

Checkliste zum Active Sourcing Mindset:
Modernes Recruiting unkompliziert starten

Wie würden wir ein Projekt aufbauen?

Modernes Recruiting unkompliziert starten – was würden wir empfehlen?
Wir haben gute Erfahrungen damit gemacht, das Thema zunächst mit einer oder wenigen Zielgruppen anzugehen und dabei der nachfolgend skizzierten Vorgehensweise zu folgen. Ziel sollte im ersten Schritt immer sein, die Organisation einzustimmen und ein entsprechendes Mindset zu verankern, bevor die einzelnen operativen Schritte (von der Suche bis zur Ansprache) perfektioniert werden können:



Zu jeder Phase gibt es eine Reihe von Fragen, die Sie beantworten können, um den aktuellen Reifegrad Ihrer Organisation bezogen auf Active Sourcing und Ihren Wissensstand zu überprüfen – und um gleichzeitig die entsprechenden Schritte festzulegen:

Priorisierung

- Welche Zielgruppen kommen in Frage?
- Zielgruppen mit regelmäßigen Bedarfen
- Zielgruppen, die wir über die klassischen Wege nicht erreichen?
- Zielgruppen, die nicht nur Einzelfälle sind
- Zielgruppen, die wir auch zukünftig brauchen und strategisch wichtig sind
- Haben wir die Zielgruppe klar beschrieben?

Analyse:

Was interessiert die Zielgruppen?

- Welche Kriterien sind wichtig für die Wahl eines Arbeitgebers?
- Was wären Wechselgründe?
- Gibt es bestimmte Themen, zu denen die Zielgruppe hohen Informationsbedarf hat?
- Wie kommuniziert die Zielgruppe?
- Welche Medien nutzt die Zielgruppe?

Was bieten wir als Unternehmen?

- Wofür stehen wir als Arbeitgeber?
- Haben wir eine Arbeitgeberpositionierung definiert?
- Wissen wir unsere Stärken und Schwächen bezogen auf die Zielgruppe?
- Kennen wir alle Leistungen für die Zielgruppe (Leistungen, Gehaltspaket etc.)

Wer ist unser Wettbewerb?

- Haben wir den Arbeitsmarktwettbewerb richtig verstanden (nicht zwangsläufig Produktwettbewerb)?
- Wissen wir, was dieser den Zielgruppen bietet?
- Können wir etwas Besonderes bieten?

Selling Story:

Wie tickt die Zielgruppe?

- Wissen wir, was die ZG interessiert:
 - An ihrem Job (Aufgaben, Verantwortung, Perspektiven, Leistungen)
 - An ihren Rahmenbedingungen (Standort, Immobilienpreise, Infrastruktur, Arbeitszeitmodelle)
 - An ihrem Arbeitgeber (Eigentümerstruktur, Sicherheit, Sinn)
- Haben wir abgeglichen, was davon wir bieten?

Was erzähle ich?

- Haben wir die Besonderheiten herausgearbeitet?
- Habe ich einen Gesprächsleitfaden entwickelt?

- Habe ich Erfahrungsberichte, O-Töne etc. greifbar und aufbereitet?
- Sind die Geschichten schlüssig und interessant, um mit der Zielgruppe ins Gespräch zu kommen?

Sourcing Konzept:

Wo finde ich die Zielgruppe?

- Nach was muss ich suchen? Und wo (Suchmaschinen, Suchbegriffe etc.)?
- Wer in meinem Unternehmen hat Kontakt (Vertrieb, Fachbereiche) und könnte mir potenzielle Kandidaten nennen?
- Weiß ich, wie die Zielgruppe kommuniziert?
- Kenne ich die Kommunikationsmittel und -kanäle, die die Zielgruppe präferiert?
 - Welche sozialen Netzwerke nutzt die ZG (Klassiker wie Xing oder LinkedIn oder ganz was anderes wie World of Warcraft)
 - Welche Internetseiten oder Zeitschriften nutzt die Zielgruppe?
 - Welche Veranstaltungen / Messen / Events besucht die Zielgruppe?

Wie erzähle ich die Geschichte?

- Rufe ich an, schreibe ich Messages oder nutze ich Dritte?
- Wie formuliere ich mein Anliegen / die Kontaktaufnahme?
- Wie bleibe ich in Kontakt?
- Wie reagiere ich auf Interesse / Desinteresse?
- Habe ich meine Kontakte gebrieft, was sie erzählen könnten?

Rahmenbedingungen:

Know-how

- Findet die Zielgruppe Informationen über sich und ihre Rolle im Unternehmen (z.B. auf der Karrierewebsite, in Stellenangeboten)
- Können meine Recruiter proaktiv auf Kandidaten zugehen?
- Verfügen sie über das richtige Mindset / Methoden- und Skillset
- Sind die nötigen (Vertriebs-)Techniken verstanden?
- Kennen meine Recruiter die rechtlichen Rahmenbedingungen?
- Habe ich die rechtlichen Rahmenbedingungen (Datenschutz, Wettbewerb, etc.) mit den Verantwortlichen in meinem Unternehmen besprochen (die Auslegung unterscheidet sich je nach Unternehmen zum Teil deutlich, zudem deuten sich für 2018 Änderungen im Datenschutz an)?
- Sind meine Fachabteilungen qualifiziert, mit Kandidaten aus dem Active Sourcing zu sprechen?

Technologie

- Wo erfasse ich meine identifizierten Kandidaten?
- Wie verwalte ich die Kontakte (z.B. Bewerbermanagementsystem, CRM)

Prozesseinbindung:

- Wer macht Active Sourcing?
- Wie sind die Kontaktpunkte zum Recruiting und zum Fachbereich?
- Wer hat die Gesamtverantwortung?
- Wer legt fest, für welche Zielgruppen Active Sourcing betrieben wird?
- Wie ist das Zusammenspiel mit Recruiting, Personalmarketing und Employer Branding?
- Habe ich aus der Employer Value Proposition Verhaltensanker definiert (wird z.B. auf Modernität oder Innovation abgehoben, sollten Gespräche nicht in den ältesten Büros stattfinden)?

- Sind alle Prozessbeteiligten gebrieft, wie sie sich gegenüber den Bewerbern zu verhalten haben und welche Botschaften sie senden (Führungskräfte, aber z.B. auch Empfangsmitarbeiter)

Policies:

- Wie aggressiv gehen wir vor (offene / verdeckte Direktansprache, nur Kontaktaufnahme zur Community-Bildung, Guerilla-Aktivitäten)
- Gibt es Social Media Policies und wie wenden wir diese auf Active Sourcing an?

Kennzahlen:

- Welche Ziele verfolge ich im Active Sourcing?
- Welche Erwartungshaltung besteht innerhalb der Organisation?
- Wie messe ich den Erfolg meiner Maßnahmen?
- Grundsätzlich rechnet sich Active Sourcing schon nach wenigen erfolgreichen Rekrutierungen – die Gegenrechnung „dafür hätten wir beim Headhunter XY bezahlt“ ist überzeugend...

Erfolgsfaktoren im Active Sourcing



Die Checkliste kann aufgrund der unterschiedlichen Organisations- und Projektansätze keinen Anspruch auf Vollständigkeit erfüllen. Sie zeigt jedoch relativ konkret, welche Themen im Vorfeld eines Active Sourcing Ansatzes geklärt werden müssen, um Active Sourcing erfolgreich (und organisatorisch konfliktfrei) positionieren zu können.

Für Fragen, weitere Informationen und gerne auch einen fachlichen Austausch bei einer Tasse Kaffee steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Michael Eger

Partner

michael.eger@promerit.com

Luzia Fink

Managing Consultant

luzia.fink@promerit.com