

Recruiting-Technologie neu gedacht

Wie Technologie gute Beziehungen zwischen den wichtigsten Stakeholdern im Recruiting-Prozess schaffen und dadurch globale Probleme überwinden kann.

Mit dem Ansteigen der Nachfrage nach Spitzenkräften auf dem Weltmarkt sind Aufspüren und Einstellen der richtigen Kandidaten aktuell wichtiger als je zuvor. Dieses Jahr haben 81 Prozent der Führungskräfte und der HR-Leiter die Gewinnung neuer Mitarbeiter als ihre höchste Priorität im HR-Bereich bezeichnet.¹

Dennoch verlassen sich auch heute noch viele Unternehmen auf nicht mehr zeitgemäße, veraltete Bewerberdatenbanken, die eine aufeinander abgestimmte Zusammenarbeit weltweit verteilter Stakeholder im Recruiting nicht erlauben. Diese Systeme wurden konzipiert, um Stellenanzeigen auf Jobbörsen und Stellenportalen zu schalten und anschließend zu warten – und zu beten –, dass sich Kandidaten bewerben.

Vor fast einem Jahrzehnt hat sich die Talentakquise-Landschaft um Candidate Relationship Management Systeme erweitert. Damit entstand eine Möglichkeit, Kandidaten proaktiv anzusprechen und zu motivieren, sich auf Stellen zu bewerben. Erstaunlicherweise haben selbst viele Großunternehmen diesen proaktiven Ansatz bis heute nicht vollständig umgesetzt.

Mittlerweile geht die Technologie deutlich weiter und bindet alle Stakeholder des gesamten Rekrutierungsprozesses ein, vom ersten Händeschütteln bis zum ersten Arbeitstag eines Kandidaten und darüber hinaus. Um auf diese nächste Stufe der Talentgewinnung zu gelangen, ist es erforderlich, dass Talentakquise (TA)-Teams die Beziehungen zwischen den entscheidenden Stakeholdern im Recruiting-Prozess erkennen und verstehen: Recruiter, Führungskräfte, Kandidaten und derzeitige Mitarbeiter. Um im digitalen Zeitalter in globalem Maßstab arbeiten zu können, benötigen Talentgewinnungsteams eine Technologie, die:

- den Stakeholdern einen effizienten Service bietet,
- Verantwortlichkeiten festlegt und produktive Beziehungen ermöglicht,
- die Nutzererfahrung verbessert.

Zusammenarbeit mit den Hiring Managern

Der Aufbau effektiver Beziehungen zu den Hiring Managern ist der wichtigste Treiber für die Leistungsfähigkeit der Talentgewinnung – viermal wichtiger als andere Treiber der Leistungsfähigkeit der Talentgewinnung.² Eine strategische HR-Organisation sammelt alle relevanten Daten und Kommunikationen an einem zentralen Ort, wie Avature ATS, wodurch diese Daten von überall aus und zu jeder Zeit zugänglich sind.

Viele Kunden von Avature verwenden spezifische, für Hiring Manager konfigurierte Portale im Branding der Arbeitgebermarke, um effizientere und stärker auf Zusammenarbeit ausgerichtete Beziehungen zu den Hiring Managern aufzubauen. Unternehmen tun sich oftmals schwer, hoch qualifizierte Kandidaten für Positionen auf oberer Ebene oder auf Geschäftsebene zu finden, und innerhalb des Rekrutierungsprozesses kämpfen die TA-Teams um die Aufmerksamkeit der Hiring Manager.

Mit Avature können Recruiting-Teams spezielle Websites erstellen, auf denen die Hiring Manager die für offene Stellen oder für die Nachfolgeplanung empfohlenen Kandidatenprofile entweder per Mobilgerät oder vom PC aus anschauen können. Ohne eine Kommunikation per E-Mail kann die Führungskraft:

- das Profil eines vielversprechenden Kandidaten speichern,
- um ein Interview bitten, wodurch der Recruiter automatisch gebeten wird, Termine zu vereinbaren,
- den Fortschritt im Recruiting-Prozess nachverfolgen und den jeweils nächsten Schritt veranlassen.

Durch die Bereitstellung eines solchen Service für Recruiter und Hiring Manager kann ein Unternehmen sicherstellen, dass diese internen Stakeholder ihre Aufgaben gerne wahrnehmen und dass Transparenz während des gesamten Prozesses der Talentgewinnung gewährleistet ist.

Kandidaten gewinnen und motivieren

Indem Recruiter und Hiring Manager zusammenarbeiten, können sie zudem einem der weiteren wichtigsten Stakeholder des Recruiting-Prozesses, dem Kandidaten, einen echten Service anbieten, der noch vor dem persönlichen Kennenlernen des Kandidaten beginnt.

Mit Avature CRM können Unternehmen spezifische Websites und Portale erstellen, um künftige Kandidaten von dem Arbeitsleben des Unternehmens und der Unternehmenskultur zu begeistern. Viele Kunden von Avature integrieren ihre Arbeitgebermarke in ihre Karriereseiten, präsentieren Videomaterial von ihren Mitarbeitern, erklären die Unternehmenswerte und beschreiben ihre vielfältige Arbeitskultur. Die Karriereseite bietet relevante, karrierespezifische Informationen für Kandidaten, die aktiv nach einer Stelle suchen, aber auch für solche, die einfach nur das Unternehmen interessant finden, ohne konkret auf der Suche zu sein.

Sobald ein Unternehmen die Aufmerksamkeit eines potenziellen Kandidaten erregt hat, besteht der nächste Schritt darin, diesem einen einfachen Weg zu eröffnen, sich näher über die Karrierechancen zu informieren. Zahlreiche Kunden nutzen Avature CRM, um unterschiedliche Talent-Pipelines einzurichten und Kommunikationen je nach Interessensbereich zu verschicken. Wenn sich Kandidaten bei einer bestimmten Talent-Community registrieren, erhalten sie automatisierte, aber individuelle Kommunikationen per SMS oder E-Mail – nicht den üblichen HR-Newsletter.

Kandidaten, die sich dazu entschließen, sich zu bewerben, können Avature-Kunden einen schnellen, einfachen und auf Mobilgeräte optimierten Bewerbungsprozess bieten. Die Kandidaten können für ihre Bewerbung ihr Konto bei sozialen Medien – wie XING oder LinkedIn – verwenden. Das Avature-System übernimmt persönliche Daten und Karriere-Stationen, was dem Kandidaten Zeit erspart und eine Online-Bewerbung so einfach macht wie Online-Shopping. Bei Avature können Unternehmen auch Bewerbungsprozesse mit bedingten Fragen verwenden, die sich an die Antworten der Kandidaten anpassen. Das macht die Bewerbung so relevant und kurz wie möglich.

Kandidaten, bei denen es nicht zu einer Einstellung gekommen ist, sollten ebenfalls Kommunikationen erhalten, um die Kandidatenbeziehung nicht abbrechen zu lassen. Avature hat weltweit viele Kunden, die hier langfristig denken: „Wir sagen niemals „nein“ – wir sagen nur „nicht jetzt“. Ein Kunde von Avature, der mehrere internationale Marken betreibt, behält sogenannte „Silbermedaillengewinner“ als potenziell passende Kandidaten für jeweils andere Unternehmensbereiche im Auge. Über gezielte Newsletter, die Branchentrends und relevante Stellen enthalten, bieten die Recruiter den sogenannten Silver Medalists neue Chancen im gleichen Unternehmen.

Nutzung des Recruiting-Potenzials der eigenen Mitarbeiter

Den eigenen Mitarbeitern einen einfachen, nachvollziehbaren Prozess für Empfehlungen zu bieten, ist ein Verfahren, das enorme Früchte tragen kann. Empfehlungen von Mitarbeitern haben sich als hervorragende Quelle für die Einstellung hoch qualifizierter neuer Mitarbeiter erwiesen.³

Avature-Kunden nutzen Empfehlungs-Dashboards, mit denen die eigenen Mitarbeiter neue Kandidaten leicht empfehlen können. Vor der Implementierung globaler Empfehlungsprogramme haben diese Unternehmen häufig unterschiedliche Empfehlungs-Programme an verschiedenen Standorten betrieben. In solchen Fällen hat das globale Team nur sehr geringe Übersicht darüber, wie gut diese Programme funktionieren. Bei einem globalen Empfehlungsprogramm können die Mitarbeiter ihre Kontakte für jede Position weltweit empfehlen und den Fortschritt nachverfolgen.

Avature-Kunden können auf diese Weise praktisch eine Mannschaft aus Zehntausenden oder sogar Hunderttausenden von Recruitern (allen eigenen Mitarbeitern) aufstellen. Das Programm stärkt darüber hinaus die Arbeitgebermarke des Unternehmens enorm. Denn die Mitarbeiter agieren als echte Markenbotschafter.



Globale Probleme überwinden

Wenn es um Rekrutierungstechnologie geht, sind Agilität und Konfigurierbarkeit von entscheidender Bedeutung. Avature versetzt seine Kunden in die Lage, globale Herausforderungen anzunehmen und doch gleichzeitig die örtlichen Rekrutierungsanforderungen zu erfüllen. Durch Nutzung dieser automatisierten Technologien können Unternehmen allen Stakeholdern hochwertigen Service bieten. Wenn Unternehmen innerhalb der Komplexitäten des Rekrutierungsprozesses die Priorität auf Service legen, können TA-Teams die besten Rekrutierungsergebnisse möglich machen.

¹Bersin, Josh: 2017 Deloitte Global Human Capital Trends: Rewriting the Rules for the Digital Age. Bersin by Deloitte, 28. Feb. 2017, <http://bersinedge.bersin.com/resources/research/?docid=20726>.

²Erickson, Robin: High-Impact Talent Acquisition: The Big Reveal. Bersin by Deloitte, 17. Sept. 2014, blog.bersin.com/high-impact-talent-acquisition-the-big-reveal/.

³Erickson, Robin: And the Highest Quality Sourcing Channel Is ... Bersin by Deloitte, 26. Jan. 2017, blog.bersin.com/and-the-highest-quality-sourcing-channel-is/.



Autor

Dr. Jan Christian Seevogel

Senior Vice President DACH,
Avature