyt arbejde, så bliver vedkommende straks kontaktet af 20 forskellige bureauer, som alle forsøger at sælge sin stilling. Derfor er rekrutteringskonsulenterne også nødt til at fokusere meget af deres tid på at headhunte folk, som ikke aktivt søger at komme videre til en ny stilling.

Kold+Partners kunne godt tænke sig at få en ny indgangsvinkel til kandidaterne og være en mere aktiv spiller i løbet af deres arbejdsliv. På den måde har de ikke kun berøring med dem, når der er en konkret stilling at tilbyde dem.

Talentteamet vil få til opgave at udfordre den nuværende proces og undersøge, hvilke værditilbud der er til kandidaterne, så de kan udvikle nye måder til at rekruttere på.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser. Faserne skal betragtes som inputs og inspiration, som gerne må forlænges udover nedenstående hjælpespørgsmål.

1. Fase – Kundeanalyse

1.1. Intern analyse

Gennemgå den relevante data, som der ligger internt i virksomheden.

Undersøg f.eks.

- Rapporter
- Dataudtræk (eks. Google Analytics)
- Interview af medarbejdere.

- Kortlæg de forskellige kandidatgrupper
- 1.2. Kundeanalyse
- Rapporter
 - Udarbejd interviewguides. Overvej, om der skal være specifikke guides til de enkelte segmenter
 - Fortag 3-4 interviews for hvert segment.
Vigtige punkter at komme ind på
 - Brugerrejse
 - Hvad kan få folk til at skifte?
 - Usikkerheder ved at skifte arbejde?

2. Fase – Udvikling af persona

- 2.1. Ud fra jeres indsamlede data, skal I udvikle 3-4 personas med forskellige karakteristika.
- Navn (let at huske): eks. Beslutsomme Bente
 - Beskrivelse: Demografisk data og deres historie
 - Foto (Stock foto): Stock foto, som repræsenterer personaen
 - Indikator: Hvordan kan man genkende den bestemte persona?
 - Interaktion: Hvordan skal vi integrere med dem?

3. Fase – Idegenerering

Ud fra analysen skal teamet igen

- 3.1. Kortlægge alle udfordringer
- 3.2. Gruppere udfordringerne
- 3.3. Idegenerere på, hvordan problemet kan løses
Modeller: IDEKU + How Might We (I bliver undervist i det på Design sprint)
- 3.4. Nye produkter/services
- 3.5. Content

4. Fase – Udvikling af kommunikationsstrategi

Ud fra de udviklede personas, samt jeres nye værdi tilbud, skal I udvikle en kommunikationsstrategi.

Strategien kan indeholde

- 4.1. Marketingskanaler tilpasset hvert segment
- 4.2. SoMe content
- 4.3. Blogindlæg

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Udviklede personas
- ✓ Udvikle funnel til segmentering af kandidater
- ✓ Katalog af ideer til at skabe merværdi

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Marketing, digital markedsføring, formidler, content creator, grafiker, softwareudvikler

TALENTPROFIL

Under projektet vil du komme til at arbejde tæt sammen med ejeren Peter Kold og Trine Ibsen, som er Marketing og Recruitment specialister. Der vil løbende være møder omkring de indsigter, I finder frem til, for hurtigt at kunne agere på dem.

Det er en virksomhed som arbejder hurtigt, hvilken man som team også skal være indstillet på. Hvis der er nogle muligheder, som åbner sig undervejs, så skal I være klar på at casen kan ændre lidt fokus. Det kan både være i forhold til de indsigter I finder, men også de kompetencer I kommer med.

Kold+Partners leder efter nogen, som kan udfordre status quo, og åbne deres øjne for, hvordan processer og værditilbud kan tilpasses for at skabe mere succes. Så i teamet skal der være en blanding af folk med ben i næsen og modet til at udfordre virksomheden, samt nogle som kan sætte sig ind i kandidaternes sted, og finde frem til det, som skaber værdi.

