

JENSEITS DES OBSTKORBES

Next Shiny Object oder Game Changer? Wie vor allem kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) im Recruiting zwischen Hype und Innovation unterscheiden können.

VON PIA TISCHER

IN DER ÄRA DER DIGITALEN TRANSFORMATION hat sich das Recruiting zu einem komplexen und dynamischen Bereich entwickelt. Software-Tools und Apps für das Recruiting sprießen förmlich aus dem Boden und präsentieren sich als die ultimativen Lösungen für die Herausforderungen der Mitarbeiterrekrutierung. Doch in diesem Ozean der Innovationen stellt sich die entscheidende Frage: Wie unterscheiden (KMU) zwischen dem „Next Shiny Object“ und einem tatsächlichen „Game Changer“ im Recruiting? Um diese Frage zu beantworten müssen Unternehmen wissen, wie sie die Basisarbeit erledigen, bevor sie sich den neuesten Trends zuwenden, und welche die wesentlichen Bausteine einer erfolgreichen und nachhaltigen Recruiting-Strategie sind.

die Basisarbeit zu erledigen. Damit meine ich, die Kernprozesse des Recruitings zu verstehen und permanent zu optimieren. Es ist wie bei einem Gebäude: Ohne ein solides Fundament können die prächtigsten Strukturen in sich zusammenfallen. Die Basisarbeit umfasst die Klärung der eigenen Unternehmenskultur und Arbeitgeberpositionierung, die ordentliche Identifizierung der Anforderungen offener Stellen, die genaue Definition der Zielgruppen auf Bewerberseite, sowie einen mehrstufigen und zügigen Recruiting-Prozess.

Die Auswahl des richtigen Tools für Ihr Unternehmen

Die Frage „Welches Tool ist denn jetzt das richtige für mein Recruiting?“ wird oft von Unsicherheit begleitet.



Die AUTORIN
Pia Tischer

ist CEO der coveto ATS GmbH, einem Spezialisten für Recruiting Software.

Ein erfolgreiches Recruiting erfordert mehr als nur eine innovative Technologie. Es braucht eine **klare Arbeitgeberpositionierung**, die das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber präsentiert. Es braucht eine gut durchdachte Recruiting-Strategie, die auf die Bedürfnisse der Bewerberzielgruppe zugeschnitten ist und gleichzeitig die Unternehmensziele berücksichtigt.

Die Überflutung des Recruiting-Marktes

Es fühlt sich an, als gäbe es gegenwärtig mehr Software-Tools und Apps für das Recruiting als für jeden anderen Unternehmensbereich. Dieser Boom an Technologie verspricht Effizienzsteigerung, Kostenersparnis, mehr und bessere Kandidaten. Dennoch dürfen wir nicht vergessen, dass diese Tools nur dann ihren vollen Nutzen entfalten können, wenn die grundlegenden Aspekte des Recruitings solide in unseren Unternehmen etabliert sind.

Die Grundlagen vor dem „Next Shiny Object“

Bevor wir uns dem verlockenden Glanz des „Next Shiny Object“ hingeben, ist es von entscheidender Bedeutung,

Die Antwort liegt auf der Hand: Ein Recruiting-Tool sollte in erster Linie zum Unternehmen passen und dessen Strategie unterstützen. Hilfreich ist es, einen Anbieter zu finden, der in der jeweiligen Branche und mit der Unternehmensgröße Erfahrung und Expertise hat.

Dieser Anbieter sollte einen guten, erreichbaren Support bieten, der im Preis inkludiert ist. Gerade beim Einsatz neuer Software ist es wichtig, dass Unternehmen die notwendige und zeitnahe Unterstützung erhalten, um das Produkt auch optimal nutzen zu können. Der Support sollte persönlich erreichbar sein und nicht nur aus Chatbots oder E-Mail-Nachrichten bestehen.

Die Bausteine einer innovativen und nachhaltigen Strategie

Ein erfolgreiches Recruiting erfordert mehr als nur eine innovative Technologie. Es braucht eine klare Arbeitgeberpositionierung, die das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber präsentiert. Es braucht eine gut durchdachte Recruiting-Strategie, die auf die Bedürfnisse der Bewerberzielgruppe zugeschnitten ist und gleichzeitig die Unternehmensziele berücksichtigt. Es braucht einen strukturierten Recruiting-Prozess, der sicherstellt, dass sowohl nicht die falschen Mitarbeiter eingestellt werden als auch Kandidaten nicht kurz vor Abschluss des Prozesses abspringen. Unternehmen sollten sich eine Lösung suchen, die diese Punkte unterstützt, bevor sie Insellösungen einsetzen.

Erfolgreiche Praxisbeispiele

Praxisbeispiele zeigen deutlich, dass der Schlüssel zum Erfolg nicht in einem einzelnen Tool oder einer App liegt, sondern in einer kohärenten Strategie, die verschiedene Elemente geschickt miteinander verknüpft. Ein Beispiel hierfür sind Recruiting-Videos, die einen authentischen Einblick in die Arbeitswelt und Kultur des Unternehmens geben. Diese Videos können die emotionale Verbindung zwischen Bewerbern und Unternehmen stärken und die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass sich passende Kandidaten bewerben. Ein weiteres erfolgreiches Beispiel sind besondere Benefits jenseits des Obstkorb. Einer unserer Kunden bietet seinen Beschäftigten (Handwerker) jeden Morgen ein Frühstücksbuffet an. Das hat sich schnell herumgesprochen und viele Initiativbewerbungen ausgelöst. Solche Benefits und Veranstaltungen sind einerseits Bewerbermagnete andererseits dienen sie auch dazu, die jeweilige Unternehmenskultur zu betonen und einzigartige Erfahrungen zu bieten.

Fazit: Solide Grundlagen schaffen und innovativ denken

Bevor sich kleine Und mittelständische Unternehmen auf die neuesten Technologien stürzen, sollten sie sicherstellen, dass ihr Recruiting vom Stellenanzeigenmarketing über die Kommunikation mit Kandidaten und Entscheiden bis hin zu Einstellung, Absage oder Aufnahme in den Pool digital von einer Software unterstützt wird. Eine Recruiting Software ist die Basis dafür. Eine durchdachte Arbeitgeberpositionierung, eine maßgeschneiderte Strategie und ein effektiver Prozess sind aber letztendlich entscheidend, um die besten Talente anzuziehen und langfristig zu binden. •

Bild/Copyright: vachorn – stock.adobe.com



Let's transform

**Sichern Sie sich jetzt
Ihr exklusives Abonnement!**

[www.digital-business-cloud.de/
abonnement/](http://www.digital-business-cloud.de/abonnement/)

**DIGITAL BUSINESS
CLOUD**

