



UTILIZAREA LINKEDIN-ULUI – MIT SAU REALITATE?

Un studiu Career Advisor – Ianuarie 2010



Executive Summary

Acest raport contine rezultatele studiului **CareerAdvisor** despre utilizarea **LinkedIn-ului**.

Rezultatele studiului au evidentiat printre altele faptul ca:

- cei mai multi folosesc LinkedIn-ul pentru reconectarea cu fosti colegi;
- sunt mai multi cei care isi cauta job prin LinkedIn decat cei care cauta candidati cu ajutorul acestei platforme;
- sunt mai multe femei decat barbati care utilizeaza LinkedIn-ul;
- cei care folosesc LinkedIn-ul pentru gasirea de candidati pentru un job lucreaza in HR;
- cei din vanzari si marketing nu sunt foarte activi in utilizarea acestei retele sociale;
- in general, cei din companiile cu numar mic sau mediu de angajati sunt mai deschisi acestei oportunitati;
- utilizatorii cei mai activi au intre 25 si 34 de ani.

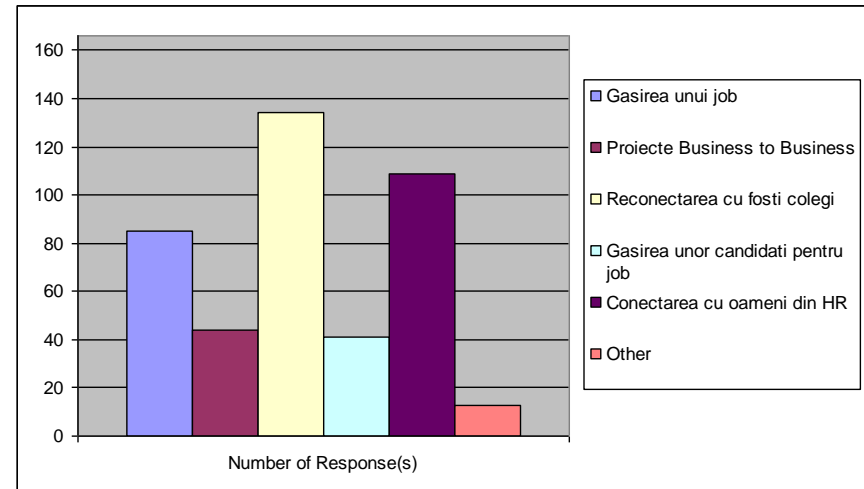
Pentru a vedea mai multe detalii si a citi comentariile noastre, va rugam sa parcurgeti tot raportul.

Concluzii generale

Marea majoritate a celor care au completat chestionarul nostru folosesc in primul rand LinkedIn-ul pentru **posibilitatea de a se conecta cu fosti colegi**.

Pe **locul doi** este utilizarea LinkedIn-ului pentru **conectarea cu oameni din HR** si pe **locul trei** gasirea unui job prin intermediul acestei retele sociale.

Respondentii folosesc **mai putin** LinkedIn-ul **pentru proiecte B2B** sau pentru **gasirea unor candidati pentru job**.



Prin comparatie, un [raport Jobvite despre Utilizarea Social Media](#) in 2009 arata ca in vest 68% din organizatiile care au participat la studiu folosesc retelele sociale (si LinkedIn-ul este in topul lor) pentru a-si sustine eforturile de recrutare, 77% dintre ele utilizand acest mediu in principal pentru a targeta candidatii pasivi.

Concluzii:

In Romania utilizarea LinkedIn-ului este inca la inceput. Conceptul in sine de platforma sociala (cu toate functionalitatile sale) isi va imbunatati cu siguranta imaginea in ochii utilizatorilor sau potentialilor utilizatori in perioada urmatoare. Dar, ca orice tendinta pe care o importam din vest, adaptarea este una de durata.

De fapt, am putea spune ca ceea ce e de asteptat sa se intample este si in acest caz o schimbare de punct de vedere/ de raportare. Daca in clipa de fata tendinta este de a utiliza aceasta platforma ca pe un spatiu virtual de intalnire cu oameni cunoscuti, este inevitabil ca increderea in ea sa creasca si posibilitatea identificarii de candidati potriviti pentru joburi (in cazul companiilor) sau de joburi interesante (in cazul candidatilor) sa devina una din ce in ce mai vizibila (pentru ca ea exista in clipa de fata dar nu este perceputa ca atare).

Profilul respondentului la studiul nostru care utilizeaza LinkedIn in principal pentru ca **vrea sa se conecteze cu fostii colegi**, in **secundar pentru a se conecta cu oameni din HR** si **pentru gasirea unui job** se creioneaza in urma interpretarii rezultatelor dupa cum urmeaza:



- foloseste LinkedIn de mai multi ani;
- in peste 50% din cazuri este specialist intr-un anumit domeniu (doar aproximativ 30% dintre respondenti sunt manageri, directorii sau proprietarii de business folosindu-l intr-o proportie mult mai mica);
- lucreaza intr-o companie care are intre 1 si 200 de angajati;
- activeaza in resurse umane sau in IT, consultanta, servicii bancare;
- este femeie (peste 60%);
- are intre 25 si 34 de ani (peste 50%).

Desi un [studiu demografic al utilizatorului de LinkedIn](#) in 2008 ne arata ca **profilul standard este barbat de 41 de ani**, respondentii nostri au definit un alt profil: **cei mai multi sunt femei (indiferent daca il folosesc doar de putin timp sau de cativa ani) si au intre 25 si 34 de ani.**

Concluziile noastre:

Este interesant ca din toti cei care au raspuns la acest chestionar, specialistii in diverse domenii sunt cei care par sa constientizeze in clipa de fata cel mai mult potentialul acestei modalitati de relationare cu ceilalti (si nu numai). Ei provin din companii mici sau medii ca marime si fac parte dintr-o generatie pentru care internet-ul a depasit etapa de fenomen si a devenit normalitate. Este generatia de la care ne asteptam cel mai mult sa schimbe obiceiuri si mentalitati legate de munca, valori si motivatie.

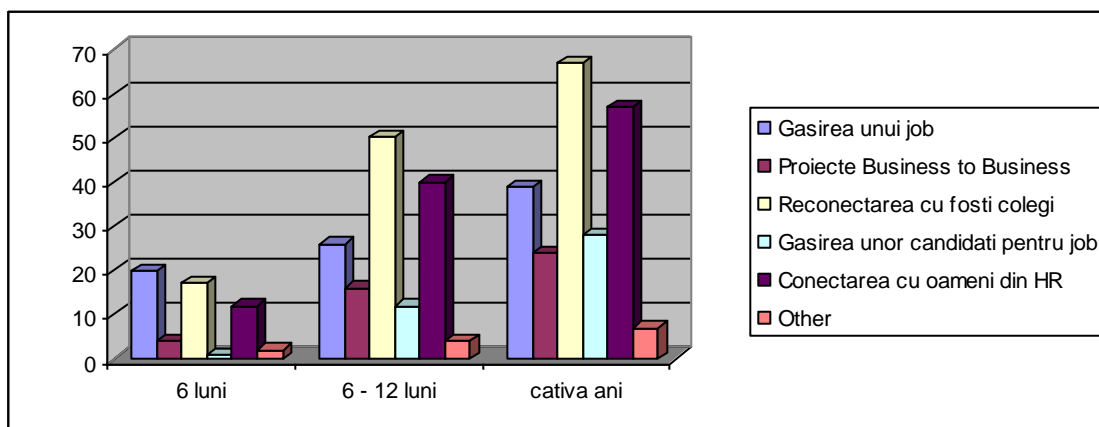


Faptul ca in cazul nostru putem vorbi de demografice oarecum diferite fata de ce arata statisticile oficiale ale LinkedIn-ului nu ne surprinde. Daca ne gandim ca suntem pe anumite domenii cu aproximativ 10 ani in urma fata de economiile dezvoltate, calculul e simplu. Intervalul de varsta este cel la care ne asteptam.

Mai surprinzator este procentul mai mare de femei decat de barbati care par sa il foloseasca la noi. Credem ca el trebuie corelat insa si cu domeniul de activitate pentru a gasi o explicatie. Cum observam si mai sus, HR-ul este cel mai adesea domeniul in care lucreaza. Iar HR-ul la noi este inca o lume in care majoritatea celor care activeaza sunt femei.

Utilizarea LinkedIn in functie de intervale de timp

Cei care utilizeaza LinkedIn de mai putin de 6 luni il folosesc **in principal** pentru **gasirea unui job**, in timp ce folosirea **LinkedIn-ului de mai mult de 6 luni** ii face pe respondenti sa opteze pentru aceasta retea sociala mai degraba atunci cand vor sa se reconecteze cu fosti colegi sau cu oameni din HR, gasirea jobului prin intermediul **LinkedIn** cazand in aceste situatii pe locul 3.



In ceea ce priveste domeniile in care activeaza, in intervalul de utilizare a LinkedIn-ului de pana la 12 luni, cei din domenii precum IT-ul, consultanta, servicii bancare sunt printre cei mai activi.

Deja la o utilizare a LinkedIn-ului de mai multi ani vorbim insa din ce in ce mai mult de oameni din HR.

Concluziile noastre

Ni se pare cat se poate de interesant faptul ca cei care il folosesc de mai putin timp il utilizeaza in principal pentru ca le ofera (inca) o modalitate de cautare a unui job. Coreland aceste date cu prioritatile utilizatorilor de LinkedIn care folosesc aceasta retea de mai mult de 1 an sau chiar de cativa ani, ajungem la o alta concluzie provocatoare. Sunt mai multi cei care il folosesc pentru gasirea unui job, decat cei care il folosesc pentru cautarea de candidati potriviti pentru joburi. De aici dezamagirea celor care cauta... si o resursa pierduta/ insuficient utilizata de cei care angajeaza.

Vestea buna este ca in timp vom ajunge sa ne apropiem si mai mult de modul in care aceasta platforma este utilizata de companii sau persoane fizice in vest, este acela ca pe masura ce creste gradul de familiaritate cu LinkedIn-ul (o folosire de cativa ani), cum este la cei din HR, cu atat oportunitatile oferite de LinkedIn sunt mai eficient folosite (cum ar fi: identificarea de candidati potentiali pentru job-uri). Mai mult decat atat, faptul ca majoritatea respondentilor (indiferent de perioada de timp de utilizare) considera LinkedIn-ul

utile pentru “conectarea cu oameni din HR” denota in plus un capital de incredere in crestere pentru ceea ce inseamna imagine profesionala si cariera. De aici mai este doar un pas pentru folosirea coerenta a acestei platforme pentru gasirea unui job, gasirea de candidati pentru joburi si dezvoltarea unui brand personal sau de organizatie online.

Organizatiile din care provin utilizatorii de LinkedIn



Asa cum ne arata rezultatele studiului, LinkedIn pare sa fie mai apreciat ca **mediu de conectare** de catre **cei din organizatii cu 1 – 200 de angajati**.

Ei il folosesc **cel mai mult atat pentru conectarea cu fosti colegi**, cat si pentru **conectarea cu oameni din HR sau gasirea unui job**.

In schimb, este mult mai putin folosit de persoane din organizatii cu un numar mare de angajati (peste 1000).

Concluziile noastre:

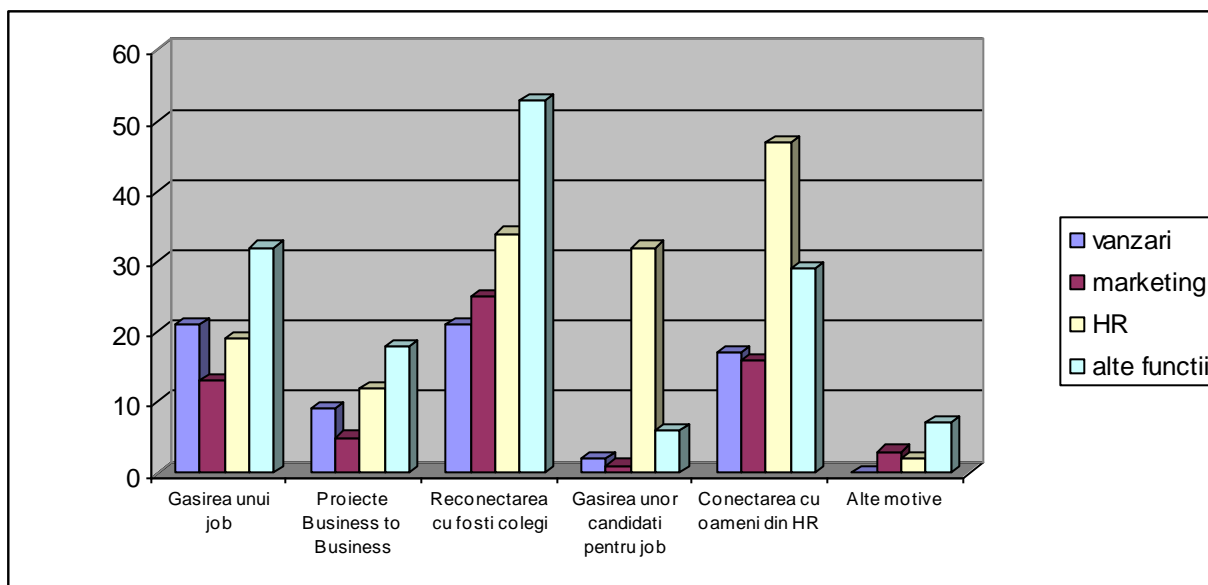
Comparand aceste rezultate cu demograficele studiului Jobvite putem observa cateva paralele interesante. Si in vest, cei care provin din organizatii cu 1 – 200 angajati par sa fie mai “conectati” la ideea de LinkedIn si multiplele sale utilizari(37% dintre cei chestionati).

Diferenta insa este ca in cazul lor, LinkedIn popular si in randul celor care lucreaza in organizatii cu numar mai mare de angajati, distributia fiind relativ echilibrata(15% pentru mai mult de 5000 de angajati, 21% pentru companii cu 1001 – 5000 angajati). Este din nou, in opinia noastra, o consecinta a nivelului de incredere si familiarizare cu acest gen de comunicare si cu beneficiile imediate pe care le poate aduce pentru business sau pentru individ. O tendinta este insa clara si se regaseste si in rezultatele noastre: cu cat nr de angajati este mai mare, cu atat gradul de utilizare a LinkedIn-ului scade. Explicatiile posibile pentru acest fenomen pot veni din zona de cultura/ mentalitate. Este de asteptat ca o organizatie mai mica sa reactioneze mai rapid la tendinte noi si sa valorifice mai repede astfel de oportunitati decat organizatiile mari a caror dinamica poate fi afectata de complexitatea sistemelor si palierelor decizionale.

Sa nu uitam insa ca studiul elaborat de noi se bazeaza mai degraba pe nivelul de interes al individului fata de aceasta platforma si ca, in consecinta, aceste concluzii trebuie sustinute de un studiu pe organizatii (pe care intentionam sa il elaboram in perioada urmatoare).

In ce zona functionala lucreaza cei care folosesc LinkedIn?

In comparatie cu celelalte functii, cei din **HR** folosesc cel mai mult **LinkedIn-ul pentru gasirea unor candidati pentru job-uri**.



Tot ei sunt pe locul 2 pentru utilizarea LinkedIn-ului in scopul reconectarii cu fosti colegi. Sunt intrecuti doar de cei din alte domenii (precum IT, servicii, banking etc.) **Cei din marketing si vanzari sunt cel mai putin interesati de folosirea LinkedIn-ului pentru gasirea unor candidati pentru job.**

In zona de **HR** cei mai multi respondenti folosesc LinkedIn de **cativa ani**

Majoritatea celor din HR care folosesc LinkedIn-ul sunt femei.

Concluziile noastre:

Faptul ca cei din vanzari sunt cel mai putin activi in utilizarea oportunitatilor oferite de aceasta platforma este in sine un fenomen interesant. Este posibil ca ideea de networking online sa nu le fie intotdeauna foarte familiara si sa prefere inca intr-o masura mai mare modelul de conectare in virtutea caruia au functionat pana acum. Odata insa ce se vor obisnui cu notiuni precum "warm calling" prin intermediul LinkedIn-ului, este foarte posibil ca interesul lor pentru aceasta platforma sa creasca.

Profile de utilizatori:

Profilul utilizatorului de LinkedIn care foloseste consecvent aceasta platforma sociala pentru **gasirea unui job:**

- il mai foloseste pentru reconectarea cu fosti colegi si conectarea cu oameni din HR
- foloseste LinkedIn de cativa ani
- este specialist sau manager (rar director sau proprietar de business)
- lucreaza in companii cu 1 - 200 angajati
- lucreaza in vanzari sau in alte domenii (IT, banking, CS, audit, auto)
- este femeie
- are intre 25 si 34 de ani



Atentie!

Cei care utilizeaza LinkedIn de mai putin de 6 luni, folosesc aceasta platforma in principal pentru gasirea unui job.

Diferenta fata de cei care o folosesc de mai multi ani este una de numar. Desi pentru cei care o folosesc de mai multi ani, gasirea unui job este doar una din oportunitatile de care profita, numarul lor este mai mare decat al celor care o folosesc de mai putin de 6 luni doar in scopul identificarii unei noi oportunitati in cariera.

Profilul utilizatorului de LinkedIn care foloseste cel mai mult aceasta platforma sociala pentru proiecte B2B:



- il mai foloseste pentru reconectarea cu fosti colegi si conectarea cu oameni din HR
- foloseste LinkedIn de cativa ani
- este manager sau specialist
- lucreaza in companii cu 1 - 200 angajati
- lucreaza in resurse umane sau in alte domenii (servicii, PR, operations, consultanta, real estate)
- este femeie
- are intre 25 si 34 ani

Profilul utilizatorului de LinkedIn care foloseste cel mai mult aceasta platforma sociala pentru reconectarea cu fosti colegi:

- il mai foloseste pentru conectarea cu oameni din HR sau gasirea unui job
- foloseste LinkedIn de cativa ani
- este specialist sau manager
- lucreaza in companii cu 1 - 200 angajati
- lucreaza in resurse umane sau in IT, PR, audit, retail
- este femeie
- are intre 25 si 34 ani



Profilul utilizatorului de LinkedIn care foloseste cel mai mult aceasta platforma sociala pentru **gasirea unor candidati**:



- il mai foloseste pentru reconectarea cu colegi sau cu oameni din HR
- foloseste LinkedIn de cativa ani
- este specialist
- lucreaza in companii cu 1 - 200 angajati
- lucreaza in resurse umane
- este femeie
- are intre 25 si 34 ani

Profilul utilizatorului de LinkedIn care foloseste cel mai mult aceasta platforma sociala pentru **conectarea cu oameni din HR**:

- il mai foloseste pentru reconectarea cu fosti colegi sau gasirea unui job
- foloseste LinkedIn de cativa ani
- este manager sau specialist
- lucreaza intr-o companie cu 1 - 200 angajati
- lucreaza in resurse umane
- este femeie
- are intre 25 si 34 ani



Profilul utilizatorului de LinkedIn care foloseste cel mai mult aceasta platforma sociala pentru **motive precum: pozitionare, sharing experience, networking, conectarea cu profesionisti din domeniul in care lucrez, conectarea cu potentiali clienti, opinii profesionale:**



- il mai foloseste pentru reconectarea cu fosti colegi, conectarea cu oameni de HR
- foloseste linkedin de cativa ani
- este specialist sau manager
- lucreaza in companii cu 1 - 200 angajati
- lucreaza in operations, consultanta IT, banking
- este femeie
- are intre 35 si 54 de ani