

Výsledky

V roce 2023 proběhla jarní a podzimní vlna.

Jarní vlna: duben–květen 2023

Náklad na Nulták: 185 482 Kč

Počet přihlášek: 60

Počet vstupů: 20

Počet nástupů do agentury Ogilvy: 3

Částka za 1 nástup: 61 827 Kč

Podzimní vlna: říjen–prosinec 2023

Náklad na Nulták: 109 770 Kč

Počet přihlášek: 43

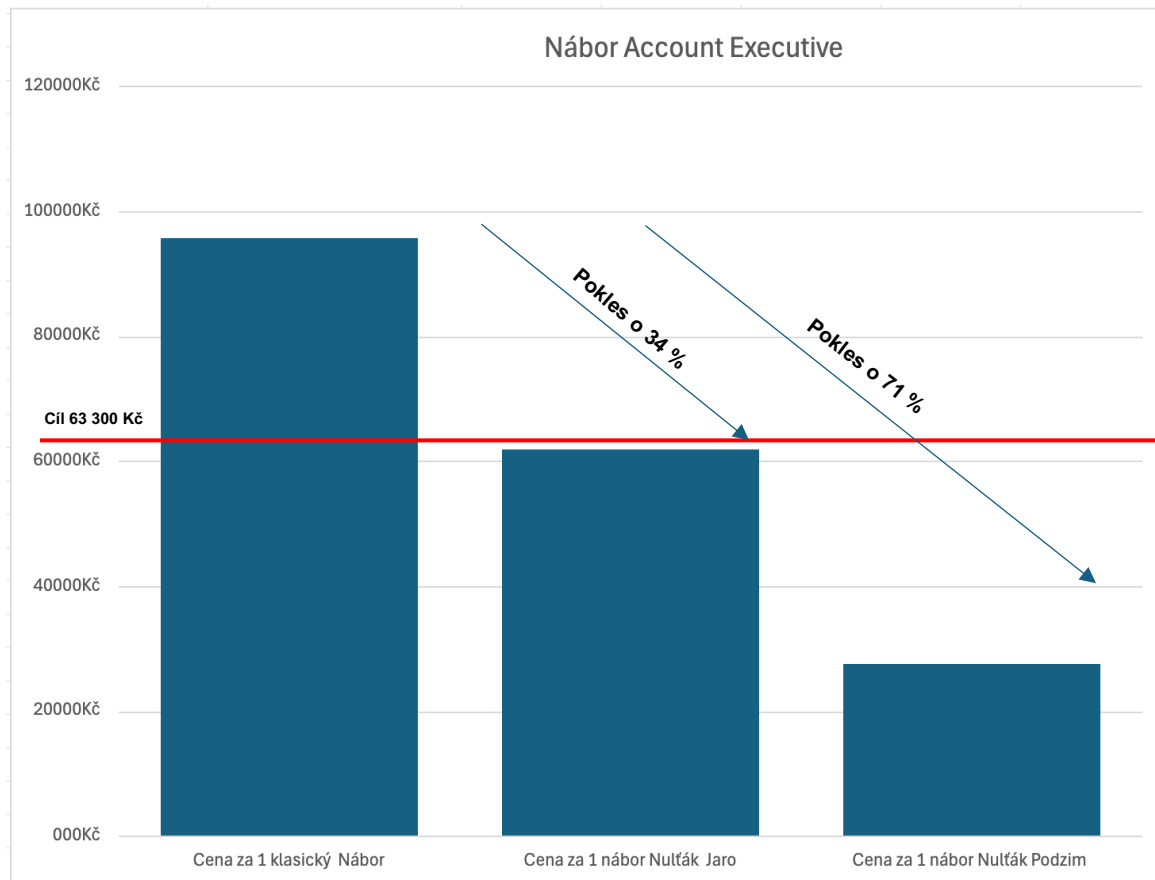
Počet Vstupů: 21

Počet nástupů do agentury Ogilvy: 4

Částka za 1 nástup: 27 442 Kč

VS

Nábor prostřednictvím personálního oddělení na pozici Account Executive: **95 600 Kč**



Hlavní cíl byl překonán nad očekávání

Kampaň překonala očekávání a dosáhla svého cíle s úspěchem. Již jarní vlna doručila o 34 % nižší náklady na nábor. Dle výsledků lze vidět, že průměrná cena za nábor bude z Nultáku bude mít klesající tendenci, protože již druhá vlna doručila pokles 71 %.

Náklady na nábor se budou snižovat

Při realizaci projektu Nulták byl kladen důraz na časovou efektivitu s cílem minimalizovat celkové náklady. Každá přednáška byla strukturována do 20 minut teorie a 70 minut praxe. Lektoři využili svou rozsáhlou databázi materiálů z interního i klientského vzdělávání a sjednotili je pro potřeby 20minutové teoretické části. Tím se jim podařilo zkrátit počáteční přípravu jedné přednášky na pouhé 2 hodiny.

S každým dalším rokem fungování projektu se budou počáteční náklady dále snižovat, jelikož veškeré materiály pro jednotlivé workshopy budou již připraveny. Díky tomu bude počáteční investice do přípravy přednášek minimální.

Dále se daří snižovat i počáteční investice do vývoje strategie, která byla nezbytná na začátku projektu. Klíčovým cílem bylo dosáhnout ziskovosti programu, což se podařilo.

Úžasná možnost eliminovat riziko odchodu ve zkušební době

Celý proces 10 přednášek umožnil sledovat vývoj jednotlivých uchazečů. Na konci každého semestru lze vybrat ty uchazeče, kteří ukazují největší potenciál pro rozvoj a dlouhodobou spolupráci. Nulták poskytuje agentuře exkluzivní příležitost vybrat si uchazeče s minimálním rizikem odchodu, což je velká výhoda pro obě strany – jak pro Ogilvy, tak pro uchazeče.

Ze sedmi lidí, kteří nastoupili do agentury, jich v současné době šest stále pracuje. Během minulého roku odešel jeden stážista po 4 měsících, protože se neztotožňoval s prací v agentuře.

Nábor 10 nových zaměstnanců s úsporou 352 000 Kč ročně

Agentura během roku hledá více executive a juniorních pozic, než dokáže Nulták svými kapacitami zaplnit. Proto tato platforma nemůže plně nahradit tradiční metody nábory. Aby se agentura vyhnula vysoké retenci, vybírá z účastníků Nultáku ročně 10–15 lidí. Přesto tato platforma přináší agentuře finanční úsporu. I kdyby náklady na jeden nábor zůstaly na částce 27 500 Kč, roční úspora by dosahovala více než 352 000 Kč, což je významná suma.

Rozšiřování povědomí o Ogilvy jako přátelském zaměstnavateli

Projekt Nulták má výraznou hodnotu i v tom, že podle zpětné vazby z dotazníků rozdávaných na konci každého programu posiluje mezi mladými lidmi povědomí o Ogilvy jako o přátelském zaměstnavateli. Ze 13 vyplněných dotazníků vyplývá, že si program oblíbili a doporučují ho svým přátelům, spolužákům, a dokonce i sourozencům. Tímto způsobem vytváří ambasadory mezi mladou generací, kteří pomáhají vylepšovat image agentury jako zaměstnavatele.

Analýza odpovědí v dotaznících ukazuje, že účastníci programu oceňují jeho praktickou orientaci, interaktivitu a možnost získat cenné znalosti od profesionálů z oboru. Přednášející jsou hodnoceni velmi pozitivně za svůj přístup, odbornost a ochotu odpovídat na otázky. Účastníci také ocenili příjemnou atmosféru a přátelské prostředí v Ogilvy. Celkově lze konstatovat, že projekt Nulták splňuje svůj vedlejší

cíl – poskytuje mladým lidem kvalitní vzdělání v oblasti marketingu a zároveň prezentuje Ogilvy jako atraktivního zaměstnavatele.