



• **Connectoor**

**Mit E-Recruiting
die richtigen
Bewerber finden**

Ihr persönliches E-Book
zum durchstarten

www.connectoor.com

Beiträge von:

C. Schumacher und F. Ziesche

Vorwort

Für wen ist dieses Buch geschrieben?

Egal ob Sie schon lange in der Human-Resource-Branche tätig sind, oder nur wenig Erfahrung mit der Personalfindung bis jetzt sammeln konnten, in diesem E-Book bekommen Sie Tipps und Kniffe von uns an die Hand, wie Sie fortan die Bewerber finden, die ihr Unternehmen sucht.

Wie können Sie dieses Buch nutzen?

Wir laden Sie ein, dieses E-Book als Arbeitsbuch zu benutzen, um weitere Schritte anzugehen und ihre HR-Strategien zu optimieren. Nutzen Sie gerne den Platz am Rand um Ihre Ideen und Gedanken festhalten.

Womit können Sie rechnen?

Wir haben für Sie drei verschiedene Themen aufbereitet, die Ihnen konkrete Schritte verraten, wie Sie folgende Themen angehen können:

Thema 1 ▶ **Online-Karrierebereich**

Wir erklären Ihnen in 12 Schritten, wie Sie die richtigen Bewerber über Ihre Homepage gewinnen können.

Thema 2 ▶ **Personalberater finden**

Wir geben Ihnen die 7 goldenen Regel an die Hand, die es bei der Wahl eines guten Personalberaters zu beachten gilt.

Thema 3 ▶ **Online-Jobbörsen**

Wir verraten Ihnen, wie Sie mit Online-Jobbörsen die Reichweite Ihrer Stellenanzeigen vervielfachen können.

Inhalt

In 12 Schritten zum perfekten Online-Karrierebereich	4
Wie Sie die richtigen Bewerber über Ihre Homepage gewinnen	4
Schritt 1: Perspektivwechsel	4
Schritt 2: Karriereseite, Karrierebereich oder eigenes Kundenportal?	5
Schritt 3: Hard Facts	5
Schritt 4: Einblicke gewähren – Wie sieht der Arbeitsplatz aus?	6
Schritt 5: Zeigen Sie Ihre Unternehmenskultur	6
Schritt 6: Beyond the workplace – es gibt mehr als die Arbeit	7
Schritt 7: Stellenanzeige	7
Schritt 8: Medien, Medien, Medien – nutzen Sie Text, Bilder, Videos und Ton	7
Schritt 9: Blog für Bewerber einrichten	8
Schritt 10: Anbindung an Social Media	8
Schritt 11: Die Bewerberflut im Griff haben – gutes Bewerbermanagement	9
Schritt 12: Onboarding-Bereich für neue Mitarbeiter	10
Wie der Connectoor einen guten Karrierebereich noch besser macht	10
7 goldene Regeln für die Wahl eines Personalberaters	11
Warum einen Personalberater einschalten?	11
Regel 1: Auf die Erfahrung achten	12
Regel 2: Branchenkenntnisse hinterfragen	12
Regel 3: Prüfen, ob der Personalberater zu Ihnen passt	12
Regel 4: Checken, ob der Personalberater Interesse an Ihren Unternehmenswerten hat	12
Regel 5: Das Angebotsportfolio des Personalberaters überprüfen	13
Regel 6: Vermittlungsfähigkeiten testen	13
Regel 7: Konditionen erklären	14
Exzellente Personalberater über Connectoor buchen	14
5 Erfolgsstrategien für den Einsatz von Online-Jobbörsen	15
Wie Sie die Reichweite Ihrer Stellenanzeigen vervielfachen	15
Erfolgsstrategie 1 – auf die Großen setzen	15
Erfolgsstrategie 2 – regional inserieren	16
Erfolgsstrategie 3 – Spezial-Jobbörsen buchen	17
Erfolgsstrategie 4 – Schrittweise vorgehen und Geld sparen	17
Erfolgsstrategie 5 – Multiposting einsetzen und Geld sparen	17
Online-Jobbörsen mit dem Connectoor einsetzen	18



Schritt für Schritt zum neuen Karrierebereich

In 12 Schritten zum perfekten Online-Karrierebereich

Wie Sie die richtigen Bewerber über Ihre Homepage gewinnen

Wie Sie sich als Arbeitgeber präsentieren, hat große Auswirkungen darauf, ob Sie Personal für unbesetzte Stellen finden – das ist klar. Aber es bestimmt auch, wer sich bei Ihnen bewirbt. Auf Ihrer Homepage bewerben Sie vor allem die Vorzüge Ihrer Produkte und Dienstleistungen. Aber, kommunizieren Sie die Vorteile Ihrer Arbeitgebermarke (Employer Brand) mit der gleichen Intensität? Ein aussagekräftiger Webauftritt kann Ihrem Unternehmen beim Wachsen helfen. Doch wie sieht eigentlich eine gute Karriereseite aus? Wir haben 12 Schritte für Sie zusammengestellt, die Ihnen die richtige Richtung zeigen. Und wenn Sie schon eine aussagekräftige Karriereseite haben, hilft Ihnen der ein oder andere Hinweis bestimmt, Gutes noch besser zu machen.

Schritt 1

Perspektivwechsel

Bevor es losgeht, sollten Sie sich in die Bewerber hineinversetzen und sich überlegen, was relevant für die Arbeitgeberwahl sein könnte. Die Grundidee einer Karriereseite ist, dem Bewerber Informationen zu bieten, die für die Arbeit bei Ihnen wichtig sind. Und zwar so aufbereitet, dass Sie die volle Aufmerksamkeit des Bewerbers packen. Nennen Sie alle

Vorteile Ihres Unternehmens und erläutern Sie, warum das Unternehmen ein „Great Place to Work“ ist. Sehen Sie es mal so: Sie bewerben sich als Arbeitgeber bei den Jobsuchenden. Das geschieht mit einer durchdachten Karriereseite. Sammeln Sie dafür alle wichtigen Informationen, die interessant sind und präsentieren Sie diese. Wenn es Ihrerseits viele spannende Informationen gibt, die Sie den potentiellen Bewerbern mitteilen wollen, eignet sich auch besonders gut ein kurzes Video (mehr dazu in Schritt 8). Die Dinge, die jedes Unternehmen unbedingt von sich preisgeben sollte, lesen Sie in den nächsten Schritten.

Schritt 2 Karriereseite, Karrierebereich oder eigenes Kundenportal?

Die Entscheidung über den Umfang der eigenen Präsentation ist abhängig von der Unternehmensgröße (und Anzahl der zu besetzenden Stellen einer Unternehmung). Wichtig ist, dass alle Informationen, die ein Bewerber benötigt, um sich einen Eindruck vom Unternehmen und der Stelle machen zu können, vorhanden sind. Für kleine Unternehmen wird aller Wahrscheinlichkeit nach eine Karriereseite als One-Pager, also nur eine Seite in Ihrem Webauftritt, reichen. Wohingegen etwas größere Unternehmen eher einen Karrierebereich mit mehreren Unterseiten benötigen. Dieser sollte das Unternehmen vorstellen, aber gleichzeitig sollte die Übersichtlichkeit gewahrt bleiben, sodass Ihre Produkte und Dienstleistungen nicht untergehen. Für große Unternehmen, mit vielen Vakanzen, wäre ein eigener Webauftritt, erreichbar unter einer gesonderten Internetadresse, für Bewerber interessant: ein Karriereportal. Wir konzentrieren uns in den nächsten Schritten auf den Karrierebereich, weil dieser die Möglichkeiten guter Karriereseiten am besten illustriert.

Schritt 3 Hard Facts

Was in keinem Karrierebereich fehlen darf, sind die „Hard Facts“. Das sind die wichtigsten Kennzahlen, die Ihr Unternehmen beschreiben. Geben Sie den Bewerbern auf der ersten Unterseite alle Informationen an die Hand, die sie brauchen: Wie lange gibt es Ihre Firma schon? Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie? Wo befinden sich Ihre Standorte? Was produzieren Sie dort? Was ist Ihre Geschäftsaufgabe? Welche Vision verfolgen Sie mit dem Unternehmen? Wie wird sich das Unternehmen vielleicht in Zukunft aufstellen?

Versuchen Sie ein gutes Gleichgewicht zu finden: zu viele Informationen können die Seite überladen; hingegen zu wenige den Bewerber zu wenig Auskunft geben. Dieser Abschnitt ist enorm wichtig, da er darüber entscheidet, ob der Bewerber auf der Seite bleibt oder sich den nächsten Arbeitgeber anschaut. Für den Fall, dass das Interesse beim Leser bereits geweckt wurde, sollte es hier auf der Seite bereits einen Button mit der Aufschrift „Hier Bewerben“ geben – ein typischer Call-To-Action. Es gibt aber noch mehr Informationen, die für den Bewerber sehr wichtig sind. Der MitCSR Studie zufolge sind arbeitsplatzbezogene Kriterien, die entscheidendsten bei der Arbeitgeberwahl. Demnach sollten Sie im nächsten

Abschnitt den Bewerber hinter die Kulissen blicken lassen und preisgeben, wie es sich bei Ihnen arbeiten lässt.

Schritt 4 Einblicke gewähren – Wie sieht der Arbeitsplatz aus?

Zeigen Sie, wie Ihre Mitarbeiter arbeiten. Egal ob Fließband, Bürobereiche, Einzelbüros – trauen Sie sich transparent zu sein. Beauftragen Sie einen Fotografen schöne Bilder von Ihrer Firma zu machen. Stellen Sie Ihre Mitarbeiter (die zukünftigen Kollegen der Bewerber) in den Mittelpunkt, da diese das Herzstück der Unternehmung sind. Die Bewerber wollen echte Bilder von echten Arbeitsplätzen sehen. Zeigen Sie auf den Fotos auch scheinbar unwichtige Dinge, wie zum Beispiel die große Küche, in der das Team gemeinsam isst oder den Konferenzraum, in dem sich die Teams gemeinsam absprechen. Neben der Arbeitsplatzausstattung sollten auch die Social Benefits ausreichend beworben werden. Bekommt der neue Mitarbeiter z.B. einen neuen Firmenwagen oder ein Firmenhandy? Haben Sie eine Kaffee- oder Obstflatrate im Büro? Zählen Sie einfach sämtliche Benefits auf, die Sie auch von anderen Arbeitgebern unterscheiden könnten, schließlich stehen Sie voll im Krieg um die besten Talente (War for Talents).

Auch auf der Unterseite „Arbeitsplatz“ sollte ein „Hier Bewerben“-Button erscheinen, für den Fall, dass die Bewerber bereits jetzt ganz heiß auf einen Job bei Ihnen sind. Der nächste Abschnitt, den Sie unbedingt in Ihren Karrierebereich einfließen lassen sollten, ist eine Beschreibung Ihrer Unternehmenskultur.

Schritt 5 Zeigen Sie Ihre Unternehmenskultur

Für potenzielle Bewerber ist es schön zu wissen, was das Unternehmen macht und wie der Arbeitsplatz aussieht. Aber ebenso wichtig für die Arbeitsplatzqualität ist das Miteinander – die Unternehmenskultur. Setzen Sie sich aktiv mit Ihrer Unternehmenskultur auseinander. Wichtig hierbei: Man kann nur nach außen tragen, was auch von innen gelebt wird. Wie sieht der Alltag bei Ihnen im Büro aus? Wie arbeiten sie zusammen? Duzen sich alle? Gibt es Dresscodes? Wird ab und zu zusammen Mittag gegessen? Welche Werte vertreten Sie im Unternehmen? Legen Sie Wert darauf, ein familienfreundliches Unternehmen zu sein? Wenn ja, wie? Außerdem erwähnenswert sind gemeinsame Ausflüge oder Bräuche. Ist es bei Ihnen zum Beispiel üblich eine Weihnachtsfeier für die Angestellten auszurichten? Veranstalten Sie manchmal ein Mitarbeiterfrühstück?

Hinweis: Achten Sie bei der nächsten Mitarbeiterveranstaltung darauf, ein paar gute Fotos schießen zu lassen. Oder Sie buchen direkt einen Eventfotografen. Stockbilder (also gekaufte Bilder aus dem Netz) auf Karriereseiten sind längst überholt und wirken unglaubhaft.

Schritt 6

Beyond the workplace – es gibt mehr als die Arbeit

Gibt es Dinge, die die Mitarbeiter über die Arbeit hinaus miteinander verbindet? Nehmen Sie als Unternehmen an Läufen oder sonstigen Sportveranstaltungen teil? Engagieren Sie sich im sozialen Bereich? Haben Sie schon mal am Social Day teilgenommen? (Was noch nicht ist kann ja noch werden – hier geht es zur Anmeldung des Malteser Social Day). Erwähnen Sie einfach die interessanten Angebote, die Sie Ihren Mitarbeitern bieten.

Schritt 7

Stellenanzeige

Das Herzstück einer jeden Karriereseite sind natürlich die Stellenanzeigen. Die Stellenausschreibung ist der Ort, an dem Sie positionsbedingte Vorteile vorstellen sollten – machen Sie es den Kandidaten leicht, sich zu bewerben.

Achten Sie dabei auf eine einheitliche und möglichst konkrete Beschreibung der Stellen: Schauen Sie sich auch gerne unsere Checkliste für Stellenausschreibungen an. Sprechen Sie auch über berufliche Projekte und Weiterentwicklungschancen.

Bei all den Informationen sollte Ihre Aufforderung, sich zu bewerben, aber auf keinen Fall untergehen. Von Vorteil wäre es also, wenn die Leser der Stellenbeschreibungen gar nicht anders können, als über den „Jetzt Bewerben“-Button zu stolpern. Wichtig: Stellen Sie keine PDFs auf Ihre Karriereseite, denn Bewerbungen per E-Mail sind für Sie, als auch für den Bewerber, zeitaufwendig und führt zu einer hohen Abbruchrate.

Nutzen Sie stattdessen Lösungen von Software-Anbietern, wie zum Beispiel dem Connectoor. Das Connectoor-Fenster hat Eingabemasken und Upload-Möglichkeiten für Anschreiben, Lebenslauf und Zeugnisse. Das ermöglicht den Interessierten sich mit wenigen Klicks direkt auf Ihrer Seite zu bewerben. Der Vorteil, den Connectoor mit sich bringt: Die eingehenden Bewerbungen landen im integrierten Bewerbermanagement-Tool, das Ihnen kostenlos zur Verfügung steht. So können Sie die Bewerbungen effektiv und effizient managen.

Schritt 8

Medien, Medien, Medien – nutzen Sie Text, Bilder, Videos und Ton

Bei allem, was Sie im Karrierebereich unterbringen müssen, ist es wichtig, ein gutes Gleichgewicht aus der Menge an Information und Lesbarkeit zu schaffen. Die Bewerber interessieren sich zwar für Sie, einen ganzen Roman möchten Sie aber bestimmt nicht

vor dem Abschicken der Bewerbung lesen. Dabei können Ihnen Fotos helfen (gemäß dem Sprichwort „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“). Achten Sie bei den Bildern darauf, dass diese authentisch und professionell aussehen, für den richtigen „ersten Eindruck“ beim Bewerber. Neben Fotos sind auch Videos eine gute Möglichkeit viele Informationen komprimiert darzustellen. Unternehmensvideos sind heutzutage auch schon günstig zu produzieren. Oder erstellen Sie vertonte Videozusammenfassungen des Karrierebereichs. Recruiting-Videos lassen sich wunderbar in Ihre Karrierewebseite integrieren. Sollten Sie ein Ausbildungsbetrieb sein: Lassen Sie doch einfach mal die Azubis selbst von ihrem Tagesablauf berichten. Echte Geschichten wirken eben am authentischsten. Oder Ihre Mitarbeiter schreiben einen Blogbeitrag zu Ihren Erfahrungen bei Ihnen. Schritt 9 verrät, wie Sie einen Blog gestalten können.

Schritt 9 Blog für Bewerber einrichten

Schalten Sie in Ihren Karrierebereich einen eigenen Blog und füllen Sie ihn mit interessanten Mitarbeiterinformationen. Schreiben Sie Blogartikel über Veränderungen im Unternehmen. Erzählen Sie von Events und berichten Sie darüber, was Bewerber interessieren könnte. Wichtig hierbei ist, den Blog aktuell zu halten. Nichts schreckt Bewerber mehr ab, als zu sehen, dass sich seit Jahren nichts mehr auf der Seite getan hat. Sollten Sie das Connectoor-Fenster nutzen, kann ich Ihnen verraten, dass Sie das interaktive Bewerberfenster überall einbinden können, so oft Sie wollen. So zum Beispiel auch unter Blogbeiträgen. Ein Blog ist typischerweise eng verbunden mit den sozialen Medien, da die Blogbeiträge dort ihr volle Reichweite entfalten können. Lesen Sie in Schritt 10, wie Sie diese einsetzen können.

Schritt 10 Anbindung an Social Media

Verbinden Sie Ihren Karrierebereich mit den Sozialen Medien, in dem Sie mit entsprechenden Buttons darauf hinweisen, dass man Sie auch auf Facebook, Google+, Xing oder LinkedIn findet. Jede dieser Plattformen kann Ihnen dabei helfen, für Bewerber im Netz besser auffindbar zu sein. Die einzelnen Plattformen bieten Ihnen verschiedene Einsatzmöglichkeiten: Welche Möglichkeiten Ihnen beispielsweise Facebook beim Recruiting bietet, können Sie auch hier nachlesen. Kurz gesagt, hilft Ihnen Facebook besonders dabei junge Talente anzusprechen. Benutzen Sie Facebook dafür, aktuelle Unternehmensgeschehnisse und regelmäßig Eindrücke vom Arbeitsplatz zu posten. Darunter könnten zum Beispiel die bereits angesprochenen Azubi-Interviews in Videoform oder Einladungen zu Karrieremessen sein. Verweisen Sie auf Ihrer Facebookseite auch immer wieder auf den Karrierebereich Ihrer Homepage. Was nicht fehlen darf, ist ein übersichtlicher Stellenmarkt. Denn nachdem Sie den potentiellen Kandidaten überzeugt haben, soll dieser sich schließlich auch bei Ihnen bewerben. Benutzen Sie dafür das

Connectoor-Fenster. So verhindern Sie doppelten Aufwand, denn die einmal im Connectoor erstellten Anzeigen können beliebig oft eingebunden werden: Sie können sie also in Ihrem Karrierebereich auf jeder Unterseite erscheinen lassen und gleichzeitig auch auf Facebook. Hier steht, was das Connectoor-Fenster ist. Der nächste Schritt im Recruiting-Prozess verrät Ihnen, wie Sie am besten mit den eingehenden Bewerbungen umgehen.



Sichern Sie sich eine größere Reichweite für Ihr Employer Branding mithilfe von Social-Media-Kanälen.

Schritt 11

Die Bewerberflut im Griff haben – gutes Bewerbermanagement

Ein attraktiver Karrierebereich führt zu mehr Bewerbungen. Aber wie kann man die vielen Bewerbungen managen? Wenn Sie das Connectoor-Fenster im Einsatz haben, ist es besonders leicht, die eingegangenen Bewerbungen zu verwalten. Mit dem integrierten Bewerbermanagement-Tool von Connectoor können Sie den jeweiligen Status des Bewerbungsprozesses festhalten:

- Gesichtet
- Ist in der engeren Auswahl
- Ist eingeladen
- Jobangebot wurde unterbreitet
- Eingestellt

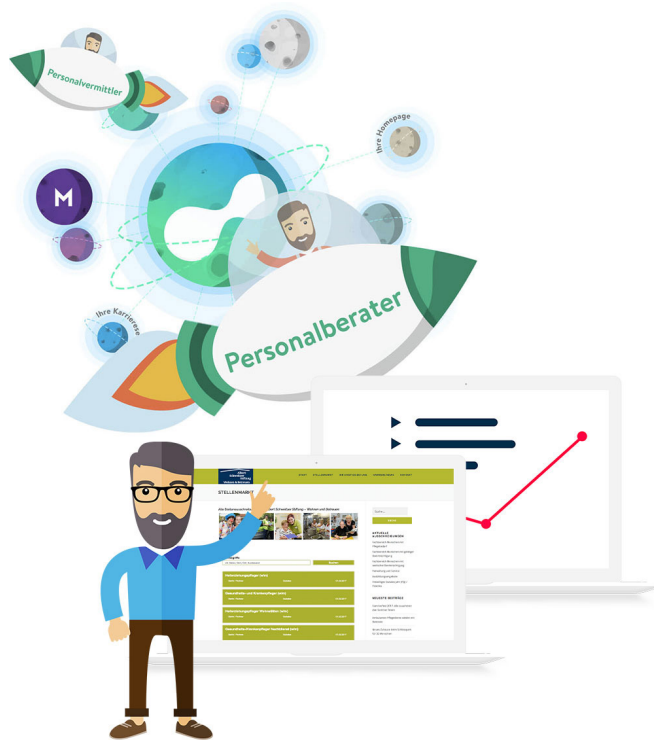
Außerdem können Sie Kollegen in den Entscheidungsprozess miteinbeziehen. So können die Kandidaten im Team bewertet werden, in dem Sie Kommentare zu den einzelnen Bewerbungsunterlagen abgeben und die Kandidaten mit kleinen Sternen bewerten können. Sollten Sie nun die perfekten Kandidaten gefunden und eingestellt haben, steht nur noch ein Schritt aus: der Onboarding-Bereich. Wofür Sie den brauchen, verrät Schritt 12.

Zwischen Vertragsunterschrift und Arbeitsbeginn können nicht selten einige Wochen ins Land gehen. Ein Onboarding-Bereich auf Ihrer Webseite kann helfen, den neuen Angestellten schon vor dem Start mit wichtigen Informationen zu versorgen – zum Beispiel mit einem digitalen Mitarbeiterhandbuch. Der Vorteil: Beginnt der Mitarbeiter mit dem neuen Job, ist er schon bestens informiert. Das spart Ihnen wertvolle Einarbeitungszeit. Außerdem fühlt er sich schneller als Teil Ihres Teams und arbeitet von Beginn an produktiv.

Wie der Connectoor einen guten Karrierebereich noch besser macht

Wer diese 12 Schritte beherzigt, hat in unseren Augen einen guten Karrierebereich aufgebaut. Noch besser kann dieser mit Connectoor werden. Connectoor ist ein E-Recruiting-System, das Ihnen Ihre Recruiting-Prozesse vereinfachen kann. In Connectoor ausgeschriebene Stellenanzeigen erscheinen im Connectoor-Fenster. Das können Sie überall einbinden: auf Ihrer Homepage, unter Blogbeiträgen oder auf Facebook-Fanpages. Wenn Sie Ihren Karrierebereich auslagern möchten, bietet Connectoor Kunden mit Premium-Lizenz ein besonderes Feature: unter IHRUNTERNEHMEN.connectoor.com entsteht automatisch aus Ihren bei der Registrierung angegebenen Firmendaten eine eigenständige Karriereseite. Den Link dazu können Sie überall teilen – zum Beispiel in Mails oder in Social-Media-Nachrichten. Mit dem integrierten Bewerbermanagement-Tool verlieren Sie auch nie den Überblick über eingehende Bewerbungen. Sie können unter anderem die Kandidaten mit Ihren Kollegen gemeinsam bewerten und direkt aus dem System einladen. Aber Connectoor kann noch mehr. Finden Sie es heraus und testen Sie einen Monat lang gratis alle in der Premium-Lizenz enthaltenen Features.

Probieren Sie uns aus
www.connectoor.com



Wir präsentieren Ihnen:
Die 7 goldenen Regeln für die Wahl eines Personalberaters.

7 goldene Regeln für die Wahl eines Personalberaters

Was Ihnen die Entscheidung erleichtert

Warum einen Personalberater einschalten?

Während der Suche nach einem geeigneten Kandidaten für eine zu besetzende Stelle gilt es folgendes Szenario zu vermeiden: Über Monate hinweg bleibt die Stelle unbesetzt. Das wirkt sich negativ auf Ihr Tagesgeschäft aus und bindet schlimmstenfalls die wertvolle Zeit Ihrer derzeitigen Mitarbeiter. Woran kann es liegen, dass die Vakanz bestehen bleibt? Vielleicht ist der Fachkräftemangel Schuld daran, dass Sie unterbesetzt sind. Oder das Anforderungsprofil ist unrealistisch.

Was soll geschehen, wenn die Vakanz nach Monaten noch immer besteht? Sie schalten Inserate in Zeitungen, machen Hinweise auf der eigenen Webseite und investieren in die Veröffentlichung auf Online-Jobbörsen und die erhofften Bewerber bleiben trotzdem aus? Personalberater können Ihnen in dieser Situation helfen. Personalberater nutzen nicht nur Ausschreibungen im Netz, in Printmedien oder im Social Media, sondern gehen auch in die Offensive: Sie sprechen Kandidaten aktiv an. Personalberater schlagen viele verschiedene Wege ein und verfügen meist über ein großes Netzwerk an Kontakten. Vitamin B ist schließlich nicht zu verachten.

Regel 1

Auf die Erfahrung achten

Die erste Regel, die man bei der Personalberaterwahl beachten sollte, klingt nach einer Selbstverständlichkeit, wird aber trotzdem gern vergessen. Es sollte darauf geachtet werden, dass der Personalberater oder auch die Personalberaterfirma (je nachdem wie viele Vakanzen Sie zu besetzen haben) erfahren genug ist. Ein guter Personalberater hat mindestens ein paar Jahre Erfahrung, hat bestenfalls vorher in einer Personalberaterfirma gearbeitet und inzwischen ein großes Netz an Kontakten aufgebaut.

Qualifizierte Personalberater erkennt man unter anderem auch daran, dass sie sich auf eine Branche spezialisiert haben. Erst dann stimmt die Qualität wirklich. Denn so kann sich der Personalberater, auch gerade beim Erstellen von Stellenanzeigen, ganz auf die Branche einstimmen und spricht somit die richtige Zielgruppe an.

Regel 2

Branchenkenntnisse hinterfragen

Hat der Personalberater bereits Erfahrungen gesammelt, bei der Besetzung vergleichbarer Stellen? Über welche Branchenkenntnisse verfügt er oder sie? Noch wichtiger ist es, herauszufinden, inwieweit der Personalberater schon vergleichbare Positionen vermittelt hat. Und natürlich auch, dass der Personalberater ein Kontaktnetzwerk aufgebaut hat und in Verbindung mit Entscheidungsträgern und Verbänden der jeweiligen Branche steht.

Regel 3

Prüfen, ob der Personalberater zu Ihnen passt

Fragen Sie sich, wie Sie sich als Unternehmen dem Bewerber gegenüber präsentieren wollen. Dann suchen Sie einen Personalberater, der durch seine Erscheinung ihr Unternehmen repräsentieren kann. Sie haben dadurch Einfluss darauf, was für Kandidaten der Personalberater auswählen wird. „Gleich und gleich gesellt sich gern“, heißt es doch so schön. Ein Personalberater, der wie geleckert und geschmiegelt aussieht, wird Ihnen also wahrscheinlich nicht das passende Personal für ihr Kreativ-Start-Up anschaffen können. Wichtig ist vor allem, dass der Bewerber ins Unternehmen passt. Suchen Sie also einen Personalberater, der Ihr Geschäftsmodell und Ihre Unternehmensphilosophie versteht und sich mit Ihrer Unternehmenskultur auseinandersetzt. Das führt uns zu Regel Nr. 4.

Regel 4

Checken, ob der Personalberater Interesse an Ihren Unternehmenswerten hat

Ein Personalberater der sich nicht genügend mit Ihrem Unternehmen auseinandersetzt, ist kein guter Personalberater. Sie brauchen jemanden der nachfragt und Interesse daran

zeigt, wie Sie bis jetzt rekrutiert haben. Der optimale Personalberater nimmt nicht zu viele Suchaufträge gleichzeitig an und konzentriert sich deshalb umso mehr auf Ihre Anfrage. Einen guten Personalberater erkennen Sie auch daran, dass er nicht sofort, nachdem Sie ihn engagiert haben, eine große Menge an Kandidaten aus der Tasche zieht. Der Prozess den ein Personalberater mit den Bewerbern durchgeht, ist langwierig und beinhaltet im besten Fall – neben Telefonaten – ein Kennlerntreffen. Seien Sie also misstrauisch, wenn Ihnen wenige Tage nach Erstellen des Suchauftrags schon zehn Kandidaten vorgeschlagen werden. Dies kann nur erfolgen, wenn der Personalberater über ein Personalberater-Netzwerk oder einen großen Talent-Pool verfügt. Unabhängig davon sollte der Personalberater eine Vorauswahl treffen und Ihnen nur geeignete Kandidaten vorstellen. Darauf bezieht sich unsere Regel Nr. 5.

Regel 5 Das Angebotsportfolio des Personalberaters überprüfen

Ein guter Personalberater sichtet die Bewerbungsunterlagen potentieller Kandidaten gründlich und überprüft gegebenenfalls die in der Bewerbung angegebenen Referenzen. Außerdem gleicht er die beigefügten Zeugnisse mit dem Lebenslauf ab. Einen guten Personalberater erkennen Sie auch daran, dass er Ihnen die Option gibt dabei zu sein, wenn Sie den vorgeschlagenen Kandidaten das erste Mal treffen. Denn dort kann er eine vermittelnde Rolle einnehmen, wie in Regel sechs erklärt wird.

Regel 6 Vermittlungsfähigkeiten testen

Ein guter Personalberater kann zwischen Ihren Bedürfnissen und denen des Bewerbers vermitteln. Es kann immer vorkommen, dass der Bewerber oder das Unternehmen unrealistische Vorstellungen über Gehaltsvorstellungen oder Arbeitszeiten haben. In so einem Fall ist es nicht ratsam, eine der beiden Seiten so lange unter Druck zu setzen, damit schließlich eine mit ihren Forderungen nachgibt. Die Seite, die das Eingeständnis gemacht hat, wird spätestens nach ein paar Wochen enttäuscht darüber sein, dass die eigenen Bedürfnisse hintenanstehen. In solchen Fällen wird ein guter Personalberater eine Lösung finden, mit der beide Seiten glücklich sind. Ganz nebenbei: Damit am Ende wirklich alle Beteiligten zufrieden sind, sollte auch der Personalberater entsprechend vergütet werden.

Klären Sie, welche Leistungen des Personalberaters im Angebot enthalten sind. Deckt er mit seiner Provision auch die Veröffentlichung von Stellenanzeigen ab, für die Kosten anfallen oder schreibt er/sie Ihnen dann eine extra Rechnung? Viel professioneller ist es, wenn der Personalberater keine zusätzlichen Kosten in Rechnung stellt und Ihnen die Veröffentlichungsstrategie mit dem Angebot darlegt. Wenn es um die Verhandlung von Konditionen geht, können wir Ihnen noch einen kleinen Tipp an die Hand geben: Jeder Personalberater hat seinen eigenen Provisionssatz. Dieser ist jedoch meist noch verhandelbar. Probieren Sie also Ihr Glück und fragen Sie nach (Dabei allerdings nicht den letzten Satz aus Regel 6 vergessen). Außerdem ist zu beachten, dass größere Personalberaterfirmen meist teurer sind als kleinere. Wenn Sie dem Personalberater zeigen wollen, wie wichtig es Ihnen ist, dass die offene Stelle besetzt wird, empfiehlt es sich eine kleine Anzahlung (als eine Art Aufwandsentschädigung) zu zahlen. Daran erkennt der Personalberater, dass Sie es ernst meinen und nicht unbedingt noch zehn weiteren Personalberatern den gleichen Suchauftrag gegeben haben.

Exzellente Personalberater über Connectoor buchen

Es gibt viele Wege über Online- und Offline-Kanäle mit Personalberatern in Kontakt zu treten. In unserer HR-Komplettlösung Connectoor kann man sich für ausgewählte Stellenanzeigen einen professionellen Personalberater auf Knopfdruck buchen. Nach Erhalt der Anfrage meldet sich ein Personalberater persönlich bei Ihnen. Abgesehen von den Personalberatern können Sie mit dem Connectoor auch unser günstiges Bewerbermanagement-Feature benutzen. Mit diesem können Sie im Team über Bewerber abstimmen und Sie auf schnellem Wege kontaktieren. Registrieren Sie sich gleich für Connectoor und nutzen Sie die Kompetenz unseres Personalberater-Netzwerks!

Probieren Sie uns aus
www.connectoor.com



Online-Jobbörsen – Ihr Weg zu passgenauen Bewerbern

5 Erfolgsstrategien für den Einsatz von Online-Jobbörsen

Wie Sie die Reichweite Ihrer Stellenanzeigen vervielfachen

Online-Jobbörsen sind seit Beginn der Verbreitung von E-Recruiting die beliebteste Methode, um Bewerber über das Internet zu finden. Der große Vorteil: Man kann die Reichweite der geschalteten Stellenanzeigen passgenau bestimmen – wie bei klassischer Anzeigenwerbung. Aber die Veröffentlichung von Stellenanzeigen auf Online-Jobbörsen wird schnell zur größeren Investition. Bis zu 2.000 EUR pro Monat kann eine Anzeige auf einem einzelnen Portal kosten. Wir haben für Sie 5 Erfolgsstrategien zusammengestellt, die Ihnen dabei helfen, Ihre Investition in Online-Jobbörsen lohnenswert zu machen.

Erfolgsstrategie 1

Auf die Großen setzen

Wenn Sie deutschlandweit nach Personal suchen möchten, setzen Sie auf die großen Jobbörsen wie StepStone.de, Monster.de, Indeed.de oder Jobscout24.de. Monster.de ist die bekannteste Jobbörse. Die beste Jobbörse ist laut Deutschlandtest StepStone.de, dicht gefolgt von Jobscout24.de und Kalaydo.de. Einer der Nachteile von Jobbörsen ist, dass sie ihren Preis haben und nicht jedes Unternehmen ein entsprechendes Budget für die Veröffentlichung von Stellenanzeigen ausgeben möchte. So verlangt StepStone.de zum Beispiel 920€ pro Stellenanzeige, die für 30 Tage auf der Seite veröffentlicht wird. Ein weiterer Nachteil, den das Verwenden von Jobbörsen mit sich bringt, ist der Zeitaufwand,

der durch den Registrierungsvorgang auf dem Portal, dem Einstellen der Anzeige und dem Abrechnungsaufwand bei Ihnen, bzw. Ihren Mitarbeitern in der Personalabteilung entsteht. Aber Jobbörsen bieten nun mal die größte Reichweite und punkten außerdem in Sachen Aktualität der Stellenanzeigen. Das kann für Ihre Bewerber ein ausschlaggebender Indikator sein kann. Ein weiterer Vorteil ist, dass Sie in Ihrem User-Account den Status der Bewerbungen mitverfolgen können, was bei der Flut an Bewerbungen, die über Jobbörsen reinkommen, durchaus wichtig ist, um immer den Überblick zu behalten. Abhängig von dem Grad an Bekanntheit, den Ihr Unternehmen aufweist, macht es Sinn, deutschlandweit nach Personal zu suchen, oder auch nicht. Für kleine und eher unbekannt Unternehmen empfiehlt es sich regional die Fühler auszustrecken. Mehr dazu lesen Sie in Erfolgsstrategie 2.

Erfolgsstrategie 2

Regional inserieren

Fachkräfte sind leider nicht so mobil, wie sich das Arbeitgeber wünschen würden – nicht jeder zieht für einen neuen Job in eine andere Stadt. Laut Umfragen sind beispielsweise Berliner bereit im Monat auf bis zu 1.000 EUR Gehalt zu verzichten, nur um in Berlin bleiben zu können. Umso wichtiger ist es für Unternehmen ihre Stellen regional zu bewerben. Hierfür empfehlen sich Plattformen wie brandenburger-jobanzeiger.de oder das Veröffentlichen der Stellenanzeigen auf den Seiten regionaler Radiosender wie zum Beispiel Radio Paradiso. Vielleicht bietet auch Ihr Landkreis oder Ihre Stadt an auf deren Internetseiten Stellenanzeigen zu veröffentlichen. Wenn Sie ein E-Recruiting-System wie den Connectoor nutzen, funktioniert das Verbreiten Ihrer Anzeigen intuitiv: Die einmal im Connectoor Cockpit – der Oberfläche Ihrer Online-Software – eingegebenen Stellen können beliebig oft auf Internetseiten eingebunden werden. Diese erscheinen dann in einem ansprechenden Layout, dessen Farben Sie an Ihr Corporate Design anpassen können, in Form eines Online-Formulars mit benutzerfreundlichen Eingabemasken für die Bewerber – Ihr persönlicher Stellenmarkt sozusagen. Die Bewerber geben im Stellenmarkt ihre wichtigsten Angaben direkt in der Online-Maske ein und laden ihre Bewerbungsunterlagen direkt hoch. Die eingegebenen Bewerberdaten werden Ihnen dann übersichtlich in Ihrem Connectoor-Cockpit angezeigt, wo Sie die eingehenden Bewerbungen bewerten können und die gewünschten Kandidaten direkt aus dem System heraus einladen können. Das erspart Ihnen viel Aufwand beim Bewerbermanagement. Ob Sie hauptsächlich regional Bewerber für Ihre Vakanzen suchen, oder vielleicht auch deutschlandweit, ist eine wichtige Entscheidung. Das regionale Inserieren ist in vielen Fällen günstiger (490€ pro Stellenanzeige für 60 Tage), hat aber eine entsprechend kleinere Reichweite für Ihre Stellenanzeige. Wer auf der Suche nach Spezialisten ist, ist gut mit Portalen für spezielle Fachrichtungen bedient. Mehr dazu in der Erfolgsstrategie 3.

Erfolgsstrategie 3

Spezial-Jobbörsen buchen

Große und regionale Plattformen bieten viele Vorteile, aber es macht immer Sinn für spezifische Stellenausschreibungen auch spezielle Portale zum Verbreiten der Stellenanzeigen zu nutzen. Spezial-Jobbörsen werden zum einen nach Branchen (IT, Finance etc.) und zum anderen nach dem Ausbildungsgrad (Akademiker, Azubis etc.) unterteilt und variieren stark in ihren Preisen (ab 149€ pro Stellenanzeige für 30Tage). Hier einige Beispiele: Sollten Sie Trainee-Stellen anbieten, können Sie diese auf [trainee-gefuehler.de](https://www.trainee-gefuehler.de) veröffentlichen. Wenn Sie junge Akademiker suchen, empfiehlt sich die Seite [absolventa.de](https://www.absolventa.de). Nach Praktikanten suchen Sie am effizientesten, in dem Sie eine Anzeige auf [praktikum.info](https://www.praktikum.info) schalten und Bewerber für Azubi-Stellen nutzen gerne die Seite [azubi.de](https://www.azubi.de), um sich zu informieren. Dort können Sie also auch Stellenanzeigen veröffentlichen. Für zu besetzende Stellen im Bereich Naturwissenschaften sind Sie mit der Seite [jobvector.de](https://www.jobvector.de) gut bedient. Nach IT-Personal suchen Sie am besten, indem Sie Stellenanzeigen in Online-Magazinen wie dem [t3n-Magazin](https://www.t3n.com) veröffentlichen. Bei den Spezial-Jobbörsen geht es also weniger um die maximale Reichweite, als darum, eine kleinere spezialisierte Klientel zu erreichen.

Erfolgsstrategie 4

Schrittweise vorgehen und Geld sparen

Eine weitere Strategie, die sich im wahrsten Sinne des Wortes auszahlt, ist das Inserieren in mehreren Investitions-Phasen. Sie können sich das folgendermaßen vorstellen: Sie halten langsam den Zeh ins Wasser und schauen, ob es eine Resonanz gibt. Bei wenig Rückmeldungen vergrößern Sie das Budget und investieren immer mehr. Jedoch kann auch manchmal schon mit einer kleinen, gut durchdachten Investition eine große Resonanz hervorgerufen werden. Diese Vorgehensweise lohnt sich besonders für Unternehmen mit einem überschaubaren Budget und ist ideal, sollte eine Besetzung der Stelle nicht dringend sein. Als ersten Schritt empfehlen wir, dass Sie sich auf den regionalen Markt konzentrieren und günstigere Anzeigen schalten (Erfolgsstrategie 2). Sollte sich der gewünschte Erfolg noch nicht einstellen, gehen Sie einen Schritt weiter: Inserieren Sie in bekannten Jobbörsen (Erfolgsstrategie 1). Und sollten die Bewerber immer noch ausbleiben, können Sie auf fachspezifische Jobbörsen zurückgreifen (Erfolgsstrategie 3). Lesen Sie weiter in Erfolgsstrategie 5, wie Sie neben der Schritt-für-Schritt-Herangehensweise noch mehr Geld sparen können.

Erfolgsstrategie 5

Multiposting einsetzen und Geld sparen

Multiposting ermöglicht es Ihnen gleichzeitig auf mehreren Plattformen zu inserieren, ohne sich auf jeder der einzelnen Jobbörsen registrieren zu müssen. Viele Bewerbermanagementsysteme wie auch der [Connectoor](https://www.connectoor.com) bieten in Ihrem Service

Multiposting mit an. Alles was Sie dafür tun müssen, ist, sich für eins der Jobbörsen-Pakete zu entscheiden, die jeweils verschiedene Plattformen beinhalten. So kann die von Ihnen einmal im Multiposting-Tool eingegebene Stellenanzeige auf zahlreichen Plattformen in kürzester Zeit ohne weiteres Eingreifen Ihrerseits veröffentlicht werden. Dadurch sparen Sie nicht nur Zeit, sondern sogar noch Geld: Die in den Paketen gebündelten Jobbörsen sind um bis zu 50% günstiger gegenüber der Einzelbuchung auf den Portalen. Neben der Zeitersparnis geben Multiposter also auch noch einen erheblichen Mengenrabatt. Des Weiteren bieten einige Multiposting-Tools noch eine Beratung hinsichtlich der Jobbörsen an, die für Ihre Stellenanzeige die geeignetsten wären.

Online-Jobbörsen mit dem Connectoor einsetzen

In Connectoor eingegebene Stellenanzeigen können per Knopfdruck über Jobbörsen-Pakete auf zahlreichen Online-Jobbörsen veröffentlicht werden. Der Vorteil: Sie können die Pakete so zusammenstellen, dass Sie auf Regional-, Groß- und Spezialisten-Jobbörsen veröffentlichen können – ganz nach Ihrer Recruiting-Strategie. Aber mit dem Connectoor können Sie noch viel mehr erreichen. Ihre Stellenanzeigen erscheinen auch automatisch im Connectoor-Fenster, das Sie überall da online einbinden können, wo Sie wünschen – zum Beispiel auf Ihrer Firmenhomepage oder Facebook. Für besonders wichtige Vakanzen aktivieren Sie unsere Personalberater. Suchen Sie sich eines der vielen Jobbörsen-Pakete von Connectoor aus, oder lassen Sie sich kompetent von unserem Kundenservice beraten.

Beiträge von:

Carina Schumacher

Felix Ziesche

Haben Sie noch Fragen oder benötigen Sie Unterstützung?

Dann rufen Sie uns an oder schreiben uns eine E-Mail:

Telefon +49 (0) 30 / 889 221 – 52 (Mo. – Fr.: 9 – 17 Uhr)

E-Mail info@connectoor.com