

6 Empfehlungen für ein erfolgreiches Recruiting



Autor:
Alexander Bätz
Management Consultant
msg treorbis GmbH

1 Von der Unternehmens- zur Recruiting-Strategie

Sie haben eine Unternehmensstrategie und wissen, welche Produkte oder Dienstleistungen Sie in den nächsten fünf bis zehn Jahren an welchen Standorten produzieren wollen? Sie wissen auch, welcher Mitarbeiter-Typus Ihnen die dafür notwendigen Qualifikationen bietet und welche Wertbilder diesen Mitarbeiter gewöhnlicherweise nahestehen? Wenn Sie diese Fragen nicht sicher im Vorfeld beantworten können, sollten Sie sich zu Beginn besser noch einmal mit Ihrer Unternehmens- und damit Personalstrategie auseinandersetzen. Voraussetzung hierfür ist ein kreativer und ehrlich reflektierter Prozess über Ihre Marktchancen, Marktpositionierung und Ihr Leistungsangebot. Es gibt zur Unterstützung heute verschiedene IT-gestützte Lösungen, mit denen Sie die qualitativen und quantitativen Personalbedarfe Ihrer Organisation in die Zukunft projizieren können. Können Sie ihre Personalbedarfe einmal sicher beschreiben, können Sie auch klarer Mitarbeiter identifizieren, die Sie für Ihre Zukunft benötigen.

Kleiner Tipp: Schauen Sie sich doch mal die Features **Predictive Analytics** von **SAP Analytics Cloud** oder **Workforce Analytics** von **SAP SuccessFactors** an. Die Tools stellen eine sehr gute IT-Unterstützung für die Beschreibung von Zukunftsszenarien bzw. zur strategischen Personalplanung zur Verfügung.

<https://www.successfactors.com/products-services/planning-analytics/workforce-planning.html>

2 Unternehmenswerte und Außendarstellung

Stellen Sie sich vor, Sie sind in einem IT-nahen Gewerbe unterwegs und suchen recht junge, ambitionierte, technisch versierte Mitarbeiter für Ihr Unternehmen. So ist es sehr wahrscheinlich, dass Ihre Zielgruppe sich sicher auf Job-Plattformen bewegt, sie ihren eigenen Marktwert sehr gut einschätzen kann und sich auch in wenigen Minuten zielsicher über Ihr Unternehmen informieren wird. Hier sollten Sie transparent darstellen, für welche Werte Ihr Unternehmen steht und diese glaubhaft nach außen darstellen. Machen Sie sich klar, dass Sie sich in der Außendarstellung Ihres Unternehmens nicht verstellen können. Ihr Unternehmen wird mit jeder neuen Produktreihe, mit jeder sozialen oder kulturellen Initiative, mit jedem arbeitsrechtlichen Presse-Feedback und mit jeder Wahrnehmung seiner Angestellten seine Unternehmenswerte nach außen tragen. Ihr Unternehmen agiert in einer transparenten Welt und wird von Potentialkandidaten mit seinem Auftreten genau bewertet.

Kleiner Tipp: es gibt heute geeignete Möglichkeiten Ihre Unternehmens-Wahrnehmung zu messen. Haben Sie z.B. schonmal darüber nachgedacht *Likes*, *Dislikes* oder Follower Ihrer Unternehmens-Kampagnen in den Social-Media-Kanälen in einem passenden Analyse-Tool auszuwerten?

3 Eine effektive Zielgruppenanalyse

Wenn Sie eine effektive Zielgruppenanalyse durchführen wollen, müssen Sie in erster Linie die richtigen Fragen stellen: Welche Produkte, welche Dienstleistungen möchte das Unternehmen anbieten oder produzieren? Welche Qualifikationen benötigen Sie dafür? Welche Altersgruppe, Geschlecht, Herkunft sollen die Mitarbeiter haben? Welche Werte-Präferenzen werden diese Mitarbeiter wohl haben und wie passen diese in die bestehende Belegschaft? Im Anschluss überlegen Sie sich, über welchen Kanal Sie Ihre Zielgruppe am besten erreichen. Klassische Stellenanzeigen, Job-Portale, Xing, LinkedIn, Hochschulfestivals und Expertenarbeiten, Camps, andere?

Kleiner Tipp: Stellen Sie sich vor, Sie selbst suchen morgen eine neue berufliche Herausforderung. Auf was würden Sie achten? Vielleicht: Wer spricht mich da an? Wie tut er es? Was ist seine erste Visitenkarte? Digital, persönlich, wertschätzend? Warum sollte ich ausgerechnet zu diesem Unternehmen gehen? Was bekomme ich dort, was muss ich geben?

4 Nutzen Sie die richtigen Kanäle, um Ihre Zielgruppe zu erreichen

Einfache Stellenanzeigen sind heute eher out. Sprechen Sie Ihre Wunschkandidaten direkt und persönlich an. Machen Sie sich klar, was einem Kandidaten tatsächlich an Ihrem Job-Angebot reizen könnte - und bitte außer Geld! Was sind die Perspektiven Ihres Kandidaten in Ihrer Organisation? Kein Mitarbeiter möchte beim Einstieg in ein neues Unternehmen Jahre auf der gleichen Position verweilen. Verstellen Sie sich nicht und stellen Sie Ihre Unternehmenswerte ehrlich nach außen dar. Sagen Sie, wofür Ihr Unternehmen steht und wofür nicht.

Kleiner Tipp: Nutzen Sie Business-Portale um Mitarbeiter direkt und gezielt auf Positionen aufmerksam zu machen. Auch SAP SuccessFactors (SF) Recruiting bietet Ihnen heute bereits eine sehr gute Integration Ihrer Stellenanzeigen in diverse Job-Portale.

5 Messen und werten Sie Ihre Aktivitäten aus, setzen Sie Ihre Daten in Beziehung

Sie haben verschiedene KPIs definiert, mit denen Sie Ihr Recruiting messen wollen, z.B. die Effektivität Ihrer Job-Kampagnen, Ihre Hochschulaktivitäten, die Frequentierung ihrer Stellenanzeigen oder die **Time to Hire** und **Time to Fill** aus Ihrem SAP SuccessFactors (SF) Recruiting. SAP bietet vorgefertigten Business Content an, der für die Integration von SF-Kennzahlen verwendet werden kann. SAP Analytics Cloud (SAC) bietet Ihnen die Möglichkeit Ihre Recruiting-KPIs in einer Management-gerechten Form aufzubereiten, Daten in Verbindung zu setzen und mit Smart Data Discovery oder Data-Forecasting in die Zukunft zu schauen.

Kleiner Tipp: Interessant ist an der Stelle der Einsatz von Geo-Maps, mit denen man schnell navigieren und sehen kann, wo Bewerber eigentlich herkommen und wie man sie im Einzugsgebiet zielsicherer ansprechen kann.

6 Leiten Sie die richtigen Maßnahmen ab und adjustieren Sie diese, wenn notwendig

Schlecht bleibt schlecht und der Unterschied von Effektivität und Effizienz kann unter Umständen sehr groß sein. So bringt es nichts, wenn Sie eine hohe Frequentierung einer Stellenanzeige haben, sich bei Ihnen aber nicht wirklich die Kandidaten bewerben, die Sie einstellen würden. Wenn Sie merken, dass Ihre Job-Angebote und Maßnahmen nicht greifen oder sich als falsch erwiesen haben, setzen Sie diese neu auf. Stoppen Sie Job-Angebote und Stellenbeschreibungen, wenn diese an der Zielgruppe vorbei gehen, sie offensichtlich nicht frequentiert werden oder Kandidaten anspricht, die Sie mit 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit nicht einstellen werden. Monitoren Sie Ihre Kampagnen regelmäßig. Schneiden Sie alte Zöpfe ab und fokussieren Sie sich auf eine klare Zielgruppenanalyse und Ansprache. Machen Sie sich bewusst, dass eine schlecht beschriebene Stellenanzeige unter Umständen mehr Potentialkandidaten abschreckt, als dass Sie sich als Unternehmen damit positiv am Arbeitsmarkt darstellen.

Kleiner Tipp: Mit der SAP Analytics Cloud können Sie in wenigen Sekunden Ihre Recruiting-KPIs managementgerecht visualisieren und die Daten-Zusammenhänge analysieren. Sie entscheiden auf der Basis von Fakten, wo und welche Maßnahmen Sie

Fazit

Ich hoffe, es hat Ihnen Spaß gemacht und ich konnte Ihnen ein paar Ideen auf Ihrem zukünftigen Weg durch den Bewerber-Dschungel mitgeben. Alles Gute und viel Erfolg bei der Suche nach den richtigen Kandidaten für Ihre Organisation!

Weitere Informationen:

- SAP Analytics Cloud: <https://www.msg-treorbis.de/sap-analytics-cloud>
- SAP SuccessFactors: <https://www.msg-treorbis.de/sap-successfactors>