



Kvalitet fremfor kvantitet: Slik hjalp LinkedIn Alv med å tiltrekke motiverte IT-profesjonelle og levere en talentstrategi i Norge.

Suksesshistorien

Økning av talenttilførselen for å møte etterspørselen etter dyktige fagfolk

IT-verdenen er ekstremt konkurransepreget. Teknologi utvikles stadig og behovet for teknologiløsninger som gjør livet – og arbeidet – enklere, fortsetter å vokse i et forbløffende tempo.

Bak de beste IT-løsningene sitter det en hær av dyktige IT-profesjonelle som alltid er ivrige etter å utvikle egen ekspertise. De beste IT-konsulentene har et inngående ønske om å forstå kundene sine. Dette oppnår de ved å tilegne seg ny kompetanse, slik at de kan hjelpe sine kunder til å ligge et skritt foran konkurrentene.

Det er et etos som det norske IT-konsulentfirmaet, Alv, respekterer. Selskapet streber etter å være bransjeledende gjennom rekruttering av IT-bransjens ypperste innen systemutvikling, informasjonssikkerhet, data og prosjektstyring. For å gjøre det trenger selskapet de beste ansatte. Alv bestemte seg for å engasjere LinkedIn, for å øke talenttilførselen og tiltrekke seg et publikum bestående av motiverte fagfolk.



Utfordringen

Å finne ALLE de riktige menneskene med ALLE de riktige ferdighetene

De siste to årene har Alv vokst. I 2019 hadde selskapet tre ansatte. I dag har de 38. Bedriften har et tydelig vekstmål, og innen 2024 vil de opp til 100 ansatte. Alv har som mål å bli Norges mest attraktive og respekterte IT-konsulentfirma, men vil også skape en unik bedriftskultur ved å ansatte de beste innen IT. Men det er ikke enkelt å finne digitale talenter. Før Alv engasjerte LinkedIn, benyttet de en rekke kanaler for rekruttering, formidling og merkevarebygging. Til tross for at selskapet oppnådde mye engasjement, samsvarte ikke søkerens kvalitet med selskapets forventninger. Alv trengte en ny tilnærming og engasjerte LinkedIn for å utvikle en talentstrategi som skulle akselerere selskapets vekstreise.

Løsningen

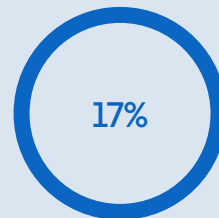
Kvalitet fremfor kvantitet

Alv besluttet at de skulle fokusere på personstrategien og talentmerkevarebygging. Ved å utnytte sin unike arbeids- og bedriftskultur, skapte Alv et merkevarebudskap designet for å appellere til kandidatene. Samtidig brukte de LinkedIn, både for å nå potensielle søkere og rekruttere meget dyktige fagfolk.

“IT er et vanskelig marked å rekruttere i, men det betyr ikke at vi må gå på akkord med kvaliteten når vi ansetter”, forklarer COO og medgründer i Alv, Kristin Bjerke. “Våre kvalitetsmål er viktigere enn veksten vår. Vi ansetter ikke personer som ikke oppfyller alle kravene våre”.

Lær mer

Resultatene



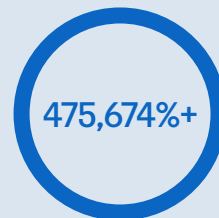
LinkedIn – Alvs primære plattform for rekruttering

De siste tre månedene har 17% av nyansettelser kommet via LinkedIn.



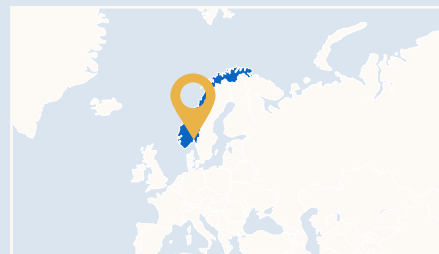
Stor økning i engasjement

I løpet av den tre måneder lange testperioden økte Alv sitt engasjement med 555%, noe som betyr at nesten 20 000 flere personer engasjerte seg for å finne ut mer om selskapet, som et resultat av Alvs kampanje.



Kraftig økning i merkevarebevissthet

Alv økte merkevarebevisstheten sin med 475,674% i løpet av testperioden, etter å ha eksponert Alv for nesten én million mennesker. Dette resulterte i 15 000 jobbvinnere og 1 400 søknader.



Alv laget en videoserie som dokumenterte arbeidshverdagen i selskapet. Den beskriver en typisk arbeidsuke og tar opp relevante og aktuelle temaer, som selskapet tror vil appellere til den typen kandidater de ønsker å tiltrekke seg.

Videoserien har vært en stor suksess. Selv om Alv deler videoinnholdet på YouTube og Facebook, er det på LinkedIn de får mest oppmerksomhet.

“Vi deler innholdet hver tirsdag”, legger Kristin til. “Det har vært veldig vellykket og det har også annonsene våre på LinkedIn vært.”

Hun fortsetter: “Vi er unike fordi vi kun opererer i Norge, og vi trenger IT-konsulenter som snakker flytende norsk. Kundene våre er store selskaper og organisasjoner som opererer i Norge, så det er viktig at konsulentene våre forstår deres behov. Når vi legger ut stillinger på LinkedIn får vi mye interesse fra IT-folk med en internasjonal tilnærming. Vi bruker filtrene hos LinkedIn for å finne søkere som snakker flytende norsk, og dette lar oss finne det digitale talentet vi virkelig har bruk for”.

Jakten på motiverte fagfolk som matcher Alvs etos

Alv sluttet å benytte rekrutteringsselskaper for et år siden. I dag jobber de kun med LinkedIn for å finne det beste IT-talentet og tiltrekke seg et bredt utvalg av kandidater, på tvers av hele IT-spekteret.

“Vi vil bare jobbe med personer som vil jobbe med oss”, fortsetter Kristin. “Hvis vi må presse folk hardt for å vurdere oss, er de ikke den rette personen til jobben”.

Kandidatene blir nøye vurdert. Den rette må være teknisk kompetent, og Alv ser etter personer som ønsker å utvikle både sine personlige og faglige ferdigheter. Søkere må være lærevillige, nettopp fordi teknologien utvikler seg så raskt.

“

Å bruke LinkedIn har vært en avgjørende del av merkevaren, innholdet og rekrutteringsstrategien vår. Det er der vi er sikre på at vi når det riktige publikummet, når de er i riktig sinnstilstand. Steget til et tettere samarbeid med LinkedIn, koordinert av Malte Vilain, tar rekrutteringsstrategien vår til et nytt nivå”.



Kristin Bjerke

Chief Operating Officer og
medgründer i Alv

Lær mer

“Du kan være en god utvikler, men hvis du ikke utvikler deg, henger du etter om et par års tid”, forklarer Kristin. “Vi ser etter konsulenter som vil samarbeide og som forstår at sosialt samspill er viktig. Når du er en utvikler besøker du ikke bare kunden for å implementere en løsning. Du drar dit for å jobbe med dem og skape det de trenger. Derfor må du kunne snakke og samarbeide med andre mennesker”.

Hovedkilden til nye ansettelser

Alv definerer sine forventninger og krav til ansatte tydelig. “Vi tør å si vår mening”, legger Kristin til. “Vi tør å ta med hva vi forventer av folk i våre stillingsannonser. Vi har laget skreddersydde jobbprofiler og derfor har vi klart å tiltrekke oss et bredt talentspekter innen IT.”

Alv har brukt LinkedIn's Talent Solutions-produkter i tre måneder. På denne korte perioden har Alv økt antallet ansettelser. Faktisk kommer 17 prosent av ansettelsene fra LinkedIn. Det betyr at LinkedIn er Alvs primære plattform for rekruttering, nettverksbygging og merkevarebygging.

“IT er et veldig vanskelig felt å jobbe i. LinkedIn har vært en fantastisk plattform og har gitt oss tilgang til kandidater av høy kvalitet. Vi ser frem til å jobbe enda tettere med LinkedIn, og hvis vi fortsetter å bygge på de siste suksesshistoriene våre, er jeg sikker på at vi vil fortsette å vokse og at vi kan utvikle talentstrategien vår sammen”, konkluderer Kristin”

“

LinkedIn har alltid vært vår viktigste plattform for å dele innhold med potensielle ansatte og kunder. LinkedIn er perfekt for oss, fordi personene vi ønsker å målrette oss mot er aktive brukere på plattformen. Med LinkedIn har vi vært i stand til å skape synlighet for å målrette innholdet vårt mot riktig målgruppe, ved å bruke verktøyene som LinkedIn tilbyr.”



Jakob Høgh Gjellestad

Chief Marketing Officer i Alv

Lær mer