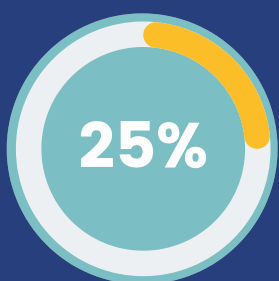


TALENTŲ PRITRAUKIMAS:

Tikslinio užsienio lietuvių portreto identifikavimas



gyventojų Lietuvoje sumažėjimas nuo 1990m.

TMO, 2018

išvykusiųjų 2019 m. buvo aukštos kvalifikacijos specialistai



STRATA, 2020



naujų darbo vietų ES 2030 m. reikalaus aukštos kvalifikacijos

CEDEFOP, 2018

Aktyvus siekimas susigrąžinti iš Lietuvos į užsienį išvykusius specialistus – būdas Lietuvai mažinti vis didėjantį atotrūkį tarp darbo jėgos paklausos ir pasiūlos.



Work in Lithuania (WIL) programos tikslas – mažinti šį atotrūkį ir skatinti aukštos kvalifikacijos specialistų pritraukimą ir grįžtamąją migraciją.



WIL svetainė sulaukia vid. 35 tūkst. apsilankymų per mėnesį, tačiau kokie yra tikslinio kandidato kriterijai?



Dėl duomenų trūkumo nėra identifikuotas tikslinio užsienio lietuvių portretas ir jam aktualus vertės pasiūlymas.

SPRENDIMAI:

LIETUVOS DARBO RINKOS KONKURENCINGUMAS

Atlikta WIL ir kitų darbo skelbimų platformų analizė, siekiant atrasti konkurencingiausias nišas

TIKSLINIO UŽSIENIO LIETUVIO PORTRETAS

Atliktas kokybinis tyrimas, įtraukiant fokus grupes ir ekspertinius interviu, siekiant surinkti duomenis tikslinio užsienio lietuvių portreto identifikavimui

RINKODAROS VEIKSMŲ OPTIMIZAVIMAS

Paruoštos tikslios gairės ir ilgalaikė strategija rinkodaros veiksmų optimizavimui

TIKSLAI:

1.

Atlikti diasporos tyrimų analizę, siekiant surasti informacinę spragą tikslinio užsienio lietuvių apibrėžimui. Kitas žingsnis – atlikti WIL sėkmingų kandidatų CV analizę, stengiantis nustatyti kandidatų kokybės kriterijus.

2.

Išanalizuoti karjeros galimybių Lietuvoje pasiūlą ir patrauklumą kitų valstybių kontekste. Tai svarbu, siekiant apibrėžti perspektyvias nišas, kur Lietuvos vertės pasiūlymas konkuruotų su užsienio rinkų pasiūla.

3.

Identifikuoti tikslinio užsienio lietuvių portretą. Tai padėtų Lietuvai pritaikyti savo vertės pasiūlymą labai aiškiai auditorijai ir pasiekti jį efektyviausiais rinkodaros veiksmais.

PROJEKTO EIGA IR METODOLOGIJA

Išanalizuoti diasporos tyrimai

Siekiant atrasti žinių apie užsienio lietuvių auditoriją spragą, bus išanalizuotos iki šiol darytos apklaustos ir tyrimai šioje srityje.

Atliktas kokybinis tyrimas

Norint suprasti užsienio lietuvių motyvaciją, iššūkius ir elgseną internete, bus atlikti semi-struktūruoti interviu fokus grupėse su užsienio lietuviais, kuriems gali būti patrauklus Lietuvos vertės pasiūlymas.

Išanalizuoti WIL renkami duomenys

Lyginami interviu ciklo rezultatai su WIL renkamais duomenimis ir identifikuojamos duomenų nišos, kurios padėtų sekti kliento kelionę ir ją tobulinti.

Atlikta šalies darbo rinkos analizė

Atlikus darbo užmokesčio, siūlomų papildomų naudų ir darbdavių keliamų reikalavimų analizę, atrastos patraukliausios nišos, kur Lietuvos vertės pasiūlymas galėtų būti konkurencingas kitų valstybių kontekste.

Identifikuotas užsienio lietuvių portretas

Šiame etape bus išanalizuoti tyrimo duomenys ir apibrėžtas tikslinis užsienio lietuvių portretas: identifikuotas pasiūlos bei poreikių atitikimas tarp Lietuvos darbdavių ir aukštos kvalifikacijos lietuvių užsienyje.

Parengtos gairės efektyviems rinkodaros veiksams

Parengtos tikslios gairės rinkodaros veiksniams optimizavimui. Pagal apibrėžtą tikslinio užsienio lietuvių portretą, bus įtraukti siūlymai paveikiam Lietuvos vertės pasiūlymui tikslinėms auditorijoms.



TIKSLINIO KANDIDATO PORTRETAS*

"USER PERSONA"



*Apklausų metu identifikuojamas portretas bus išsamesnis ir detalesnis nei nurodoma pavyzdyje.