

MONSTER



Konsten att attrahera de unga talangerna i Generation Z

Så här lockar du Generation Z – den första helt digitala generationen och den största någonsin att äntra arbetsmarknaden



Innehållsförteckning

- **Inledning** – kort sammanfattning av innehållet 3
- **Kapitel 1: Metod och källor** – så här har vi gått tillväga 4
- **Kapitel 2: Definition av Generationen Z** – allmänt om generationen 5
- **Kapitel 3: Arbetsgivarnas situation** – utdrag ur arbetsgivarundersökning 7
- **Kapitel 4: Så här vill Generation Z ha det** – resultatet av vår Generation Z-undersökning 10
- **Kapitel 5: Här hänger de yngre** – dessa sociala medier använder Generation Z 14
- **Kapitel 6: Dos & Don'ts** – så här gör du i praktiken för att attrahera unga talanger 15
- **Kapitel 7: Monsters lösningar** – hur vi kan hjälpa er att nå era rekryteringsmål 4



Inledning

En kort sammanfattning av innehållet

Generation Z som nu är på väg ut i arbetslivet är den största generationen någonsin att anträ arbetsmarknaden. Dessa unga är viktiga för arbetsgivare att attrahera för att hålla ett bra talangflöde in i företaget samt säkerställa att organisationen är beredda på de sista pensionsavgångarna i den stora Baby boomer-generationen.

Vad är viktigt för Generation Z? Vilka värderingar har de? Vad förväntar de

sig av sina framtida arbetsgivare och av sitt arbetsliv? Hur söker de efter jobb? Dessa frågor, samt fler, har vi på Monster tillsammans med opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov undersökt, i syfte att hjälpa arbetsgivare att attrahera och behålla unga talanger.

Många arbetsgivare säger sig att svårt att hitta kandidater med rätt kompetens och med en ökad konkurrens om talanger på

arbetsmarknaden gäller det att positionera sig väl för att sticka ut från mängden. Vi ger er konkreta råd som ni kan implementera direkt i er organisation för att skapa ett arbetsgivarvarumärke som bättre linjerar med de unga talangernas behov och förväntningar.

Avlutningsvis berättar vi hur vi på Monster kan hjälpa er att nå era rekryteringsmål.





Kapitel 1: Metod och källor

Så här har vi gått tillväga

E-boken bygger till stor del på en undersökning genomförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov på uppdrag av Monster Sverige. Under perioden 25 – 27 maj 2022 har sammanlagt 1016 intervjuer genomförts via internet med kvinnor och män 18 år eller äldre i Sverige.

Data vägdes utifrån kriterierna kön, ålder och region mot bakgrund av en modell från Statistiska Centralbyrån (SCB), vilket gör resultatet representativt för befolkningen i

förhållande till det totala antalet personer som har deltagit i undersökningen.

Kapitel 3, som beskriver arbetsgivarnas situation, baseras på Monsters egna "Future of Work"-rapport. Undersökningen av arbetsgivare och rekryterare som ligger till grund för rapporten genomfördes av Dynata på uppdrag av Monster under slutet av 2021 på ett flertal marknader i både Europa och Nordamerika. Det som redovisas i kapitel 3 är enbart de svenska resultaten.

Källhänvisning

** YouGov_SE2022_Monster Worldwide Scandinavia AB - Arbetstagare – Omnibus maj 2022*

** Monster Future of Work: 2022 Outlook Survey*

Kapitel 2: Definition av generationen

Allmänt om Generation Z

Generation Z är personer födda 1997-2009 och de är den första helt **digitala generationen**. De har sedan de föddes alltid haft tillgång till **mobiltelefon** och internet och deras föräldrar har, genom till exempel bilder och videos, lämnat små digitala avtryck av dem under hela deras uppväxt. Den nära relationen till ny teknik kan ge många fördelar på arbetsmarknaden i en allt mer digitaliserad värld.

Generation Z har växt upp i oroliga tider vilket gör att de söker trygghet i större utsträckning än tidigare generationer. Många gick ut från skolan mitt i en brinnande pandemi och denna oroliga omvärld sägs ha gjort dem mer pragmatiska. Det kan också förklara deras intresse för politik och samhälle vilka är betydligt större än deras äldre syskons. Engagemanget ger sig främst uttryck på sociala medier och deras oändliga möjlighet att engagera sig gör också att de känner ett större ansvar för att faktiskt göra det.

I och med en ökad migration och globalisering består Generation Z av en större **etnisk mångfald** än tidigare generationer. Det gör

också att de förväntar sig större acceptans för olikheter och en mer diversifierad arbetsplats.

Många unga har inte lärt sig att balansera denna otrygga värld och alla möjligheter som finns i den och kanske har de curlande föräldrarna ett finger med i spelet. Generationen har ibland raljerande benämnts som **"snöflingegenerationen"** med vilket man menar att ett överdrivet curlande har gjort dem bortskämda och med en övertro till sin egen betydelse, att de alla är lika unika som en snöflingas utseende.

Generation Z är den största generationen någonsin att komma in på arbetsmarknaden och blir därför viktig för arbetsgivare att attrahera. Runt år 2030 går de sista i Baby boomer generationen i pension och då kommer det finnas många jobb att ersätta. Om inte Generation Z är lämpliga för jobbet kommer det att resultera i enorma kunskapsluckor och svårigheter att matcha lediga jobb med tillgängliga kandidater. Därför är det nu viktigt att se till att Generation Z skolas in i arbetslivet och förbereds på att dominera arbetskraften.





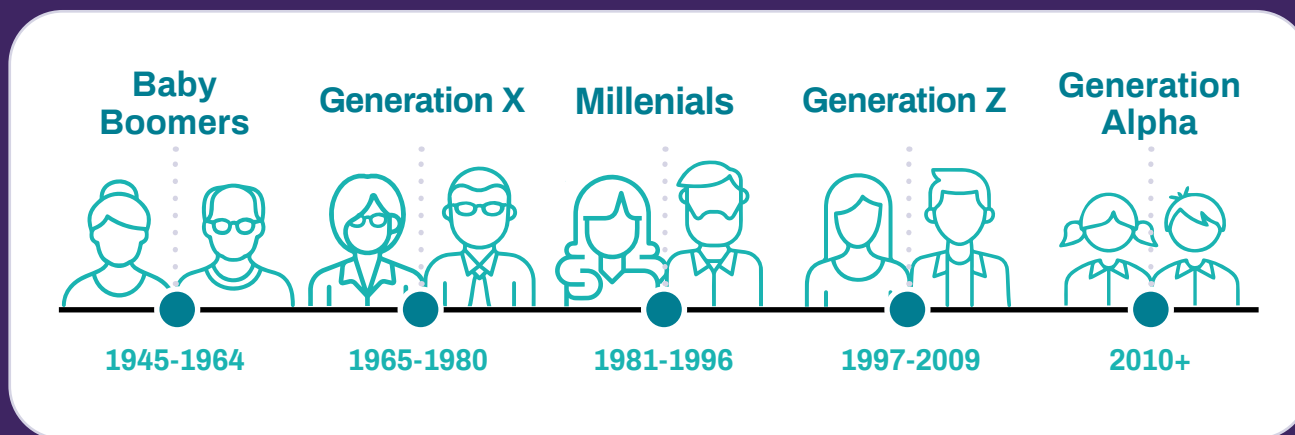
Kort beskrivning av övriga generationer

Baby boomers är födda under efterkrigstiden (1945-1964) och har haft en uppväxt präglad av stark tillväxt och mer framgång än sina föräldrar. De sägs ha stark arbetsmoral och en inneboende optimism.

Generation X är födda mellan 1965-1980 och påstås vara ironiska och mer avslappnade än sina föregångare. De är ofta barn till två arbetande föräldrar. De är den första generationen att växa upp med barn- och ungdoms-TV.

Millenials, födda 1981-1996, kallas även för MTV-generationen och beskrivs bland annat som självsäkra och teknikvana. De har valt att vänta längre än tidigare generationer med att flytta hemifrån, skaffa jobb och bilda familj.

De som är ännu yngre än Generation Z kallas för Generation Alpha och är födda senare än 2010. Det finns, av uppenbara skäl, för lite data om dessa barn än för att dra några slutsatser, men de spås bli mer globala och mobila än någon generation tidigare.



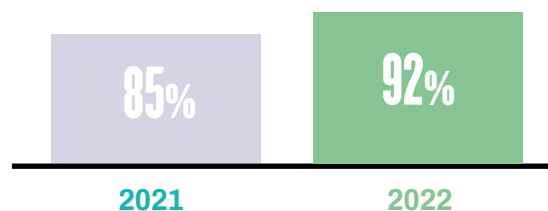
Kapitel 3: Arbetsgivarnas situation

Utdrag ur arbetsgivarundersökning

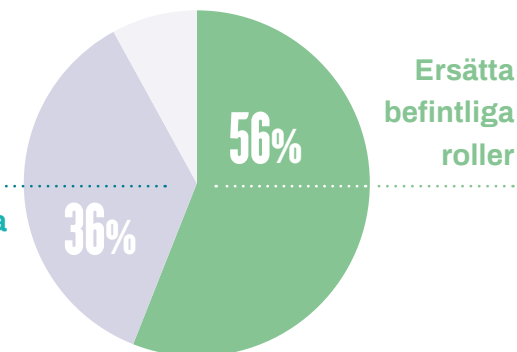
Trots en skakig omvärld ser utsikterna för rekryteringarna på den svenska arbetsmarknaden positiv ut då hela 92% planerar att rekrytera under 2022, 56% för att ersätta befintliga roller och 36% för att expandera med nya roller. Det är en ökning med sju procentenheter från 2021 då siffran låg på 85%.



Arbetsgivare som planerar att rekrytera



Expandera med nya roller



Topp 3 förväntade utmaningar för arbetsgivare



Arbetsgivarnas främsta utmaningar

De två främsta utmaningarna som svenska arbetsgivare säger sig ha är dels att hitta kandidater med rätt kompetens, och dels att hitta kandidater som har realistiska förväntningar på ersättning. En tredje utmaning är att man ser en ökad konkurrens om talanger på arbetsmarknaden.

Många rekryterare och anställande chefer uttrycker också en oro för att hitta personer som vill jobba på plats på kontoret samt att hitta kandidater med tillräckligt hög teknisk kompetens och/eller möjlighet att faktiskt kunna jobba på distans om arbetet kräver det.





Förväntningar versus verklighet

Många rekryterare ser att arbetstagarens förväntningar på balans mellan jobb och fritid har förändrats. Under pandemin, när många arbetade hemifrån, kunde livspusslet bli lite enklare att lägga. Nu med en återgång till det mer normala, kan det bli svårare att få ihop det. Många arbetstagare vill fortsätta att ha det som det var under pandemin, samtidigt som många företag nu gärna ser att arbetsstyrkan spenderar mer tid fysiskt på arbetsplatsen. För att locka nya kandidater och behålla befintlig personal säger sig fyra av tio arbetsgivare använda sig utav flexibla arbetstider.

Employer Branding

En av fem arbetsgivare anser att det är svårt att kommunicera företagets kultur och värderingar till omvärlden. Att Employer Branding är viktigt att arbeta med vittnar arbetstagarnas skepsis om. Hela 20% av kandidaterna är misstänksamma mot de löften som företag ger när det kommer till arbetssituationen, förmåner, kultur och stöd för de anställda.

Kompetensgapet ökar

Nio av tio arbetsgivare säger att de har svårt att tillsätta vissa tjänster på grund av kunskapsluckor. Och två av tio menar att kompetensgapet har ökat i jämförelse med

förra året. Man uttrycker också en stor oro inför att snabbt kunna förstå och bedöma om en kandidat passar för rollen. I synnerhet de överförbara kunskaperna sägs vara svåra att bedöma. Hälften av arbetsgivarna är villiga att anställa någon med överförbara kompetenser och lära upp dem. Men, parterna måste hitta varandra.

9 av 10 arbetsgivare har svårt att anställa på grund av kompetensgapet



men 5 av 10 arbetsgivare är villiga att anställa någon med överförbar kompetens och utbilda dem



Inkludering prioriteras

En av fyra arbetsgivare planerar att öka sina initiativ för inkludering, mångfald och jämlikhet under 2022. Detta som en följd av ett upplevt ökat tryck från kandidater att vara transparenta med hur de arbetar med dessa frågor. Det som främst prioriteras är lika lön mellan könen, att bygga en arbetsstyrka med mångfald och kompetensutveckling.

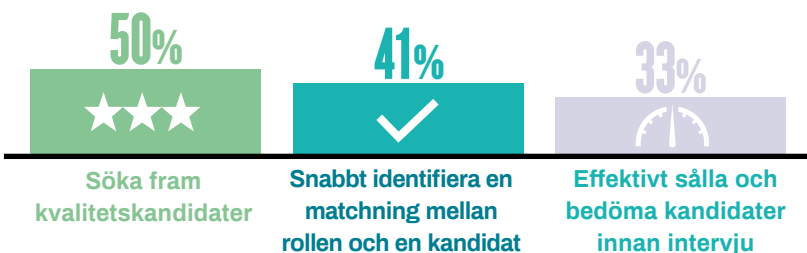
Topp 3 prioriteringar för inkludering



Svårigheter med att hitta kandidater

De tre största utmaningarna arbetsgivare ser i rekryteringsprocessen är att söka fram kvalitetskandidater, att snabbt kunna identifiera en matchning mellan rollen och en kandidat och att effektivt sålla och bedöma kandidater innan en intervju.

Topp 3 utmaningar i rekryteringsprocessen

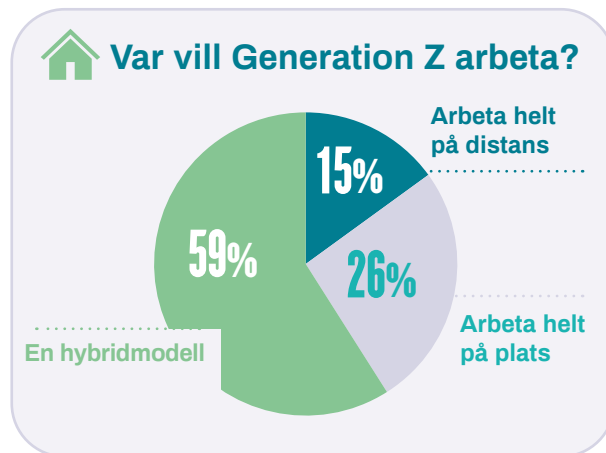


Kapitel 4: Så här vill Generation Z ha det

Resultatet av vår Generation Z-undersökning

Förväntningar på flexibilitet

6 av 10 i Generation Z vill ha en kombination av arbete på distans och arbete på plats och föredrar alltså en hybridmodell. Det är en högre siffra än i någon annan ålderskategori. Endast 15% vill arbeta helt på distans och 26% vill jobba helt och hållet på arbetsplatsen. De unga vill alltså gärna se en flexibilitet men jobbar hellre enbart på kontor än enbart hemifrån.



Det kan finnas flera förklaringar till detta. Dels att unga tenderar att bo litet och trångt i större utsträckning än äldre och därmed inte har

goda möjligheter att jobba hemifrån. Och dels att de är nya på arbetsmarknaden och gärna vill nätverka, lära av andra och ha ett umgänge både under och efter arbetstid.



6 av 10 i Generation Z tycker, förutom flexibel arbetsplats, att även flexibla arbetstider är viktigt. Slutsatsen blir att företag som inte erbjuder flexibilitet eller hybridmodeller kommer att få det svårare att attrahera Generation Z. Genom att tillhandahålla möjlighet att vara på plats ibland och att arbeta hemifrån ibland samt att inte ha ett för strikt 8-17 på kontoret-tänk kan arbetsgivare attrahera och behålla unga talanger.





Mångfald, miljö och sociala frågor

Varannan person i Generation Z svarade att det är viktigt med kvinnor i ledande positioner och 8 av 10 anser att det ska vara lika lön för lika arbete. De andra generationsgrupperna uppvisar ungefär samma siffror. En signifikant skillnad hittar vi dock då det kommer till mångfald på arbetsplatsen. Varannan person i Generation Z tycker att det är viktigt med anställda med olika bakgrund och ursprung. De äldre generationernas intresse av en diversifierad arbetsstyrka var betydligt svalare då 1 av 3 säger att det inte alls är viktigt för dem. Då det kommer till miljö- och hållbarhetsfrågor samt företags engagemang i sociala frågor, är det ungefär hälften av Generation Z som tycker att det är viktigt.

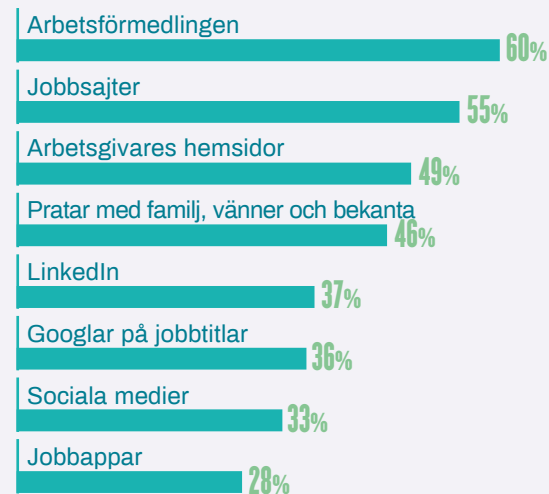
6 av 10 i Generation Z svarar att det är viktigt att företaget speglar deras egna personliga värderingar. Därför är det nu viktigt att företag som vill attrahera unga personer arbetar med att kommunicera värderingar, socialt engagemang och klimatfrågor samt även arbetar hårt för att leva upp till dessa. I och med att många är skeptiska till företags faktiska löften, blir vår slutsats att många arbetsgivare framöver kommer behöva jobba på att skapa ett Employer Brand som förmedlar trovärdighet för att kunna öka sin attraktionskraft hos de unga talangerna.

62% *i Generation Z tycker att det är viktigt att företagskulturen speglar deras egna personliga värderingar.*

Så här letar man jobb

När det är dags att söka jobb använder Generation Z främst Arbetsförmedlingen, Jobbsajter, Arbetsgivares hemsidor och pratar med familj, vänner och bekanta. En dryg tredjedel av Generation Z, fler än i någon annan generation, svarar att de googlar på jobbtitlar.

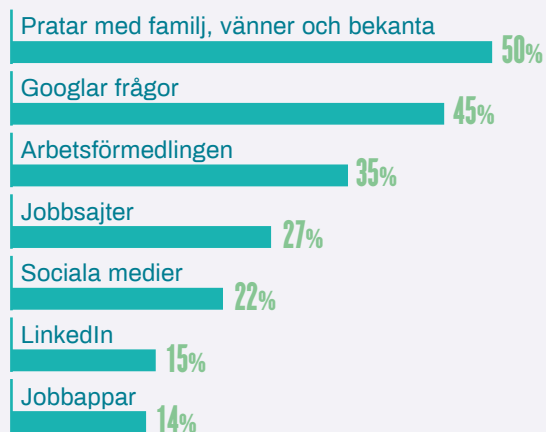
Föredragna verktyg och metoder för jobsök



På frågan om vart man vänder sig gällande tips och råd om allt som har att göra med att ansöka om jobb svarar också närmare hälften i Generation Z att de googlar frågor. Över hälften säger också att de söker efter information om en potentiell arbetsgivare genom att googla. 4 av 10 uppger att de specifikt söker efter nuvarande och tidigare anställdas omdömen om företaget. Att jobba med SEO, både på hemsidan och för enskilda platsannonser, för att hamna högt upp i Googles sökresultat, kan alltså vara framgångsfaktorer när man letar efter unga kandidater.



Var vänder sig Generation Z för råd om jobsök?



En sak som utmärker Generation Z är att de i högre utsträckning än äldre generationer söker efter information om en potentiell

arbetsgivare på sociala medier. En tredjedel svarar att de använder sociala medier för att bilda sig en uppfattning om företaget. För äldre generationer är det endast en femtedel som säger sig göra det.



Var hittar Generation Z information om en potentiell arbetsgivare?



Jobbansökningsprocess

Något som vår undersökning visar är värt att se över och justera är själva ansökningsprocessen. 4 av 10 i Generation Z svarar att de någon gång struntat i att söka ett intressant jobb enbart för att det tog för lång tid att fullfölja alla steg i ansökningsprocessen. Det är ett stort och onödigt bortfall som kan göra att ni missar de bästa talangerna! Förvänta er inte att få långa och tidskrävande

formulär ifyllda, 2 bilagor tillagda och kontaktuppgifter till flertalet referenspersoner på en gång. Lösningen är istället att skapa en process utifrån kandidatens perspektiv. Gör den så enkel som möjlig för kandidaterna, och inte för ansvarig rekryterare.

4 av 10

har hoppat av en ansökningsprocess då det tagit för lång tid att fullfölja alla steg.

Utbildning och karriärutveckling

Som beskrevs i föregående kapitel upplever många arbetsgivare att det finns ett kunskapsgap på arbetsmarknaden. Arbetsgivarna uppger att de har svårt att snabbt scanna av och bedöma kandidaters förmågor. I synnerhet de överförbara färdigheterna. Samtidigt uppger hälften att de är villiga att träna upp någon med överförbara kunskaper. Då 65% av de unga talangerna gärna vill ha utbildning och möjligheter till karriärutveckling, finns det många fördelar för båda parter med att hitta ett sätt att mötas.

65%

vill ha möjligheter till utbildning och karriärutveckling



På frågan om man kan tänka sig att utföra tester i samband med en jobbansökningsprocess, så som personlighets-/lämplighets- och kunskapstester, svarar hälften i Generation Z att "det är helt okej". Andelen som svarar att de kan tänka sig att göra det är något lägre än snittet för äldre generationer men ändå anmärkningsvärt då det visar att tester absolut går att implementera i processen, även om man har som mål att attrahera unga, digitala rekryter.

Kom dock ihåg att långa tidskrävande förfaranden kan få kandidater att hoppa av processen så lägg inte in flera moment i onödan. En erfaren person som läser inkomna CV:n och håller i en personlig intervju kan hjälpa er att hitta överförbara kunskaper och rätt matchning bland de unga talangerna. Var också gärna tydliga både på hemsidan och i platsannonser med vilka möjligheter till utbildning och karriärutveckling ni erbjuder på ert företag.

Teknisk kompetens

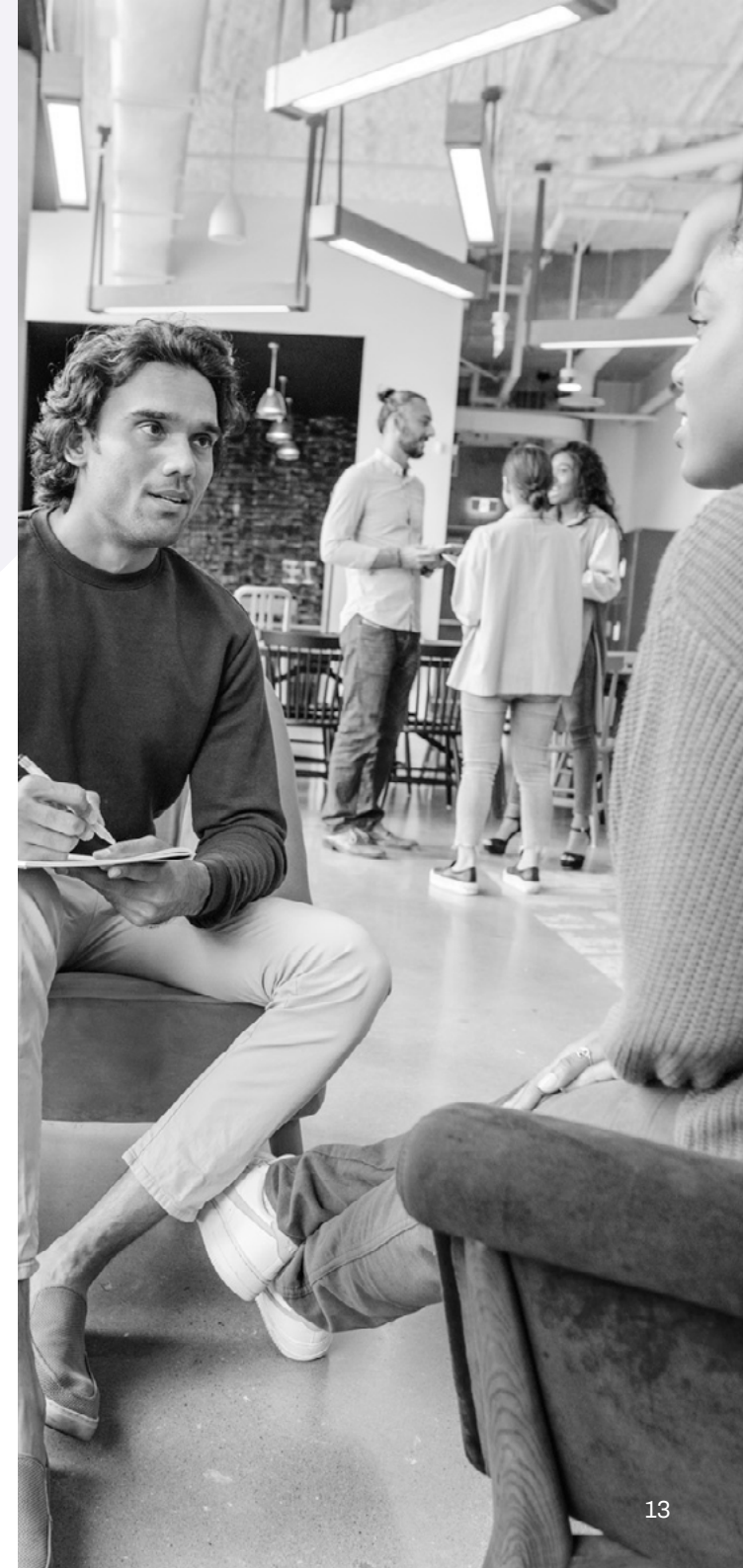
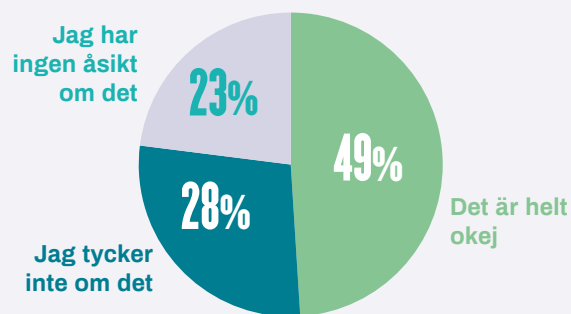
I och med att många arbetsgivare känner oro inför frågan om arbetstagare besitter tillräcklig teknisk kompetens för sitt arbete kan det ju kännas betryggande att Generation Z är den mest digitalt kompetenta generationen någonsin. Det många äldre fick lära sig som vuxna, kunde Generation Z redan i förskoleåldern, och det har givetvis gett dem ett försprång. Det kan

samtidigt innebära att det sätt på vilket ni idag onboardar ny personal kan behöva uppdateras. En generation som är vana vid snabba klipp på sociala medier och tutorials på Youtube kan få svårt att sitta still i timmar på introduktionskurser och läsa dokument om företagets historia och vision samt läsa oändligt långa användarmanualer om de verktyg ni använder.

Fördelen med skillnaden mellan generationerna är att ni kan använda Generation Z för att utbilda äldre generationer inom teknik och nya medier samt skapa nya sätt att dela och förskansa sig information inom organisationen. Det kan mycket väl vara så att den yngre generationen besitter förmågor som arbetsplatser och äldre generationer kan dra stor nytta av.



Generation Z:s åsikter om att utföra tester i samband med en jobbansökningsprocess



Kapitel 5: Här hänger de yngre

Dessa sociala medier använder Generation Z

Att den digitala Generation Z behärskar sociala medier som om de inte gjort något annat vet vi ju vid det här laget beror på just det, att de inte känner till en värld utan sociala medier. Men vilka sociala medier är det som de använder egentligen?

De tre absolut mest populära plattformarna är Facebook/Messenger, Instagram och Youtube. Topplistan för de äldre generationerna ser likadan ut. Det som skiljer sig mellan generationerna är övriga medier. Drygt varannan person i Generation Z använder Snapchat och var tredje använder TikTok. Bland de äldre generationerna använder en femtedel Snapchat och färre än en av tio TikTok.

Även när det gäller Pinterest, Tumblr och Reddit har Generation Z betydligt högre närvaro än de övriga generationerna.

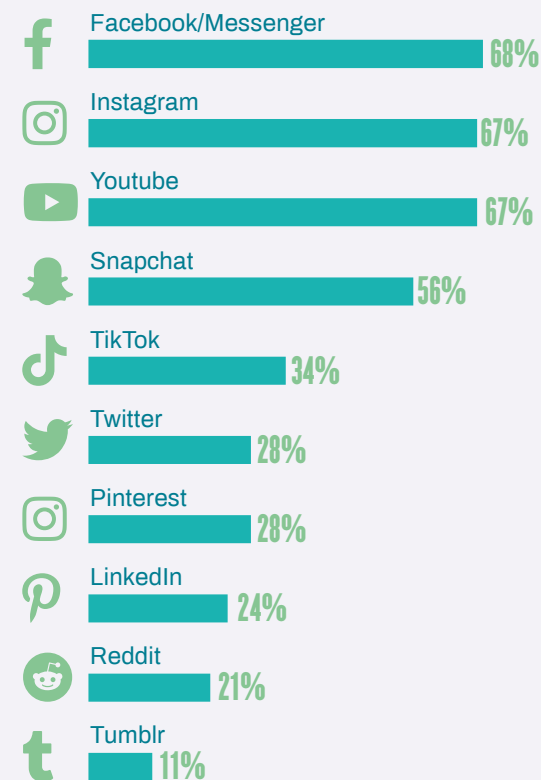
Betyder det här att vi rekommenderar alla arbetsgivare som vill attrahera unga talanger att genast skapa ett företagskonto och ha en närvaro på samtliga plattformar där Generation

Z spenderar tid? Svar nej! Frågor man måste ställa sig innan man skapar ett företagskonto på en plattform är: Har vi resurser för detta? Vet vi vad plattformen syftar till? Passar den vårt varumärke? Bara för att designstarka företag gör sig bra på till exempel Instagram och Pinterest innebär det inte att alla bolag kan skapa vackra flöden där. Det kan lätt falla platt och bli pinsamt när äldre försöker passa in i de ungas värld utan att ha koll.

Slutsatsen blir att valet att finnas på sociala medier kräver en tydlig mediastrategi och ett engagemang. När man har tagit ett beslut om att finnas i en kanal behövs dedikerade resurser för att kontinuerligt uppdatera kontot. Det är ingen idé att finnas på en plattform och bara skapa innehåll eller göra ett inlägg en gång i halvåret. En ouppdaterad sida kan ge bakslag och vara sämre än att inte finnas där alls. Kom ihåg, att inte finnas på ett medie kan också vara ett aktivt val.



Generation Z använder dessa sociala medier*



*Procentalen visar vilka sociala medier som har använts minst en gång den senaste månaden.

Kapitel 6: Dos and Don'ts

Så här gör du i praktiken för att attrahera unga talanger

Generation Z är en viktig målgrupp att attrahera för att inte gå miste om de unga talanger som snart kommer in på arbetsmarknaden eller är i början av sina karriärer. Nedan har vi sammanställt råd på vad ni bör, respektive inte bör, göra utifrån undersökningens resultat och våra slutsatser.



Kommunicera företagets Employer Brand: er vision, era värderingar, kulturen och medarbetare på en välutvecklad karriärsida



Ha *inte* en generisk karriärsida med floskler och tomma löften som ni inte kan leva upp till, ni kommer att bli genomskådade



Välj noga ut vilka sociala medier ni ska finnas på och ha en strategisk, genuin och konstant närvaro där



Ha *inte* uppdaterade sidor på sociala medier och lägg inte ut innehåll utan en tanke på vad ni vill uppnå



Ha kandidatvänliga processer: ta er tid att upptäcka överförbara kunskaper hos kandidater, genom exempelvis personliga intervjuer och professionell screening av CV:n



Ha *inte* rekryterarfokuserade och tidskrävande processer med onödigt många frågor i början, det skrämmar bort kandidater och i värsta fall just de talanger ni letar efter



Var flexibel då det kommer till fördelningen av arbete på kontor versus hemifrån samt förläggningen av arbetstider, i den mån det är möjligt



Ta *inte* för givet att alla i Generation Z vill arbeta hemifrån, vissa bor för litet och andra vill ha den sociala samvaron som en arbetsplats innebär



Sökmotoroptimera er hemsida och era platsannonser, och anpassa dem för både webb och mobila enheter, för att synas när unga talanger söker efter jobb eller information



Glöm *inte* att ta alla tillfällen i akt att tydligt kommunicera hur ni arbetar med inkludering och rättvisa eftersom unga idag letar efter företag vars värderingar stämmer överens med deras egna

Kapitel 7: Monsters lösningar

Hur vi kan hjälpa er att nå era rekryteringsmål

Monsters lösningar och strategier är skapade utifrån mer än 25 års erfarenhet. Använd våra experter för att hitta kvalificerade kandidater till era tjänster och nå era rekryteringsmål snabbare och mer effektivt. Vi hjälper er att ligga steget före konkurrenterna.

Se våra tjänster Platsannonserhantering, Aktiv sourcing, Screening och Intervjuer beskrivna nedan.

PLATSANNONSHANTERING

Att vara synlig framför rätt kandidater kan vara en utmaning på dagens konkurrensutsatta arbetsmarknad. Monsters rekryterare kan ge er den synlighet ni behöver genom platsannonsoptimering och kampanjer som driver trafik.

Våra rekryterare:

- › tillämpar bästa praxis för er platsannons utformning och innehåll så att den fångar intresset hos rätt kandidater
- › sökmotoroptimerar er platsannons så att den hamnar högt upp bland sökresultaten vilket ger fler visningar och fler ansökningar
- › skapar mobilvänliga platsannonser så att kandidater enkelt kan söka från sin mobil eller surfplatta
- › skapar och skickar e-postkampanjer riktade till kvalificerade kandidater i Monsters CV-databas
- › rapporterar resultat i form av antal visningar och ansökningar för er annonsering





AKTIV SOURCING

Att anställa många personer kan vara mycket tidskrävande. Monsters team har den branshexpertis, produktkunskap och det nätverk som krävs för att hjälpa er att hitta de talanger ni behöver och minska tiden det tar att anställa.

Våra rekryterare:

- › söker proaktivt i Monsters CV-databas och kontaktar både passiva och aktiva kandidater som matchar era specifikationer och kriterier
- › skickar personliga meddelanden till kandidater för att berätta om den tillgängliga tjänsten för att öka intresset och antalet ansökningar
- › presenterar kvalificerade kandidater för er

SCREENING

Att låta våra rekryterare snabbt identifiera potentiella kandidater kommer att spara er värdefull tid och ni kan fokusera på att fylla lediga jobb med de bästa talangerna.

Våra rekryterare:

- › arbetar med er för att förstå hur den ideala kandidatprofilen ser ut
- › går igenom alla ansökningar och letar efter matchningar baserat på kvalifikationer, erfarenheter, kunskaper samt er organisations kultur
- › levererar en lista med kvalificerade kandidater och våra egna anteckningar så att ni kan starta en process med vetskapen om att de matchar era kriterier



INTERVJUER

Att hantera och schemalägga intervjuer kan vara tidskrävande, speciellt när många kandidater är involverade. Låt våra rekryteringsexperter utföra de inledande intervjuerna åt er, så att ni snabbare kan lyckas med era anställningar.

Våra rekryterare:

- › skapar intervjufrågor i samråd med er
- › utför inledande intervjuer och utvärderar kandidaters färdigheter, kvalifikationer samt gör en bedömning av hur väl de matchar er företagskultur
- › levererar en kortlista med kandidater, deras CV:n, personliga brev samt en sammanfattning av intervjuerna så att ni kan ta nästa steg i anställningsprocessen
- › kontaktar de sökande som inte går vidare i processen på ett professionellt vis som bibehåller en god relation inför eventuella framtida möjligheter

Vi kan erbjuda er ovan beskrivna tjänster, men även många fler, samt även skräddarsy en lösning som passar just er.

Läs mer genom att klicka på vår logga nedan!

