

Nábor spolupracovníků – pojišťovna ABC Ostrava

Strategický plán získání 12 nových obchodních zástupců pro ostravskou pobočku pojišťovny ABC

STAV	Aktivní
VERZE	1
CELKEM SEKCE	6
AUTOR	ProfiPlans Team

STRUKTURA PLÁNU

● Cíle	1
● Analýza	1
● Strategie	1
● Akční kroky	1
● Rizika	1
● Shrnutí	1

Obsah

CÍLE

1. Náborové cíle a požadavky

ANALÝZA

2. Analýza náborového trhu Ostrava

STRATEGIE

3. Náborová strategie a kampaň

AKČNÍ KROKY

4. Akční plán a harmonogram

RIZIKA

5. Rizika náborového procesu

SHRNUTÍ

6. Onboarding a metriky úspěchu

Cíle

Definované cíle a výstupy plánu.

1

Náborové cíle a požadavky

Hlavní cíl Získat **12 kvalitních obchodních zástupců** pro pobočku Ostrava do 6 měsíců s minimální fluktuací v prvním roce.

Kvantitativní cíle

| Metrika | Cíl | |-----|----| | Počet nových spolupracovníků | 12 | | Časový rámec | 6 měsíců | | Retenční míra po 12 měsících | min. 75 % | | Průměrná produkce po 6 měsících | 80 000 Kč/měsíc | | Náklady na nábor (CPH) | max. 25 000 Kč/osobu |

Profil ideálního kandidáta

Povinné požadavky - Věk 25–50 let - Středoškolské vzdělání s maturitou - Komunikativnost a prezentační dovednosti - Vlastní automobil + ŘP skupiny B - Čistý trestní rejstřík - Ochota pracovat na IČO (OSVČ)

Výhodou - Zkušenosti v obchodě/prodeji - Zkušenosti v pojišťovnictví nebo finančních službách - Existující klientská databáze - Znalost ostravského regionu

Osobnostní profil - Proaktivní, samostatný - Odolný vůči odmítnutí - Orientovaný na výsledky - Důvěryhodný, empatický

Typy pozic

Junior obchodní zástupce (8 míst) - Bez/minimální zkušenosti v oboru - Intenzivní onboarding (3 měsíce) - Garantovaná provize první 3 měsíce - Mentoring od seniora

Senior obchodní zástupce (4 místa) - Min. 2 roky v pojišťovnictví/financích - Vlastní portfolio klientů výhodou - Vyšší provizní sazby od startu - Možnost vedení týmu do 12 měsíců

Co nabízíme

- Provize 15–35 % dle produktu - Bonusy za plnění cílů (kvartální, roční) - Komplexní vzdělávání (certifikace ČNB hrazena) - Kariérní růst (team leader, manažer pobočky) - Flexibilní pracovní doba - Zázemí kanceláře v centru Ostravy - Soutěže a incentivní zájezdy

Analýza

Rozbor současného stavu a prostředí.

2 Analýza náborového trhu Ostrava

Charakteristika regionu

Demografické údaje - Populace Ostrava + okolí: ~500 000 - Ekonomicky aktivní (25–55 let): ~220 000 - Míra nezaměstnanosti: 4,8 % (nad průměrem ČR) - Průměrná mzda: 38 500 Kč (pod průměrem ČR)

Implikace pro nábor - Vyšší ochota přijmout provizní model - Menší konkurence od korporátů (méně centrální) - Nižší kupní síla = menší pojistné částky - Tradičně silná vazba na jednoho zaměstnavatele

Konkurence na trhu práce

Přímí konkurenti (pojišťovny)

Pojišťovna	Počet zástupců v MSK	Náborová aktivita
Kooperativa	~80	Střední
Generali	~50	Vysoká (kampaň)
Allianz	~40	Nízká
NN	~30	Střední
UNIQA	~25	Vysoká

Nepřímí konkurenti - Finanční poradenské sítě (Partners, Broker Consulting) - Bankovní poradci - MLM společnosti - B2B obchod (telco, energie)

Zdroje kandidátů

Prioritní kanály

- **Doporučení od stávajících spolupracovníků**** - Konverzní poměr: 25–30 % - Náklady: Odměna 5 000 Kč za nábor - Potenciál: 3–4 kandidáti
- **LinkedIn a profesní sítě**** - Aktivní oslovování prodejců z jiných oborů - Auto dealerství, retail management, B2B sales - Potenciál: 150+ relevantních profilů
- **Pracovní portály (Jobs.cz, Prace.cz)**** - Broadcastový dosah - Vyšší objem, nižší kvalita - Nutná důkladná filtrace

4. ****Facebook/Instagram kariérní reklamy**** - Cílení: 25–45, Ostrava +50km, zájmy: podnikání, osobní rozvoj - Nižší kvalita, ale levné leady

Sekundární kanály - Vysoké školy (VŠB-TUO ekonomická fakulta) - Úřady práce (rekvalifikace) - Kariérní veletrhy - Outplacement programy (propouštění z továren)

SWOT náboru v Ostravě

| Silné stránky | Slabé stránky | |-----|-----| | Silná značka ABC | Provizní model odrazuje konzervativní | | Atraktivní provize | Konkurence Generali (aktuální kampaň) | | Kariérní růst | Vzdálenost od centrály (Praha) |

| Příležitosti | Hrozby | |-----|-----| | Propouštění v průmyslu | Lepší nabídka konkurence | | Rostoucí zájem o OSVČ | Negativní PR pojišťovnictví | | Post-covid finanční uvědomění | Regulatorní změny (IDD) |

Strategie

Strategie k dosažení cílů.

3 Náborová strategie a kampaň

Komunikační strategie

Employer Value Proposition (EVP)

Hlavní sdělení: "Staň se pánem svého času a příjmu. U ABC tě naučíme prodávat a podpoříme na cestě k úspěchu."

Klíčové benefity (WIIFM): 1. **Svoboda:** Flexibilní pracovní doba, žádný mikromanagement 2. **Peníze:** Neomezený příjem, realisticky 50–150k/měsíc 3. **Růst:** Certifikace, školení, kariérní postup 4. **Podpora:** Tým, mentoring, zázemí

Tone of Voice - Upřímný – nemalujeme vzdušné zámky - Motivační – "můžeš to dokázat" - Profesionální – jsme seriózní firma - Lidský – příběhy skutečných lidí

Kampaň: "Prodej, který dává smysl"

Fáze 1: Awareness (týden 1–4)

Cíl: Dostat se do povědomí potenciálních kandidátů

Aktivity: - LinkedIn Ads: "Hledáme obchodní talenty v Ostravě" - Facebook/Instagram: Video testimonials současných top performerů - Firemní stránka: Kariérní sekce s příběhy - PR článek: "Jak si v Ostravě vydělat 100 000 měsíčně v pojišťovnictví"

Fáze 2: Consideration (týden 3–8)

Cíl: Přeměnit zájem na přihlášky

Aktivity: - Kariérní webinář: "Jak začít v pojišťovnictví" (online, 1h) - Dny otevřených dveří na pobočce (2× měsíčně) - Retargeting reklamy na navštěvující web - E-book: "10 mýtů o práci pojišťovacího poradce"

Fáze 3: Application (kontinuálně)

****Cíl:**** Snadný proces přihlášení

****Aktivity:**** - Jednoduchý formulář (5 polí max) - Možnost přihlásit se přes LinkedIn - Chatbot pro zodpovězení FAQ - Rychlá reakce (do 24h)

Výběrový proces

Krok	Aktivita	Délka				
1	Přihláška	-				
2	Telefonický screening	15 min				
3	Osobní pohovor	45 min				
4	Assessment centrum	3h				
5	Finální pohovor s manažerem	-				
6	Nabídka	-				

Kritéria hodnocení

Fáze	Kritéria	Kdo hodnotí				
Screening	Motivace, dostupnost, základní fit	HR				
Pohovor	Komunikace, zkušenosti, osobnost	Recruiter + Manažer				
Assessment	Prodejní simulace, týmová práce, odolnost	HR + Trenér				
Finální	Kulturní fit, očekávání	Ředitel pobočky				

Hiring funnel cíle

Fáze	Vstup	Konverze	Výstup					
Přihlášky	200	-	200					
Screening	200	40 %	80					
Pohovor	80	50 %	40					
Assessment	40	50 %	20					
Nabídka	20	70 %	14					
Nástup	14	85 %	12					

Akční kroky

Konkrétní kroky pro realizaci.

4 Akční plán a harmonogram

Měsíc 1: Příprava

Týden 1–2 - [] Finalizace job description a EVP - [] Příprava kariérní stránky na webu - [] Natočení video testimonials (3 spolupracovníci) - [] Nastavení ATS systému pro tracking - [] Brief pro grafika (vizuály kampaně)

Týden 3–4 - [] Spuštění inzerátů (Jobs.cz, Prace.cz, LinkedIn) - [] Start LinkedIn Ads a Facebook kampaně - [] Rozeslání interní komunikace (doporučení) - [] Příprava assessment centra (scénáře, hodnotitelé) - [] Školení recruiterů na screening hovory

Měsíc 2–3: Intenzivní nábor

Týdenní aktivity - [] 30–40 screening hovorů týdně - [] 10–15 osobních pohovorů týdně - [] 1 assessment centrum (5–8 kandidátů) - [] 2–3 nabídky týdně

Milníky - [] **Konec měsíce 2:** 4 podepsané smlouvy - [] **Konec měsíce 3:** 8 podepsaných smluv (kumulativně) - [] První skupina v onboarding

Měsíc 4–5: Doplnování a optimalizace

Aktivity - [] Doladění kampaně dle výsledků - [] Zvýšení/snížení rozpočtu dle potřeby - [] Cílený headhunting na senior pozice - [] Druhá vlna assessment center

Milníky - [] **Konec měsíce 5:** 12 podepsaných smluv - [] Druhá skupina v onboarding

Měsíc 6: Uzavření a vyhodnocení

- [] Ukončení aktivní kampaně - [] Vyhodnocení náborových metrik - [] Feedback od nových spolupracovníků - [] Lessons learned pro budoucí nábor - [] Vytvoření talent poolu pro budoucnost

Rozpočet kampaně

Položka	Částka	----- -----	Pracovní portály (6 měsíců)	45 000 Kč	LinkedIn Ads + premium	60 000 Kč	Facebook/Instagram Ads	40 000 Kč	Video produkce	25 000 Kč	Assessment centrum (5×)	50 000 Kč	Referral bonusy (4× 5 000)	20 000 Kč	Kariérní veletrh	15 000 Kč	Grafika a materiály	15 000 Kč	Rezerva	30 000 Kč	**CELKEM**	**300 000 Kč**
---------	--------	-------------	-----------------------------	-----------	------------------------	-----------	------------------------	-----------	----------------	-----------	-------------------------	-----------	----------------------------	-----------	------------------	-----------	---------------------	-----------	---------	-----------	-------------------	-----------------------

****Cost per hire:**** 300 000 / 12 = ****25 000 Kč****

Rizika

Identifikovaná rizika a opatření.

5 Rizika náborového procesu

Riziko 1: Nedostatek kvalitních kandidátů

****Pravděpodobnost:**** Střední ****Dopad:**** Vysoký

****Příčiny:**** - Silná konkurence (Generali kampaň) - Špatná pověst provizního prodeje - Neatraktivní region pro talenty

****Mitigace:**** - Rozšíření geografického cílení (Frýdek-Místek, Opava, Karviná) - Headhunting z jiných oborů (auto dealerství, retail) - Zvýšení referral bonusu na 8 000 Kč - Spolupráce s VŠB-TUO (absolventi)

Riziko 2: Vysoká fluktuace v prvních měsících

****Pravděpodobnost:**** Střední až vysoká ****Dopad:**** Vysoký (promarněná investice)

****Příčiny:**** - Nerealistická očekávání kandidátů - Nedostatečný onboarding - Špatný cultural fit

****Mitigace:**** - Transparentní komunikace v procesu ("není to pro každého") - Robustní assessment centrum s realistickou simulací - Strukturovaný 90denní onboarding s mentorem - Check-in hovory po 2, 4, 8 týdnech - Garantovaná minimální provize první 3 měsíce

Riziko 3: Právní a compliance problémy

****Pravděpodobnost:**** Nízká ****Dopad:**** Vysoký

****Příčiny:**** - Kandidát nemá čistý rejstřík - Neplatná certifikace ČNB - Konkurenční doložka u předchozího zaměstnavatele

****Mitigace:**** - Výpis z rejstříku trestů jako podmínka - Ověření certifikací v registru ČNB - Dotaz na konkurenční doložku při screeningu - Právní konzultace u sporných případů

Riziko 4: Překročení rozpočtu

****Pravděpodobnost:** Střední ****Dopad:** Střední****

****Příčiny:**** - Nízká konverze = více reklamy - Vyšší náklady na senior kandidáty - Nepředvídané náklady (assessment)

****Mitigace:**** - Týdenní tracking rozpočtu - Prioritizace kanálů dle CPH - Zastavení neefektivních kampaní - Schválení překročení nad 10 % managementem

Riziko 5: Reputační poškození

****Pravděpodobnost:** Nízká ****Dopad:** Střední****

****Příčiny:**** - Negativní recenze na Atmoskop/Glassdoor - Špatná zkušenost odmítnutých kandidátů - Nevhodná komunikace recruiterů

****Mitigace:**** - Feedback všem kandidátům (i odmítnutým) - Profesionální a respektující přístup - Monitoring recenzí, reakce na negativní - Školení recruiterů na candidate experience

Shrnutí

Závěrečné shrnutí a harmonogram.

6

Onboarding a metriky úspěchu

Onboarding program (90 dní)

Týden 1: Orientace - Den 1–2: Seznámení s firmou, kulturou, týmem - Den 3–5: Produktové školení (základy) - Výstup: Znalost základních produktů

Týden 2–4: Intenzivní vzdělávání - Certifikace ČNB (IDD) - Prodejní techniky a skripty - CRM systém a administrativa - Shadowing seniorních kolegů - Výstup: Certifikace + první samostatné schůzky

Měsíc 2: Praxe s podporou - Vlastní schůzky s mentorem na telefonu - Týdenní 1:1 s team leaderem - Min. 15 schůzek s klienty - Výstup: První uzavřené smlouvy (cíl: 3)

Měsíc 3: Samostatnost - Snížená frekvence mentoringu - Plná odpovědnost za pipeline - Účast na týmových poradách - Výstup: Stabilní produkce 50 000+ Kč provize

Klíčové metriky (KPIs)

Náborové metriky

| Metrika | Cíl | Měření | |-----|----|-----| | Počet přihlášek | 200 | ATS systém | | Time to hire | 35 dní | ATS systém | | Cost per hire | 25 000 Kč | Finance | | Offer acceptance rate | 70 % | HR report | | Quality of hire (po 6m) | 80 % plní cíle | Produkční report |

Retenční metriky

| Metrika | Cíl | Měření | |-----|----|-----| | 30denní retence | 95 % | HR systém | | 90denní retence | 85 % | HR systém | | 12měsíční retence | 75 % | HR systém | | eNPS nových lidí | 40+ | Průzkum po 90 dnech |

Odpovědnosti

| Role | Osoba | Odpovědnost | |-----|-----|-----| | Sponzor projektu | Ředitel pobočky | Rozpočet, finální rozhodnutí | | Náborový manažer | HR Business Partner | Strategie, koordi-

nace, reporting | | Recruiter | [Jméno] | Operativní nábor, screening, pohovory | | Hiring manažer | Team Leader | Finální pohovory, assessment | | Trenér | Produktový specialista | Onboarding, certifikace |

Shrnutí

Úspěšný nábor 12 obchodních zástupců vyžaduje:

1. **Atraktivní nabídku** – realistickou, ale motivující 2. **Multichannel kampaň** – kombinace online a offline 3. **Důkladný výběr** – assessment centrum jako filtr 4. **Kvalitní onboarding** – 90denní program s mentorem 5. **Měření a iterace** – týdenní tracking, rychlé úpravy

Očekávaný výsledek: 12 nových spolupracovníků, z nichž 9+ zůstane aktivních po 12 měsících a generuje průměrnou měsíční produkci 80 000+ Kč.

Tento dokument je vzorový plán z ProfiPlans.com

ProfiPlans

AI facilitované strategické plánování