

PŘÍLOHA A – Dotazník k empirickému šetření

Budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích

Vážení,

jsem studentem Katedry andragogiky a personálního řízení Filozofické fakulty Univerzity Karlovy. Prosím Vás o vyplnění dotazníku k mé bakalářské práci „Budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích“. Získaná data budou využita pouze pro účely této práce. Vaše odpovědi jsou anonymní.

Předem Vám děkuji za spolupráci,
Miloš Ulrich

*Povinné pole

1. V jaké oboru podniká vaše organizace? *

Označte jen jednu elipsu.

- Advokátní kancelář
- Automobilový & Strojírenský průmysl
- Bankovníctví & Investice
- Doprava & Logistika
- Energetika & Plynárenství & Petrochemický průmysl
- Farmacie a & Zdravotnictví
- Informační technologie
- Obchod & eCommerce
- Pohostinství
- Pojišťovnictví
- Poradenství & Audit & Daně
- Reality & Development
- Spotřebitelský průmysl
- Stavebnictví
- Telekomunikace
- Veřejná správa

2. Velikost organizace: *

Označte jen jednu elipsu.

- Malá organizace (méně než 50 zaměstnanců)
- Střední organizace (50 - 250 zaměstnanců)
- Velká organizace (více než 250 zaměstnanců)

Budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích

3. Jaké z níže uvedených nástrojů využíváte k prezentaci značky zaměstnavatele? *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	Ano	Ne
Veletrhy práce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dny otevřených dveří	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pravidelné reklamy v tištěných médiích	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inzeráty pracovních pozic na webových stránkách organizace	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inzeráty pracovních pozic na jobs.cz , prace.cz apod.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociální sítě	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online reklamy (př. PPC, SEO)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spolupráce s influencery či ambasadory	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reklama v TV nebo rádiu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outdoor reklamy (billboardy, plakáty apod.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Akce pro širokou veřejnost (soutěže, aktivity pro rodiny, kulturní akce atp.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Jaké sociální sítě využíváte ke komunikaci (se zákazníky či médii)? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Facebook
 Instagram
 LinkedIn
 Nejsme na sociálních

Jiné: _____

5. Zapojujete do komunikace na sociálních sítích i své zaměstnance? (Například tak, že využíváte autentické fotografie či videa se svými zaměstnanci) *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
 Ne

6. Pokládáte za důležité věnovat se značce zaměstnavatele (employer brandu) i na sociálních sítích? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
 Ne

7. Využíváte sociální sítě k oslovování kandidátů o zaměstnání, či na nich komunikujete něco, čím se je snažíte přilákat? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano *Přeskočte na otázku 8*
 Ne

Budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích

8. Jaké sociální sítě využíváte ke komunikaci s potenciálními uchazeči o zaměstnání? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

Facebook

Instagram

LinkedIn

Jiné: _____

9. Využíváte placenou propagaci na sociálních sítích ve vztahu k budování značky zaměstnavatele? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano *Přeskočte na otázku 10*

Ne *Přeskočte na otázku 11*

Budování značky značky zaměstnavatele na sociálních sítích

10. Kolik činí rozsah investic do placené propagace na sociálních sítích ve vztahu k budování značky zaměstnavatele? *

Označte jen jednu elipsu.

Pod 50.000 Kč za rok

Pod 100.000 Kč za rok

Nad 100.000 Kč za rok

Nechci uvést

Budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích

11. Jaké typy příspěvků využíváte k budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích a jak často? *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	Často	Obvykle	Občas	Nikdy
Pouze text (copy)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grafiky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Živá vysílání	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Jaký obsah komunikujete na sociální sítích s cílem podpořit značku zaměstnavatele? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Zaměstnance (zkušenosti, příběhy)
- Benefity
- Obsah práce
- Pracovní podmínky (plat, pracovní doba aj.)
- Sociální odpovědnost organizace
- Úspěchy organizace
- Spokojené zákazníci

Jiné: _____

13. Využíváte k prezentaci značky zaměstnavatele na sociálních sítích externí agentury nebo interní zdroje? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Externí agentura
- Interní zdroje

Budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích

14. Kolik pracovníků je ve vaší organizaci zapojeno do HR marketingu? *

15. Pod jaké oddělení tito pracovníci spadají? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- HR
 Marketing

Budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích

Následující otázka je dobrovolná:

16. Je něco, co dělá vaše organizace pro budování značky zaměstnavatele na sociálních sítích nebylo zmíněno v tomto dotazníku?

Obsah není vytvořen ani schválen Googlem.

Google Formuláře