

Jobindex Kundetilfredshed 2010

1. Kundetilfredshedsundersøgelse hos Jobindex 2010

I efteråret 2010 gennemførte Jobindex en online spørgeskemaundersøgelse blandt vores 1000 største kunder, der skulle belyse, hvad kunderne mener om os og vores produkter.

239 besvarede spørgeskemaet, hvilket giver en svarprocent på 24 %, præcis som sidste år. Det er 11. år, vi gennemfører undersøgelsen, og resultaterne er som sædvanlig rigtig gode:

- 98 % af kunderne er tilfredse, og 52 % er meget tilfredse med Jobindex
- 99 % af kunderne vil højst sandsynligt og 70 % vil helt sikkert annoncere igen
- 99 % af kunderne vil højst sandsynligt og 65 % vil helt sikkert anbefale Jobindex
- 85 % af kunderne mener, at Jobindex er bedre end konkurrenterne, mens 15 % mener, og ikke en eneste kunde mener, vi er dårligere

Det er nogle meget flotte resultater, der faktisk er endnu bedre end sidste år. Det næste år vil vi fortsætte med at fokusere på kundeservice og kundetilfredshed, både overfor nye og gamle kunder.

2. Hvordan har I fået kendskab til Jobindex?

- 40 % Jobindex (opringning fra salgskonsulent el. lign.)
- 26 % Anbefaling fra andre virksomheder
- 26 % TV-reklame
- 16 % Annoncer i aviser og fagblade
- 13 % Direct mail fra Jobindex
- 12 % Presseomtale i aviser eller blade
- 12 % Link fra Jubii, Google eller andre søgemaskiner
- 10 % Bannerannonce på internettet
- 8 % Link fra Job-Guide eller andre job sites på internettet
- 6 % Reklamer på busser eller plakater

40% imod 35% sidste år har fået kendskab til Jobindex gennem en opringning fra en af vores salgskonsulenter. 26% har fået anbefalet Jobindex fra en kollegaer fra en anden virksomhed, og det er vi naturligvis utroligt glade for. 26% har set vores TV-reklamer, 16% har set vores printannoncer, 13% har modtaget en direct mail fra os og 12% har læst om Jobindex i aviser eller blade.

3. Hvilke jobdatabaser bruger I til annoncering på internettet?

- 33 % StepStone (Springer Verlag)
- 27 % Jobzonen (Berlingske Tidende, Jyllands-Posten/Politiken, TV2)
- 23 % Jobnet (Jobcentrene og Arbejdsmarkedsstyrelsen)
- 13 % Ofir Job (Søndagsavisen)

Andre jobdatabaser angivet i fritekstfeltet:

- 8 % Jobfinder (Ingeniøren)
- 6 % IT-Jobbank (StepStone)
- 3 % Akademikernes Jobbank (Move-On)

StepStone er gået frem fra 31% til 33%, Jobzonen er gået tilbage fra 30% til 27%, og Ofir er gået fra 20% til 13%. Jobcentrenes Jobnet ligger uændret på 23% og er dermed nummer 4 blandt de store jobdatabaser. Blandt niche-jobdatabaser bruger 8% Ingeniørens Jobfinder, 6% bruger StepStones IT-Jobbank og 3% bruger Akademikernes Jobbank fra Move-On.

4. Hvor mange penge bruger I på jobannoncering på internettet om året?

Kunderne bruger i år i gennemsnit 100.000 kr. på jobannoncering på internettet sammenlignet med 97.000 kr. sidste år og 132.000 kr. året før. Internet udgør 40% af den samlede jobannoncering sammenlignet med 43% i 2009, 27% i 2008, 34% i 2007, 36% i 2006, 29% i 2005 og 22% i 2004.

5. Hvor mange penge bruger I på jobannoncering i aviser og fagblade om året?

Kunderne angiver at de i gennemsnit bruger 149.000 kr. på jobannoncering i aviser og fagblade om året sammenlignet med 130.000 kr. sidste år og 355.000 kr. året før. Der er altså tale om en forbedring, men der er meget langt op til niveauet før krisen. Jobindex har da også overhalet Berlingske Media i annonceomsætning, og på den baggrund er det lidt svært at forstå at printannonceringen skulle være stigende, men det kan være det primært er fagblade og lokalaviser, der vokser.

6. Hvor mange penge bruger I på rekrutteringsfirmaer om året?

Kunderne bruger i gennemsnit 121.000 kr. på rekrutteringsfirmaer om året imod 112.000 kr. sidste år og 252.000 kr. året før, altså også her en stigning i forhold til sidste år, men langt under niveauet fra før krisen. Internetannoncering, printannoncering og rekrutteringsfirmaer er altså tre nogenlunde lige store markeder.

7. Hvad lægger I mest vægt på ved valg af internet jobdatabase?

	Meget vigtigt	Lidt vigtigt	Ikke vigtigt
Kvalificerede ansøgere, specialiststillinger	91 %	7 %	2 %
Kvalificerede ansøgere, almindelige stillinger	88 %	11 %	1 %
Kvalificerede ansøgere, lederstillinger	82 %	12 %	6 %
Service ved indrykning af annoncer	79 %	18 %	3 %
Priser og betalingsbetingelser	78 %	21 %	1 %
Brugervenlighed og struktur af systemet	73 %	25 %	2 %
Virksomhedens omdømme	57 %	39 %	4 %
Kvalitet og antal af CV'er i CV-databasen	52 %	36 %	12 %
Jobdatabasens markedsføring i medierne	41 %	49 %	10 %
Rådgivning om rekruttering	18 %	45 %	37 %

Hvad lægger kunderne så vægt på? Der er ikke sket de store ændringer i forhold til sidste år. Kvaliteten af ansøgere til specialiststillinger, almindelige stillinger og lederstillinger ligger nummer 1, 2 og 3. Service ved indrykning af annoncer er nummer 4, og prisen er rykket ned fra nummer 3 til nummer 5 på listen. Dernæst kommer ligesom sidste år brugervenlighed, virksomhedens omdømme, kvalitet af CV-databasen og markedsføring af jobdatabasen i medierne. Rådgivning om rekruttering ligger ligesom de andre år på sidstepladsen, hvilket vi er lidt kede af, eftersom rådgivning af vores er en ting, vi satser meget på.

8. Hvordan klarer Jobindex sig sammenlignet med andre jobdatabaser?

	Bedre	Lige så godt	Dårligere
Kvalificerede ansøgere, specialiststillinger	35 %	60 %	5 %
Kvalificerede ansøgere, almindelige stillinger	61 %	39 %	0 %
Kvalificerede ansøgere, lederstillinger	29 %	64 %	7 %
Service ved indrykning af annoncer	59 %	40 %	1 %
Priser og betalingsbetingelser	27 %	68 %	5 %
Brugervenlighed og struktur af systemet	46 %	53 %	1 %
Virksomhedens omdømme	50 %	50 %	0 %
Kvalitet og antal af CV'er i CV-databasen	37 %	62 %	1 %
Jobdatabasens markedsføring i medierne	54 %	44 %	2 %
Rådgivning om rekruttering	21 %	76 %	3 %

Hvordan klarer vi os så på disse punkter? Vi kan glæde os over fremgang på de vigtigste punkter i forhold til sidste år. 35% mener vi er bedre til at skaffe kvalificerede ansøgere til specialiststillinger og 60% mener vi er bedre til almindelige stillinger, men kun 29% mener at vi er bedre til at skaffe kvalificerede ansøgere til lederstillinger, på trods af at statistikkerne fra Foreningen af Danske Interaktive Medier viser at vi har ca. dobbelt så mange ledere blandt vores brugere som StepStone og Jobzonen, og at lederne i alt bruger 5-6 gange mere tid på Jobindex end på StepStone og Jobzonen. 59% imod 52% sidste år mener at vores service ved indrykning er bedre end konkurrenternes. Til gengæld mener kun 27% mod 32% sidste år at vores priser og betalingsbetingelser er bedre end konkurrenternes. 46% mod 42% sidste år mener at brugervenligheden er bedre end konkurrenternes, 50% mener vores omdømme er bedre end konkurrenternes, 37% mener vores CV-database er bedre end konkurrenternes, 54% mod 62% sidste år mener at vores markedsføring er bedre end konkurrenternes, og endelig mener 21% at vi yder bedre rådgivning om rekruttering.

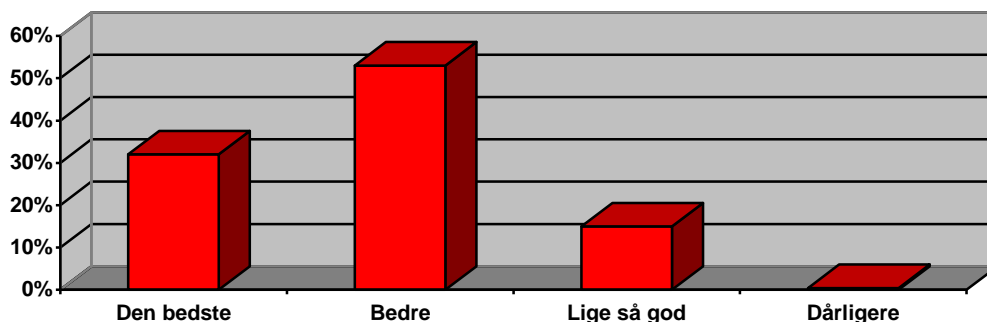
9. Hvilket image har de forskellige jobbørser efter din mening?

	Job-index	Step-Stone	Job-zonen	Ofir Job	Jobcentrenes Jobnet
Bedste jobbørs til specialiststillinger	55 %	29 %	15 %	1 %	0 %
Bedste jobbørs til almindelige stillinger	65 %	6 %	13 %	7 %	9 %
Bedste jobbørs til lederstillinger	45 %	37 %	17 %	1 %	0 %
Bedste service ved indrykning af annoncer	75 %	15 %	6 %	3 %	1 %
Bedste priser og betalingsbetingelser	60 %	15 %	9 %	6 %	10 %
Bedste brugervenlighed og struktur af systemet	73 %	13 %	7 %	6 %	1 %
Bedste omdømme blandt kunderne	72 %	17 %	8 %	3 %	0 %
Bedste og største CV-database	82 %	9 %	5 %	2 %	2 %
Bedste markedsføring i medierne	66 %	23 %	10 %	1 %	0 %
Bedste rådgivning om rekruttering	66 %	20 %	8 %	4 %	2 %

Vi spurgte også, hvordan kunderne opfatter de forskellige jobbørser, idet vi bad dem udpege den bedste jobbørs inden for de ovennævnte 10 områder. De absolutte tal kan ikke bruges til så meget, da jobbørsernes markedsandele er forskellige. Men ved at se hvor de forskellige jobbørser scorer højest, får man et meget interessant billede af, hvad kunderne opfatter som stærke sider hos de forskellige jobdatabaser. Jobindex er således kendt for den bedste CV-database, bedste service, bedste brugervenlighed og bedste omdømme. Jobindex er også kendt som den bedste jobbørs til almindelige stillinger, men der er kun 55% og 45% af vores egne kunder der mener vi er de bedste til specialist og lederstillinger, selvom vi iflg. FDIM har flere brugerbesøg fra disse grupper end de andre tilsammen.

10. Hvordan er Jobindex alt i alt sammenlignet med andre jobdatabaser?

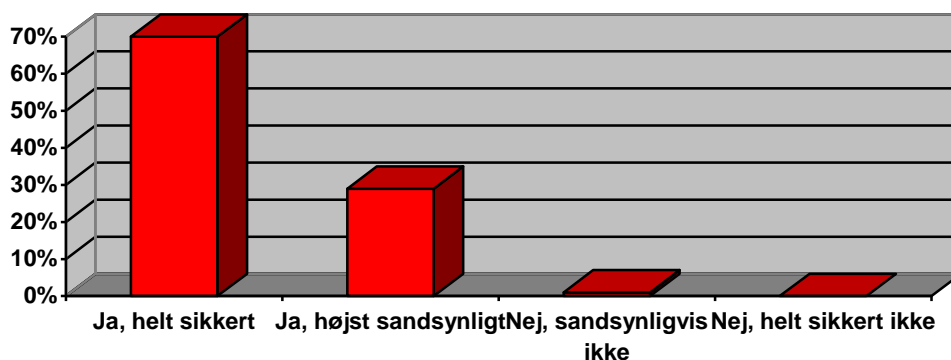
32 % Den bedste
53 % Bedre
15 % Lige så god
0 % Dårligere



Hvordan klarer Jobindex sig så alt i alt? Hele 85% mod 83% sidste år og 81% forrige år mener at vi er bedre end konkurrenterne, og de resterende 15% mener vi er lige så gode. Ikke en eneste kunde mener, vi er dårligere! Et utroligt flot resultat, vi er meget stolte af.

11. Vil I fremover benytte Jobindex til jobannoncering?

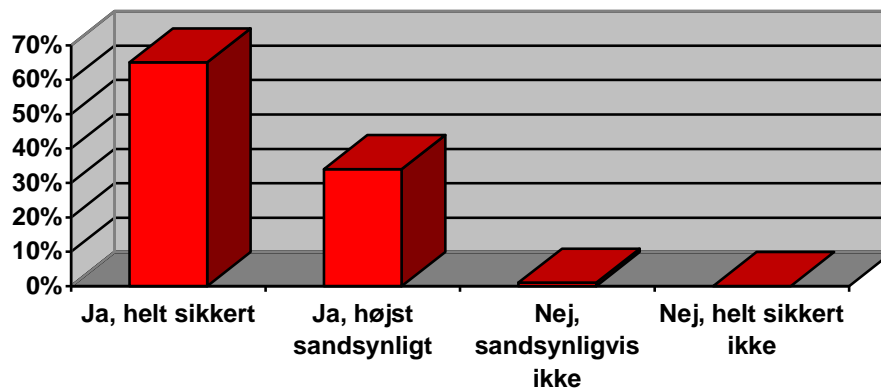
70 % Ja, helt sikkert
29 % Ja, højst sandsynligt
1 % Nej, sandsynligvis ikke
0 % Nej, helt sikkert ikke



Hele 70% af kunderne er helt sikre på, at de vil benytte Jobindex igen mod 65% sidste år. 29% højst sandsynligt vil benytte Jobindex igen, mens 1% sandsynligvis ikke vil benytte Jobindex igen.

12. Hvis I blev bedt om at anbefale en jobbørs, ville I da anbefale Jobindex?

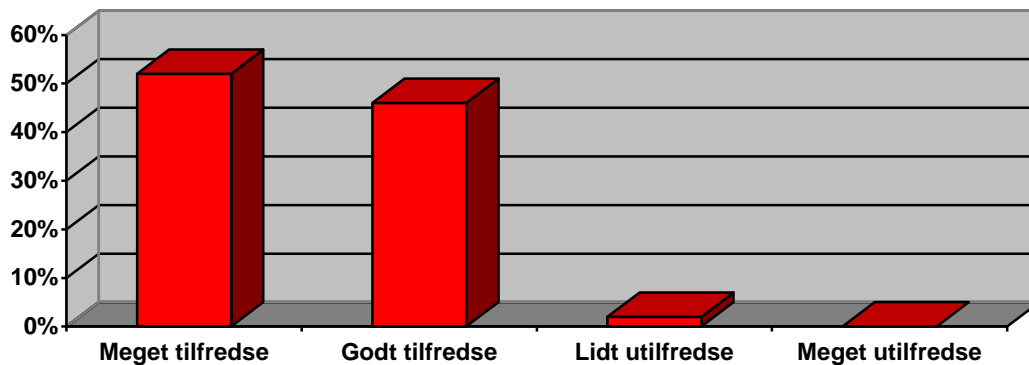
65 % Ja, helt sikkert
34 % Ja, højst sandsynligt
1 % Nej, sandsynligvis ikke
0 % Nej, helt sikkert ikke



65% af vores kunder vil helt sikkert anbefale Jobindex til andre mod 64% sidste år. 29% vil højst sandsynligt anbefale Jobindex til andre, mens 1% sandsynligvis ikke vil anbefale os.

13. Alt taget i betragtning hvor tilfredse er I så med Jobindex?

- 52 % Meget tilfredse
- 46 % Godt tilfredse
- 2 % Lidt utilfredse
- 0 % Meget utilfredse



Hele 52% af kunderne er meget tilfredse med Jobindex mod 53% sidste år. Alt i alt er 98% af kunderne tilfredse med Jobindex og kun 2% er lidt utilfredse. I hele 2009 og 2010 har vi fokuseret på service og kundetilfredshed og på at gøre vores eksisterende kunder glade, og vi er meget glade for at det er lykkedes, og vi vil fortsætte med det samme fokus i 2011, for firmaet er baseret på tilfredse kunder.

14. Giver jeres kontaktperson jer gode råd om rekruttering?

- 34 % Ja, vi har fået mange gode råd
- 32 % Måske et enkelt råd en gang imellem
- 27 % Nej, vi behøver ikke gode råd om rekruttering
- 10 % Vi snakker kun sjældent med vores kontaktperson

Vi spurgte også om kunderne har fået gode råd om rekruttering fra deres kontaktperson. 34% har fået mange gode råd mod 31% sidste år, 36% har måske fået et enkelt råd en gang imellem, og 25% behøver ikke gode råd om rekruttering. 5% mod 10% sidste år og 15% forrige år angiver, at de kun sjældent snakker med deres kontaktperson.

15. Har jeres kontaktperson fortalt om vores rekrutteringsprodukter?

- 22 % Ja, og dem er vi helt sikkert interesserede i
- 7 % Måske, men vi vil gerne høre mere om dem
- 63 % Nej, vi er ikke interesserede i rekrutteringsprodukter
- 8 % Vi har ikke snakket med vores kontaktperson for nylig

Vi har også forskellige rekrutteringsprodukter, og dem er 29% af kunderne mere eller mindre interesserede i, men kun 22% af kunderne har hørt om produkterne fra deres kontaktperson. Et flertal på 63% er dog ikke interesserede i rekrutteringsprodukter fra Jobindex.

16. Hvor god er jeres kontaktperson til at sætte sig ind i jeres behov for rekruttering, employer branding og jobannoncer?

- 6 % Min kontaktperson gør ikke meget for at sætte sig ind i vores behov
- 45 % Min kontaktperson forstår vores behov for jobannoncer
- 22 % Min kontaktperson forsøger at sætte sig ind i vores behov
- 27 % Min kontaktperson er rigtig god til at sætte sig ind i vores samlede behov for løsninger

Sidste år tilføjede vi tre spørgsmål til at afdække om sælgerne spørger ind til kundernes behov og sælger løsninger i stedet for bare at spørge hvor mange jobannoncer, man har brug for. 27% svarer at kontaktpersonen er god til at sætte sig ind i kundens behov mod 24% sidste år. 96% af kunderne svarer at kontaktpersonen sætter sig ind i deres behov, men kun 49% svarer at kontaktpersonen sætter sig ind i kundens samlede behov og ikke bare deres behov for jobannoncer.

17. Hvor god er jeres kontaktperson til at foreslå løsninger, der dækker jeres behov?

- 27 % Min kontaktperson foreslår sjældent løsninger, jeg bestiller selv hvad jeg mener at have brug for
- 7 % Min kontaktperson foreslår ofte løsninger, men de passer ikke helt til vores behov
- 32 % Min kontaktperson foreslår gode løsninger som jeg ofte kan bruge
- 34 % Min kontaktperson er god til at foreslå løsninger, der virker

34% af kunder svarer at kontaktpersonerne er gode til at foreslå løsninger, der virker, mod 28% sidste år. 66% af kunderne svarer at deres kontaktperson foreslår gode løsninger eller er god til at foreslå løsninger, der virker. 27% af kunderne ringer selv og bestemmer, hvad de selv mener at have brug for.

18. Hvor god er jeres kontaktperson til at følge op på aftaler, aktiviteter etc.?

- 3 % Det er som regel mig selv, der følger op
- 12 % Min kontaktperson følger op på konkrete aftaler, men er ikke proaktiv
- 48 % Min kontaktperson er god til at følge op og vende hurtigt tilbage med svar m.m.
- 37 % Min kontaktperson følger altid præcist og hurtigt op på alle aftaler og aktiviteter

37% af kunderne svarer at kontaktpersonerne altid følger præcist og hurtigt op mod 34% sidste år. 85% af kunderne svarer at deres kontaktperson er god til at følge op og vende hurtigt tilbage med svar, eller altid følger præcist og hurtigt op på aftaler og aktiviteter. Kun 3% svarer at de som regel selv er nødt til at følge op.