

Social Media Recruiting Report 2011



Sonderauswertung

„Social Media Recruiting“

des Recruiting Reports 2011

Inhalte

Management Zusammenfassung

Teilnehmerüberblick

Ergebnisse

- Einordnung Social Media in Top-Themen 2011
- Aufstellung zu Social Media
- Wunsch und Wirklichkeit Social Media
- Nutzung von Social Media Plattformen
- Proaktivität der Unternehmen
- Einstellungs- und Bewerberherkunft
- Änderungen der Ausgaben für Recruitingkanäle

Handlungsempfehlungen

Über das ICR

Einleitung

Wolfgang Brickwedde, Director, Institute for Competitive Recruiting

Social Media Recruiting spielte im letzten Jahr noch keine große, aber eine wachsende Rolle bei Bewerbungen und der Besetzung von Stellen. Die Frage nach „Hype oder Hilfe?“ mußte eindeutig in Richtung Hype beantwortet werden.

Sieht dies im Jahr 2011 anders aus? Hat sich Social Media vom „Challenger“ zu einem etablierten Recruiting-Kanal entwickeln können oder ist es dafür in diesem Jahr noch zu früh?

Antworten auf eben diese Fragen gibt der ICR Social Media Recruiting Report 2011.

Im Detail beantwortet die Studie u.a. diese Fragen: Welche Recruiting Themen sind 2010 in aller Munde? In welchem Verhältnis steht Social Media Recruiting zu anderen Themen im Recruiting. Wie nutzen Unternehmen Social Media für Recruiting und Personalmarketing? Welche Plattformen werden von welchen Branchen oder Unternehmensgrößen präferiert? Wenn Budgets in diesem Jahr umgeschichtet werden, wird der Anteil von Ausgaben für Social Media steigen oder sinken?

Die Studie wurde im Frühjahr 2011 unter mehr als 8.000 Personalverantwortlichen durch das Institute for Competitive Recruiting (ICR), Heidelberg, durchgeführt.

Fragen, wie gehen Recruitmentabteilungen mit Social Media um, um im Wettbewerb um die Talente bestehen zu können, bleiben auch in Zukunft aktuell. Daher ist diese Studie wie die erste im letzten Jahr nur eine Momentaufnahme und ein Meilenstein für eine längerfristige Beobachtung.



Management-Zusammenfassung

Der vorliegende Social Media Recruiting Report 2011, durchgeführt im Frühjahr 2011 unter mehr als 8000 Personalern in Deutschland durch das Institute for Competitive Recruiting (ICR) zeigt einen generellen Trend im Recruiting 2011 zu einer stärkeren Nutzung von Social Media für Recruiting und Personalmarketing.

Einordnung in die TOP Themen 2011

Die Rekrutierung von Berufserfahrenen vor der Verbesserung des Images als Arbeitgeber sind die beiden Top Themen für 2011. Auf dem dritten Platz folgt wie im Vorjahr die Professionalisierung des Recruitments.

Social Media Recruiting konnte sich ungefähr auf dem Niveau des Vorjahres halten.

Das immer noch aktuelle „Hypethema“ Social Media Recruiting führt wie im letzten Jahr das Ranking der wichtiger gewordenen Themen an. Neben dem Dauerbrenner Arbeitgeberimage/Employer Branding auf Platz zwei der Rangfolge der Themen, die in 2011 höher auf der Agenda der Teilnehmer stehen, konnte sich das Recruiting von Berufserfahrenen den dritten Platz sichern.

Aufstellung zu Social Media Recruitment

In der Selbsteinschätzung zur Aufstellung zu den wichtigsten Themen, geben die Unternehmen an, am wenigsten Probleme mit den Themen „Beziehungen zu Fachvorgesetzten“ „Auswahlverfahren“ und Personalaufbau zu haben.

Am meisten Sorgen bereiten ihnen die Kapazitäten und Kompetenzen für die Bereiche „Mobile Recruiting“, Outsourcing und „Social Media Recruiting“. Die größeren Unternehmen sind bei den Themen Social Media Recruiting besser aufgestellt als die kleineren.

Wunsch und Wirklichkeit in Sachen Social Media

Die überwältigende Mehrheit der Unternehmen hält es für wichtig, daß die Recruiter die Möglichkeiten des Social Media **Recruiting** kennen und nutzen, die Minderheit hat diesen Anspruch allerdings im eigenen Unternehmen schon umgesetzt. Im Vergleich zur Vorjahresstudie ist ein deutlicher Anstieg der Proaktivität zu erkennen. Es tut sich was.

Nutzung von Social Media Plattformen

Personalmarketing:

Der Blick auf die absolute Nutzung zeigt, daß ca. 60% aller Unternehmen Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs und Google überhaupt nicht nutzen. Selbst Xing wird von 25 % der Firmen nicht für diesen Zweck genutzt.

Und der Hype bei Facebook? Nur etwas über 8 % der Unternehmen geben an, regelmäßig zu Facebook zu nutzen, um Werbung für sich als Arbeitgeber zu machen.

Recruiting:

Auch hier zeigt ein Blick auf die absolute Nutzung, daß ca. 50% aller Unternehmen Facebook, Twitter, LinkedIn,

Management-Zusammenfassung

Blogs und Google überhaupt nicht nutzen. Selbst Xing wird von 10 % der Firmen nicht für diesen Zweck gar nicht genutzt.

Und der Hype bei Facebook? Nur etwas über 4 % der Unternehmen geben an, regelmäßig zu Facebook zu nutzen, um Bewerber zu finden.

Auffallend ist, daß entgegen der landläufigen Meinung, nur die Konzerne hätten Zeit und Geld für Social Media, die kleinen und die ganz großen Unternehmen überdurchschnittlich häufig Social Media Plattformen für Recruiting nutzen.

Proaktivität der Unternehmen

Vorherrschend ist die Schaltung von Anzeigen in Print- und/oder Online-Medien. Dies wird von ca. 90 % der Unternehmen regelmäßig genutzt. Zusätzlich zu diesem Weg, nutzen ca. 40 % der Unternehmen häufig oder immer proaktive Wege bei der Kandidatenansprache. Andererseits schließen mehr als 60 % der Unternehmen eine ausschließlich proaktive Suche für sich aus.

Einstellungs- und Bewerberherkunft

Die meisten Bewerbungen erhalten die Unternehmen über Online-Jobbörsen.

Die eigene Karriereseite folgt auf dem 2. Platz. Eigene Mitarbeiter und Personalberatungen kommen auf die Plätze 3 und 4.

Dieselbe Reihenfolge ergibt sich auch bei den Einstellungen.

Und wieder einen Blick auf den Hype beim Social Media Recruiting!

Kamen in der letzten Studie über diesen Weg nur 7-8 % der Bewerbungen bzw. Einstellungen zustande, sind es diesmal 15 %, wenn man Business Netzwerke und Soziale Netzwerke zusammenzählt. Dies entspräche einer Verdoppelung und reicht reicht für Platz 5!

Ausgabenänderungen

Für Social Media (Business Netzwerke und Soziale Netzwerke) und Stellenanzeigen bei Online-jobbörsen wollen die teilnehmenden Unternehmen im Durchschnitt in 2011 mehr Geld ausgeben.

50% aller Unternehmen nutzen Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs und Google überhaupt nicht.

Die kleinen und die ganz großen Unternehmen nutzen Social Media Plattformen für Recruiting überdurchschnittlich.

Nur etwas über 8 % der Unternehmen geben an, regelmäßig zu Facebook zu nutzen, um Werbung für sich als Arbeitgeber zu machen.

Für die Mehrheit der Unternehmen ist es wichtig, daß die Recruiter die Möglichkeiten des Social Media Recruiting kennen und nutzen, die Minderheit setzt den Anspruch allerdings bereits im eigenen Unternehmen um.

Social Media Recruiting Report 2011

Rahmendaten Studie	
Methode:	Quantitative und qualitative Online-Befragung
Umfang:	6 Frageblöcke, 43 Fragen
Befragte:	8000+ Personalverantwortliche in Deutschland.
Befragungszeitraum:	Frühjahr 2011
Rücklauf	
	<ul style="list-style-type: none">• 334 Teilnehmer haben an der Studie teilgenommen (überdurchschnittliche Rücklaufquote von 4%)
Basis	
	<ul style="list-style-type: none">• Der Auswertung der Befragung liegen alle begonnenen Fragebögen zu Grunde. Die Anzahl der tatsächlichen Beantwortungen unterscheidet sich von Frageblock zu Frageblock (max. n = 334).

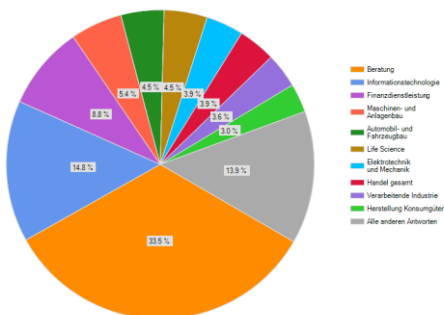
Personalaufbau unter Nutzung von
Employer Branding und Social Media
Recruiting sind die wichtiger
gewordenen Themen im Jahr 2011!



Wirtschaftssektoren

Die Teilnehmer an der Studie kommen aus allen Wirtschaftsbereichen mit einem Schwerpunkt in der Beratung und IT. Da die Studie einen Überblick über die Erwartungen und Einschätzungen der Recruitment Branche insgesamt geben soll, scheint der erhöhte Anteil des Wirtschaftssektors Beratung (davon nur 25 % klassische Personalberatung, die bei der Betrachtung der Ergebnisse herausgerechnet werden) vertretbar.

Bitte wählen Sie den Wirtschaftssektor, der am besten auf Ihr Unternehmen paßt.

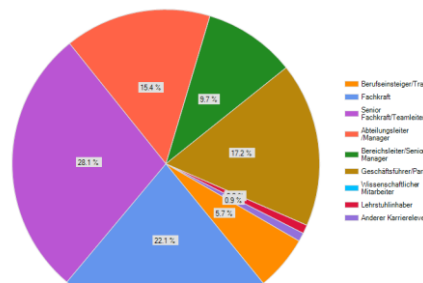


Karrierelevel

Die Teilnehmer kommen aus den verschiedensten Karriereleveln mit diesen Schwergewichten: Senior Fachkraft/Teamleiter/Projektleiter (28,1 %), Fachkraft (22,1 %), Abteilungsleiter/Manager (15,4 %), Geschäftsführer/Partner (17,2) Bereichsleiter/Senior Manager (9,7 %).

Es ist davon auszugehen, daß die überwiegende Mehrheit basierend auf dem Karrierelevel über eine langjährige Erfahrung im Recruitment verfügt.

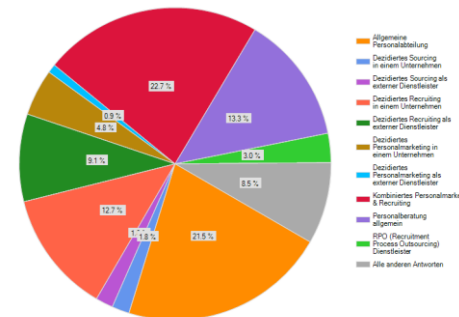
Bitte geben Sie Ihren Karrierelevel an.



Funktionsbereiche

Aus allen abgefragten Funktionsbereichen sind Teilnehmer dabei. Eindeutige Schwerpunkte sind im kombinierten Personalmarketing & Recruiting mit 22,7 % und der allgemeinen Personalabteilung mit 21,5 % zu finden. Deziertes Recruiting in einem Unternehmen folgt mit 12,7 %.

In welchem Funktionsbereich sind Sie tätig?

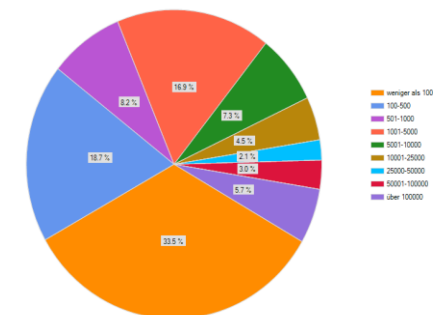


Unternehmensgröße

Unternehmen aller Größenklassen sind in der Studie vertreten. Einen leichten Überhang in der Beteiligung zeigen die Größenklassen unter 100 MA, 100-500 MA, 1001-5000 MA mit 33,5% ,18,9 % bzw. 18,7 %

Durch Vertretung aller Unternehmensgrößen lassen sich sowohl ein guter Gesamtüberblick ermitteln als auch größenabhängige Detailbetrachtungen durchführen.

Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen in Deutschland beschäftigt?



Schwierigkeiten in der Personalbeschaffung

Fast 60 % der Teilnehmer an der Studie geben an, leichte Schwierigkeiten bei der Besetzung Ihrer offenen Positionen zu haben. 33,5 % berichten über deutliche oder große Schwierigkeiten und nur 7 % können ihre

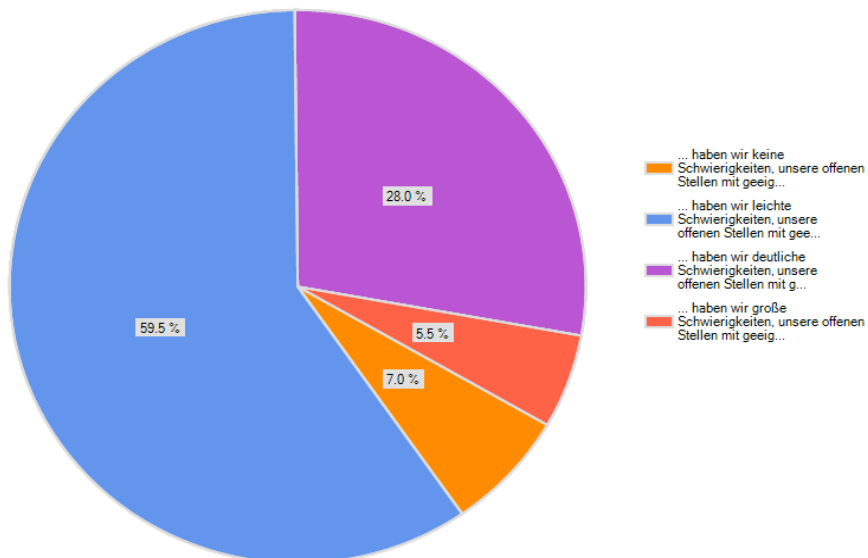
Positionen ohne Schwierigkeiten besetzen.

Nach Gründen für die Schwierigkeiten in der Beschaffung von Personal gefragt, geben über 70 % der Studienteilnehmer Fachkräftemangel

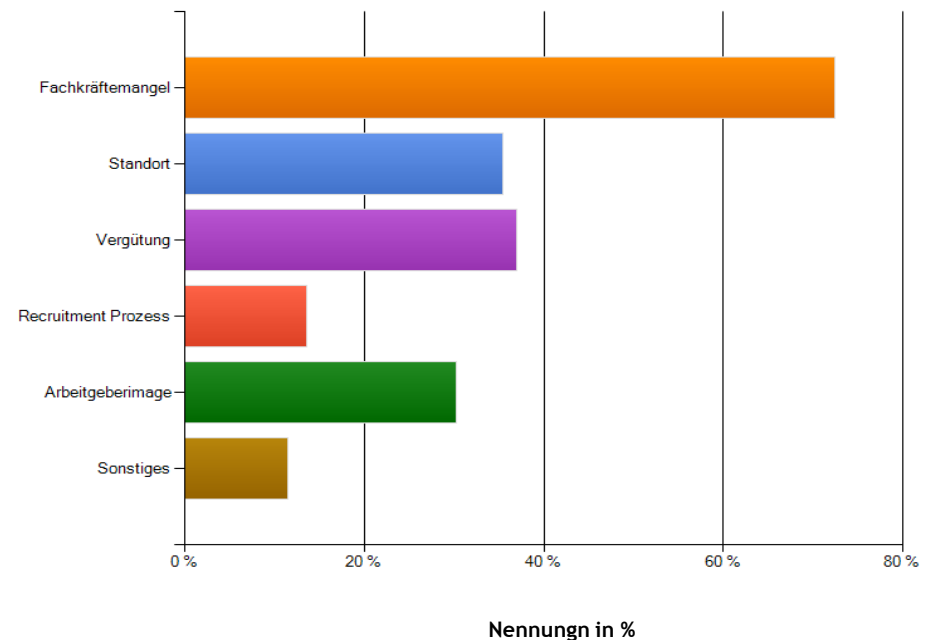
vor Vergütung (38 %), Standortproblemen (36 %) und Arbeitgeberimage (30 %) an.

Der Recruitment Prozess selber wird mit 13 % eher selten als Problem gesehen und scheint kein bedeutender Hinderungsgrund bei der Personalbeschaffung zu sein.

Der Zugang zu Bewerbern. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgenden Satz: In unserem Unternehmen...



Falls Sie Schwierigkeiten bei der Besetzung Ihrer offenen Stellen haben: Bitte wählen Sie die passenden Gründe aus (Mehrfachauswahl ist möglich)



Studienergebnisse



Wichtigste Themen im Jahr 2011

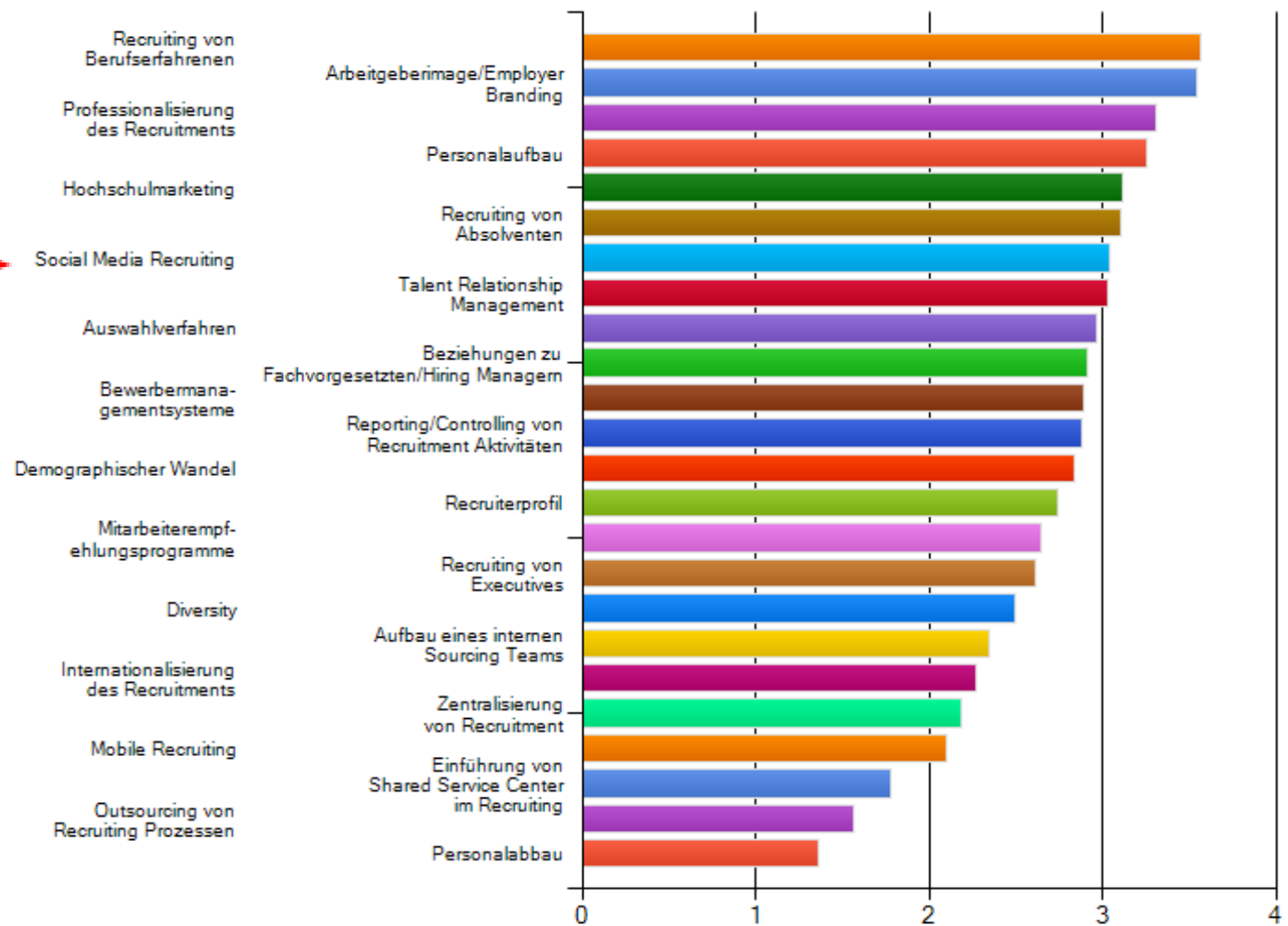
Die Rekrutierung von Berufserfahrenen vor der Verbesserung des Images als Arbeitgeber sind die beiden Top Themen für 2011. Auf dem dritten Platz folgt wie im Vorjahr die Professionalisierung des Recruitments.



Personalaufbau liegt knapp hinter den Top 3. Weniger wichtig sind der dementsprechend der Abbau von Personal, das Outsourcing von Recruitingprozessen und die Einführung von Shared Service Centern im Recruiting.

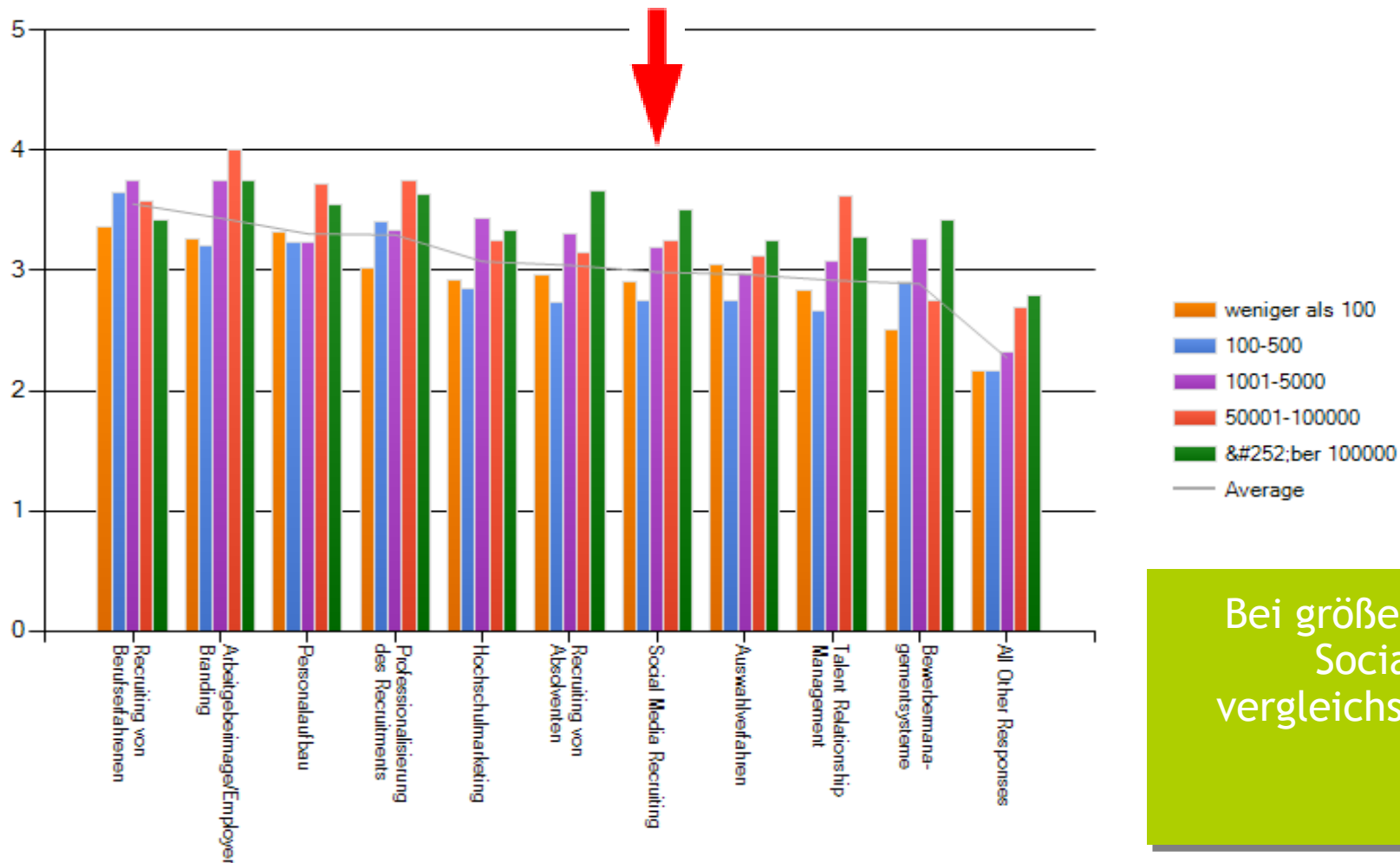
Im Mittelfeld liegen Themen wie Herausforderung des Demographischen Wandels, das richtige Profil eines Recruiters oder Mitarbeiterempfehlungsprogramme.

Wie wichtig werden die folgenden Themen in 2011 in Ihrem Unternehmen sein?



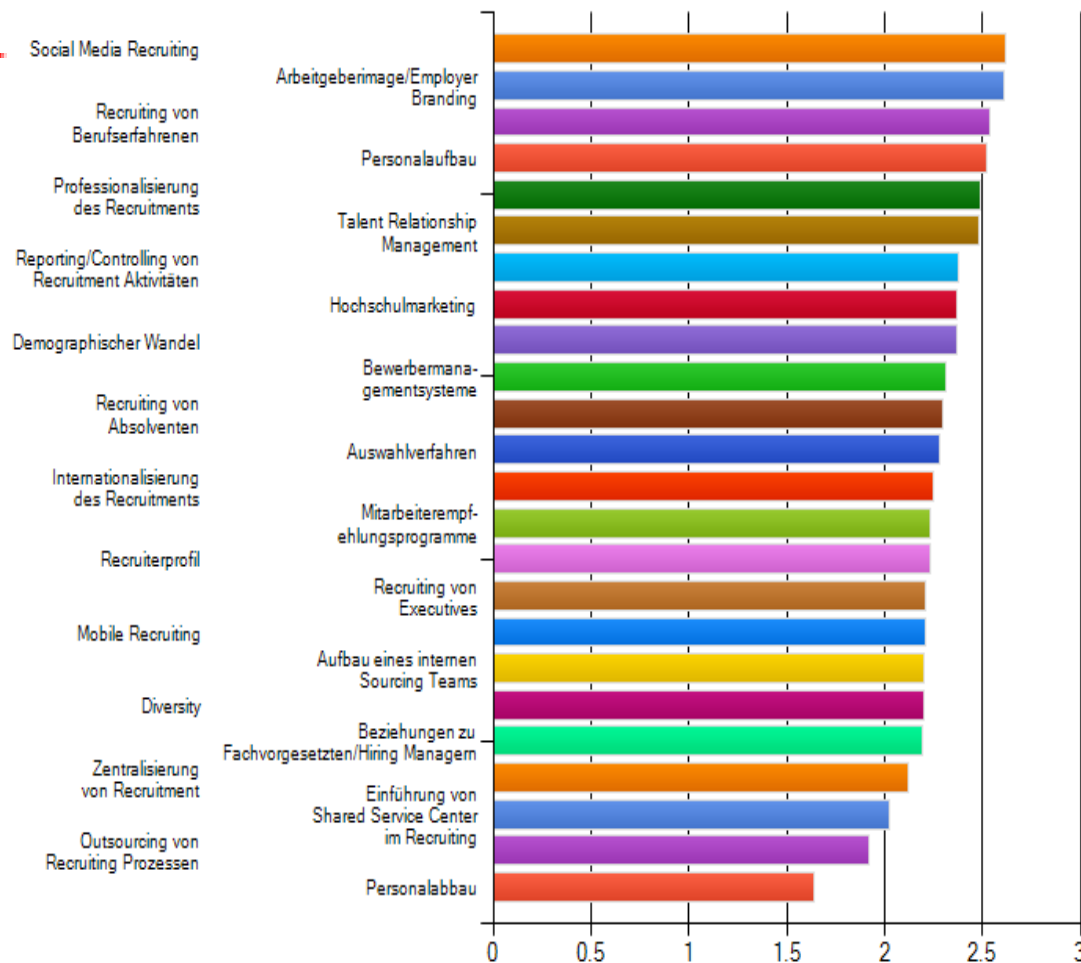
Wichtigkeit (Bewertungsdurchschnitt (1=völlig unwichtig, 4 = sehr wichtig))

Was sind die TOP Themen pro Unternehmensgröße?
Wie wichtig werden die folgenden Themen in 2011 in Ihrem Unternehmen sein?



Bei größeren Unternehmen steht Social Media Recruiting vergleichsweise stärker im Fokus.

Wie hat sich die Bedeutung der folgenden Themen in 2011 im Vergleich zu 2010 in Ihrem Unternehmen verändert?



Bedeutung (Bewertungsdurchschnitt (1=gesunken bis 3 = gestiegen))

Themen mit gesteigelter Bedeutung

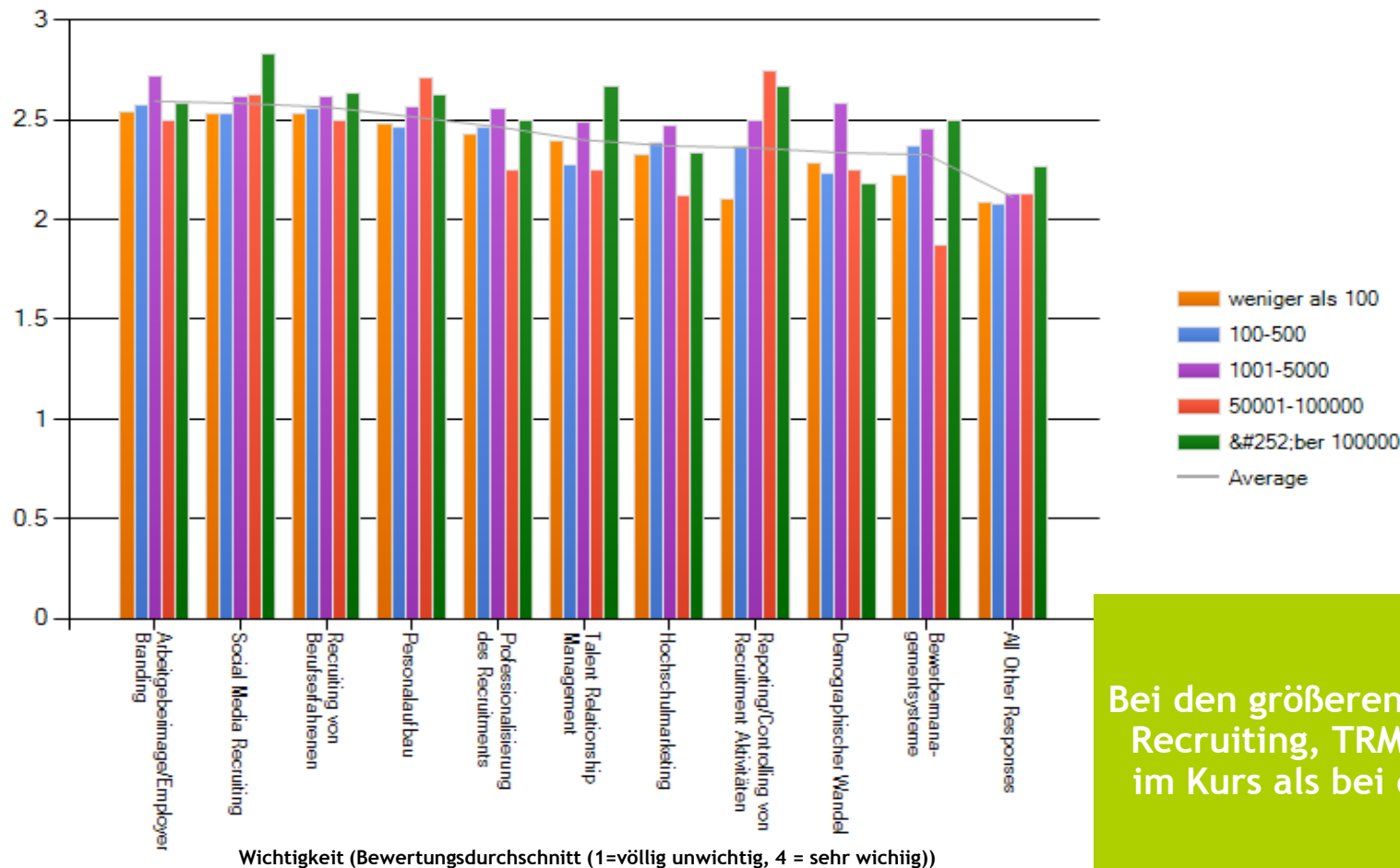
Das immer noch aktuelle „Hypethema“ Social Media Recruiting führt wie im letzten Jahr das Ranking der wichtiger gewordenen Themen an. Neben dem Dauerbrenner Arbeitgeberimage/Employer Branding auf Platz zwei der Rangfolge der Themen, die in 2011 höher auf der Agenda der Teilnehmer stehen, konnte sich das Recruiting von Berufserfahrenen den dritten Platz sichern. Gleich darauf folgt der Personalaufbau generell. Die Themenbereiche Professionalisierung und Reporting und Controlling müssen sich im Jahr 2011 mit tieferen Rangplätzen begnügen.

Zusammenfassend könnte man schlußfolgern, daß der Personalaufbau mit Schwerpunkt bei Berufserfahrenen unter Nutzung von Employer Branding und Social Media Recruiting unterlegt mit Maßnahmen zur Professionalisierung und zum Controlling der Aktivitäten den Schwerpunkt der wichtiger gewordenen Themen im Jahr 2011 darstellt.

Was sind die TOP Mover pro Unternehmensgröße?

Wichtiger gewordene Themen 2011

Wie hat sich die Bedeutung der folgenden Themen in 2011 im Vergleich zu 2010 in Ihrem Unternehmen verändert?



Bei den größeren Untern. stehen Social Media Recruiting, TRM, Controlling und ATS höher im Kurs als bei den kleineren Unternehmen

Aufstellung zu Top Themen

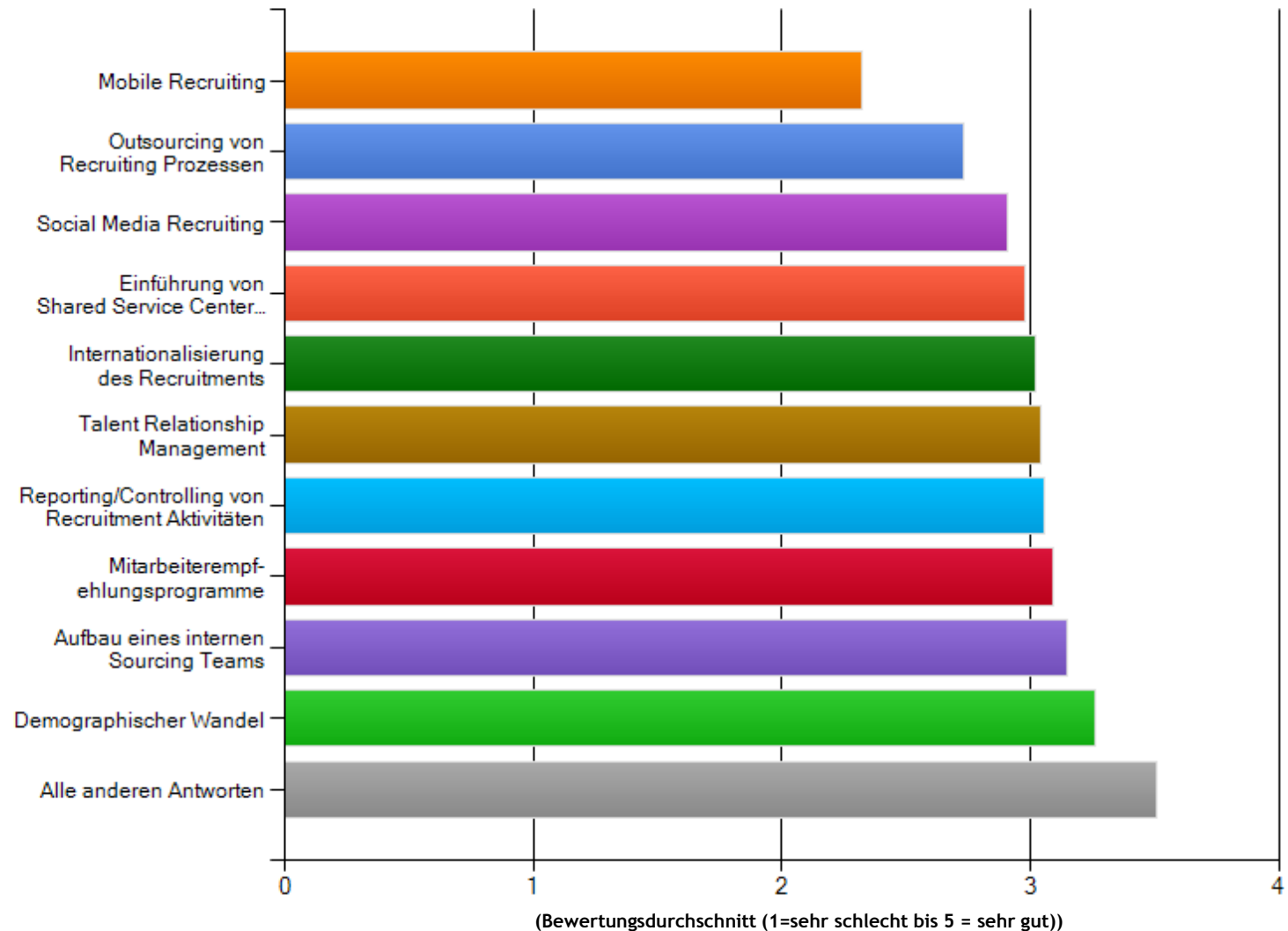
Wie sind die Unternehmen zu den wichtigsten Themen im Jahr aufgestellt?

In der Selbsteinschätzung geben die Unternehmen an, am wenigsten Probleme mit den Themen „Beziehungen zu Fachvorgesetzten“, „Auswahlverfahren“ und Personalaufbau zu haben.



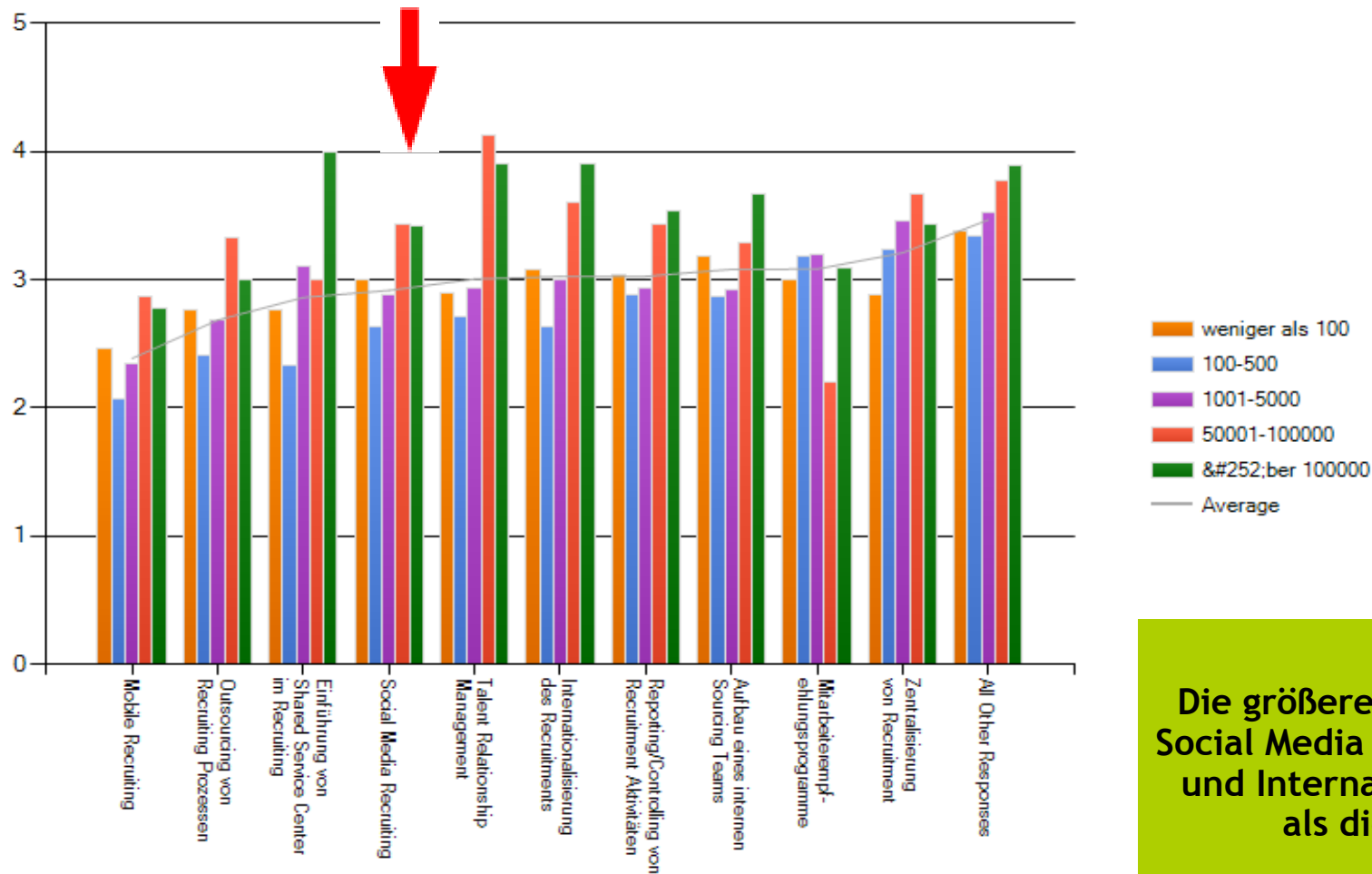
Am meisten Sorgen bereiten ihnen die Kapazitäten und Kompetenzen für die Bereiche „Mobile Recruiting“, Outsourcing und „Social Media Recruiting“.

Wie ist Ihr Unternehmen in 2011 bei diesen Themen aufgestellt?



Aufstellung zu wichtigen Themen nach Unternehmensgröße?

Wie ist Ihr Unternehmen in 2011 bei diesen Themen aufgestellt?



Aufstellung (Bewertungsdurchschnitt (1=sehr schlecht, 4 = sehr gut))

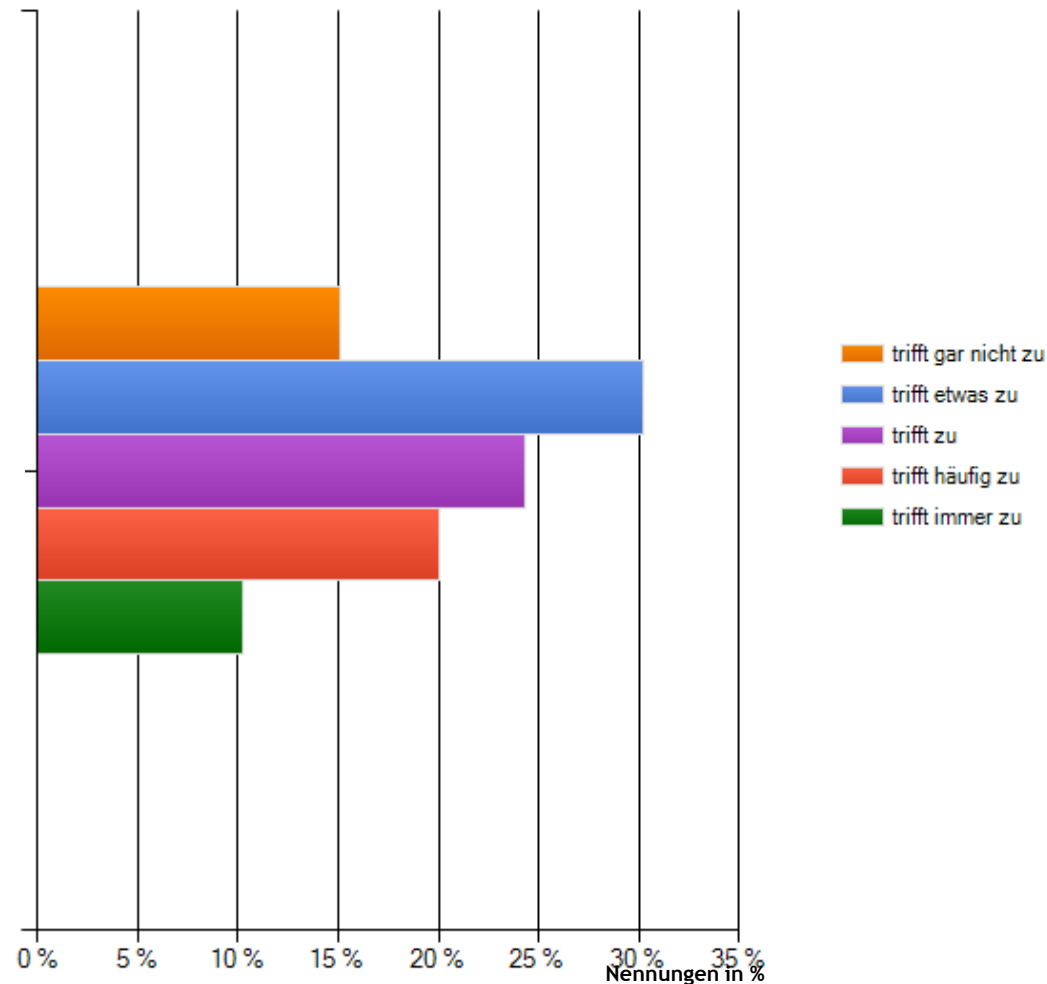
Die größeren Untern. sind bei den Themen Social Media Recruiting, SSC, TRM, Controlling und Internationalisierung besser aufgestellt als die kleineren Unternehmen

Wunsch und Wirklichkeit Social Media für Personalmarketing

SMR Kennen und Nutzen für Personalmarketing

Der Weg zu Bewerbern. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen...

... kennen und nutzen unsere Recruiter die Möglichkeiten des Recruitings in Social Media (Blogs, Twitter, Xing, LinkedIn, Facebook etc.) für Personalmarketing

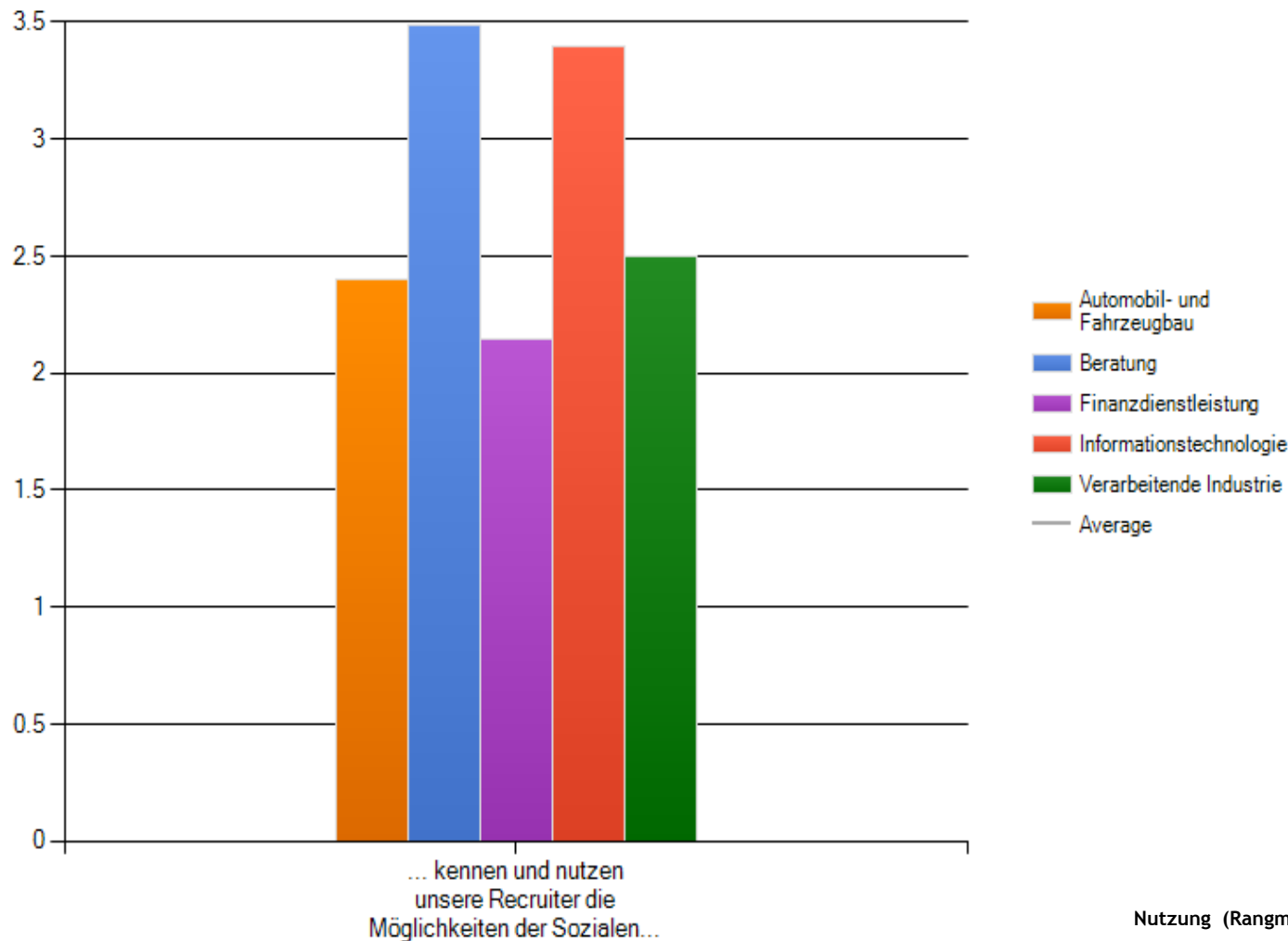


Im Vergleich zur Vorjahresstudie ist ein deutlicher Anstieg in der Kategorie trifft zu und trifft häufig zu zu erkennen.

Die Auswahlmöglichkeit trifft immer zu ist nahe zu gleich geblieben.

Wunsch und Wirklichkeit Social Media für Recruiting nach Branchen

Der Weg zu Bewerbern. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen...



Die Beratungsbranche und die IT-Industrie liegen bei der Nutzung von Social Media für Recruiting deutlich vorne.

Nutzung von Social Media Tools für Personalmarketing

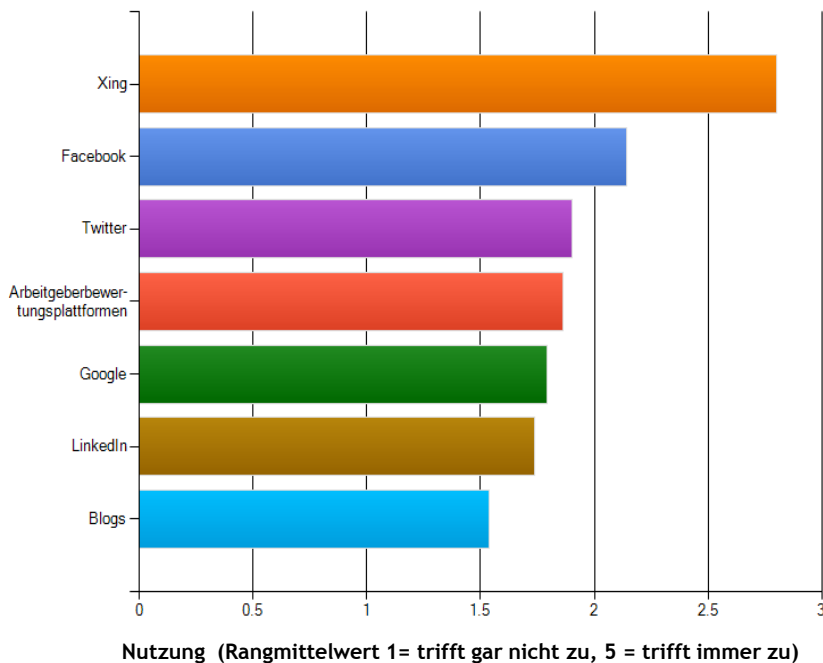
Beim Blick auf die relative Nutzung liegt Xing vor Facebook und Twitter.

Der Blick auf die absolute Nutzung zeigt, daß ca. 60% aller Unternehmen Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs und Google überhaupt nicht nutzen. Selbst Xing wird von 25 % der Firmen nicht für diesen Zweck genutzt.

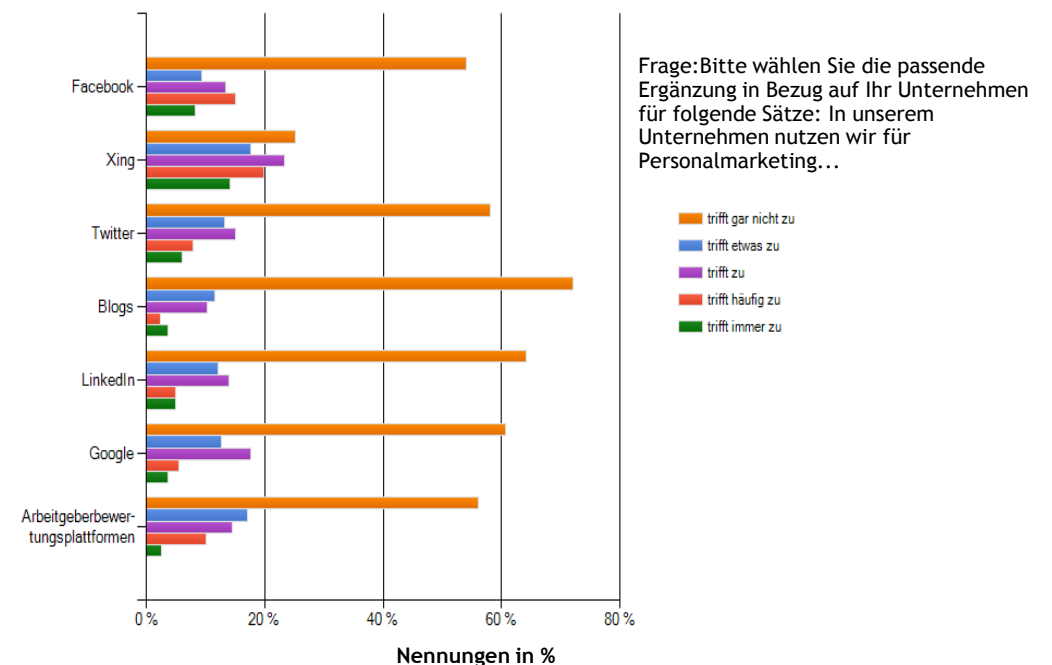
Und der Hype bei Facebook? Nur etwas über 8 % der Unternehmen geben an, regelmäßig zu Facebook zu nutzen um Werbung für sich als Arbeitgeber zu machen.

Social Media Nutzung

Nutzung von Social Media Recruiting. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen nutzen wir für Personalmarketing ...



Nutzung von Social Media Recruiting. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen nutzen wir für Personalmarketing ...



Nutzung von Social Media Tools für Recruiting

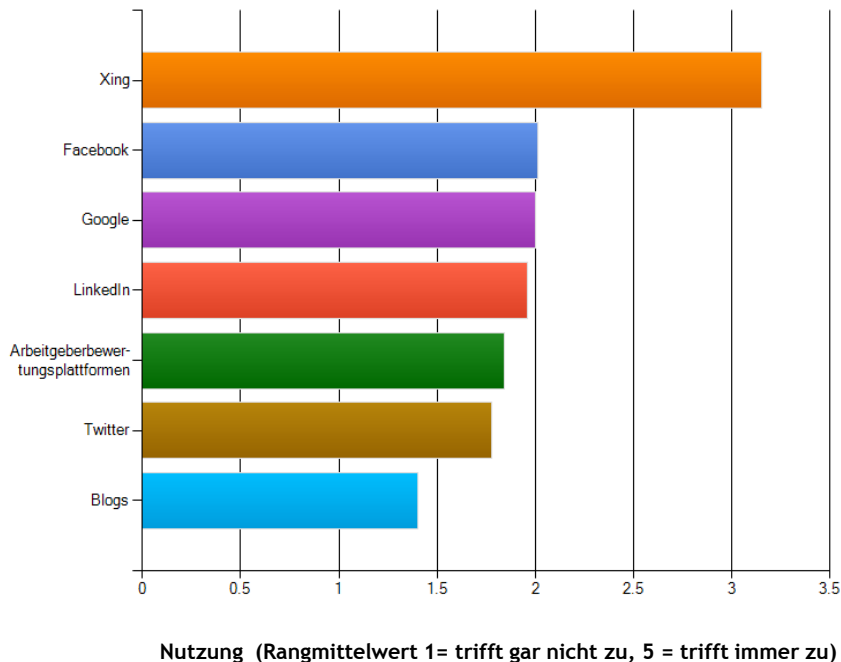
Beim Blick auf die relative Nutzung liegt Xing, Facebook und Google.

Der Blick auf die absolute Nutzung zeigt, daß ca. 50% aller Unternehmen Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs und Google überhaupt nicht nutzen. Selbst Xing wird von 10 % der Firmen nicht für diesen Zweck gar nicht genutzt.

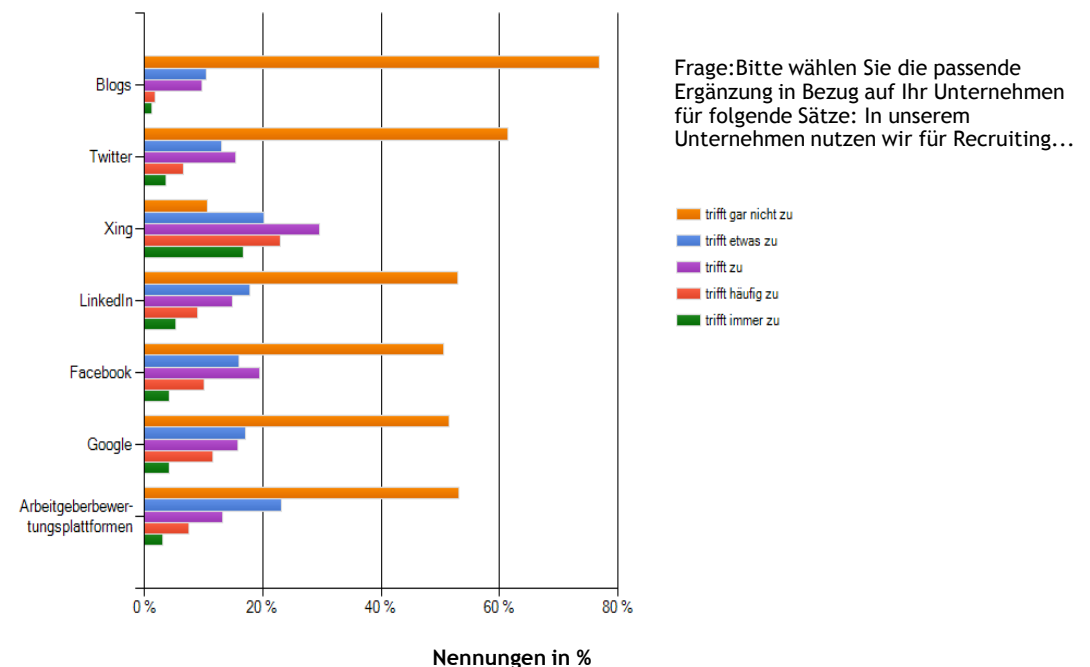
Und der Hype bei Facebook? Nur etwas über 4 % der Unternehmen geben an, regelmäßig zu Facebook zu nutzen um Bewerber zu finden.

Social Media Nutzung

Nutzung von Social Media Recruiting. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen nutzen wir für Recruiting ...

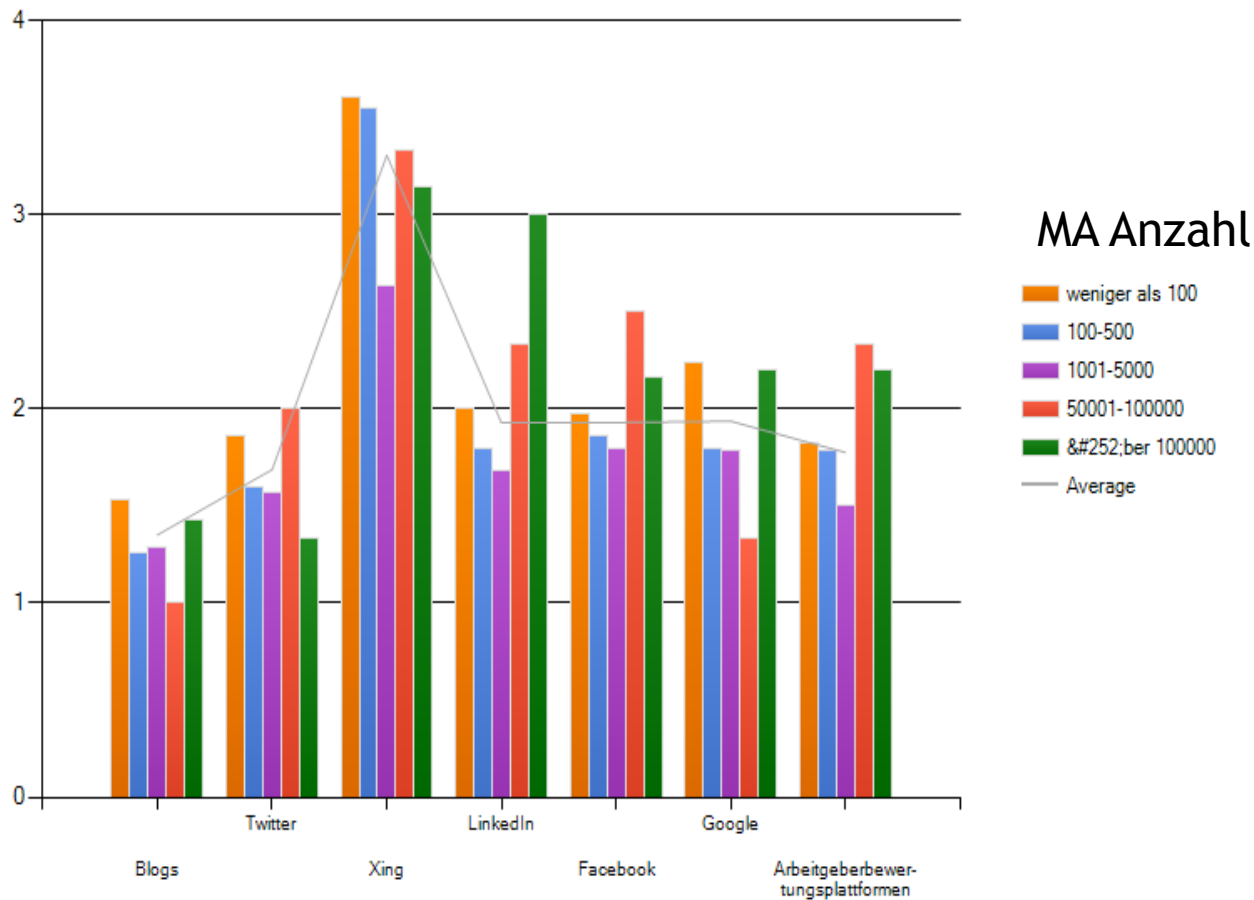


Nutzung von Social Media Recruiting. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen nutzen wir für Recruiting ...



Wunsch und Wirklichkeit Social Media für Recruiting nach Unternehmensgröße

Nutzung von Social Media Recruiting. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen nutzen wir für Recruiting ...

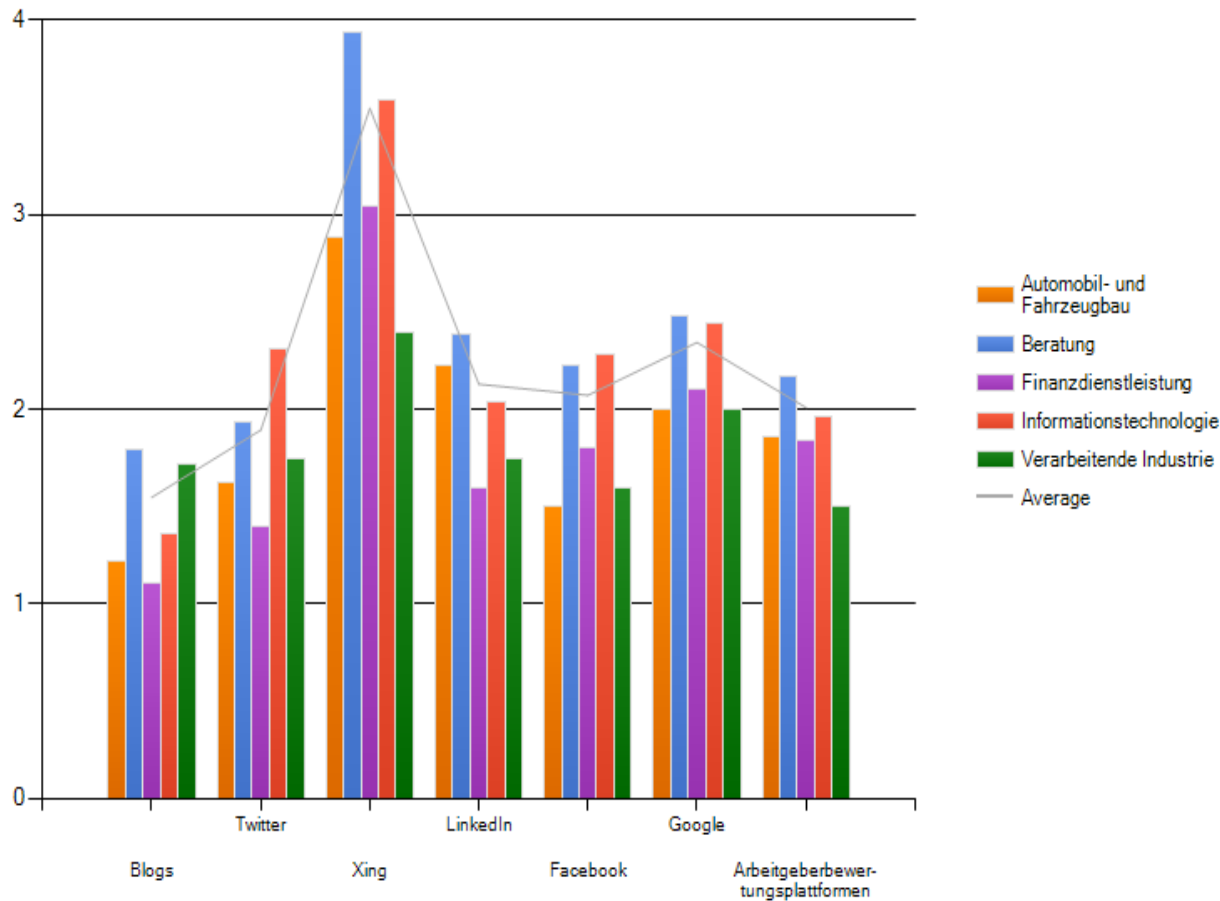


Nutzung (Rangmittelwert 1= trifft gar nicht zu, 5 = trifft immer zu)

Die kleinen und die ganz großen Unternehmen nutzen überdurchschnittlich häufig Social Media Plattformen für Recruiting.

Wunsch und Wirklichkeit Social Media für Recruiting nach Branchen

Nutzung von Social Media Recruiting. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen nutzen wir für Recruiting ...



Zufriedenheit (Bewertungsdurchschnitt (1=sehr schlecht, 4 = sehr gut))

Die Beratungsbranche und die IT-Industrie liegen bei der Nutzung von Social Media Plattformen für Recruiting deutlich vorne

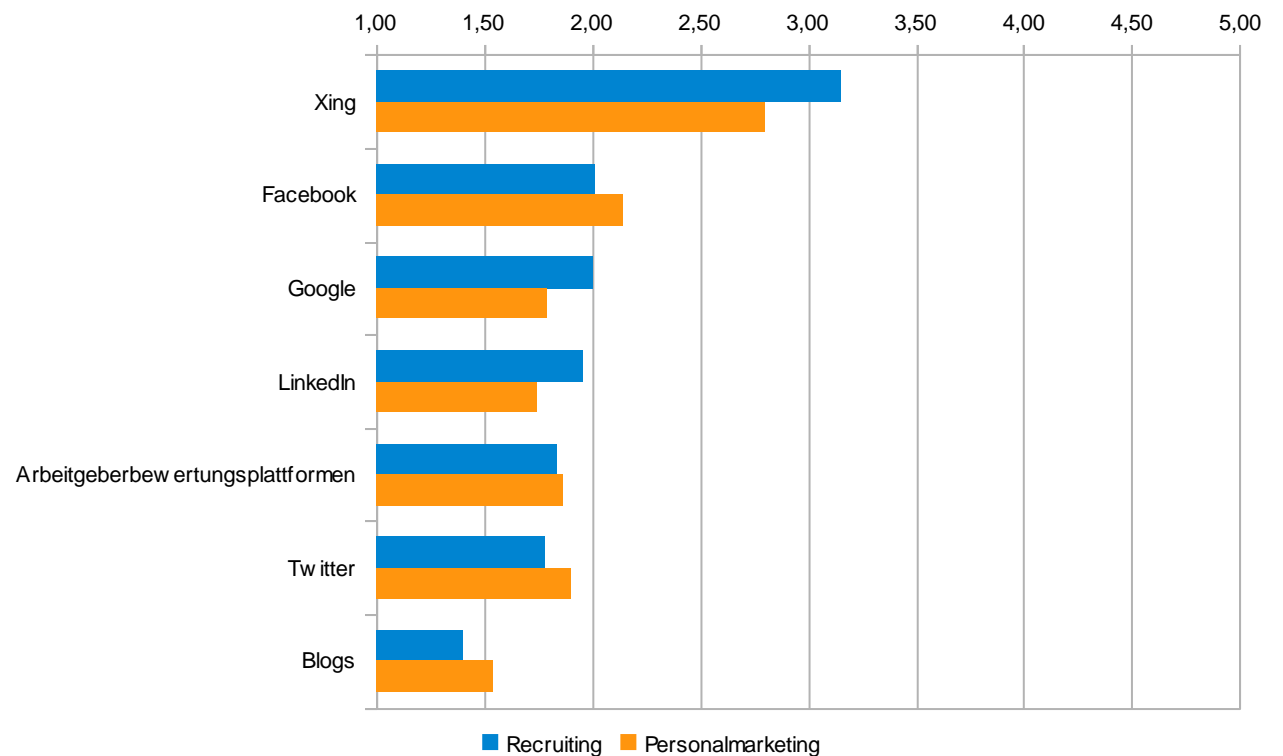
Nutzung von Social Media Tools für Recruiting oder Personalmarketing

Xing, Google und LinkedIn werden eher für Recruiting;

Facebook, Arbeitgeberbewertungsplattformen, Twitter und Blogs eher für Personalmarketingzwecke genutzt.

Die Gesamtnutzungsraten sind allerdings sehr niedrig.

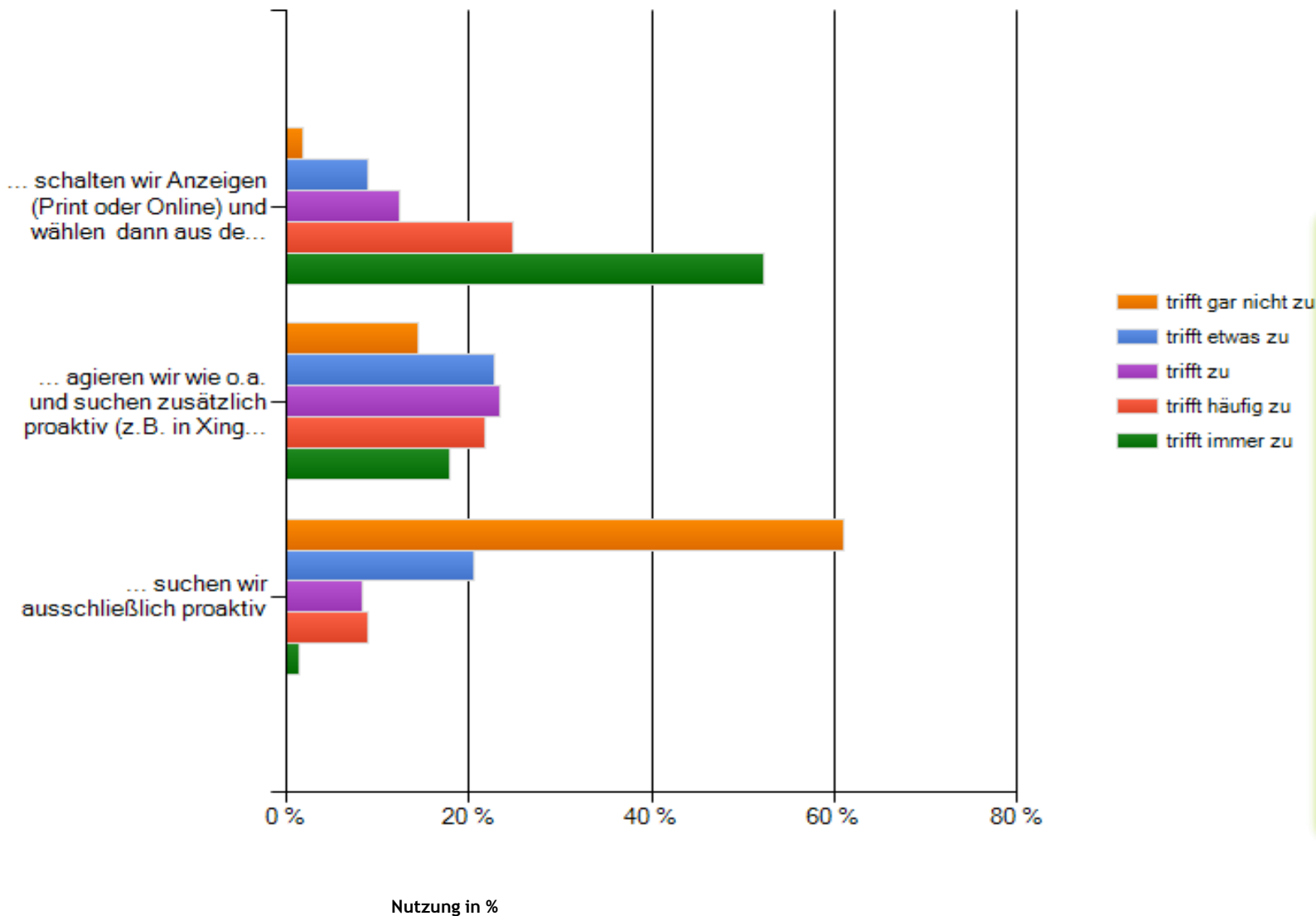
Social Media Tool Nutzung



Nutzung (Rangmittelwert 1= trifft gar nicht zu, 5 = trifft immer zu)

Wie (pro-) aktiv ist das Recruiting?

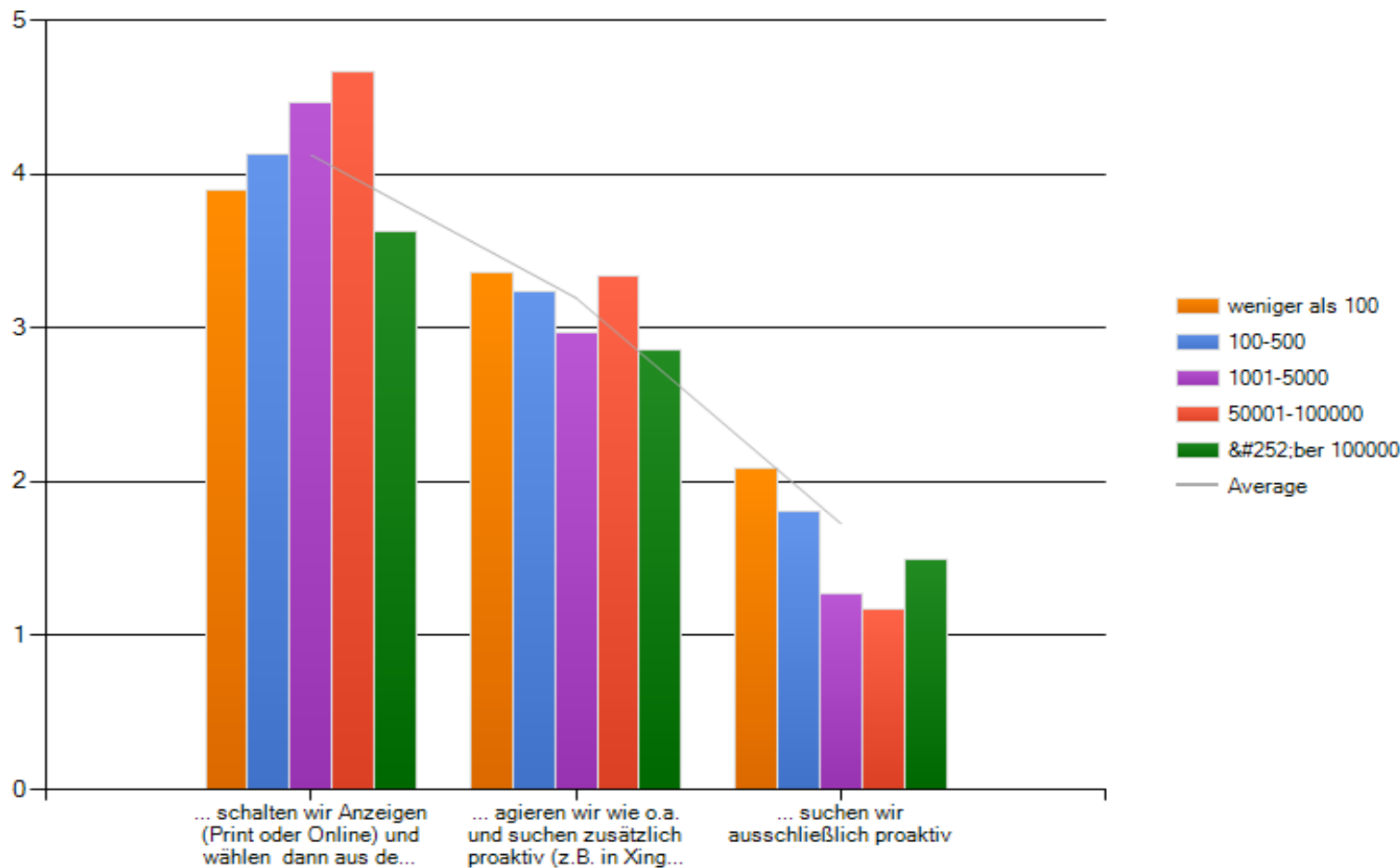
Der Weg zu Bewerbern. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen...



Vorherrschend ist die Schaltung von Anzeigen in Print- und/oder Online-Medien. Zusätzlich zu diesem Weg, nutzen ca 40 % der Unternehmen häufig oder immer proaktive Wege bei der Kandidatenansprache. Andererseits schließen mehr als 60 % der Unternehmen eine ausschließlich proaktive Suche für sich aus.

Proaktivität nach Unternehmensgröße

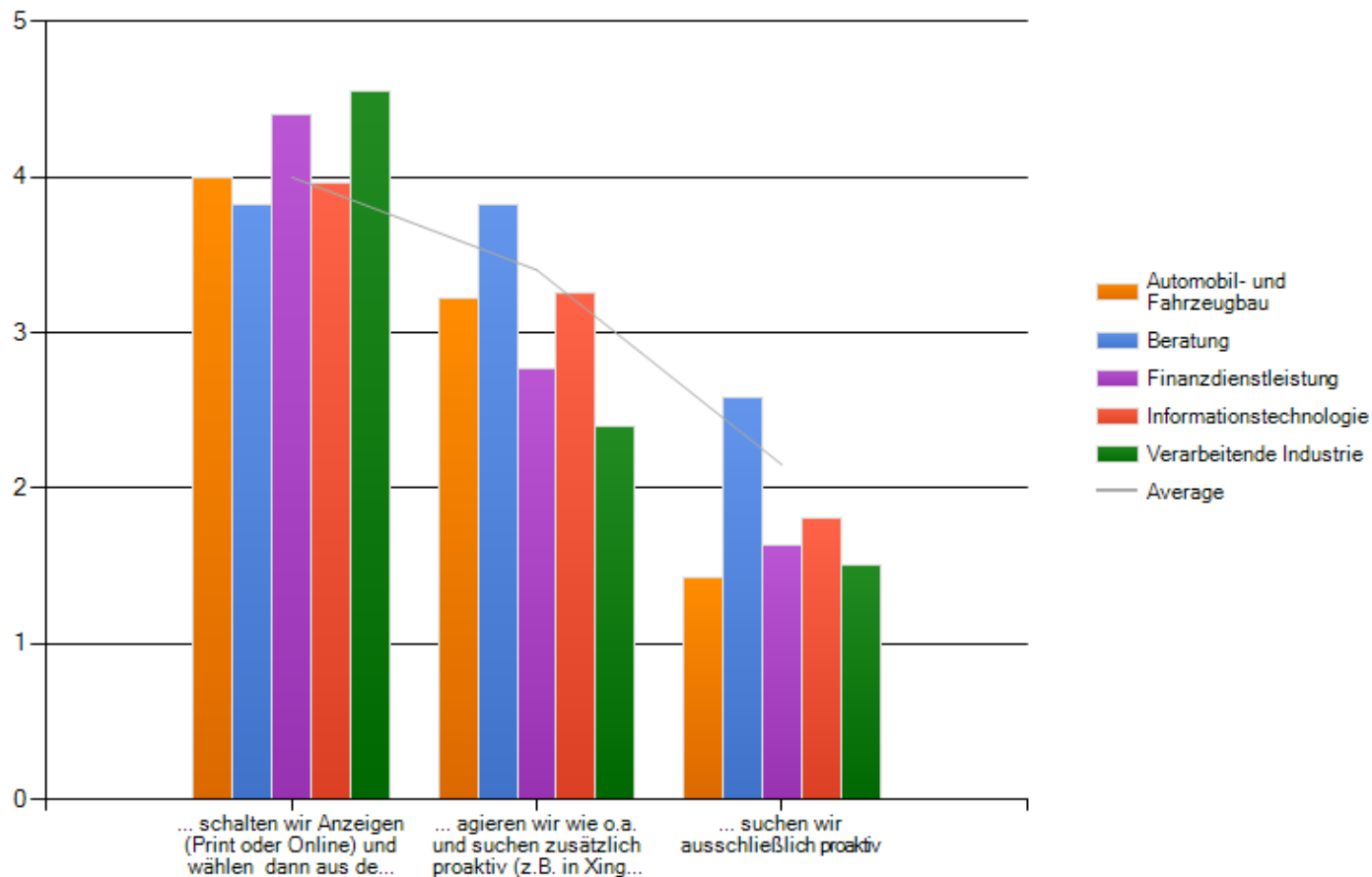
Der Weg zu Bewerbern. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen...



Nutzung (Rangmittelwert 1= trifft gar nicht zu, 5 = trifft immer zu)

Proaktivität nach Branchen

Der Weg zu Bewerbern. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen...



Nutzung (Rangmittelwert 1= trifft gar nicht zu, 5 = trifft immer zu)

Über welche Kanäle kommen die Bewerber und Einstellungen?

Welche Recruiting-Kanäle bringen die meisten Bewerber? Aus welchen Quellen speisen sich die meisten Einstellungen?

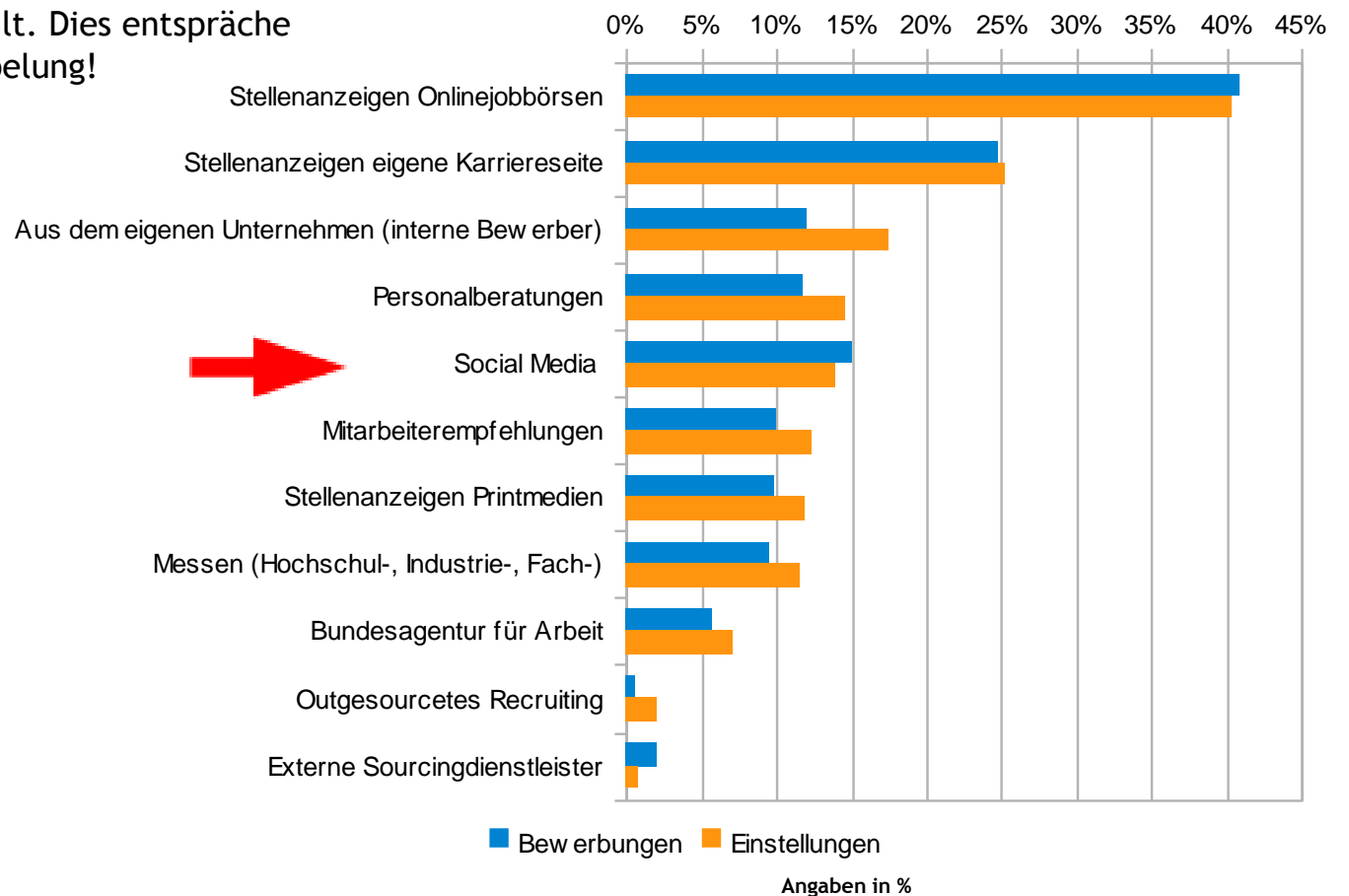
Die meisten Bewerbungen erhalten die Unternehmen über Online-Jobbörsen.

Die eigene Karriereseite folgt auf dem zweiten Platz. Eigene Mitarbeiter und Personalberatungen kommen auf die Plätze 3 und 4. Dieselbe Reihenfolge ergibt sich auch bei den Einstellungen.

Und wieder einen Blick auf den Hype beim Social Media Recruiting ?

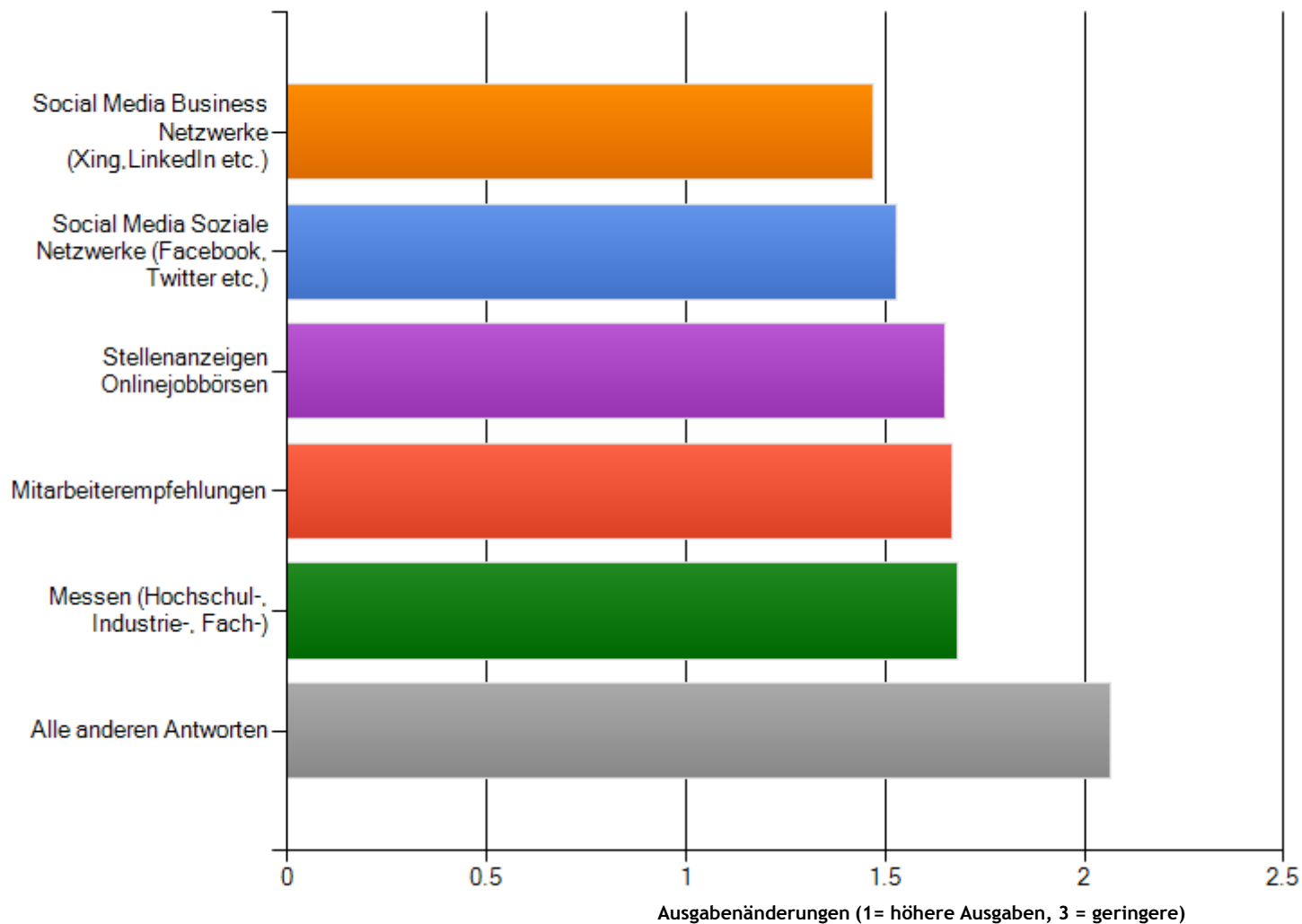
Kamen in der letzten Studie über diesen Weg nur 7-8 % der Bewerbungen bzw. Einstellungen zustande, sind es diesmal 15 %, wenn man Business Netzwerke und Soziale Netzwerke zusammenzählt. Dies entspräche einer Verdoppelung!

Bewerber- und Einstellungsquellen



Wofür wird mehr, wofür weniger Geld ausgegeben?

Wie werden sich die Ausgaben für die Recruiting Kanäle in Ihrem Unternehmen 2011 ändern? (Schätzung ausreichend)



Für Social Media (Business Netzwerke und Soziale Netzwerke) und Stellenanzeigen bei Onlinejobbörsen wollen die teilnehmenden Unternehmen im durchschnitt in 2011 mehr Geld ausgeben

Social Media Recruiting

- Xing, Google und LinkedIn werden eher für Recruiting; Facebook, Arbeitgeberbewertungsplattformen, Twitter und Blogs eher für Personalmarketingzwecke genutzt.
- 50% aller Unternehmen nutzen Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs und Google überhaupt nicht.
- Nur etwas über 8 % der Unternehmen geben an, regelmäßig zu Facebook zu nutzen um Werbung für sich als Arbeitgeber zu machen.
- Die Beratungsbranche und die IT-Industrie liegen bei der Nutzung von Social Media Plattformen für Recruiting deutlich vorne.
- Die kleinen und die ganz großen Unternehmen nutzen Social Media Plattformen für Recruiting überdurchschnittlich.

Für die Mehrheit der Unternehmen ist es wichtig, daß die Recruiter die Möglichkeiten des Social Media Recruiting kennen und nutzen, die Minderheit setzt den Anspruch allerdings bereits im eigenen Unternehmen um.

Handlungsempfehlungen

TIPPS ZUR NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA FÜR RECRUITING

- Stellen Sie Chancen in Socialen Medien nicht heraus
... oft sind Risiken der Unterlassung das bessere Argument
- Gründen Sie keine Community
... wenn es bereits welche gibt.
- Richten Sie keinen Blog ein
... bevor Sie mit den Multiplikatoren im Dialog sind.
- Peppen Sie Ihre Website nicht auf
... ohne die Fragen Ihrer Zielgruppe zu kennen und auf sie einzugehen
- Freuen Sie sich nicht zu früh über eine hohe Anzahl von Fans etc.
... Fans und Follower sind keine Bewerber und noch keine neuen Mitarbeiter,
Sie müssen hart arbeiten, um Einstellungen zu generieren.

Handlungsempfehlungen

TIPPS ZUM ANGANG VON SOCIAL MEDIA FÜR RECRUITING

- Ziele überlegen und Strategie entwickeln
- Geschäftsführung/Entscheider gewinnen
- Vertrauen und weiteres Interesse durch "Quick Wins" erzeugen
- Unternehmenskultur berücksichtigen und vorsichtig anpassen
- Zusammenarbeit zw. Abteilungen anregen
- Erfolge kommunizieren
- Social Media Recruiting kontrolliert ausprobieren und mit Programm für Mitarbeiterempfehlungen kombinieren
- Controlling & Monitoring einführen und nutzen

Wettbewerbsvorteile für Ihr Recruiting realisieren!



Recruitment Performance Management

- Empirisch fundierte Unternehmensberatung
- Konzeption und Strategie
- Recruitment professionalisieren
- Recruitingenerfolge messen

Services

- Informationen über den Arbeitsmarkt
- Training (Recruiter & Hiring Manager)
- Benchmarking
- Online Befragungen

Das **Institute for Competitive Recruiting (ICR)** berät Unternehmen hinsichtlich Recruitment Performance Management, d.h. Optimierung des unternehmensspezifischen Recruitments, damit das Unternehmen im "Kampf" um die Talente wettbewerbsfähig wird bzw. bleibt.

Wettbewerbsvorteile für Ihr Recruiting realisieren!



Sie wollen...

die Kosten Ihres Recruitments um 25 %,
die Besetzungszeit für Ihre Positionen um 30 % senken
oder die Qualität Ihres Recruitments um 40 % steigern?
Fit werden für den Wettbewerb um Talente?

dann ...

analysieren wir die Effektivität und Effizienz Ihrer aktuellen Aktivitäten,
finden gemeinsam die Verbesserungsfelder bei Prozessen und Recruitern,
priorisieren die Handlungsalternativen,
unterlegen alles mit einer zielführenden Erfolgsmessung,
und starten den Prozess zu mehr Wettbewerbsfähigkeit für Sie!

Wolfgang Brickwedde
Director
Institute for Competitive Recruiting

Tel.+49 (0) 6221 7194007
Tel.+49 (0) 160 7852859

email: wb@competitiverecruiting.de



**MACHEN SIE IHR RECRUITMENT
FIT FÜR DEN WETTBEWERB!**

www.competitiverecruiting.de



**RECRUITMENT FITNESS CHECK
RECRUITER FITNESS CHECK
RECRUITMENT PULSE CHECK
RECRUITING CONTROLLING
BENCHMARKING**