



IHREM ERFOLG VERPFLICHTET

ADP Social Media Reputation Analysis

Ergebnisse der Analysen 2013

erstellt durch

**Cisar - consulting
and solutions GmbH**

HR. Payroll. Benefits.

Allgemeine Ergebnisse

ADP Social Media Reputation Analysis (SMRA) - Hintergrund

- ADP bot ihren Kunden und interessierten Unternehmen im Rahmen ihrer Marketingaktivitäten eine kostenlose unternehmensspezifische Analyse über den Einsatz und die Wirkung sozialer Medien im HR-Bereich an.
- Für die Analyse wurde als unabhängiges Beratungsunternehmen die Firma Cisar GmbH beauftragt.
- Die Analyse erfolgte auf frei zugänglichen Internet-Seiten und -Medien und erforderte keine aktive Mitarbeit seitens des untersuchten Unternehmens.
- Es wurden für die SMRA ca. 120 Kriterien analysiert und bewertet.
- Die Ergebnisse wurden in einem Bericht zusammengefasst und mit dem Unternehmen vor Ort in einer ca. 1-stündigen Präsentation vorgestellt und begründet.
- In der beiliegenden Präsentation wurden die Ergebnisse zusammengefasst und nach Branchen dargestellt, analysiert und miteinander verglichen.

Untersuchte Medienkategorien und Medien

➤ HR-Seiten des Unternehmens im Internet (eigener Web-Auftritt)

➤ Social Media Auftritte

- Facebook
- Xing
- LinkedIn
- Google+



➤ Arbeitgeberbewertungsplattformen

- Kununu
- Jobvoting
- BizzWatch
- Meinpraktikum
- MeinChef



➤ Sonstige Soziale Medien

- Twitter
- YouTube
- Flickr

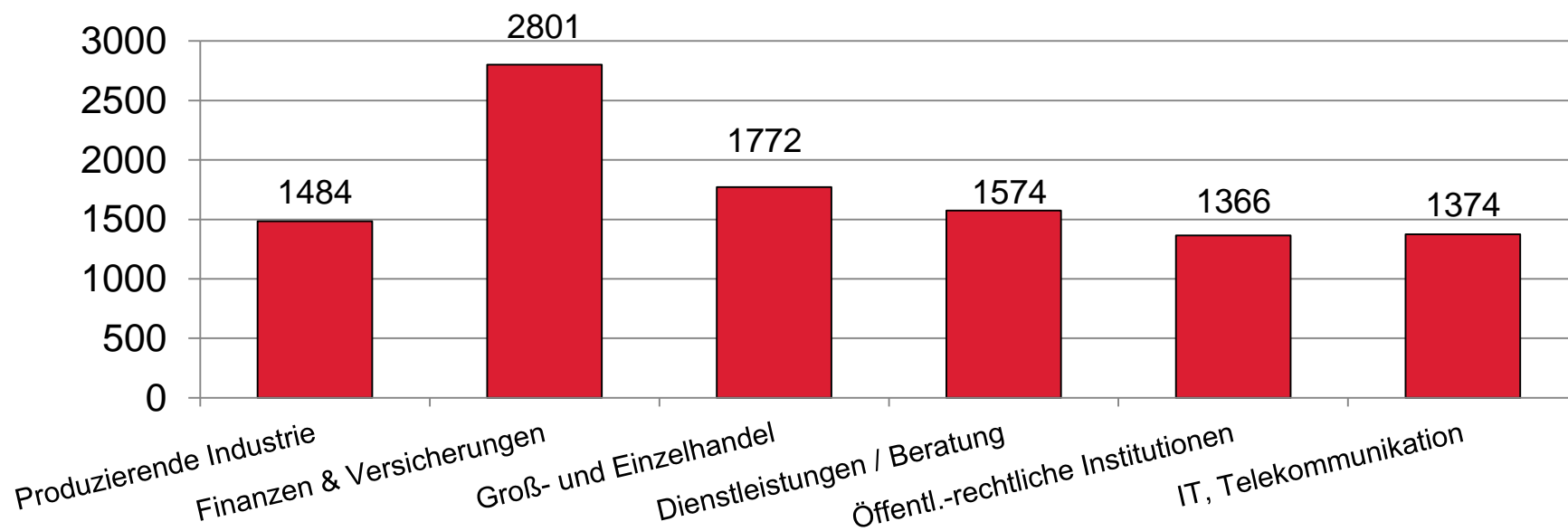


Anzahl Unternehmen je Branche / Unternehmenskategorie

| Branche | Total |
|-------------------------------------|--------------|
| Produzierende Industrie | 35 |
| IT, Telekommunikation | 9 |
| Groß- und Einzelhandel | 3 |
| Dienstleistungen / Beratung | 18 |
| Finanzen und Versicherungen | 12 |
| Öffentlich-rechtliche Institutionen | 10 |
| TOTAL analysierte Unternehmen | 87 |

Finanz- und Versicherungsbranche mit Abstand höchste Bewertungen

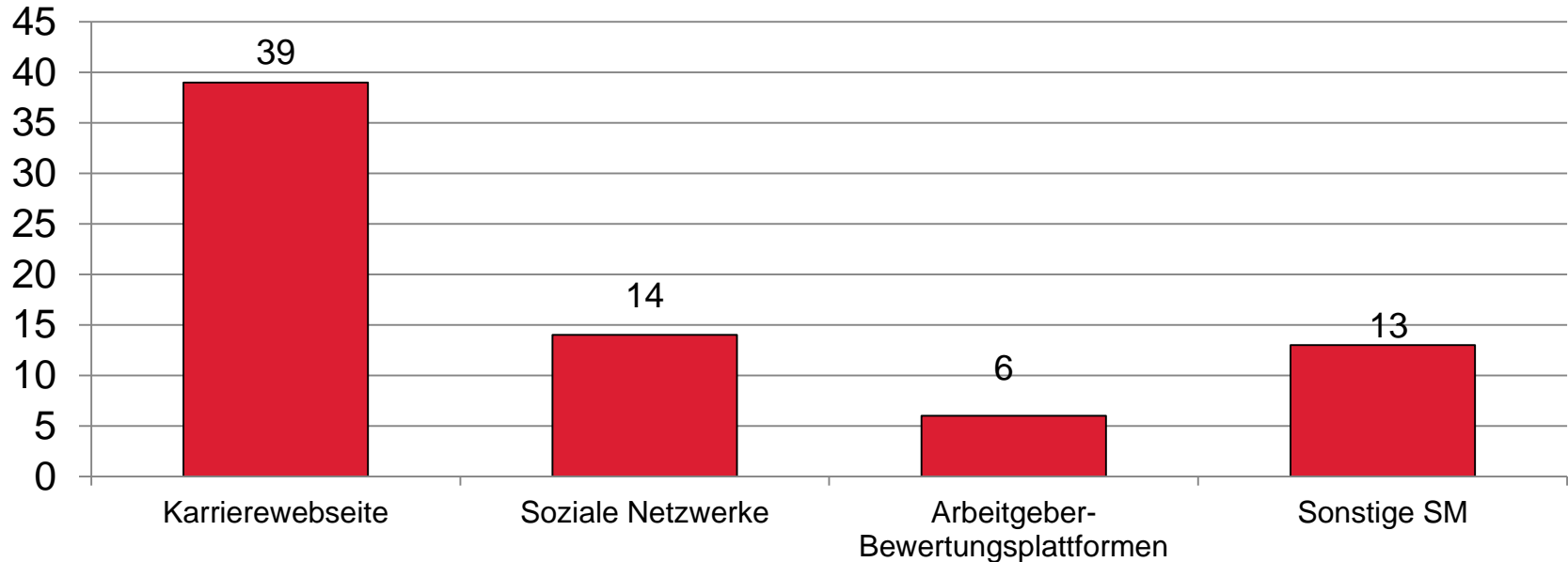
Erreichte Gesamt-Punktzahl pro Branche
(max. 10'000 Punkte)



- Finanzen und Versicherungen haben auf der Unternehmenswebseite und den sozialen Medien mit Abstand den besten Auftritt und Reputation.
- Etwas überraschend ist die „rote Laterne“ für die IT-/Telekommunikationsbranche, zumal diese die Grundlagen für Internet und soziale Medien (SM) geschaffen hat.

Unternehmen konzentrieren sich auf Karrierewebsites

Erreichter Prozentsatz pro Medienkategorie
(Durchschnittlicher Prozentsatz)

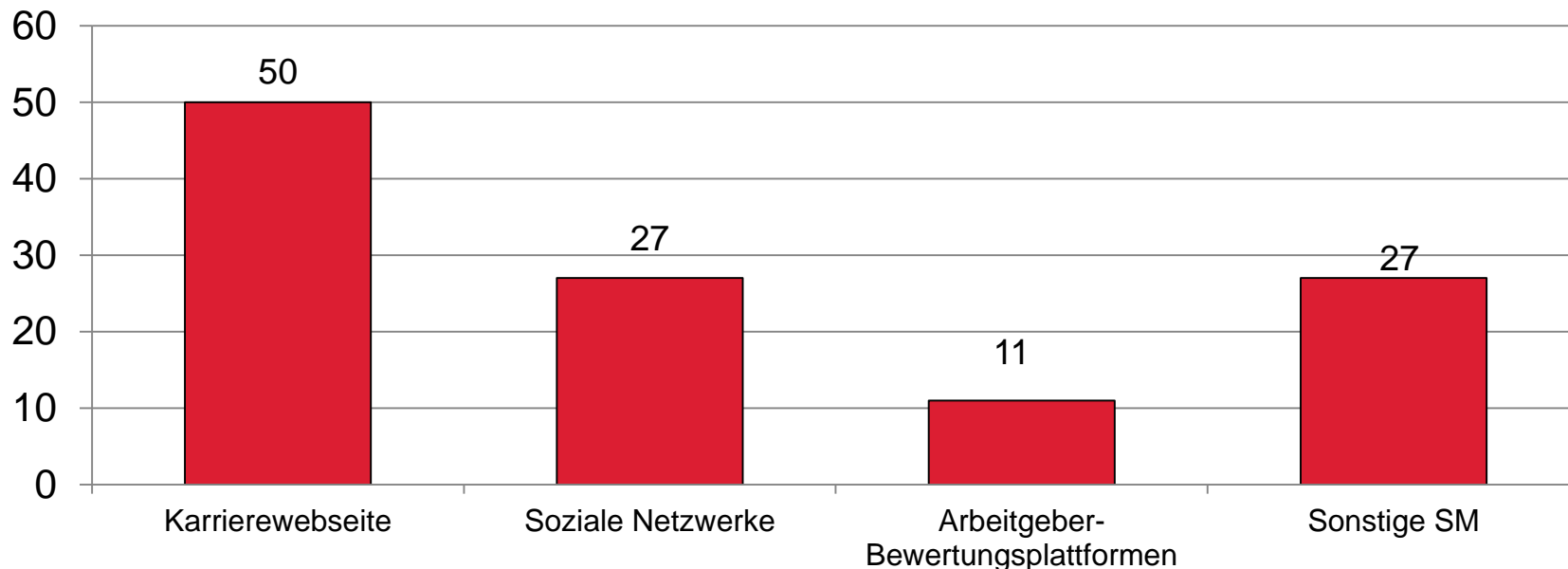


- Am meisten HR-Informationen und Informationen zur Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber sind auf den Unternehmenswebseiten.
- Die Arbeitgeber-Bewertungsplattformen werden noch wenig aktiv genutzt obwohl es bereits zu vielen Unternehmen Bewertungen gibt.

Total erreichter Prozentsatz je Medienkategorie

Branche: Finanzen und Versicherungen

Erreichter durchschnittlicher Prozentsatz

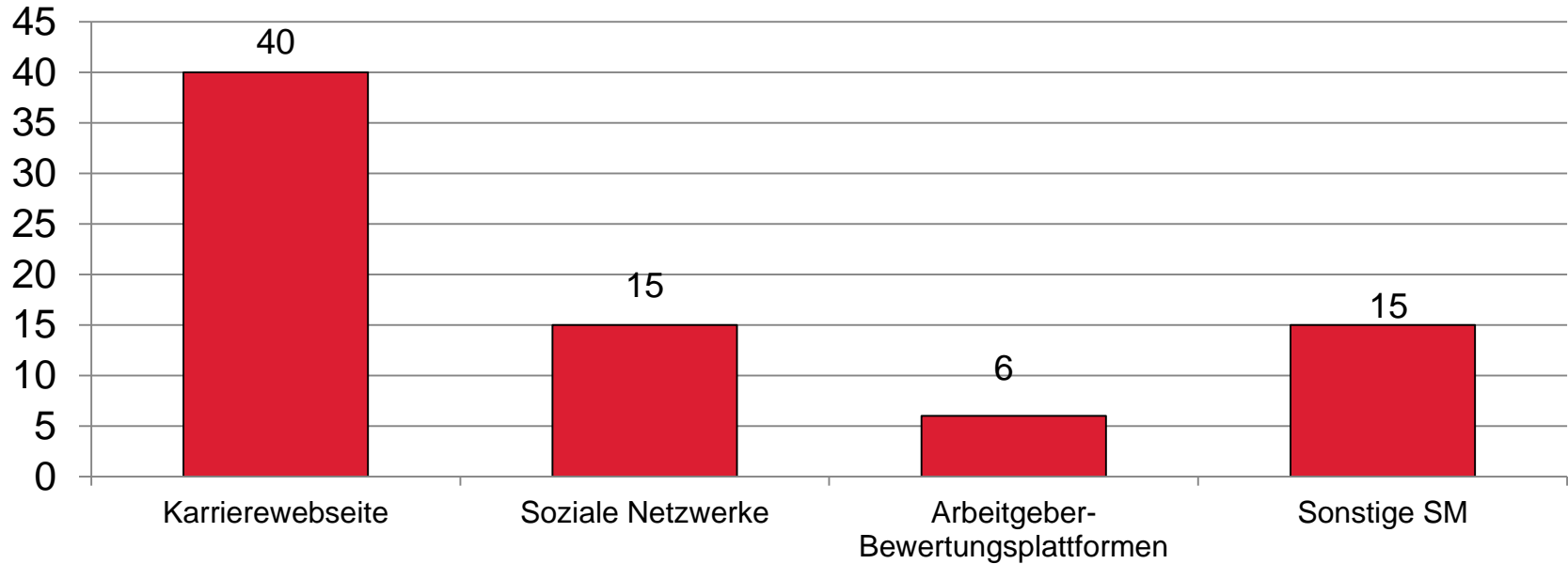


- Die Karriereseiten auf der Unternehmenswebseite haben durchwegs einen relativ hohen Informationsgehalt.
- Die Nutzung der Sozialen Medien ist im Vergleich zu anderen Branchen überdurchschnittlich.

Total erreichter Prozentsatz je Medienkategorie

Branche: Groß- und Einzelhandel

Erreichter durchschnittlicher Prozentsatz

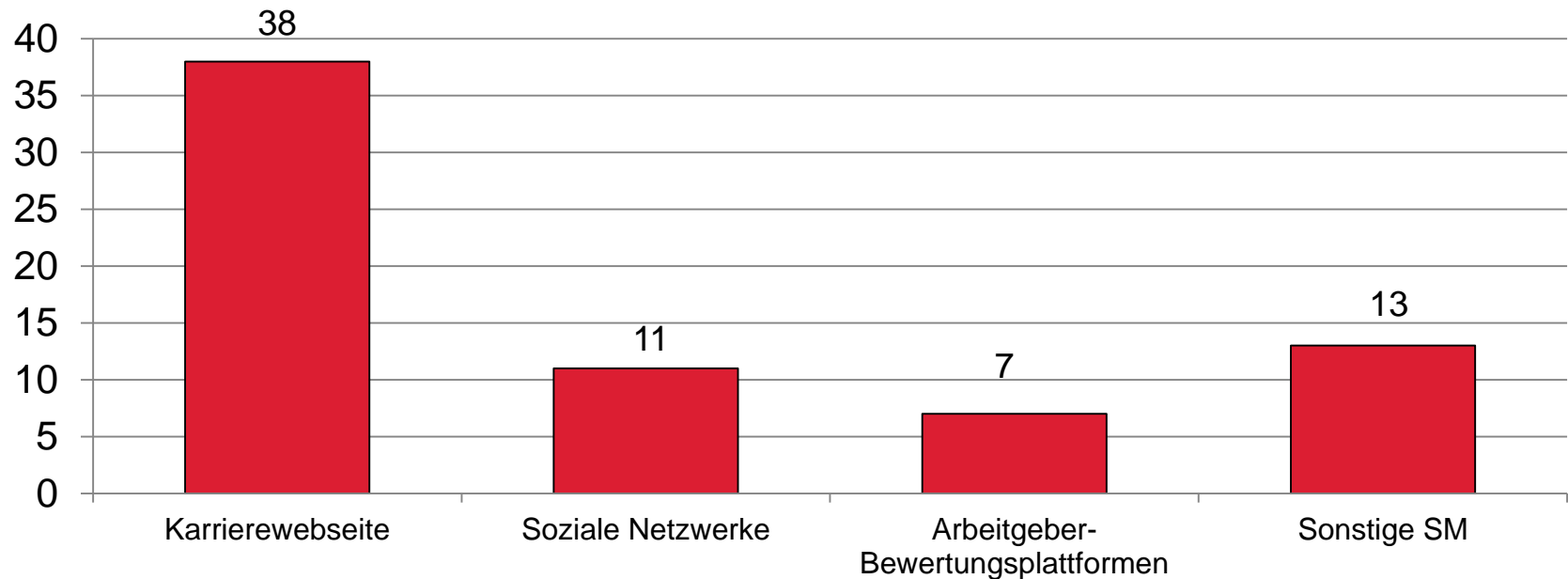


- Neben informativen Karrierewebsites werden die Sozialen Medien noch wenig genutzt.

Total erreichter Prozentsatz je Medienkategorie

Branche: Dienstleistungen / Beratung

Erreichter durchschnittlicher Prozentsatz

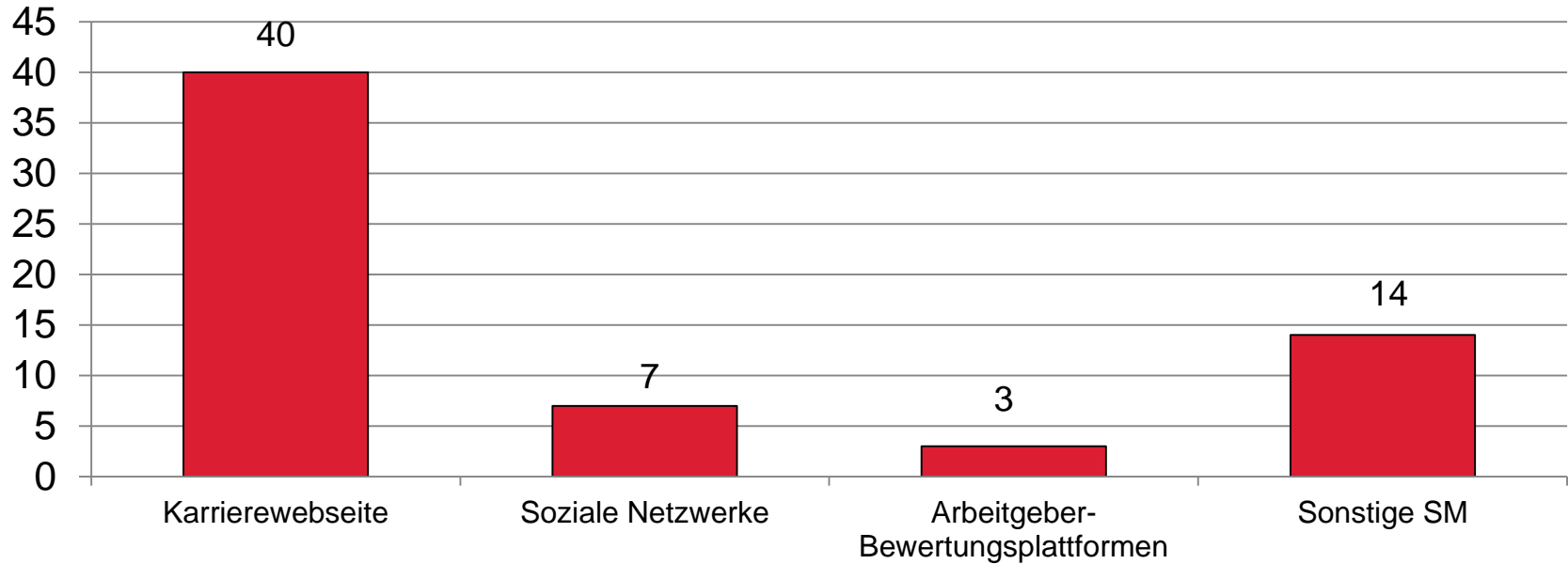


- Die Sozialen Medien werden relativ wenig genutzt, Twitter und YouTube werden etwas besser genutzt als die sozialen Netzwerke.

Total erreichter Prozentsatz je Medienkategorie

Branche: Öffentlich-rechtliche Institutionen

Erreichter durchschnittlicher Prozentsatz

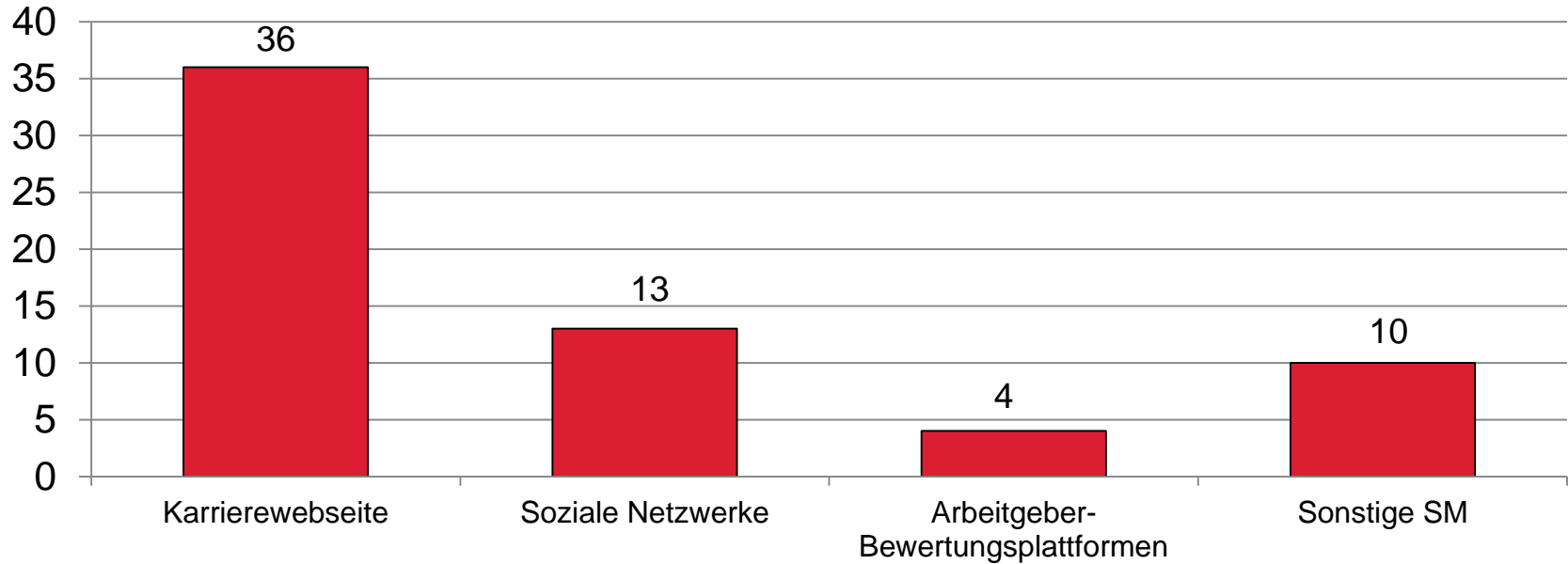


- Die Sozialen Medien werden relativ wenig genutzt, Twitter und YouTube werden etwas mehr genutzt als die Sozialen Netzwerke.

Total erreichter Prozentsatz je Medienkategorie

Branche: Produzierende Industrie

Erreichter durchschnittlicher Prozentsatz

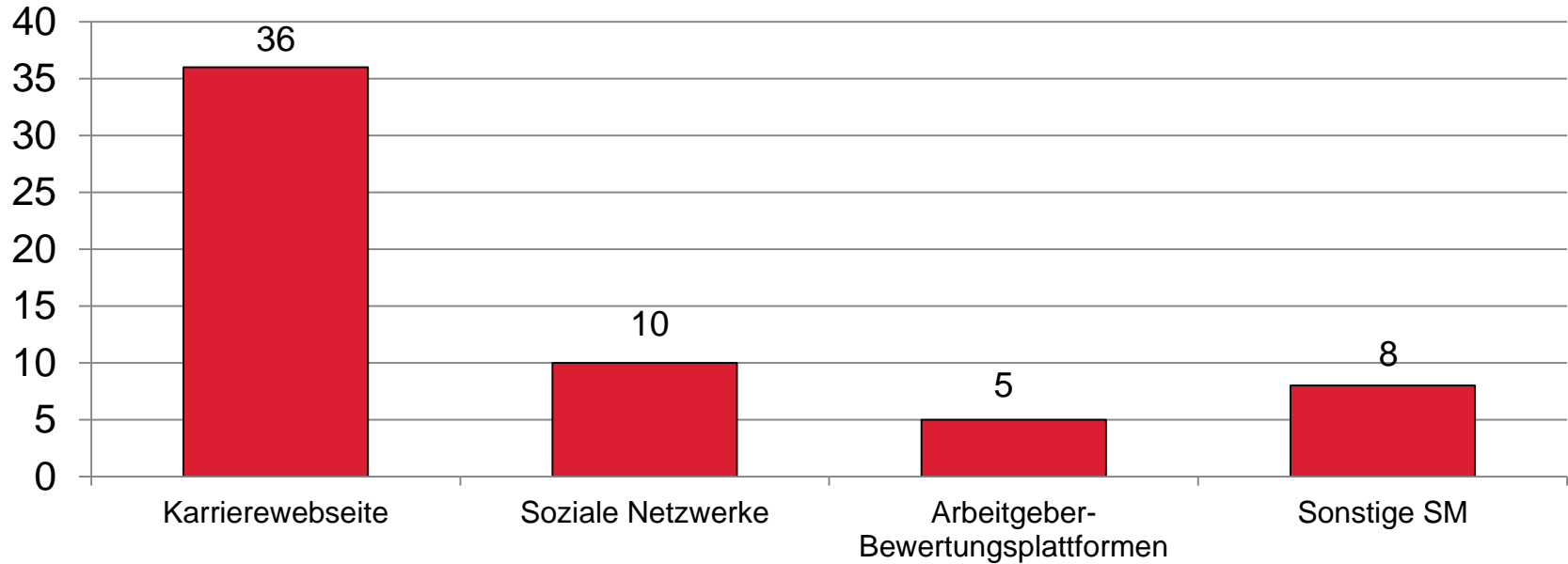


➤ Die Sozialen Medien werden relativ wenig genutzt.

Total erreichter Prozentsatz je Medienkategorie

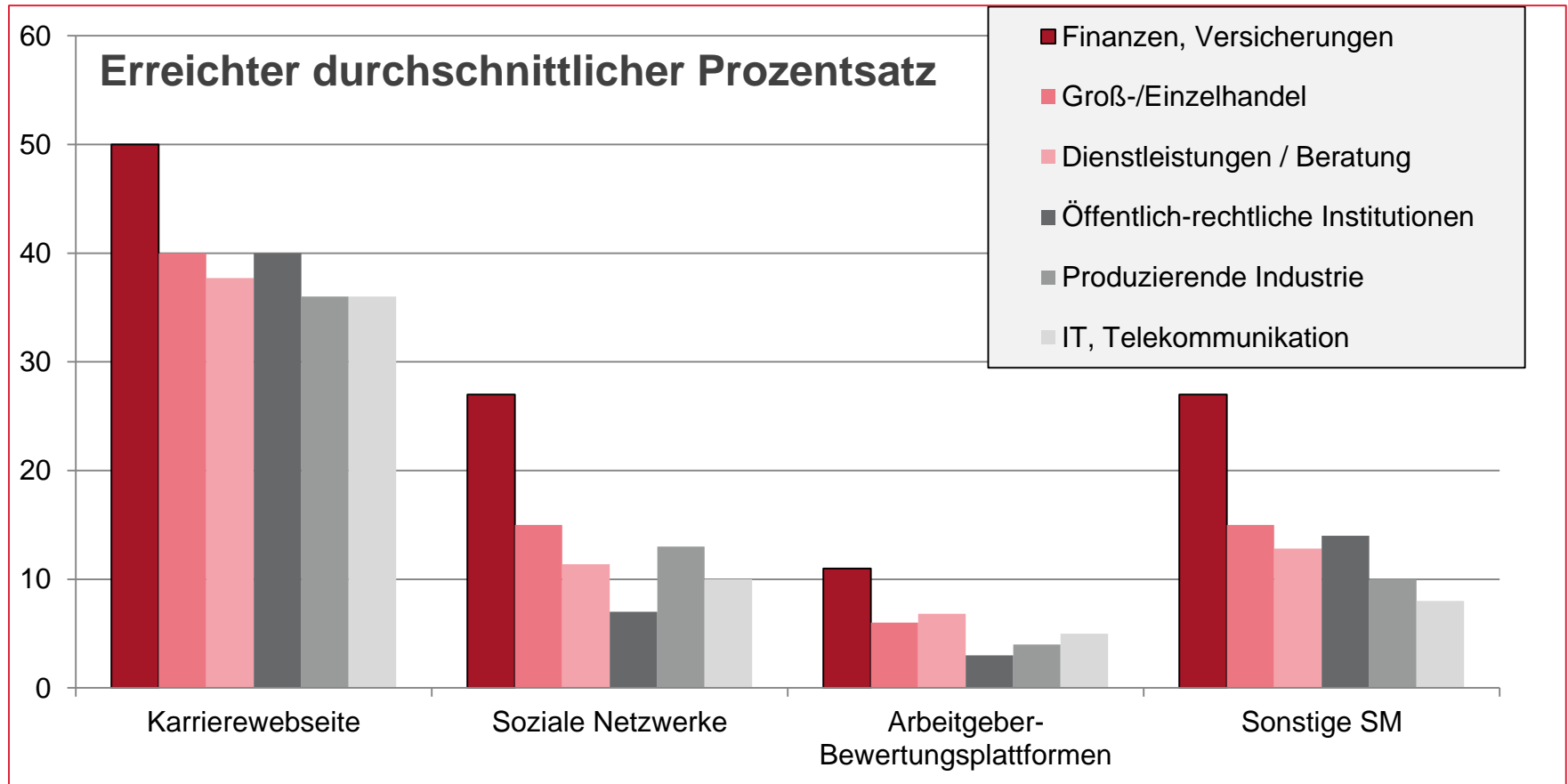
Branche: IT, Telekommunikation

Erreichter durchschnittlicher Prozentsatz



➤ Die Sozialen Medien werden relativ wenig genutzt.

Total erreichter Prozentsatz je Medienkategorie Alle Branchen



➤ Finanzen / Versicherungen nutzen die Unternehmenswebseite und die Sozialen Medien für den HR-Bereich am stärksten.

Prof. Dr. Walter Gora

Cisar – consulting and solutions GmbH

Alt-Moabit 91d

D-10559 Berlin

Deutschland

Tel.: +49(0)30-3949-1667

www.cisar-gmbh.com

kontakt@cisar-gmbh.com