



BATI AKDENİZ EKONOMİSİNİ GELİŞTİRME VAKFI (BAGEV)

İŞ İLANLARI ÇALIŞAN ADAYINI NASIL ETKİLER? RAPORU

Hazırlayan:

BAGEV GENEL SEKRETERLİĞİ



www.bagev.org.tr



info@bagev.org.tr

2024

İŞ İLANLARI ÇALIŞAN ADAYLARINI NASIL ETKİLER?

İş arayan sayısının az olduğu bir işe alım pazarında, şirketlerin ve işe alım uzmanlarının adaylara pozitif bir deneyim sunması çok önemlidir. Bir işe alım sürecinin sorunsuz ve verimli ilerlemesi, adayların bu iş teklifini kabul etme ve şirketi meslektaşlarına tavsiye etme olasılıklarını artırır.

Peki adayların şirketle ilgili deneyimleri ne zaman başlar? Birçok başvuru sahibine göre cevap iş ilanını okudukları zaman. O an adaylar, şirket hakkında pozisyona başvurmakla ilgili kararlarını da etkileyecek güçlü bir ilk izlenim edinirler.

Adayların iş ilanlarına karşı gösterdikleri reaksiyon hakkında daha ayrıntılı bilgi almak için Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı (BAGEV) Genel Sekreterliği olarak 2024 yılı Temmuz ayında 4.000 başvuru sahibiyle bir anket gerçekleştirdik. İş ilanlarının adayların deneyiminde oynadığı önemli rol hakkında daha fazlası için okumaya devam edin.

EN ÖNEMLİSİ: KONUM

Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı (BAGEV)'in 2011 yılından beri faaliyetini yürüttüğü Türkiye'nin ilk ve tek bölgesel özel istihdam bürosu www.bagevkariyer.com 'a kayıtlı iş arayanlara iş ilanlarındaki en önemli bilgilerin neler olduğunu sorduk ve öne çıkan cevap "konum" oldu. Her 10 kişiden neredeyse altısı (%59), tüm iş ilanlarındaki kilit verinin işin konumu olduğunu söyledi. Bunu, sözleşmenin türü (%47) ve iş unvanı (%44) izledi.

İş arayanların odaklandığı diğer bilgiler ise;

- Maaş (İş arayanların %37'si için en önemli unsur)
- Pozisyonun kıdemi (%24)
- Şirketin adı (%19)
- İlanın yayınlandığı tarih (%18)

İŞ ARAYANLAR İLAN OKUMAYI SEVİYOR

Yoğun hayat temposuna rağmen, anketimize katılan iş arayanların %68'inin iş ilanının tamamını okuduğunu belirtirken, diğerleri ise ilan metninin %80-90'ını okuduklarını belirtti.

İlanın tamamını okumaya yönelik bu eğilimin nedenini erişebilirliğe bağlayabiliriz. Birçok iş arayan artık iş ilanlarını mobil cihazından görüntülüyor. Ankete katılanların üçte birinden fazlası (%37) iş ilanlarını okumak için çoğunlukla mobil cihazlarını kullandığını belirtti. Ancak, iş arayanların neredeyse yarısı (%49) başvurularını göndermek için hala çoğunlukla masaüstü veya dizüstü bilgisayarlarını kullanıyor.

İLANIN BİÇİMİ DE İÇERİK KADAR ÖNEMLİ

Bazı işe alım uzmanları, orijinal ve yaratıcı iş ilanları yayınlamayı deniyor. Fakat anketimize katılan iş arayanların öncelikleri farklı. Her 10 katılımcının altısından fazlası (%61) profesyonel ve ayrıntılı bir ilan biçimini tercih ettiklerini belirtti. Katılımcıların yaklaşık %35'i iş ilanında alt başlıkların olmasını sevdiğini belirtirken, %33'ü kısa ve öz olan ilanları tercih ediyor.

İŞ ARAYAN İLANDA DAHA FAZLA BİLGİ GÖRMEK İSTİYOR

Bazen iş arayanlar, iş ilanlarında yer alanlar kadar yer almayanları da fark ediyor. Örneğin, neredeyse 10 katılımcıdan dokuzu (%88) iş ilanlarının şirket kültürü hakkında bilgi içermesi gerektiğini düşünüyor. Yine benzer bir oran (%87) maaş aralığını ilan metninde görmek isterken, %69'u şirketin sunduğu yan haklar ve avantajlar hakkında daha fazla bilgi almak istediğini söylüyor.

İŞ İLANLARINI “KIYASLAMA YAPMAK” İÇİN KULLANANLAR DA VAR

İş ilanlarını okuyan her aday bunu ilgili pozisyona başvurmak için yapmıyor. Bazıları bu bilgileri kullanarak ilanı verilen pozisyonun maaşını ve iş tanımını kendi istihdam koşullarıyla karşılaştırıyor. Ancak, katılımcıların, yalnızca %16'sı düzenli aralıklarla (yılda en az 1 kez) kıyaslama yapmak için iş ilanı incelediklerini söylerken, %23'ü bunu 2-3 yılda bir yaptığını belirtiyor. Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu (%61) ise iş ilanlarını asla kıyaslama yapmak amacıyla kullanmadığını söylüyor.

İŞ ARAYAN ARAŞTIRIYOR

En kapsamlı iş ilanları bile adaya işi kabul etmeden önce şirket hakkında bilmesi gerekenlerin yalnızca küçük bir kısmını verir. Anketimize katılan iş arayanların neredeyse tamamı (%92) şirketin web sitesini de ziyaret ediyor. Daha düşük oranda katılımcı (%63) şirketin sosyal medya kanallarını incelerken, %61'i değerlendirme yapmalarına yardımcı olması için sitelerdeki yorumlardan faydalaniyor. İlginç bir şekilde, katılımcıların yaklaşık üçte biri (%34) şirket hakkında içeriden bilgi almak için mevcut veya eski çalışanlarla iletişim kurmaya çalıştıklarını söylüyor.

BAŞVURU KRİTERLERİ

Elbette bir iş ilanını okuyan adayların hepsi o pozisyona başvurmuyor. Peki, onları bu fırsatı geri çevirmeye iten faktörler nelerdir?

Katılımcılara göre en önemli kriter; “aranan nitelikler”. Her 10 katılımcının altısından fazlası (%61), bir pozisyon için gereğinden fazla veya yetersiz niteliklere sahip olduklarını düşündükleri takdirde başvurmadıklarını söylüyor.

En önemli ikinci faktör ise ilanın doğruluğudur. Katılımcıların yaklaşık yarısı (%46), iş ilanında tekrarlayan hatalar veya tutarsızlıklar olan bir pozisyona başvurmayacaklarını belirtiyor.

Diğer kriterler arasında işin konumu (%41), tarihi geçmiş ilanlar (%36), şirketin kötü itibarı (%35) ve yetersiz maaş / yan haklar (%33) yer alıyor. Ayrıca, işe alım uzmanlarına ve yöneticilerine, uzun formlar doldurmayı içeren ilanlara başvurmayacağını söyleyen katılımcıların oranının %31 olduğunu hatırlatmak isteriz.

İŞE ALIM UZMANLARI İÇİN ANKET SONUÇLARINA YANSIYAN KİLİT BİLGİLER

İşe alım yöneticileri ve yetenek kazanımları ekipleri, anket verilerimizden şu bilgileri edinebilirler;

- İşin konumu, adaylar için önemli bir bilgi ve ilanda açık bir şekilde belirtilmelidir.
- İş arayanlar, hem biçim, hem de içerik açısından kapsamlı ve profesyonel iş ilanlarını tercih ediyorlar. Okunması zor veya tutarsız bilgiler içeren bir ilanınız varsa, bu sizi en iyi adayları kaçırma riskine sokar.
- İnternetteki itibarınız ve işverenin marka itibarı çok önemlidir. İş arayanlar başvuru yapmadan önce kurumsal web siteniz, sosyal medya kanallarınız ve çalışanların yorum bıraktıkları siteler aracılığıyla sizi ve şirket kültürünüzü değerlendireceklerdir.

DAHA İYİ BİR ADAY DENEYİMİ İÇİN: www.bagevkariyer.com

www.bagevkariyer.com , hem iş arayanların hem de işverenlerin çıkarlarını gözeterek, adaylara mümkün olan en iyi deneyimi sunmayı taahhüt eder. Sektörünüzdeki ve konumunuzdaki en iyi yetenekleri bulmanız konusunda size yardım eder. İşe alım yapmayı düşünüyorsanız bizimle hemen iletişime geçebilirsiniz. Bir iş arıyorsanız ve aday olarak iyi bir deneyim yaşamak istiyorsanız iş ilanlarımıza göz atabilirsiniz.

İFOGRAİK

Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı (BAGEV)'in 2011 yılından beri yürüttüğü Türkiye'nin ilk ve tek bölgesel istihdam ofisi www.bagevkariyer.com iş arayan deneyimi ile ilgili görüşleri almak amacıyla Batı Akdeniz genelinde iş arayan 4.000'den fazla kişiyle bir anket düzenledi.

İŞ ARAYANLARIN BİR İŞ İLANINDA ÖNEM VERDİKLERİ NOKTALAR

İşin Konumu	%59
Sözleşme Türü	%47
İş Unvanı	%44
Maaş	%37
Pozisyon Kıdemi	%24
Şirketin Adı	%19

İŞ ARAYANLAR İLANIN TAMAMINI MI YOKSA BELİRLİ KISIMLARINI MI OKUYORLAR?

Tamamını okuduklarını belirtenler	%68
%80 – 90'ını okuduklarını belirtenler	%46

İŞ ARAYANLARIN BİR İLANDA GÖRMEK İSTEDİĞİ BİÇİM

Kısa ve öz olmasını ister	%33
İyi bir paragraf yapısına sahip olmasından hoşlanır	%35
Detaylı ve profesyonel bir sunumu tercih eder	%61

İŞ ARAYANLAR İŞ FIRSATLARINI OKUMAK VE BAŞVURU YAPMAK İÇİN FARKLI CİHAZLARDAN YARARLANIYOR MU?

Okumak için çoğunlukla mobil cihazlarını kullanır	%37
Başvurmak için çoğunlukla mobil cihazlarını kullanır	%26
Başvurmak için çoğunlukla masaüstü veya dizüstü bilgisayarlarını kullanır	%49

İŞ ARAYANLAR BAŞVURDUKLARI ŞİRKET HAKKINDA DAHA FAZLA BİLGİYE NASIL VE NEREDEN ULAŞIYOR?

Şirketin web sitesi	%92
Şirketin sosyal medya profilleri	%65
Çevrimiçi yorumlar	%61
Mevcut veya eski çalışanlarla iletişim	%34

İŞ ARAYANLARI BAŞVURU YAPMAKTAN ALIKOYAN NEDİR?

Pozisyon için fazla nitelikli / yetersiz olduğu düşüncesi	%61
Net olmayan pozisyon tanımı	%46
İşin konumu	%41
İlan tarihinin eski olması	%36
Şirketin itibarı	%35
Maaş veya yan haklar	%33
Uzun başvuru formları	%31