

Bilag 3: Modellen til indsamling af svar

Survey-leverandøren til rekrutterings-surveyen vurderer, at det teknisk er muligt at levere svar til eksterne jobportaler i forbindelse den normale dataindsamling. Dette uden at kvaliteten af den nuværende dataindsamling påvirkes negativt (svarprocenter, dækningsgrader, sikre celler mv.).

Anvendelse af Samarbejdspartnerens data vil udvide antallet af mulige jobopslag til brug for rekrutterings-surveyen og give et mere dækkende datagrundlag. Til gengæld vil anvendelse af data fra eksterne jobbanker betyde, at kompleksiteten af dataindsamlingens øges en smule.

Jobopslag inddeles i tre grupper:

1. **Jobopslag fordeles:** Den samlede population af jobopslag fordeles på geografi og stillingsbetegnelser.
2. **Virksomheder kontaktes af Survey-leverandøren:** For hver "celle" kontaktes virksomheder indtil en celle kan lukkes. Når cellen lukkes, indsamles der ikke flere svar for den specifikke stillingsbetegnelse i regionsområdet. Virksomhederne kontaktes med den samme introtekst som i dag. Gruppen kontaktes på samme måde som i dag og modtager alle samme 8 spørgsmål.
3. **Oplysninger om Samarbejdspartnerens egne kunder deles med Samarbejdspartneren:** Opslag fra Samarbejdspartneren indhentes af STAR evt. via Survey-leverandøren, men deles med Samarbejdspartneren, for jobopslag fra Samarbejdspartnerens egne kunder. Disse virksomheder modtager også en introtekst der er ens med den STAR anvender i sin del af survey. Samtidig skal Samarbejdspartneren sørge for at virksomhederne oplyses om at data deles med STAR og indsamles til formålet om at afdække rekrutteringssituationen på det danske arbejdsmarked.

Udvikling af den eksisterende survey

Survey-leverandøren vurderer, at de kan håndtere dette setup inden for den eksisterende dataindsamlingsmodel.

Modellen skal blandt andet håndtere følgende:

1. At survey spørgsmål udsendes også indsamles for forskellige eksterne jobportaler.
2. At rekrutterings-surveyen fortsat bliver gennemføres så optimalt som muligt. Dvs. at der indsamles svar til at dække flest mulige sikre celler.

3. Samarbejdspartneren får indsamlet data på sine egne kunder inden for rammerne af de definerede frihedsgrader og sikring af den højest mulige svarprocent.
4. At designet forbliver ens for de surveys der udsendes til alle virksomheder.
5. Samarbejdspartneren opslag skal beriges med de nødvendige oplysninger, surveyen har brug for, såsom e-mail, kontaktoplysninger, telefon, stillingsbetegnelse, p-numre, jobopslagstekst, dato, antal stillinger osv.
6. At leverandøren til en hver tid håndterer og prioriterer dubletter ud fra kvaliteten af de informationer der findes i metadata for det enkelte jobopslag.