



Undersøgelse om video i jobansøgning

Rapporten er udarbejdet af Analyse Danmark ApS - 17. februar 2017



Indhold

1. Metode
2. Management Summary
3. Resultater
4. Om Analyse Danmark



Metode

- Undersøgelsen er gennemført ved hjælp af telefoninterview (CATI)
- Stikprøven er udtrukket blandt offentlige- og private virksomheder i Danmark med mindst 20 ansatte
- Der er gennemført 200 interviews med personer fra forskellige virksomheder
- Undersøgelsen er baseret på svar fra de 200 personer, der alle er HR-beslutningstagere vedrørende rekruttering i deres virksomhed
- Data er indsamlet i perioden 31.01.2017 til 15.02.2017



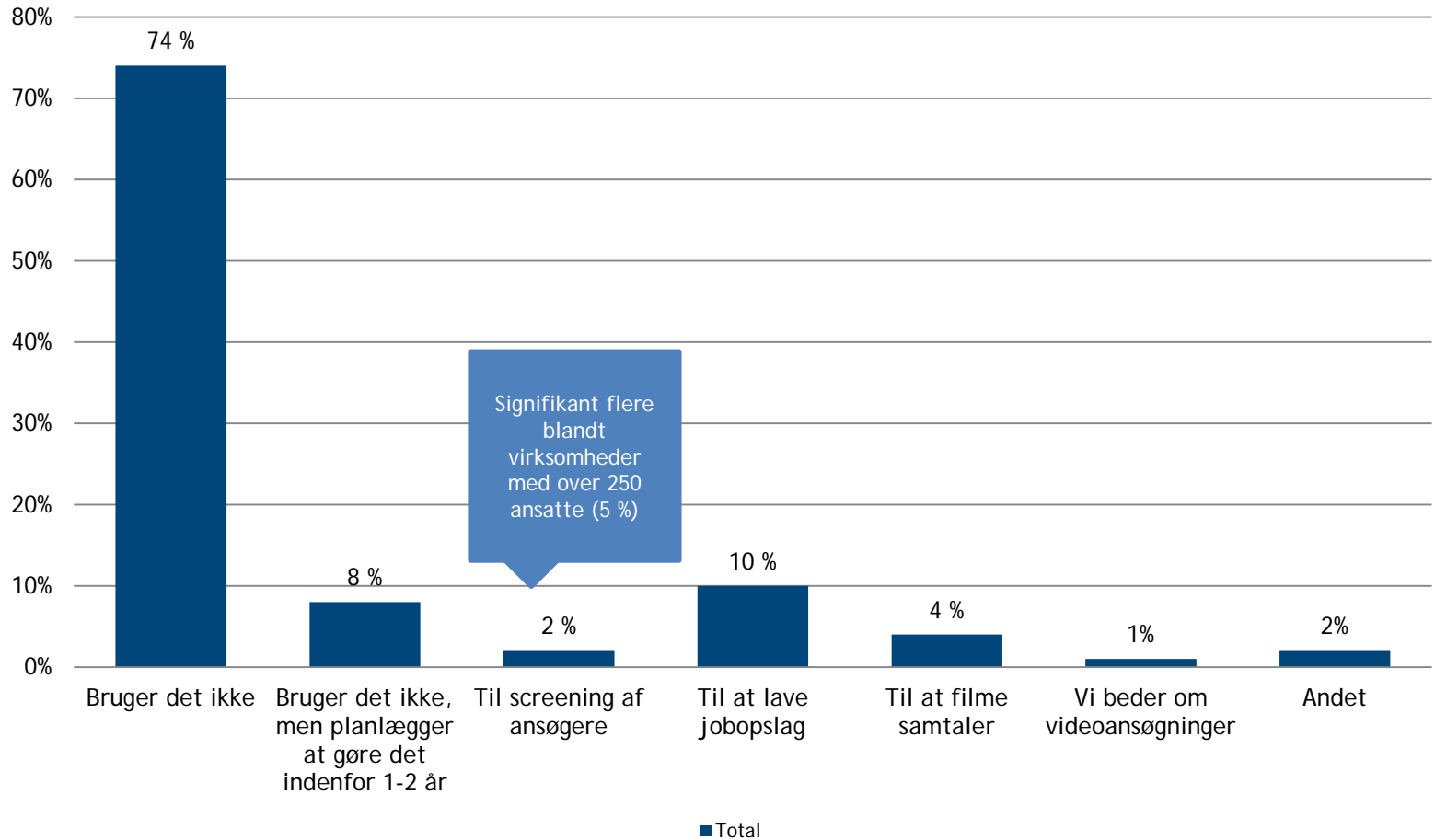
Management Summary

- 19 % af de adspurgte virksomheder har brugt videoansøgning og 8 % planlægger at gøre det inden for de næste 1-2 år. Der er signifikant flere blandt virksomheder med mere end 250 ansatte, som har brugt det til screening af ansøgere.
- I forhold til den traditionelle ansøgning mener størstedelen, at videoansøgning skal være et supplement, hvor kun et fåtal mener, at den kan erstatte ansøgningen. Derudover er 1-3 minutter den længde, de fleste (64 %) er enige om, at en videoansøgning må vare.
- Den største fordel ved en videoansøgning er, at man får et tydeligere billede af ansøgerens personlighed, og at man har mulighed for at se deres præstationsevne. Hvorimod den største ulempe ved videoansøgninger er, at det tager lang tid, og at det kan være bøvlet.
- De tre ting, der anses som de vigtigste at få formidlet i videoansøgningen er:
 1. Faglige kompetencer
 2. Personlige kompetencer og
 3. Ansøgers motivation for at søge jobbet

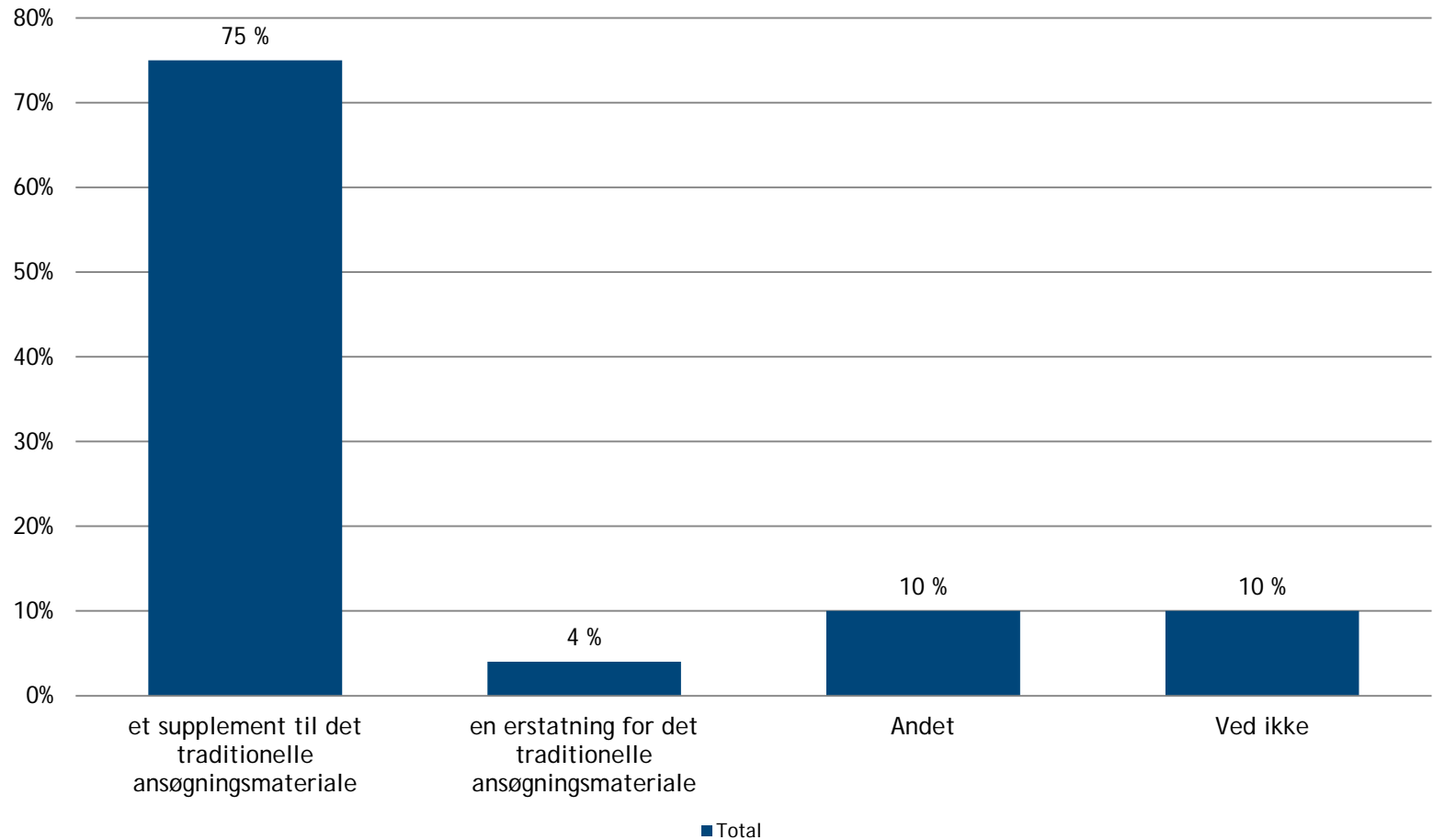
De elementer, som anses mindst vigtige at få formidlet i videoansøgningen er:

1. Resultater
 2. Uddannelser og
 3. Branchekendskab.
- De største fejl man kan gøre i en videopræsentation er, at virke utroværdig, være upersonlig, at gøre den for lang, at sende en video, som har dårlig kvalitet eller at den ikke er målrettet virksomheden.

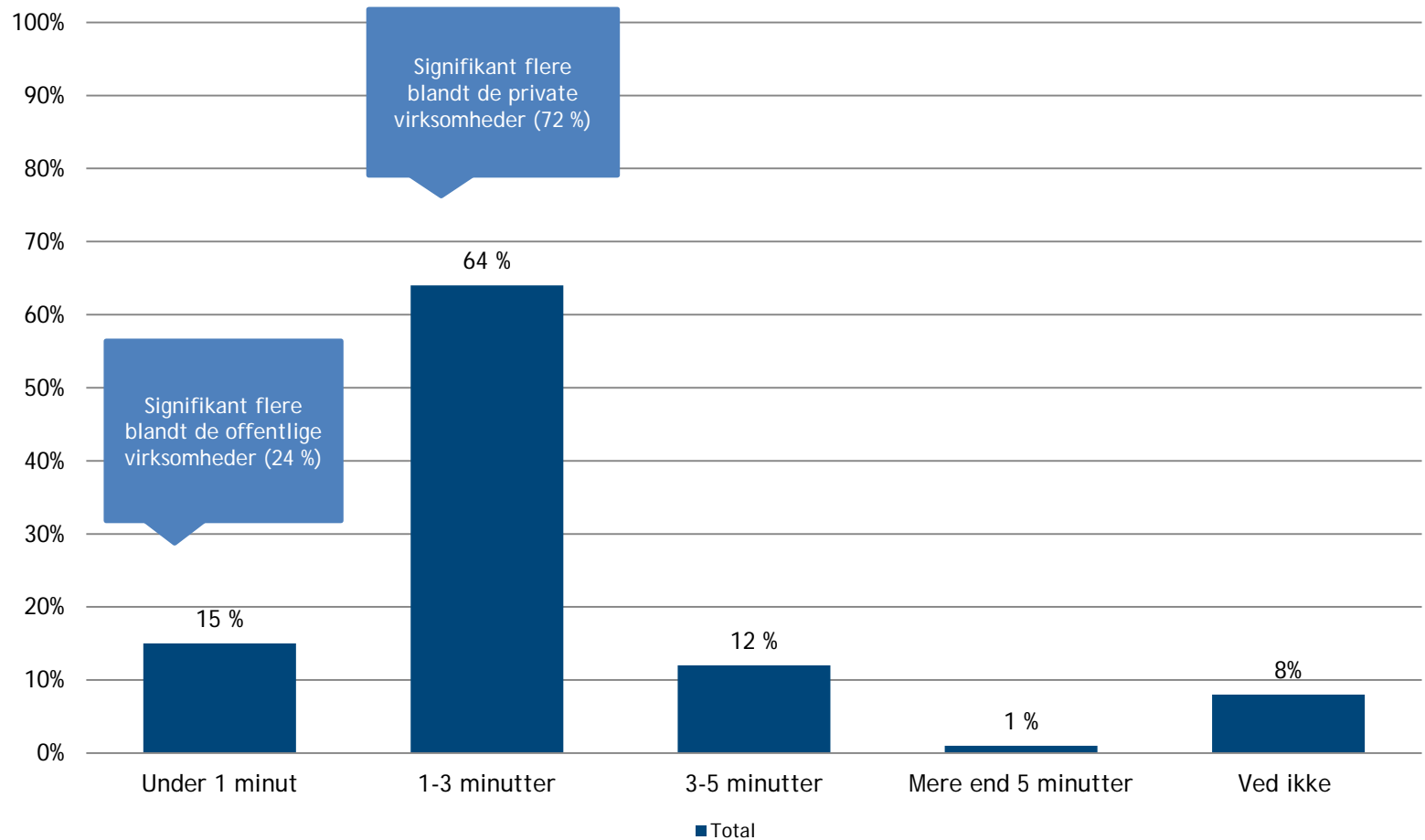
Hvordan indgår video i jeres rekrutteringsproces i dag?



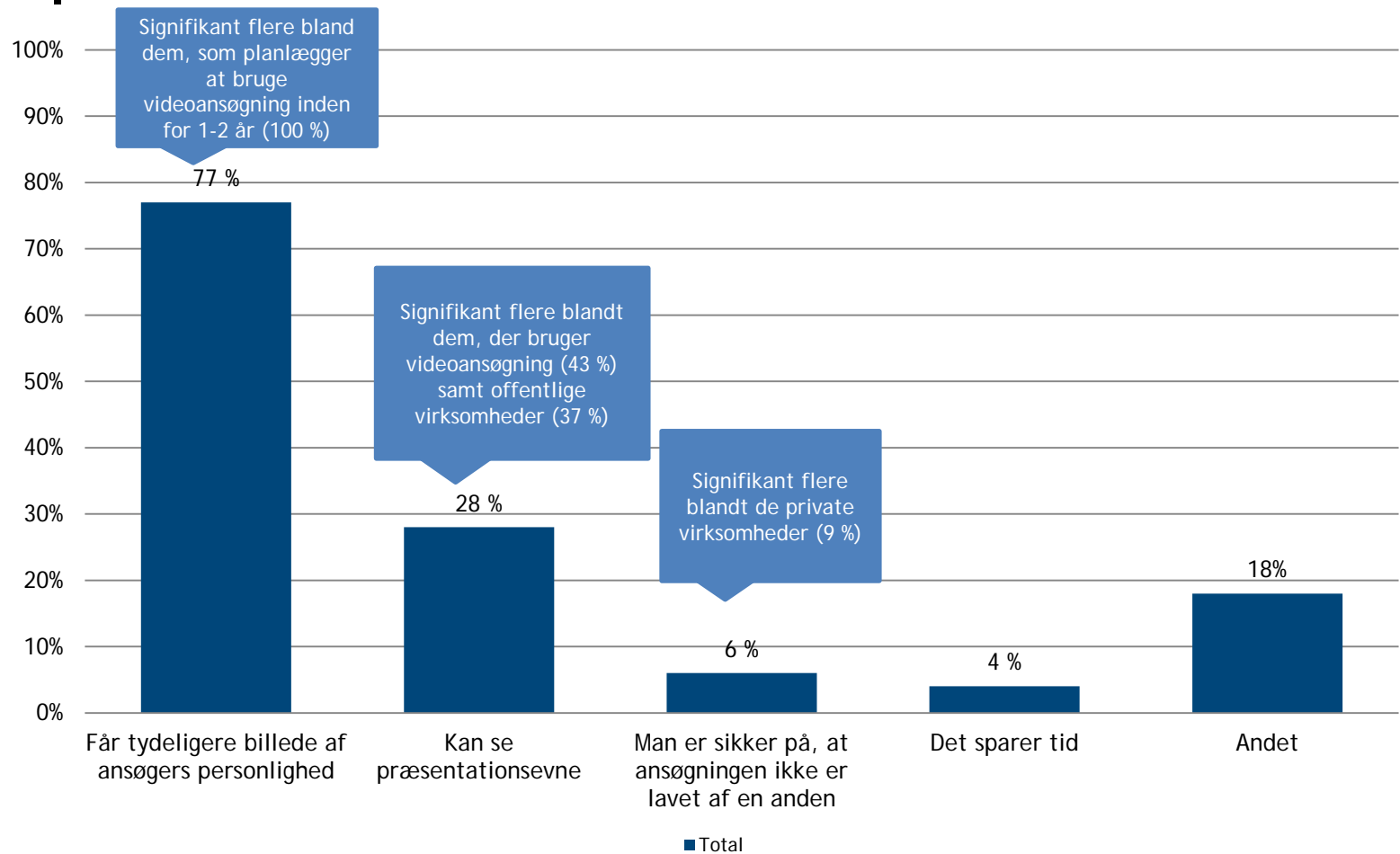
Hvordan ser I på videoansøgning: Ser I det som?



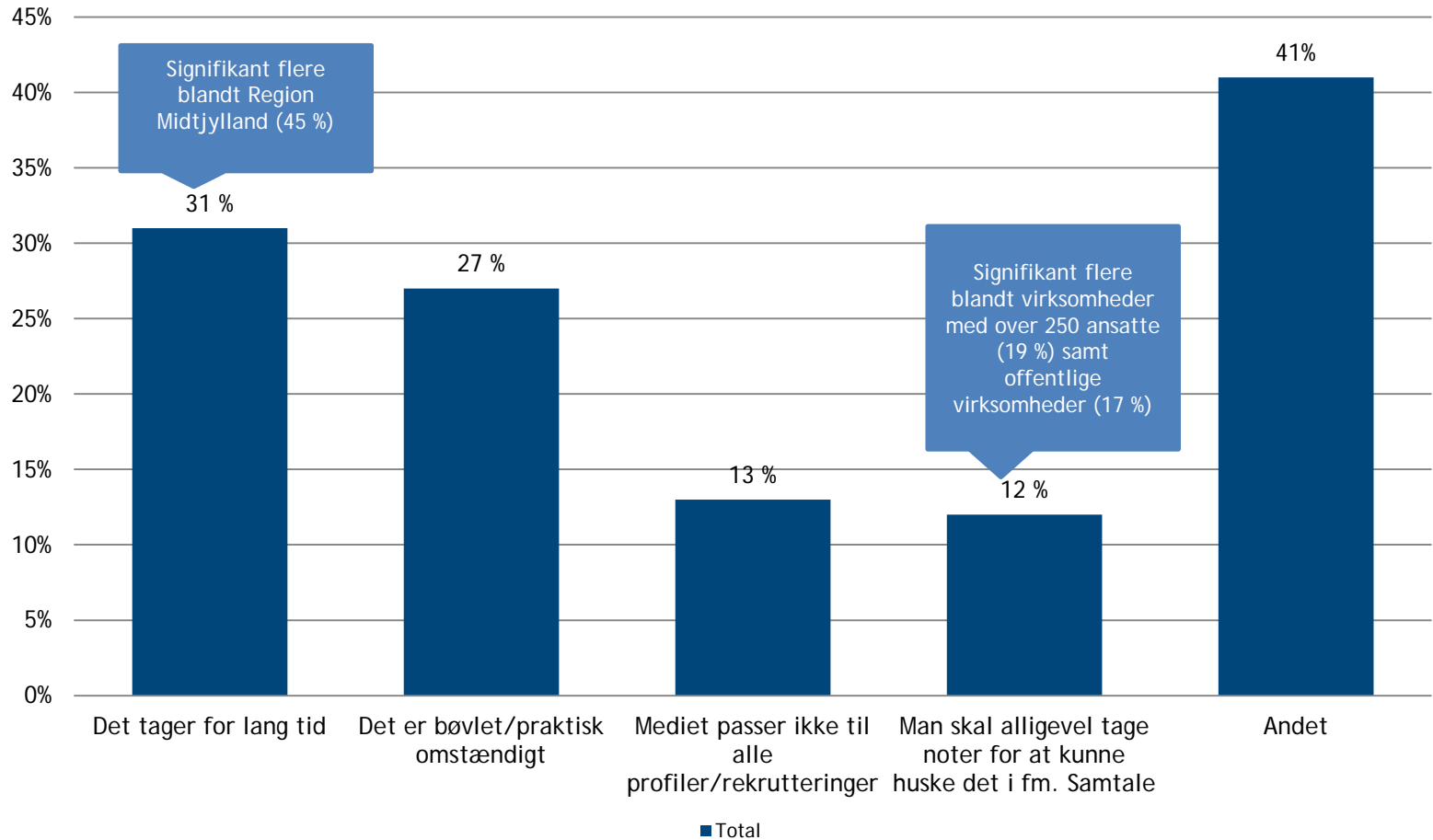
Hvor lang tid må en videopræsentation af en ansøger vare?



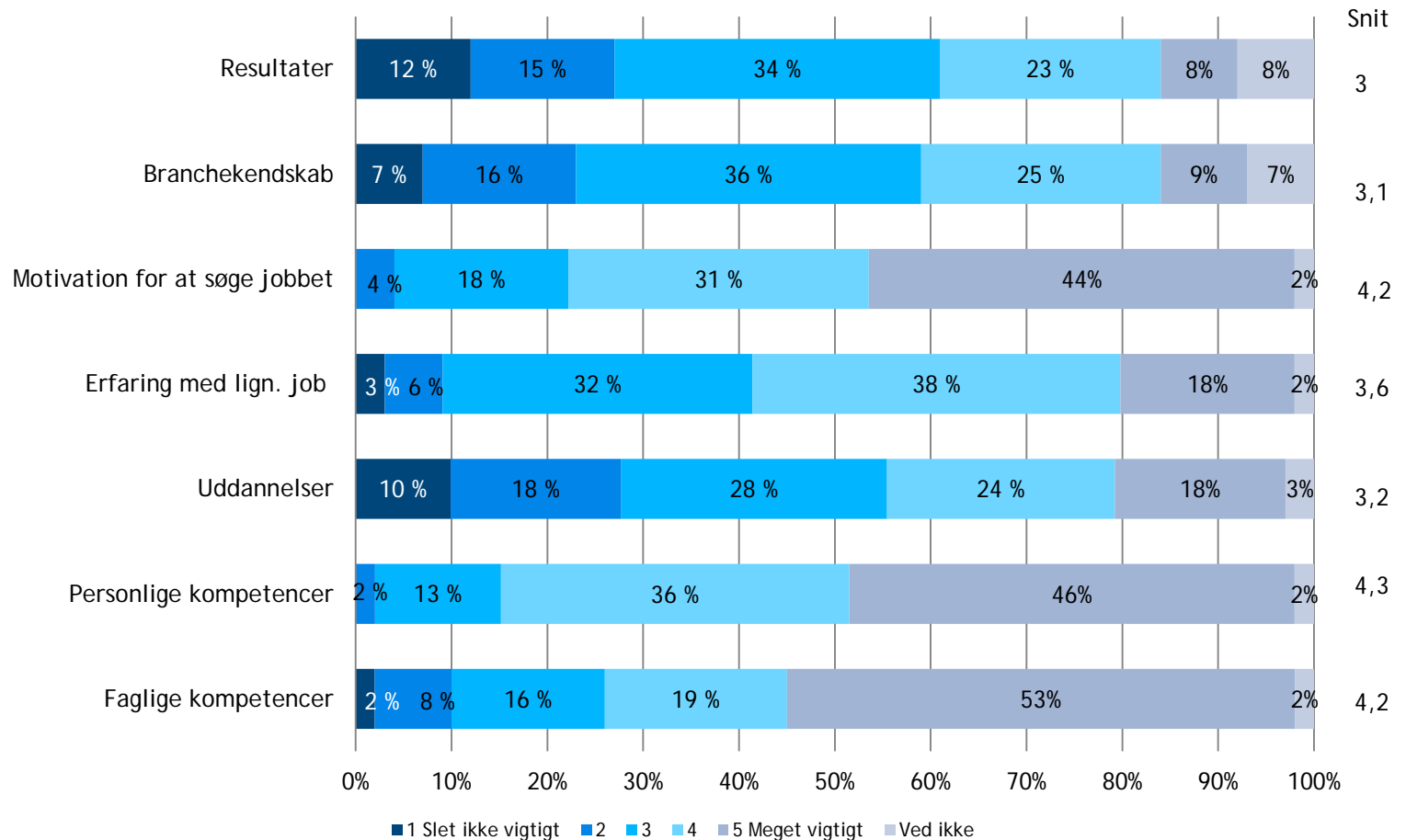
Hvad er/ville være den allervigtigste fordel ved at modtage videopræsentationer for dig?



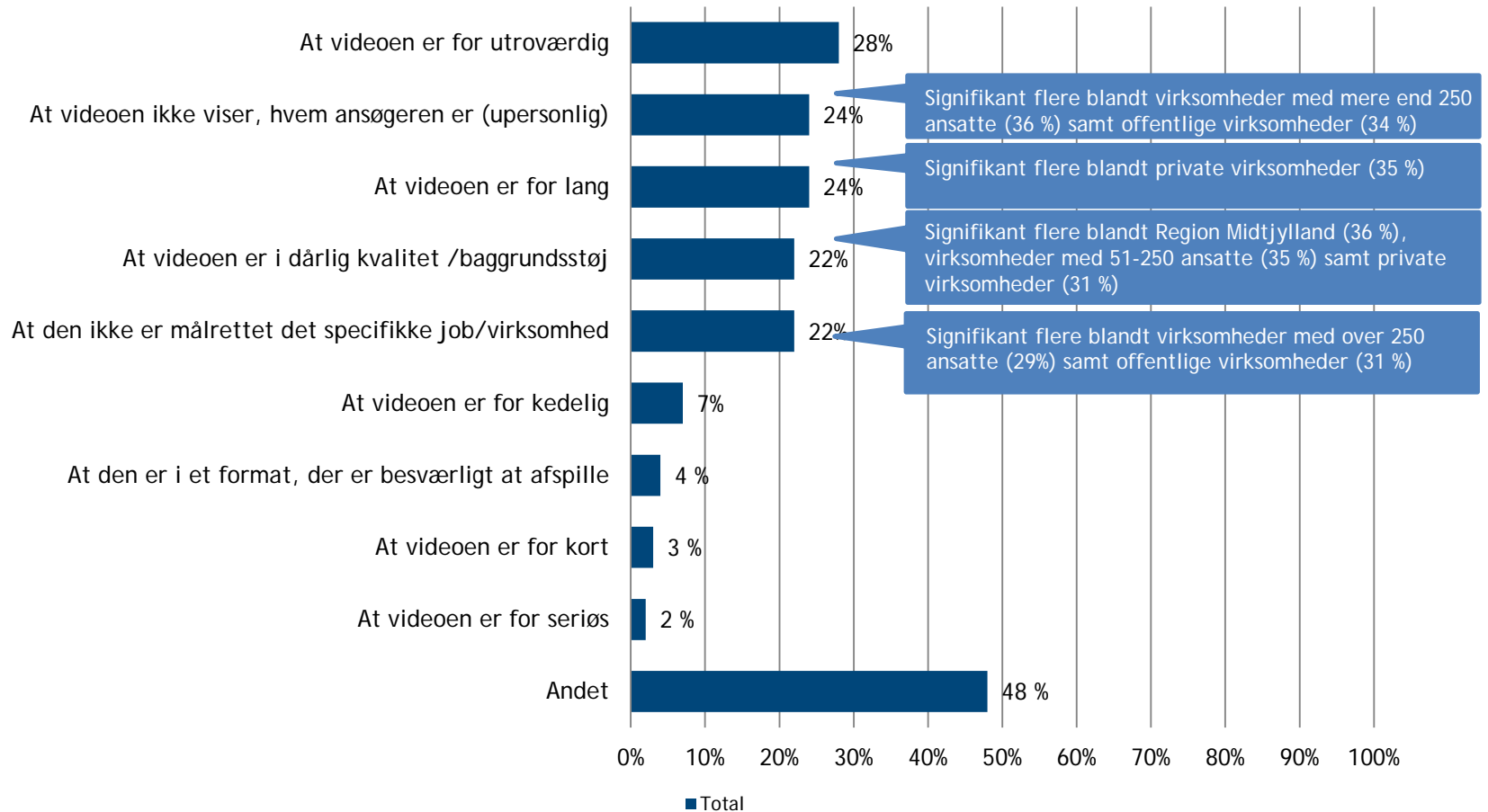
Hvad er/ville være den allerstørste ulempe ved at modtage videopræsentationer for dig?



Hvor vigtigt er det for en ansøger at få formidlet disse elementer i en videopræsentation...



Hvad er den største fejl, man kan gøre i en videopræsentation?





Om Analyse Danmark

Analyse Danmark er et dansk analyseinstitut etableret i 1997. Analyse Danmark er et full-service institut, som tilbyder at varetage hele analyseprocessen fra afklaring af formålet med analysen og metodevalg med kunden til rapportering og anbefalinger. Analyse Danmark ejes af de ledende medarbejdere.

Kernekompetencer

1. Kunde- og medlemsundersøgelser
2. Kommunikations- og markedsanalyser
3. Holdnings- og opinionsundersøgelser
4. Opbygning og drift af kunde- og medlemspaneler

Metode

Kvantitativt: Analyse Danmark tilbyder mange forskellige former for kvantitative metoder f.eks. telefoninterview, internetinterview (herunder panelundersøgelser), postale undersøgelser og hall-test. Analyse Danmark har gennem årene opbygget et omfattende internetpanel, DK-Panelet. Panelet er både et af de første og største internetpaneler i Danmark. DK-Panelet udgør grundlaget i en stor del af de kvantitative undersøgelser, som vi gennemfører.

Nordic Research Alliance

Analyse Danmark er medstifter af Nordic Research Alliance. Nordic Research Alliance er et samarbejde mellem Analyse Danmark, svenske Novus, norske Respons Analyse og finske Otantatutkimus Oy. Tilsammen har Nordic Research Alliance mere end 120.000 panelmedlemmer i de fire lande.