

StepStone

RECRUITING LOTSE



StepStone RECRUITING LOTSE 2016

Die Studie basiert auf dem umfassenden Wissen und Erfahrungen der StepStone-Experten. Darüber hinaus hat StepStone im Sommer 2016 eine Online-Umfrage unter 200 Geschäftsführern und Führungskräften mit Personalverantwortung in Deutschland durchgeführt und rund 300 Stellenanzeigen auf stepstone.de einer tiefgreifenden Analyse unterzogen.

StepStone ist die führende Online-Jobbörse in Deutschland und verbindet Millionen von Jobsuchenden mit rekrutierenden Unternehmen. Das Angebot von StepStone ist das reichweitenstärkste im Wettbewerbsumfeld (Quelle: IVW). StepStone beschäftigt mehr als 2.000 Mitarbeiter und betreibt neben www.stepstone.de Online-Jobbörsen in weiteren Ländern.

Inhalt

| | | |
|---|--|----|
| 1 | VON DER JOBBÖRSE ZUR E-RECRUITING COMPANY Marktplatz für Talente in der digitalen Welt | 4 |
| 2 | SMARTES EMPLOYER BRANDING Kandidaten Überzeugen | 10 |
| 3 | SIMPLE. DIGITAL. MOBILE. Den Bewerbungs- und Rekrutierungsprozess verstehen und vereinfachen | 14 |
| 4 | Erfolg vorprogrammiert: BIG DATA IM RECRUITING | 16 |



Liebe Personalentscheider,

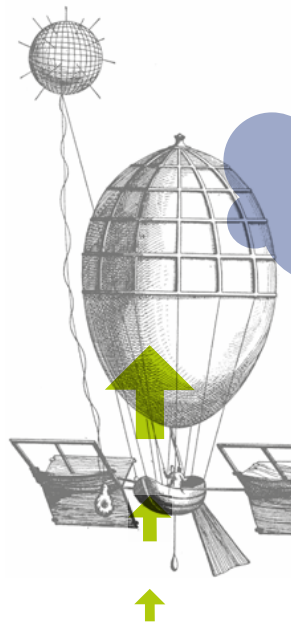
als führende Jobbörse in Deutschland, aber auch als Unternehmen, das selbst jedes Jahr Hunderte Mitarbeiter rekrutiert, kennen wir Ihre Herausforderungen in der Rekrutierung von qualifiziertem Personal. Jeden Tag beraten StepStone Mitarbeiter Sie und andere Personalentscheider rund um das Thema Personalgewinnung. Wir wissen, dass Sie alle Hände voll zu tun haben: Sie suchen High Potentials, erfahrene Fachkräfte und Führungspersonal. Sie suchen Entwickler, Ingenieure, Mechatroniker, Pflegepersonal, Controller und viele andere Spezialisten. Sie rechnen damit, dass Ihr Rekrutierungsbedarf künftig zunehmen wird. Und Sie haben längst die Erfahrung gemacht, dass Mitarbeitergewinnung kein Selbstläufer ist.

Ihr Ziel ist eindeutig: Sie wollen Ihre offenen Positionen schnellstmöglich mit geeigneten Kandidaten besetzen. Nur: Im schier unübersichtlichen Dschungel moderner Rekrutierungsmöglichkeiten verlieren wir schnell den Überblick. Kein Wunder: Ein Hype jagt den nächsten – gestern Social Recruiting, heute Mobile Recruiting, morgen Big Data. Damit Sie den effizientesten Weg für sich finden, sollten Sie sich folgende Fragen stellen: Welche Maßnahmen bringen mich am schnellsten ans Ziel? Was ist angesichts meiner zeitlichen und budgetären Ressourcen überhaupt machbar? Und: Setze ich auf Recruiting-Plattformen, auf deren Innovationskraft ich vertrauen kann?

Im RECRUITING LOTSEN möchten wir Ihnen Einblicke in die Funktionsweisen und Zukunftsperspektiven einer modernen Jobbörse wie StepStone geben und Ihnen helfen, im Meer der Möglichkeiten den Blick für das Wesentliche zu behalten.

Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre!

Herzlichst,
Sebastian Dettmers
Geschäftsführer stepstone.de



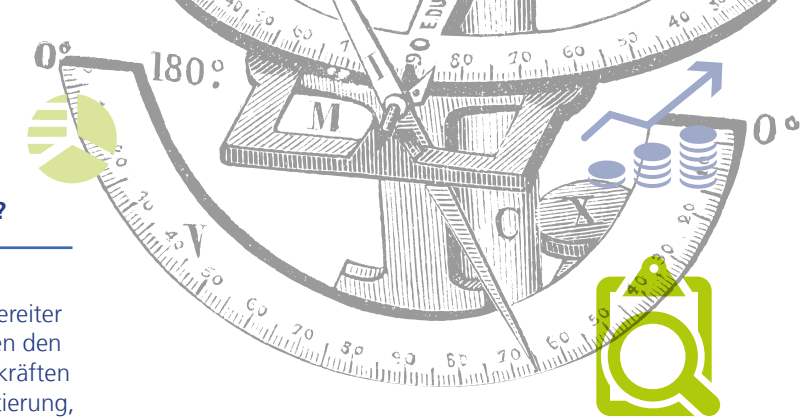
RECRUITING-MIX

RANKING* DER EFFIZIENTESTEN KANÄLE

Der gelungene Recruiting-Mix: Für die erfolgreiche Rekrutierung von Fachkräften gibt es eine begrenzte Anzahl an erfolgsversprechenden Kanälen. Die Stellenanzeige (bei einer E-Recruiting-Company geschaltet) ist im Hinblick auf das Kosten-Nutzen-Verhältnis der relevanteste Kanal und trägt den Löwenanteil zur Deckung des Recruitingbedarfs bei.



Welche Kanäle werden als effektiv bewertet?



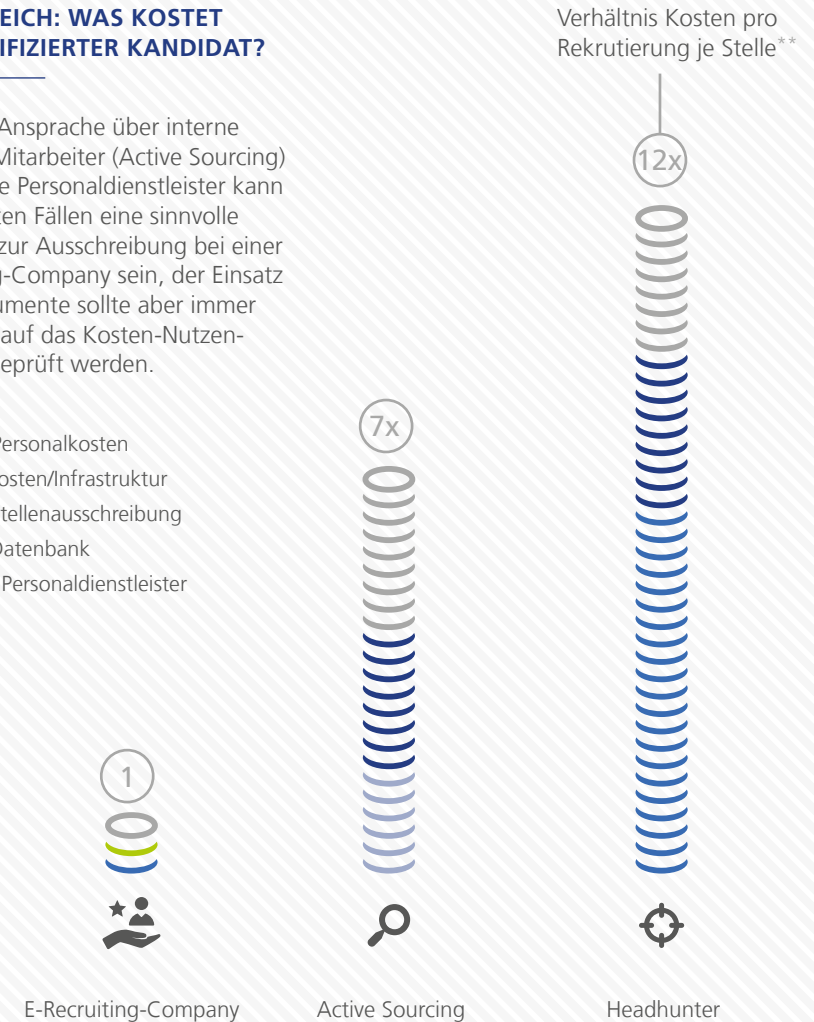
WAS IST EINE E-RECRUITING-COMPANY?

Eine E-Recruiting-Company ist eine Matching-Maschine und ein allzeit bereiter Digital Talent Scout, der Unternehmen den direkten Zugang zu den besten Fachkräften bietet und Kandidaten bei der Orientierung, Auswahl und Kontaktaufnahme zum neuen Arbeitgeber umfassend unterstützt.

IM VERGLEICH: WAS KOSTET EIN QUALIFIZIERTER KANDIDAT?

Eine aktive Ansprache über interne Recruiting-Mitarbeiter (Active Sourcing) oder externe Personaldienstleister kann in bestimmten Fällen eine sinnvolle Ergänzung zur Ausschreibung bei einer E-Recruiting-Company sein, der Einsatz dieser Instrumente sollte aber immer im Hinblick auf das Kosten-Nutzen-Verhältnis geprüft werden.

- Interne Personalkosten
- Prozesskosten/Infrastruktur
- Kosten Stellenausschreibung
- Kosten Datenbank
- Honorar Personaldienstleister



*Ranking der Recruitingkanäle nach ihrem Beitrag zur Deckung des Rekrutierungsbedarfs. Quelle: Befragung von 200 Führungskräften in Deutschland.

**Annahmen: Unternehmen mit durchschnittlicher Arbeitgeberattraktivität und einem Personalbedarf von 100 Stellen im Jahr. Durchschnittliche Werte bezogen auf die Berufsgruppen IT, Ingenieure, Marketing, Vertrieb.

1

VON DER JOBBÖRSE ZUR E-RECRUITING- COMPANY

—
Marktplatz für Talente in
der digitalen Welt

Die Digitalisierung hat massiven Einfluss auf alle Bereiche unseres Lebens genommen. Jobsuche und Karrieregestaltung bilden da keine Ausnahme. Fachkräfte möchten stets in der Lage sein, ihren Wert auf dem Arbeitsmarkt einzuschätzen. Sie rechnen damit, in Sekundenschnelle eine maßgeschneiderte Liste passender Stellenangebote abrufen und vergleichen zu können. Sie erwarten, dass sie sich unkompliziert und von überall aus bewerben können. Zudem gehen sie davon aus, dass Unternehmen offen für ihre Kontaktaufnahme sind und schnell reagieren. In der digitalen Welt wird sich nur der Rekrutierungskanal behaupten, der diese hohen Ansprüche erfüllen kann und die entsprechenden Informationen und Werkzeuge an zentraler Stelle zur Verfügung stellt.

→ JOBBÖRSEN: IN PUNCTO EFFIZIENZ UNSCHLAGBAR

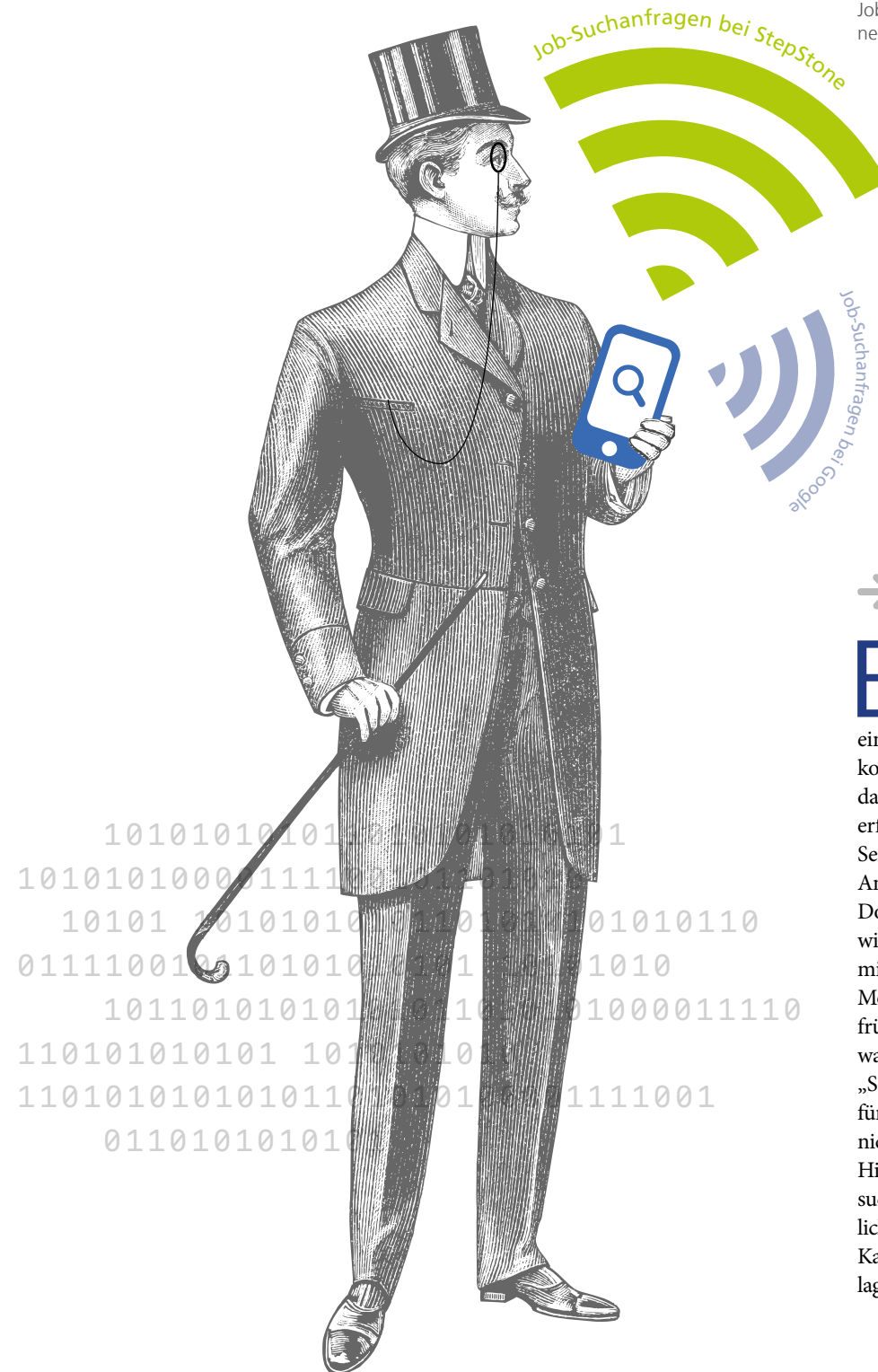
Jobbörsen sind das meistgenutzte und **effizienteste Tool** zur Mitarbeitergewinnung (Personalwirtschaft-Studie, Mai 2016)

Sie leisten den größten Beitrag zur **Deckung des Rekrutierungsbedarfs** (Mafo.de-Befragung unter 200 Personalverantwortlichen, Juni 2016)

StepStone liefert **3 x mehr passende Bewerber** als andere Wettbewerber (TNS-Befragung unter 7.400 Personalverantwortlichen, 2015/2016)

Suchanfragen von Fachkräften

In den letzten zwölf Monaten gab es auf StepStone doppelt so viele Suchanfragen für Jobs bei den Top 3 der rekrutierenden Unternehmen in Deutschland wie bei Google.



→ JOBBÖRSE ALS MARKTPLATZ FÜR TALENTE

Eine intelligente universelle Jobbörse bietet Fachkräften schon heute alle notwendigen Informationen – an einem zentralen Ort gebündelt und somit komfortabel zugänglich. Die Jobbörse hat das jahrtausendealte Prinzip des Marktplatzes erfolgreich ins 21. Jahrhundert transferiert. Seit jeher ist der Marktplatz ein Ort, an dem Angebot und Nachfrage aufeinandertreffen. Dort zeigen Händler Präsenz und knüpfen wichtige Kontakte. Potenzielle Käufer informieren sich über das Angebot und nutzen die Möglichkeit, die Waren zu vergleichen. Wer früher keinen Stand auf dem Marktplatz hatte, war praktisch unsichtbar. Dasselbe Prinzip „Sehen und gesehen werden“ gilt heute auch für das Recruiting: Wer auf dem Jobmarktplatz nicht zu finden ist, wird schnell übersehen. Hier bewerben Arbeitgeber ihre Stellen, hier suchen Fachkräfte aktiv nach neuen Jobmöglichkeiten und hier holen sich auch potenzielle Kandidaten Informationen zur Arbeitsmarktlage, um ihre Joboptionen zu prüfen.

40%
 aller Stellenanzeigen
 (ohne Duplikate) sind
 bei StepStone zu finden.

Starke Zahlen:
Jede zweite Fachkraft in
 Deutschland hat StepStone
 schon genutzt

→ STÄRKE ZEIGEN IM KAMPF UM DIE BESTEN KANDIDATEN

Gut qualifizierte Fachkräfte sind heute kaum von Arbeitslosigkeit bedroht. Sie fühlen sich sicher, sind selbstbewusst und bleiben ihrem Arbeitgeber nur selten über Jahrzehnte treu. Eine attraktive Präsenz auf Jobbörsen-Plattformen ist für Unternehmen Pflicht, wenn sie im Wettbewerb um die besten Talente nicht das Nachsehen haben möchten. Denn: Die Jobbörse ist die erste Anlaufstelle für Fachkräfte, eine unverzichtbare Informationsbasis für fast alle anderen Rekrutierungskanäle und auch für den unternehmenseigenen Karrierebereich sind Jobbörsen häufig die wichtigsten Traffic-Lieferanten. Allein StepStone lenkt mehr als eine Million Fachkräfte im Monat auf die Karriereseiten von ausschreibenden Unternehmen.

460.000

Fachkräfte haben
 ihre Lebensläufe
 hinterlegt

70 Mio

Besuche auf Stepstone.de
 im ersten Halbjahr 2016

5 Mio

Fachkräfte haben
 Newsletter mit
 passenden Jobs
 abonniert

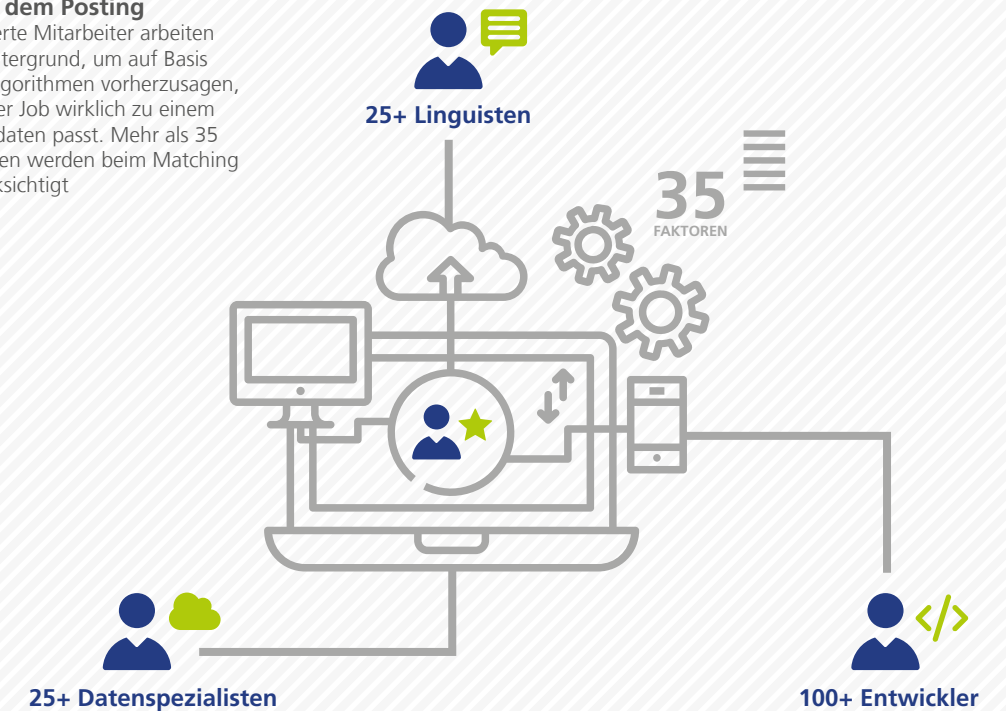
→ EVOLUTION ZUR E-RECRUITING-COMPANY

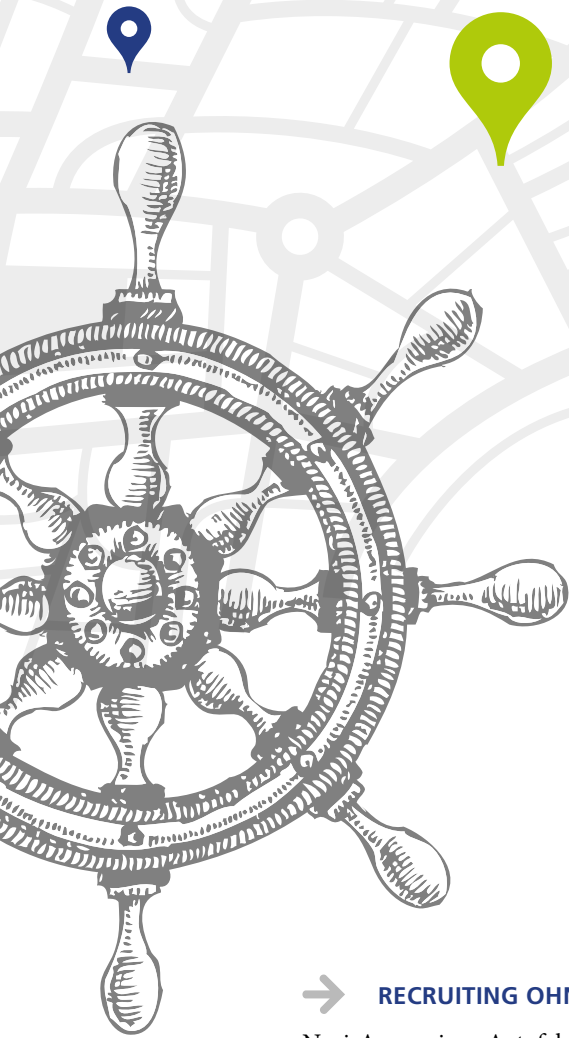
Auch wenn Jobbörsen noch immer nach dem ursprünglichen Prinzip des Marktplatzes funktionieren – wirklich erfolgreich sind nur solche, die das gesamte verfügbare Spektrum digitaler Technologien ausschöpfen und sich stetig weiterentwickeln: von einer bloßen Pinnwand über einen digitalen Marktplatz bis zur E-Recruiting-Company. Ziel einer E-Recruiting-Company ist es, eine Stelle zu besetzen, und nicht wie bei Medienunternehmen, möglichst hohe Reichweiten zu generieren.

Für eine E-Recruiting-Company ist eine Stellenanzeige ein digitaler Suchauftrag. Sie kennt und analysiert mögliche Wege der Kandidaten im Netz, reagiert darauf und ermöglicht eine optimale Auffindbarkeit der Stellenanzeige auf allen Endgeräten. Passende Kandidaten werden gezielt zu der Stellenanzeige gelenkt: über Newsletter mit Stellenangeboten, personalisierte Werbeformate sowie Präsenz auf zahlreichen Websites, die sich mit fachspezifischen Inhalten an bestimmte Berufsgruppen richten. Somit erreicht die Online-Stellenausschreibung dank digitaler Technologien die maximal mögliche Reichweite bei Kandidaten mit passendem Profil.

Nach dem Posting

Hunderte Mitarbeiter arbeiten im Hintergrund, um auf Basis von Algorithmen vorherzusagen, welcher Job wirklich zu einem Kandidaten passt. Mehr als 35 Faktoren werden beim Matching berücksichtigt





→ RECRUITING OHNE UMWEGE

Navi-Apps zeigen Autofahrern den kürzesten Weg zum Ziel auf der Basis von Echtzeit-Daten an. Warum entscheiden sich viele ortskundige Autofahrer trotzdem dagegen, diesen kürzesten Weg zu nehmen? Weil sie lieber fahren wollen, statt im Stau zu stehen – selbst wenn das ein Umweg ist. Und weil sie der Technik nicht trauen und lieber selbst aktiv werden wollen. Dieselben Prinzipien gelten beim Recruiting: Auch hier möchten manche Unternehmen lieber selbst aktiv werden als anderen das Steuer zu überlassen. Mit digitalen Lösungen von einer E-Recruiting-Company blieben sie flexibel.

Die Gewinnung der richtigen Talente wird für Unternehmen zum zentralen Erfolgsfaktor im Wettbewerb, sie wird zur „Chefsache“. Dabei ist es nur legitim, dass die Unternehmen die volle Kontrolle haben und ihr gesamtes Expertenwissen einsetzen wollen. Eine E-Recruiting-Company gibt den Unternehmen diese Sicherheit: Sie haben jederzeit die volle Übersicht über die Performance der Stellenanzeigen, können Anpassungen vornehmen und sich gleichzeitig auf die digitalen Technologien und ausgeklügelten Matching-Algorithmen im Hintergrund verlassen.

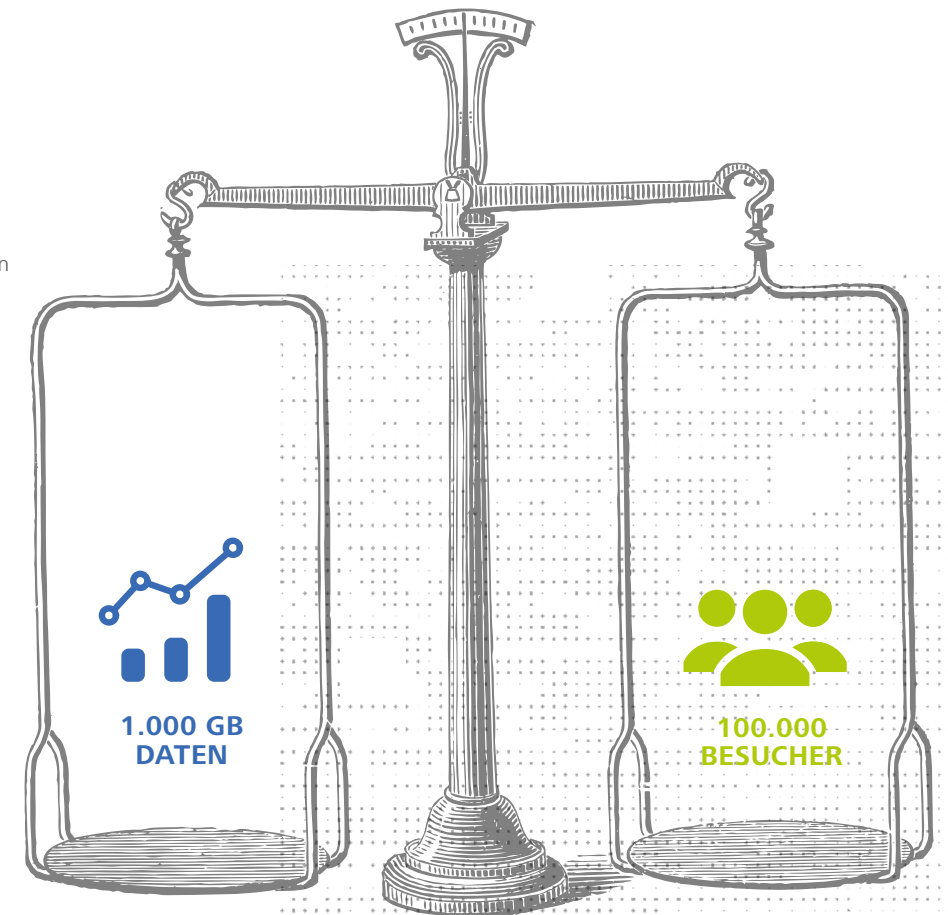
i MIT DEM DIGITAL TALENT SCOUT ZUM PERFECT MATCH

Eine E-Recruiting-Company ist nicht nur eine intelligente Jobbörse und eine Matching-Maschine. Sie ist ein allzeit bereiter Digital Talent Scout, der Kandidaten bei der Orientierung, Auswahl und Kontaktaufnahme zum neuen Arbeitgeber unterstützt und den „Perfect Match“ sichert.

„ Auch wenn die Mehrheit der Kandidaten sich direkt beim Unternehmen bewirbt – es ist davon auszugehen, dass die Stellen als Erstes bei einer großen Stellenbörse gesehen werden.*

Im Gleichgewicht

Täglich werten StepStone Spezialisten 1.000 GB Daten aus, um den perfekten Match für 100.000 Besucher zu liefern



*Dieses Zitat und die Zitate auf folgenden Seiten stammen aus einer Befragung von Recruitern und Personalverantwortlichen in Deutschland

2

SMARTES EMPLOYER BRANDING

Kandidaten überzeugen

Content is King: Diese Prämisse gilt nicht nur in der Produkt-, sondern auch bei der Arbeitgeberwerbung. Interesse wecken und wirklich überzeugen, können Unternehmen nur mit Inhalten. Smartes Employer Branding wird zur Pflicht. Denn noch bevor sie großangelegte Kampagnen in Auftrag geben, können Unternehmen bei den Kandidaten sichtbar werden. Die Lösung heißt: bestehende Kanäle optimieren.

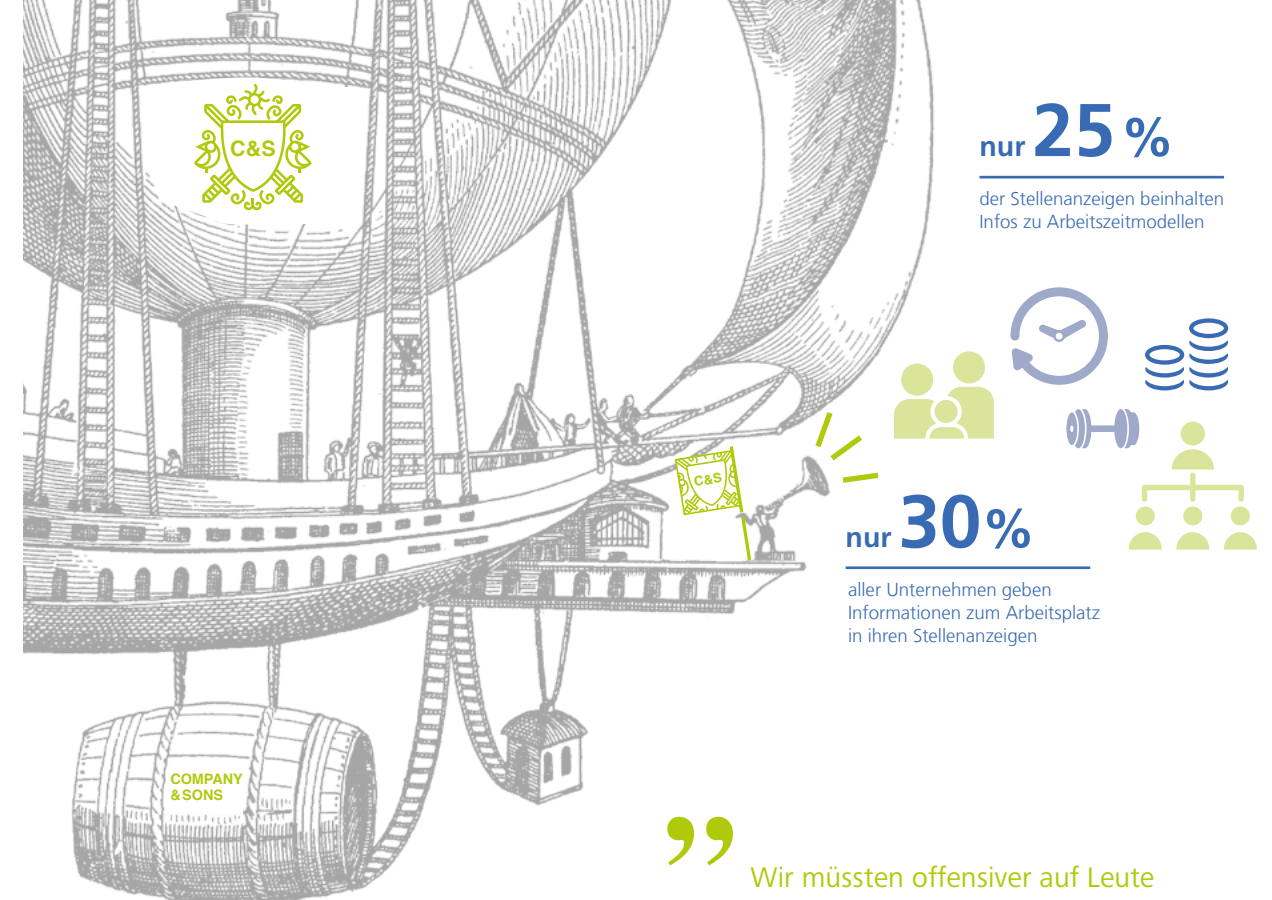
Egal ob ein Kandidat aktiv nach einem neuen Job sucht oder nur aus Neugier seinen Marktwert prüft: Eine Stellenausschreibung ist in den meisten Fällen der erste Kontaktpunkt zwischen Unternehmen und potenziellen Mitarbeitern. Die Stellenausschreibung ist damit die Visitenkarte des Unternehmens und trotzdem ein Bereich, in dem für viele Arbeitgeber noch ungenutzte Potenziale für Smartes Employer Branding liegen.

StepStone Analysen zufolge beinhaltet ein Viertel der Stellenausschreibungen überhaupt keine Informationen zu den Vorteilen des Arbeitgebers und dessen Angebot für die Kandidaten. Informationen zum Arbeitsumfeld und dem Arbeitsplatz, die sich die überwiegende Mehrheit der Kandidaten erwiesenermaßen wünscht, finden sich in lediglich drei von zehn Stellenausschreibungen.

i WAS IST SMARTES EMPLOYER BRANDING?

- ✓ Jede Stellenausschreibung so attraktiv und informativ wie möglich gestalten und formulieren.
- ✓ Konkrete Vorzüge nennen statt Floskeln einbauen.
- ✓ Authentische Bilder statt nichtssagende Fotos verwenden.
- ✓ Schnelle persönliche Reaktion statt ausschließlich automatischer Mail-Antworten sicherstellen.

Kurzum: Die Unterscheidungsmerkmale als Arbeitgeber auf allen relevanten Plattformen wie der eigenen Karrierewebsite und den großen Stellenbörsen vermitteln.



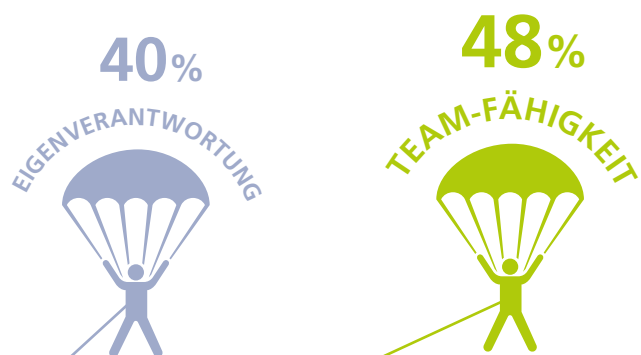
„ Wir müssten offensiver auf Leute zugehen. Vorteile einer Anstellung bei uns sind nicht so klar dargestellt, wie es sein könnte, z. B. zusätzliche Altersvorsorge, Weiterbildungsprogramme.

Ist eine Stellenausschreibung ansprechend und mit umfangreichen relevanten Informationen gestaltet, fühlt sich ein Kandidat von Anfang an wertgeschätzt – und Wertschätzung ist für die meisten Arbeitnehmer einer der zentralen Attraktivitätsparameter für Arbeitgeber. Zu den Informationen, welche die meisten Fachkräfte in einer Stellenausschreibung finden wollen, gehören Angaben zur Unternehmenskultur, dem Gehalt und den Arbeitszeitmodellen. Auch authentische Fotos und Videos – damit sind ausdrücklich keine Inhalte aus Bilddatenbanken oder Videos mit Models gemeint – stehen weit oben auf der Wunschliste.



→ **JOB-LIFE-FIT**

Job und Karriere sind den Fachkräften wichtig, sie müssen aber zu den anderen Lebensbereichen passen. Arbeit und Leben sind keine Gegensätze mehr, sondern Elemente, die sich ergänzen müssen. Der Arbeitgeber muss dem Bewerber zeigen, wie die Unternehmenskultur den Bewerber aufnehmen und sein Leben bereichern kann.



→ **TEAM-EGO-BALANCE**

Sowohl Unternehmen als auch Fachkräfte wollen beides haben – eigenverantwortliches Arbeiten und Erfolg im Team. Für Unternehmen gilt es, künftigen Mitarbeitern schon im Recruiting-Prozess beide Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen.

Welche Anforderungen stellen Unternehmen an ihre zukünftigen Mitarbeiter? Neben den fachlichen Qualifikationen, die naturgemäß stark von der konkreten Stelle abhängen, suchen Arbeitgeber oft auch nach bestimmten persönlichen Eigenschaften, den sogenannten Soft Skills. Schaut man in die Anforderungsprofile der analysierten Anzeigen, gehört die Teamfähigkeit bzw. die Bereitschaft, im Team zu arbeiten, über alle Berufsgruppen hinweg zu den am häufigsten geforderten Eigenschaften – 48 Prozent aller Stellenanzeigen beinhalten Teamfähigkeit im Anforderungskatalog. Bei den

Anzeigen für Ingenieure und Pflege-Fachkräfte sind es sogar mehr als 60 Prozent. Die Fähigkeit, eigenverantwortlich und kreativ zu arbeiten, steht bei Arbeitgebern ebenfalls hoch im Kurs. Knapp 40 Prozent der Unternehmen nennen diese Eigenschaft in ihren Stellenanzeigen. Besonders kreativ sollen Kandidaten für Marketing-Manager-Positionen sein, hier erwarten dies 62 Prozent der Unternehmen.

Tipps



Stärken als Arbeitgeber konsequent ansprechen

→ Flexible Arbeitszeiten, Betriebskindergarten, gute Kantine, Sportprogramm für die Belegschaft oder besonders guter Teamgeist – all das sind überzeugende Argumente, sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden. Deshalb gehören Informationen dazu unbedingt in die Stellenanzeige.



Die besondere Unternehmenskultur betonen

→ Das Ziel jedes rekrutierenden Unternehmens ist es, zahlreiche und dabei vor allem passende Bewerbungen auf die eigene Stellenanzeige zu erhalten. Um dieses Ziel zu erreichen, sollen die Stellenausschreibungen nicht nur klare Anforderungen an die Qualifikation der Kandidaten enthalten, sondern auch ein Bild von der Unternehmenskultur vermitteln. Authentizität ist dabei das höchste Gebot. Allgemeine Formulierungen oder geschönte Darstellungen sind kontraproduktiv, sympathische Fotos von der Belegschaft hingegen hilfreich.



Eindruck vom Arbeitsumfeld und Standort vermitteln

→ Bei der Arbeit verbringt man einen großen Teil des Tages. Dementsprechend sind Informationen über die Firmenräume und die Lage des Standortes von hoher Entscheidungsrelevanz für Kandidaten. Ob Innenstadtlage und gut angebunden oder ruhige Lage mit Parkmöglichkeiten, ob modernes Open-Space-Umfeld oder gemütliche Zweier-Büros – jeder Standort bietet Vorteile, die in der Stellenanzeige erwähnt werden sollen. Fügt ein Unternehmen noch ein echtes Foto der eigenen Räumlichkeiten hinzu, haben die Kandidaten eine wirklich gute Entscheidungsgrundlage.



Aufgaben und Entwicklungsperspektiven klar definieren

→ Neun von zehn Kandidaten suchen beim Jobwechsel eine neue Herausforderung. Eine anschauliche und ausführliche Beschreibung der Aufgaben und Zuständigkeiten gehört in jede Stellenanzeige. Für Unternehmen auf der Suche nach High Potentials gilt außerdem, Weiterbildungsmöglichkeiten und die Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen, die aus Arbeit tatsächlich Karriere werden lassen.



Konkret formulieren und sich vom Einheitsbrei abheben

→ Ist eine Stellenanzeige eine Bewerbung wert? Die Antwort auf diese Frage hängt vom hohen Informationsgehalt, aber auch von der Glaubwürdigkeit der Anzeige ab. Beides erreicht man durch klare Formulierungen. Sind der Aufgabenbereich und das Kandidatenprofil

eindeutig beschrieben, bekommen Unternehmen passendere Bewerbungen. Die Angaben zum Unternehmen, dessen Kultur und Vorteile als Arbeitgeber sollen möglichst konkret und frei von Floskeln sein, um die Kandidaten zu einer Bewerbung zu motivieren.

3 SIMPLE. DIGITAL. MOBILE.

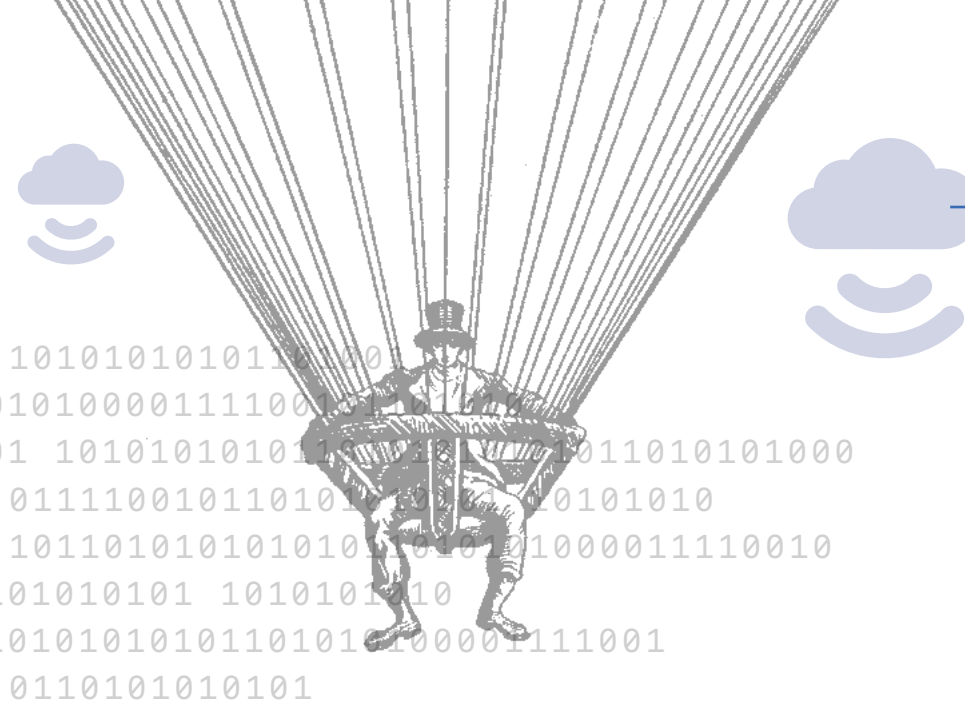
Den Bewerbungs- und Rekrutierungsprozess verstehen und vereinfachen

„Recruiting ist Chefsache“ – diese These findet bei immer mehr Unternehmen Zustimmung. Gleichzeitig fällt es vielen Personalabteilungen immer noch schwer, ihre Erfolge zu belegen und eine angemessene Achtung für ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg zu erfahren.

„Wir finden meistens gute Kandidaten auf dem Markt, aber unser Bewerbungsprozess ist teilweise zu langwierig.“

Die Digitalisierung schafft auch hier Abhilfe, indem sie die Messung der wichtigsten Kennzahlen und damit das Recruiting-Controlling wesentlich erleichtert. Mit einer Bestandaufnahme der wichtigsten Erfolgsfaktoren werden der Ist-Zustand definiert und die Verbesserungspotenziale abgeleitet. Allerdings erheben aktuell mehr als 50 Prozent der Unternehmen keine Erfolgskennzahlen im Recruiting und versäumen damit viele Chancen. Denn eine regelmäßige Erhebung und Analyse von definierten Key Performance Indikatoren (KPI) dokumentieren den Erfolg von Maßnahmen und helfen zuverlässig, wirklich effiziente Kanäle von kosten- und zeitraubenden Recruiting-Hypes zu unterscheiden.

Die Digitalisierung hat bereits einen entscheidenden Einfluss auf die Rekrutierungskanäle genommen. Auch die HR-Prozesse in Unternehmen werden zunehmend digitaler, wenngleich sich die meisten erst am Anfang befinden. Einen Vorgeschmack auf die Nutzung der digitalen Möglichkeiten liefert das Online-Shopping: Kunden werden online und geräteunabhängig über passende Artikel informiert, beim Bestellen und Bezahlen unterstützt und bekommen die Ware schnell und einfach zugestellt. Dasselbe Prinzip – wir bezeichnen es als Job Shopping – gilt in Zukunft auch für das Recruiting: Umfangreiche Informationen, attraktiver Content (angereichert durch Bilder und audiovisuelle Elemente), transparente Prozesse und unmittelbares Feedback werden von Kandidaten erwartet.



LUFT NACH OBEN

nur **29%**

der Unternehmen geben Kandidaten erstes persönliches Feedback auf die Bewerbung innerhalb einer Woche.

→ DIE WICHTIGSTEN KPI IM RECRUITING

- ✓ Time-to-Hire (durchschn. Zeit zw. Stellenausschreibung und Vertragsunterzeichnung)
- ✓ Cost-per-Hire (durchschn. Kosten der Rekrutierung pro Anstellung)
- ✓ Bearbeitungsdauer der Bewerbungen (aufgeteilt in Prozessschritte)
- ✓ Anzahl der qualifizierten Kandidaten nach Rekrutierungskanal/konkreter Plattform
- ✓ Anzahl der geführten Interviews nach Rekrutierungskanal/konkreter Plattform
- ✓ Anzahl der Anstellungen nach Kanal/konkreter Plattform
- ✓ Durchschnittlicher Zeitaufwand pro Anstellung nach Rekrutierungskanal
- ✓ Anzahl abgelehnter Verträge
- ✓ Anteil der Kandidaten, die den Bewerbungsprozess abbrechen
- ✓ Herkunft der Besucher auf der Karrierewebsite des Unternehmens

46% der Unternehmen haben ihre Stellenanzeigen und Karriere-Website für die Darstellung auf mobilen Endgeräten optimiert

43% der Unternehmen bieten mobile Bewerbungsmöglichkeiten an



Die technischen Möglichkeiten für eine vollständig digitale und unkomplizierte Bewerbung sind schon heute vorhanden. Wie wäre es zum Beispiel, bei besonders wichtigen Positionen ein zeitgemäßes Messenger-Tool einzusetzen, um den Kandidaten die Möglichkeit einer unmittelbaren Kontaktaufnahme und Bewerbung zu geben? Es liegt an Unternehmen, Kandidaten einfache Bewerbungsstrukturen über alle Endgeräte anzubieten und ihre internen Prozesse anzupassen, um direkte Kommunikation zu ermöglichen. Denn: fehlendes Feedback, langwierige Vorgänge und komplizierte Formulare sorgen für Frustration und auch die schönste Employer-Branding-Kampagne verpufft wirkungslos, wenn es im Bewerbungsprozess hakt.

4

Erfolg vorprogrammiert: — BIG DATA IM RECRUITING

Recruiting und Personalentwicklung sind entscheidend für den Erfolg einer jeden Unternehmung. Mit dem Wissen, das E-Recruiting-Companies liefern, kann sich die HR-Abteilung tatsächlich als strategischer Business Partner im Unternehmen etablieren.

Mit Hilfe von Big Data Technologien, intelligenter Datenanalyse und selbstlernenden Algorithmen sind Plattformen wie StepStone zukünftig in der Lage, verfügbare Daten unterschiedlichster Art zu verknüpfen und neue Dimensionen beim Zusammenbringen von Unternehmen und Talenten zu erreichen. Das Recruiting wird noch effektiver, die HR-Arbeit noch effizienter – nicht nur in Bezug auf Zeit, sondern auch auf den langfristigen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Diese Kombination aus technologischen und strategischen Entwicklungen erlaubt es, passende Fachkräfte noch intelligenter zu finden und wird die Welt der Jobsuche und des Recruitings neu ordnen.

Big Data unterstützt dabei einerseits Anwendungen von **Data Mining** und **Predictive Analytics** und profitiert andererseits von Innovationen im Bereich der **künstlichen Intelligenz**.

Beim **Data Mining** werden Userverhalten und Stellenbeschreibungen analysiert. Das Ergebnis sind individuelle, zum Suchprofil passende Trefferlisten und maßgeschneiderte Empfehlungen für jeden Kandidaten.

Predictive Analytics nutzt die im Data Mining gewonnenen Erkenntnisse zusammen mit unternehmensbezogenen Daten, um für Kandidaten und Unternehmen eine fundierte Prognose zur Passgenauigkeit und zu den Erfolgsaussichten einer Bewerbung zu liefern. Der langwierige und mitunter lästige Bewerbungsprozess wird schneller und frustfreier, die Rekrutierung effizienter und erfolgreicher.

Kommen selbstlernende Algorithmen aus dem Bereich der **künstlichen Intelligenz** hinzu, können auch in der Zukunft liegende Veränderungen und Markttrends automatisch erkannt und bei den Prognosen und Analysen entsprechend berücksichtigt werden.

Wie schwierig wird es sein, eine konkrete Stelle zu besetzen? Was sind die besten Instrumente zur **BESETZUNG** einer konkreten Stelle?

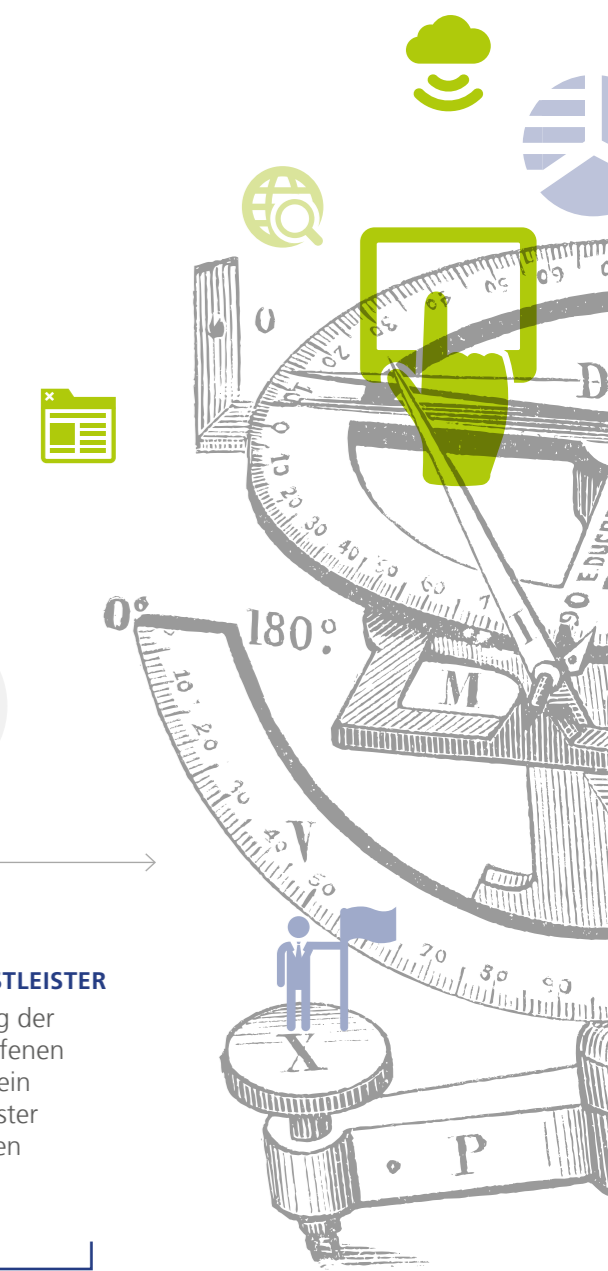
Welche Fragen kann **BIG DATA** im Recruiting in Zukunft beantworten?





STEP-BY-STEP-ANLEITUNG

Effektives, zielgerichtetes und erfolgreiches Recruiting





CEO Recruiting-Checkliste

DIESE FAKTOREN ENTSCHEIDEN
ÜBER DEN ERFOLG



ROI der einzelnen Recruiting-Kanäle überprüfen.
Wichtigste KPI: Rücklauf qualifizierter Kandidaten

- ✓ KPI monatlich erhoben und analysiert?
- ✓ Externe und interne Kosten der einzelnen Kanäle und deren Beitrag zum Rücklauf qualifizierter Kandidaten transparent?



Investitionen ins Recruiting und deren Verteilung auf einzelne Kanäle überprüfen.

- ✓ Verteilung Investitionen auf Kanäle gemäß deren Beitrag zur Deckung des Rekrutierungsbedarfs sichergestellt?
- ✓ 60 bis 80 Prozent der qualifizierten Kandidaten über Jobbörsen und eigene Website?
- ✓ Anteil kostenintensiver Kanäle (aktive Mitarbeiteransprache und Personaldienstleister) <20 Prozent?
- ✓ Social Media primär als Marketingmaßnahme und nicht als Recruiting-Kanal eingesetzt



Sicherstellen, dass die Prozesse optimiert sind und effizient ablaufen.

- ✓ Stellenausschreibungen und Karrierebereich mobil optimiert?
- ✓ Kanäle zur direkten Kommunikation angeboten und genutzt?
- ✓ Bewerbungsbearbeitung bis zum ersten Feedback <1 Woche?
- ✓ Zu- bzw. Absageschreiben an 100 Prozent der Kandidaten?



Sicherstellen, dass die bestehenden Kanäle optimiert sind.

- ✓ Stellenanzeigen und Stellentitel unter Berücksichtigung der Kandidatenwünsche formuliert?
- ✓ Vorteile und Unterscheidungsmerkmale als Arbeitgeber definiert und konkret benannt?
- ✓ Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm installiert und genutzt?

Sie haben Fragen zu dieser Studie oder wünschen weitere Informationen zum Thema?

Dr. Anastasia Hermann
E-MAIL anastasia.hermann@stepstone.de
TELEFON 0211 93493-5746

Sie haben Fragen zu unseren Produkten oder möchten eine Stellenanzeige aufgeben?

Gerne beraten wir Sie persönlich!
E-MAIL service@stepstone.de
TELEFON 0211 93493-5802

IMPRESSUM

StepStone Deutschland GmbH
Hammer Straße 19
40219 Düsseldorf
www.stepstone.de