

Dom over hjemmesiderne

► **HÅRDE DOMME.** Tim Arnold og Janne Larsen har kigget hjemmesiderne igennem med jobansøgernes øjne og afsagt deres dom. [foto: Carsten Lauridsen/Polfoto.]



En næsten færdiguddannet ingeniør og en hjemmesideekspert vurderer, hvor gode virksomhedernes hjemmesider er til at sælge jobs til de nyuddannede

Af Mette Buck Jensen
mbj@ing.dk

Hvor finder du oplysninger om virksomhederne, når du skal ud at søge job? Hvis du gør som de fleste andre, så er nettet, det første sted, du kigger. Men der er stor forskel på virksomhedernes hjemmesider, erklærer Ingeniørens dommerpanel.

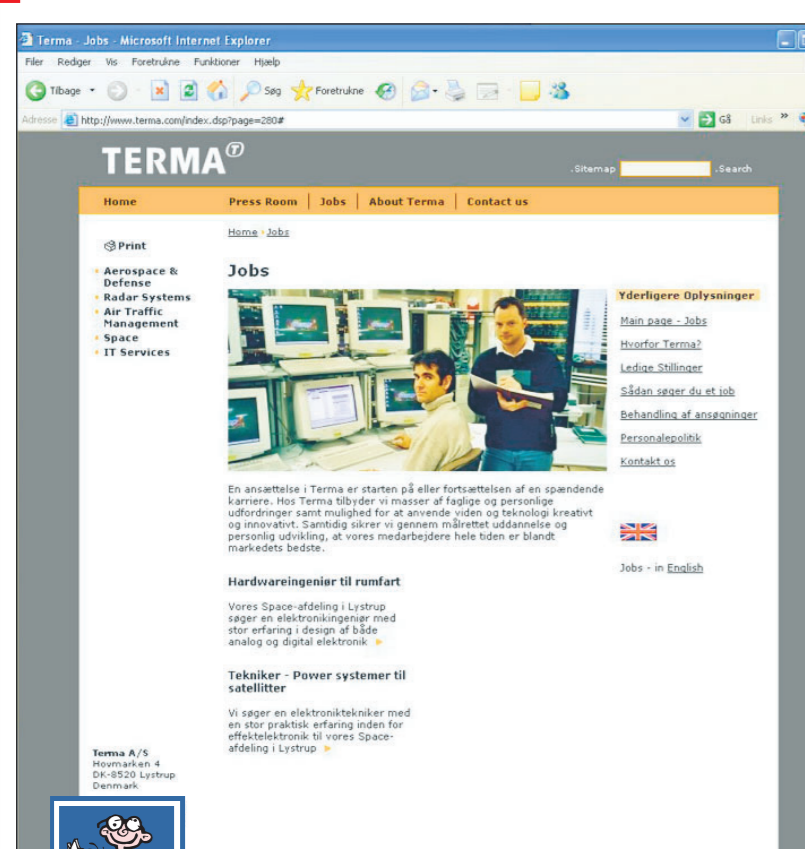
Den første hårdtskydende dommer er **Tim Arnold**, der til sommer er færdig som maskingeniør fra Ingeniørhøjskolen i København. »Hjemmesiden giver mig et billede af firmaet.

Den skal f.eks. ikke være rodet eller lukket, men informere og sælge virksomheden til mig, ellers står de dårligere, når jeg skal vælge arbejdsgiver.« erklærer Tim, der eksempelvis gerne vil vide noget om arbejdsmiljøet, opgaverne og hvilke kvalifikationer, virksomheden søger. Han er kender dog, at selvom hjemmesiden er dårlig, så er det i sidste ende stillingen, der tæller.

I dommerpanelet sidder herudover **Janne Larsen** fra konsulentvirksomheden Kadence Kommunikation, der vejleder virksomheder om bl.a. hjemmesider.

»Virksomhederne skal huske at indbyde til

dialog frem for blot at informere. De bør bruge cases og være interaktive. Og så skal de give et realistisk billede af sig selv,« siger hun og tilføjer, at de også bør være aktuelle og lade det, de påstår i teksten, skinne igennem på hele siden. De to dommere har bedømt hjemmesiderne efter navigation og design samt indhold og formidling. Hver hjemmeside har fået 1-5 nyudklækkede ingeniører alt efter deres evne til at sælge virksomheden til de nye i faget. □



TERMA: WWW.TERMA.DK

Janne: De har en katastrofal blanding af dansk og engelsk. Siden er rodet og uoverskuelig, og der er ingen hjælp. Der er heller ingen fokus på dialog eller nogen form for jobagent. De vil fortælle alt for meget på for lidt plads og ender uden rød tråd i det samlede indtryk.

Tim: Dårlig navigation og en rodet side, der ikke tiltaler ingeniører. Siden giver ikke umiddelbart et billede af virksomheden. Men der står, hvad man skal bruge, og de har en fin liste med ledige jobs.

Konklusion: De får fortalt det nødvendige, så vi er flinke og giver dem 3.



GREENLAND CONTRACTORS: WWW.GREENLANDCONTRACTORS.DK

Janne: Ikke vild med designet, men ellers det bedst tænkelige jobsite. De er fokuserede på, at det er svært at tiltrække folk, så de går aktivt ind og svarer på alle spørgsmål plus lidt mere. Alt fra internetforbindelse til risikoen for radioaktiv stråling. De er meget ærlige og fortæller; hvad de forventer, og hvad du kan forvente.

Og så er det super godt med RSS-feed. **Tim:** Rigtig godt bygget op, super menu og design. Der er rigtig mange informationer, og godt med gennemgang af ansøgningsprocessen. Meget anvendelig og lækker side, der er flot standardiseret hele vejen igennem. Man kan tydeligt se, at deres højeste prioritet er jobsøgere.

Konklusion: Den giver et meget troværdigt billede, er super praktisk og informerer om alting på en god måde. 5 til den!

TABERE OG VINDERE

Hos Birch & Krogboe kom nyheden om dumpekarakteren ikke som nogen overraskelse.

»Vi er godt klar over, at vores hjemmeside ikke lever op til standarderne. Derfor har vi allerede nedsat en arbejdsgruppe, der arbejder på en helt ny hjemmeside, der er klar til sommer,« forklarer kommunikationschef **Jacob Michael Lund**.

Vinderne i Cowi blev glade, men heller ikke særlig overraskede. Der lægger nem-

lig et kæmpe stykke arbejde bag deres successide; de får analyseret, hvad de nyuddannede gerne vil vide, og baserer herefter hjemmesiden på resultaterne.

»Det er et meget ressourcerelevende, men det er det værd, for vi lever jo af de gode hoveder,« fortæller kommunikationschef **John Jørgensen**, der vurderer, at Cowi helt sikkert får flere ansøgere pga. siden.

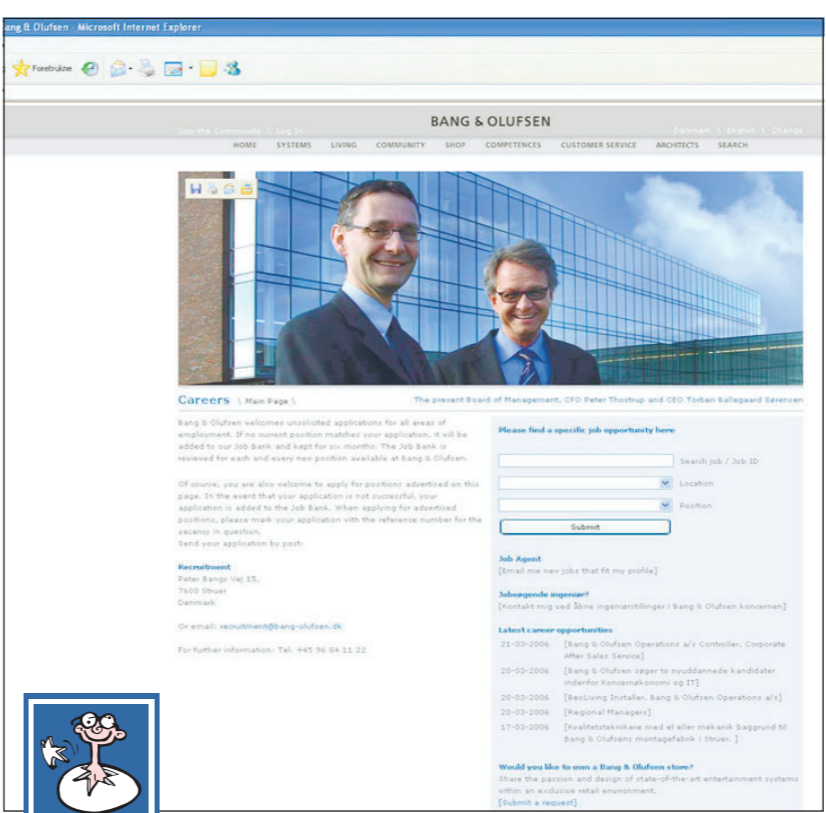
Han forklarer, at de samtidig gør me-

get ud af at være ærlige i stedet for at tegne et uægte skønmaleri. De har til gengæld også megen trafik på jobsitet, og de mange kontaktmuligheder bliver flittigt brugt af jobsøgende.

Overraskelsen var til gengæld stor hos de meget informative Greenland Contractors, da deres side er helt ny og end ikke færdig.

»Det er da dejligt at vide, at det er lykkedes. Vores mål er netop at orientere

om, hvordan det er at arbejde og leve i Thule, og hvad folk kan forvente, når de kommer derop,« fortæller den glade direktionsassistent **Sofie Daa Funder-Nielsen**, der forklarer, at de endda arbejder på at få endnu flere informationer ud på siden.

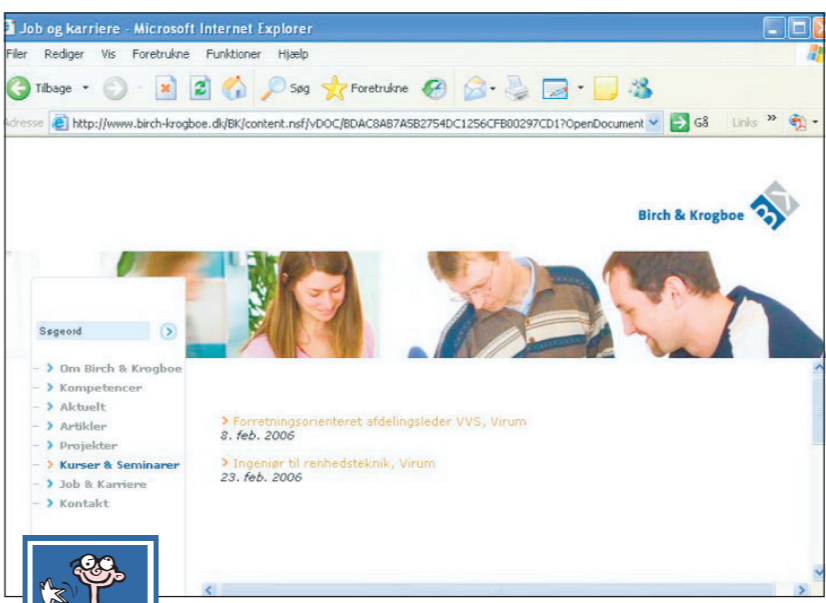


BANG & OLUFSEN: WWW.BANG-OLUFSEN.DK

Tim: Det er svært at finde job-linket, og når man først kommer derind, står der meget lidt og intet om f.eks. jobforhold og arbejdsmiljø. De regner måske med, at vi kender navnet, men vi ved jo ikke, hvordan det er at arbejde der. Jobagenten er dog en god service, og siden er lækker, ligesom deres produkter.

Janne: De er for selvfede og det hele ser ud til at handle om image og design. De har enorme fotos og meget lidt tekst, og der mangler en masse oplysninger. Det bliver til et udstillingsvindue uden dialog. Jeg er skuffet.

Konklusion: Det er en lækker hjemmeside og god jobagent, hvis den virker, men de fortæller slet ikke, hvordan det er at arbejde der, så de får kun 2 nyudklækkede ingeniører.



BIRCH & KROGBOE: WWW.BIRCH-KROGBOE.DK

Tim: Umiddelbart ser det godt ud; meget simpelt, overskueligt og lyst. Men der står ingenting! Hvorfor hedder linket Job og KARRIERE, når der intet står om karriere, men kun er tre stillingsopslag. Der er ingen overskrift, hjælpe-links eller kontakinfo. Man får ikke et indtryk af firmaet overhovedet – det kunne lige så godt være et it-firma. Og så er der dårlig navigation.

Janne: Det er noget af en bundskraber i forhold til de andre. De skriver, at de har et "lidenskabeligt forhold til byggeri,« men det skrider de jo ikke ligefrem ud igennem webben. De har dog gemt nogle informationer under Projekter, men det er ikke godt nok, at vi selv skal lede efter, hvem de er, og hvad de laver.

Konklusion: Stor mangel på informationer. Den dårligste i testen. Dumpekarakter!

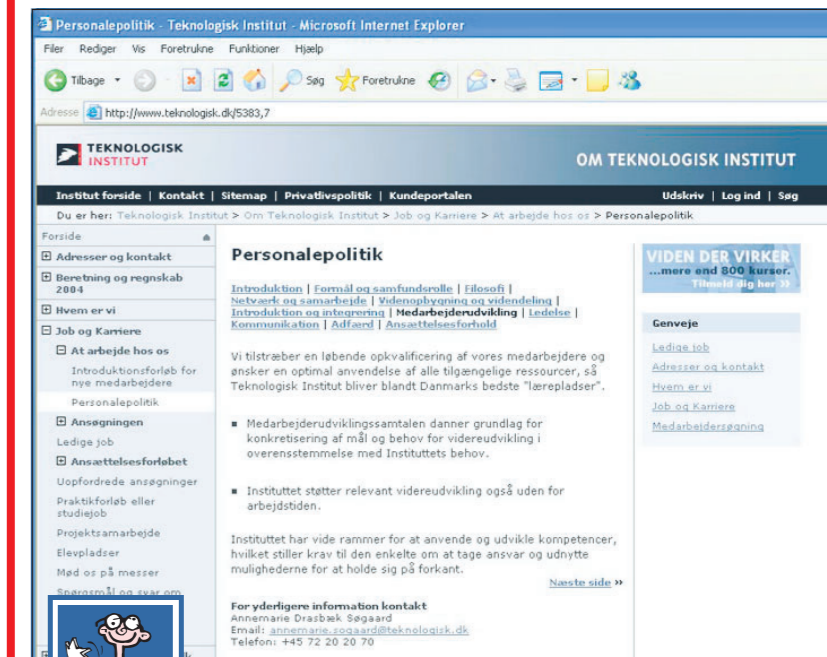


COWI: WWW.COWI.DK

Janne: Det er skønt med cases, ansigter og citater – der er nogle mennesker, der taler. Det er godt med små faktabokse og links, men det bliver også lidt tungt flere steder. De tænker hele vejen rundt og har virkelig gennearbejdet siden. De har klart fokus på talentpleje og de ønskede medarbejdere.

Tim: Det er nemt at navigere rundt med undermenuerne, og det er dejligt med overskrifter: "At arbejde i Cowi" – lige det man har brug for. Meget brugbart, godt bygget op og utrolig megen information. Og så er det smart, at man kan sende ansøgning det rigtige sted hen via siden.

Konklusion: Super god og brugbar hjemmeside med uendelige mængder information – de skal have toppoint!



TEKNOLOGISK INSTITUT: WWW.TEKNOLOGISK.DK

Tim: Svært at finde joblink på forsiden, men ellers god navigation, selvom de skjuler deres jobagent. De er gode til at fortælle en masse, men det er ikke præsenteret særlig godt eller spændende. Det er lidt tørt, men det fungerer. Og der er orden!

Janne: Det er godt med kontakinfo på alle sider, men ellers lægger det ikke særlig meget op til dialog. Der mangler fotos og "liv". Det stiller store krav til jobsøgerne; vi lægger fakta ud, og så må I selv fortolke dem. Men det udstråler en troværdighed og er i tråd med deres øvrige signaler om at være "faktabaserede".

Konklusion: De får fortalt en del, men meget tørt. De får en lille 4'er.