

A group of five young adults, three women and two men, are standing in a supermarket aisle. They are all smiling and looking towards the camera. The woman on the far left is wearing a white t-shirt and grey pants. The woman next to her is wearing a dark blue jacket over a light blue shirt. The woman in the center is wearing a green hoodie with the 'coop' logo. The woman to her right is wearing a dark blue uniform with a black cap. The man on the far right is wearing a light blue striped short-sleeved shirt and dark pants. The background shows shelves stocked with various products, including fresh produce like avocados and lemons. Price tags with numbers like '25', '15', and '15' are visible on the shelves. The overall atmosphere is bright and professional.

Den Attraktive Arbejdsplads

August 2024

Det kommer vi igennem...

Coops situation

Hovedprioriteter

Eksempler via diversitet og unge

Storytelling

COOP er igennem en udfordrende tid...



Økonomi



Kæder



Systemer og
processer



Medarbejderne



Motivation og
udvikling

To hovedpejlemærker er styrende



FASTHOLDELSE



TILKNYTNING

Mangfoldighed i Coop: Executive summary

Vores vision

Vi ønsker at skabe en forretning med et inkluderende arbejdsmiljø, som understøtter mangfoldighed i alle vores aktiviteter
- Coop amba koncernpolitik

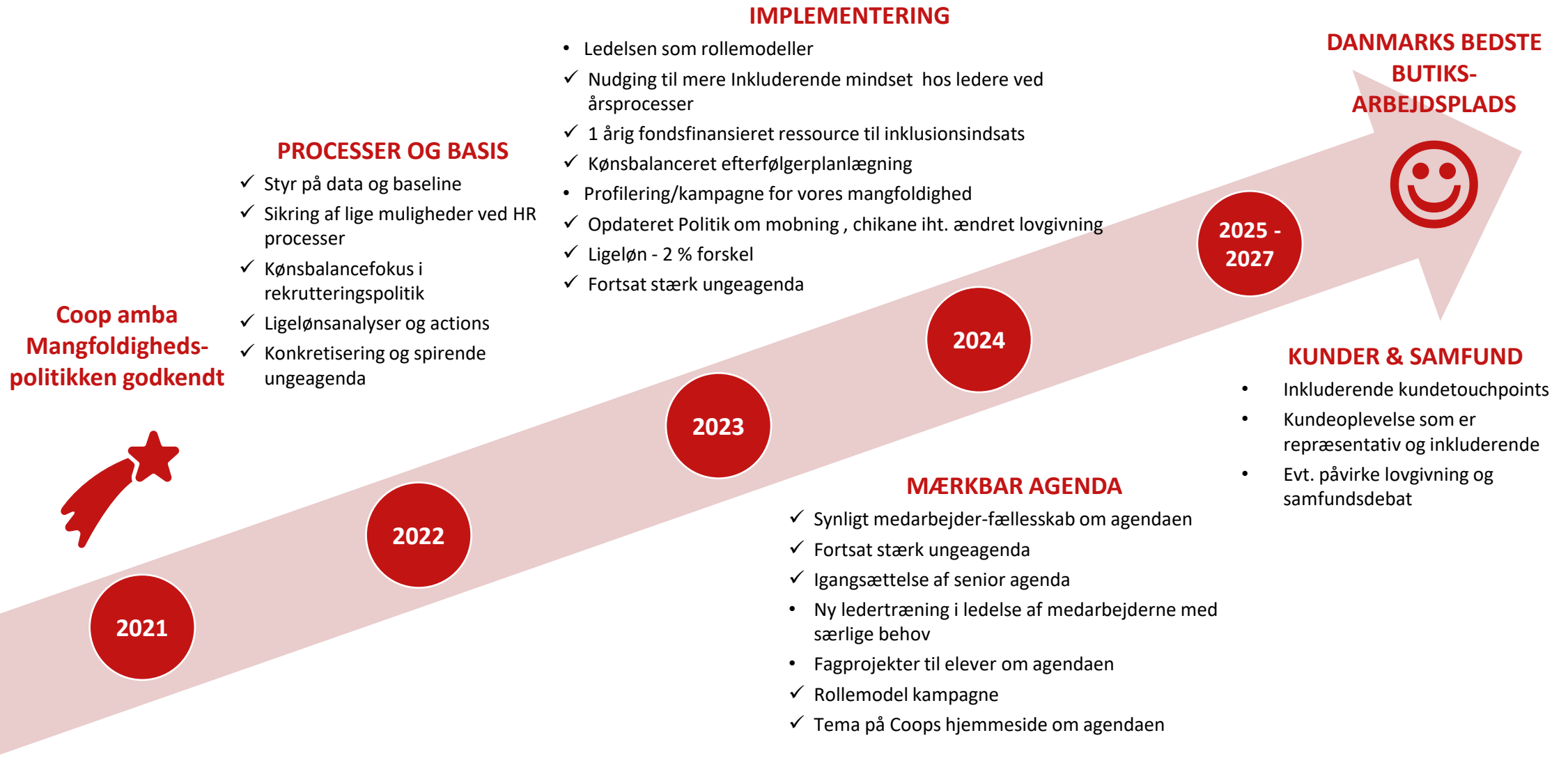
Vores udfordringer

1. Mangelfuld pipeline
2. Truet brandperception
3. Svag markedspostion indenfor mangfoldighed

Vores indsatser

1. Lige muligheder
2. Kvinder i ledelse
3. Tilknytning af unge
4. Inklusion af alle

Tilgang | Agendaen kræver et vedholdende langt træk, hvorfor vi arbejder efter en struktureret plan med proces tilgang og løbende udvikling



Diversitet by Design

Nuværende Tiltag og processer

Job annoncer rensset for bias ord	Rekrut-terings processer	Onboarding	People review	Ligeløn	Kønsbalance på lederstillinger (SK)	Uddannelse og træning – Pipeline i Butik	Fleksibelt arbejdsliv	Story telling (Employer Branding)
<p>Screenet jobannoncer via Develop Diverse for bias</p> <p>Hvis foto anvendes sikres diversitet på billeder</p>	<p>Ændret rekrutterings politik</p> <p>Der anmodes årligt om tilbage- melding på kønsfordeling af kandidat felt</p> <p>Fokus på bias i rekrutterings-træning (Det er på SK – tjek kæder)</p>	<p>Inklusionsfokus i onboarding (tjek)</p> <p>Supportere og understøtte vores ledere, så vi sørger for at alle nye medarbejdere for den helt rigtige velkomst i Coop. (tjek)</p>	<p>Analyse af hver People review proces</p> <p>Træne og sikre at vi undgår bias i PR vurderinger</p>	<p>Årlig fokus:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lønreguleringsproces sen Barsels regulering Lederfokus ved performance og potentiale vurdering Benchmark ved rekrutteringer 	<p>Særlig fokus på kønsbalance.</p> <p>Efterfølger planlægning skal have kønsbalance</p>	<p>Sikre kønsbalance på talent og lederforløb ved målrettet fokus</p> <p>Fokus på træning og udvikling af vores unge</p>	<p>Særligt fokus på unge, seniorer samt kvinder</p> <p>Fremtidssamtaler i stedet for seniorsamtaler og generel fokus på livsstadie i stedet for alder.</p>	<p>Struktureret indsats i forhold til mangfoldighed og inklusionshistorier i vores story-telling både internt og eksternt.</p> <p>Kvindelige rollemodeller og fællesskabsambassadører</p>

Ejerskab i ledergruppen

Thomas Thrane	Thomas Thrane	Thomas Thrane	Frederik M(Data)/Thomas T proces	Frederik Moldow	Claus Kjeldsen	Marlene/ Thomas	Lotte(Tobias)/Thomas (Christel)	Lotte/Sofie/Tobias
---------------	---------------	---------------	----------------------------------	-----------------	----------------	-----------------	---------------------------------	--------------------

Next Step

Årlig screening via Develop diverse	Fortsættelse af ovenstående	Mentorforløb	Fortsættelse af ovenstående	Fortsættelse af ovenstående	Fortsættelse af ovenstående	Træne vores ledere i Bias samt Mangfoldighed og inklusion på eksisterende lederuddannelser	Barselsnetværk (på SK)	Fortsættelse og evaluering af ovenstående
Årlig gennemgang af foto anvendelse af medarbejdere							Fortsættelse af senioragendaen og ungeagendaen	

KPI'er

Stigning i antal ansøgere fra x til x pr opslag	Kønsbalance i ansøgerfelt	Personale-omsætning de første 3-6 måneder	Adressere forskel i PR-score på grund af køn	Lønforskul på 2% point eller mindre	CSR D KPI'er relateret til kønsbalance	60/40 kønsbalance på lederforløb	NN	10% point stigning i følgere på @liveticoop
---	---------------------------	---	--	-------------------------------------	--	----------------------------------	----	---

Målgrupper i fokus:

1. Unge under 25

2. Kvindelige ledere/kvinder med ledelsespotentiale

3. Seniorer

Unge agendaen – og minister



Med vores unikke ungeagenda og ejerform, skal vi vise vejen til fremtidens arbejdsmarked. Det understreger Coop som en fortsat relevant organisation for medlemmer og medarbejdere.

Coops Ungeråd

- Består af cirka 15 ansatte som vælges for et år, som er cirka mellem 15-25 år og som kan være fra alle afdelinger.
- Mødes med ungeministeren 1 time online om måneden, samt et introdøgn på Severin og et evalueringsmøde på Roskilde Festival.
- Ungerådet øger loyaliteten blandt Coops unge ansatte og sætter fokus på emner, som er vigtige for unge i hverdagen

Coops Ungeråd 2023-2024



Nynne Gregorius Krag
SuperBrugsen Glumsø



Sigrid Gøbel Bak Regueira
ServiceDesk



Asta Riskjær Sørensen
Kvickly Hvidovre



Lea Jensen
365discount Brejning



Carl-Emil Hamann Ellebæk
Dagli'Brugsen Tved



Rasmus Vendelbo Pedersen
Kvickly Vestbyen



Mads Andersen
365discount Vejgaard



Madeleine Thrysoe
365discount Elmegade



Oskar Toftemark
SuperBrugsen Odden



Kia Stenkilde Munkebo
Kvickly Strandlodsvej



Amalie Smidt
SuperBrugsen Rødegårdsvej



Kalle Riknagel
SuperBrugsen Mariager

Ambitioner for Coops ungeråd 2023-2024

1. En god start med en ordentlig oplæring.
2. Tillidspersoner som unge ansatte vil betro sig til.
3. Tonen i butikken skal sikre et ordentligt psykisk arbejdsmiljø.
4. Gennemsigtige karriereveje skal fortsætte motivation.
5. Fællesskab og sociale arrangementer har værdi.
6. Anerkendelse skal være for alle uanset stilling.
7. Mangfoldighed, alle skal have en plads i arbejdsfællesskabet hos Coop.
8. 13 og 14 årige ansatte har ret til medarbejderbonus ligesom alle andre ansatte.

STORY TELLING ER ET VIGTIGT GREB FOR AT GØRE COOP TIL EN ATTRAKTIV ARBEJDSPLADS

Vi arbejder primært med sociale medier og agenda setting på Coops prioriterede områder:

Fællesskaber, sundhed og mangfoldighed (herunder pt køn, unge og seniorer) og prioriterede målgrupper.



EB indsats



Er i gang...

SOCIALE MEDIER

ELEV KAMPAGNE
(annoncering)

JOB og
UDDANNELSES-
MESSER

KARRIERE SITE

UNGE AGENDA
(agenda setting)

LOKALE
UDDANNELSES
SAMARBEJDER



Next step

EMPLOYEE ADVOCY
(Fællesskabs
ambassadører)

ØGET GENBRUG AF
HISTORIER (FRA BLA.
BUTIKSLEDEREN,
SAMVIRKE MM)

KØNS-BALANCE I
LEDELSE
(agenda setting)

SENIOR AGENDA
(agenda setting)

SUNDHED VIA COOP
ALLIANCEN
(agenda setting)

INSTAGRAM
@LIVETICOOP



Fravalgt

Betalt annoncering generelt, content marketing

Følg @liveticoop på Instagram

Ambassadørhistorier

- Fokus er på vores medarbejdere, deres unikke historier om personlig og faglig udvikling

Tips til jobsøgning

- Formålet er at klæde Coops fremtidige medarbejdere på. Vi vil dele værdifulde tips til ansøgningsprocessen m.m

Karrieremuligheder

- Fokus her er på at italesætte karrieremuligheder i Coop, eksempelvis fokus på elever eller salgsledere

"Vidste du" – Fun facts

- Her kan vi dele sjove og fascinerende fakta, der kaster lys over de mange afdelingers dagligdag og viser, hvad der gør Coop unikt

Re-posts

- En af @liveticoops mærkesager er at støtte fællesskabsambassadørernes indhold, prioriterer vi at genposte ambassadørernes indhold i størst muligt omfang

