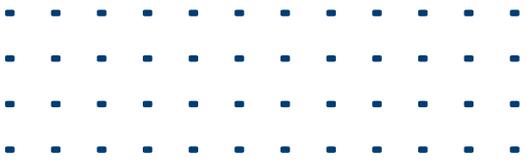


HAUFE.



RECRUITING - EINE EINFÜHRUNG

Autorin: Daniela Furkel



INHALT

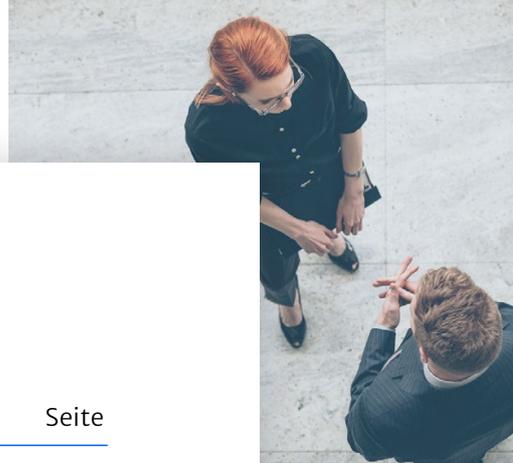
Themen	Seite
1. Trends im Recruiting	3
Talent-Pools and Active Sourcing	4
Social Media Recruiting in der Praxis	5
Mobile Recruiting und mobile Bewerbung	5
2. Was Recruiting-Software heute leistet	6
Pflicht und Kür von Recruiting-Software	6
Komplettlösung oder Baukastensystem?	7
In fünf Schritten zur Softwareauswahl	7
Softwareeinsatz für mehr Arbeitgeberattraktivität	7
3. Wichtige Kennzahlen für das Recruiting	9
Zehn relevante Kennzahlen	9

EINLEITUNG

Der öffentliche Dienst steht vor einer demografischen Herausforderung: Jeder dritte Beschäftigte im öffentlichen Dienst wird bis 2030 in Rente gehen – und an Nachwuchs mangelt es. Laut einer Studie von McKinsey („Die Besten, bitte – wie der öffentliche Sektor als Arbeitgeber punkten kann“, 2018) wird so in den nächsten zehn Jahren eine Personallücke von etwa 731.000 Beschäftigten entstehen. Diese Zahlen sind ein Alarmsignal; hier heißt es für Organisationen gegenzusteuern, auch im Bereich Recruiting. 90 Prozent der von McKinsey befragten Führungskräfte schätzen die Rekrutierung von Nachwuchsführungskräften als herausfordernd ein, denn als attraktiver Arbeitgeber fallen öffentliche Institutionen bei Arbeitnehmern oftmals durch. Das heißt, in Zeiten

von Fachkräftemangel, demografischem Wandel und digitaler Transformation steht der öffentliche Dienst mehr denn je im Wettbewerb mit Unternehmen um die cleversten Köpfe.

Umso wichtiger ist es beim Recruiting des Nachwuchses jetzt, die Vielfalt an Recruiting-Möglichkeiten auszuschöpfen und zu evaluieren, welche Strategie für das Gewinnen vielversprechender Talente die richtige ist. Die nachfolgenden Kapitel geben einen Überblick über die aktuellen Trends im Recruiting sowie den Nutzen einer Recruiting-Software, die den Recruiting-Prozess zielführend unterstützt und erleichtert – für Behörden und Kandidaten.



1. TRENDS IM RECRUITING

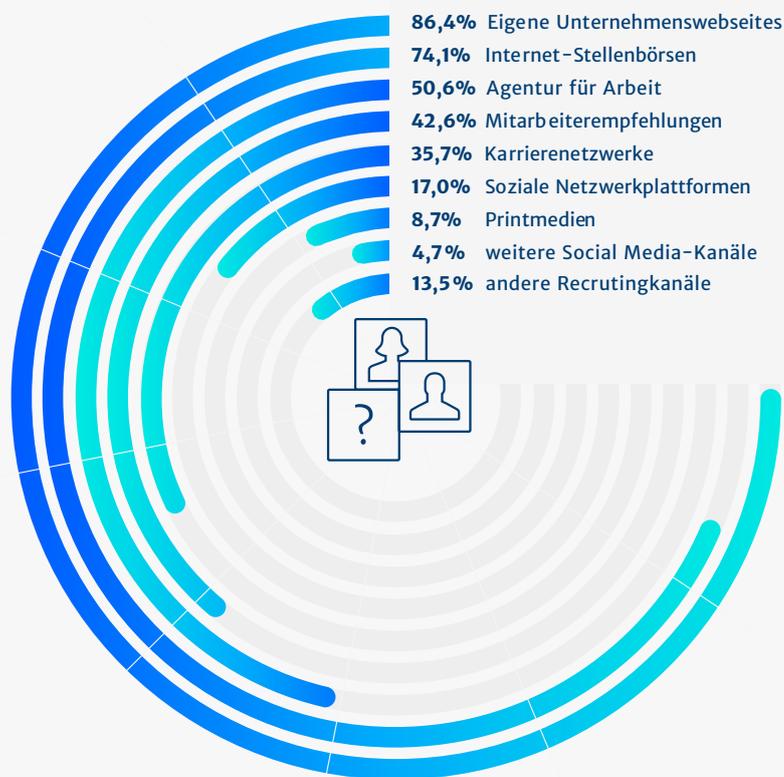
Modernes Recruiting bedeutet mehr als das Schalten einer Online-Stellenanzeige und elektronisches Bewerbermanagement. Der demografische Wandel und der damit einhergehende Fachkräftemangel führen dazu, dass Organisationen immer häufiger alternative Wege gehen müssen, um die gewünschte Zahl und Qualität an Bewerbungen zu erhalten. Die Herausforderungen in der Personalbeschaffung reichen heute vom Aufbau einer starken Arbeitgebermarke bis zur Bin-

dung bestehender Mitarbeiter, von der Optimierung der internen Recruiting-Prozesse bis zur proaktiven Ansprache potenzieller Kandidaten.

Dementsprechend werden die Maßnahmen und die Kanäle, die für die Personalbeschaffung infrage kommen, immer vielfältiger: Arbeitgeber veröffentlichen ihre Vakanzen nicht nur auf der eigenen Webseite oder in Online-Stellenbörsen, sondern setzen auch verstärkt auf

Mitarbeiterempfehlungen. Jeder vierte Arbeitnehmer hat seinen aktuellen Job über solch eine Mitarbeiterempfehlung gefunden. Die Studie „Recruiting Trends 2020“ des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) an der Universität Bamberg in Zusammenarbeit mit Monster Worldwide Deutschland macht deutlich: Das alleinige Schalten einer Stellenanzeige in Print- oder Online-Jobbörsen gehört in vielen Fällen der Vergangenheit an.

In diesen Kanälen veröffentlichen Unternehmen ihre Vakanzen



Quelle: „Recruiting Trends 2020“

Diese Zahlen offenbaren erhebliche Veränderungen im Recruiting-Verhalten innerhalb der vergangenen Jahre. Im Vergleich zu den Recruiting-Kanälen, die noch 2013 eingesetzt wurden, haben nicht nur die Mitarbeiterempfehlungen stark zugenommen, sondern auch die Arbeitsagentur wird wieder deutlich häufiger eingeschaltet. Das zeigt, wie groß der Bedarf der Unternehmen nach neuen Mitarbeitern ist: Sie schöpfen möglichst viele Recruiting-Kanäle aus, um ihre Vakanzen zu besetzen. Während sich die Veröffentlichung der Vakanzen in Internet- Stellenbörsen und in Printmedien in den vergangenen sieben Jahren in etwa auf dem gleichen Niveau gehalten hat,

werden nun auch Karrierenetzwerke und soziale Netzwerkplattformen heute deutlich häufiger für das Recruiting genutzt. Und das ist auch sehr sinnvoll. Denn Kandidaten gehen davon aus, in Zukunft karrierebezogene Social-Media-Kanäle häufiger bei der Jobsuche zu verwenden. Das unterstreicht die Notwendigkeit für öffentliche Institutionen, in diesen Kanälen aktiv zu rekrutieren.

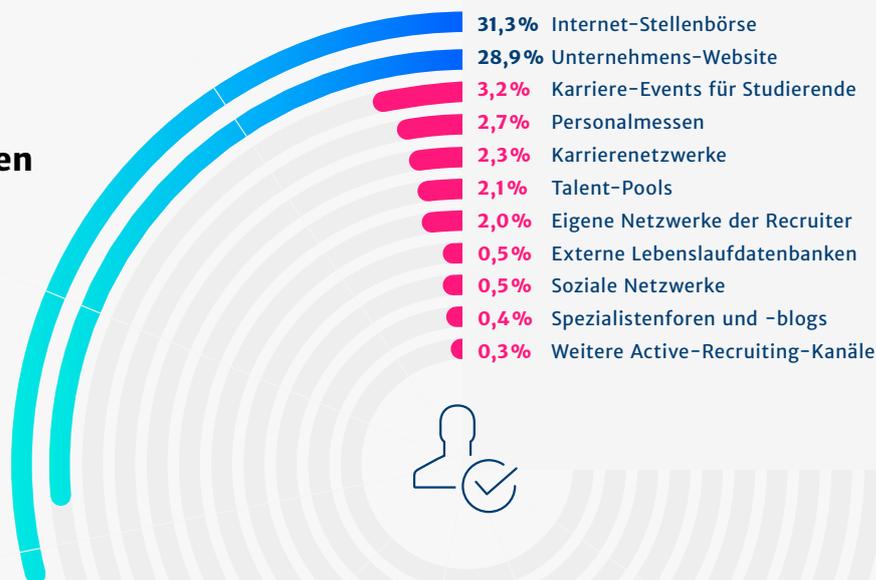
TALENT-POOLS UND ACTIVE SOURCING

Arbeitgeber generieren etwa sechs von sieben Neueinstellungen über Recruiting-Kanäle und eine von sieben Einstellungen über Active-Sourcing-Kanäle,

stellt die Studie „Recruiting Trends 2020“ fest.

Ein genauerer Blick auf die Sourcing-Kanäle zeigt, dass bei den tatsächlichen Neueinstellungen über Active Sourcing vor allem Karriere-Events für Studierende oder Absolventen dominieren, gefolgt von Personalmessen, Karrierenetzwerken und unternehmenseigenen Talent-Pools. Im Vergleich zu 2018 haben Karrierenetzwerke somit deutlich aufgeholt. Diese lagen damals an fünfter Stelle. Nach wie vor werden nur wenige Neueinstellungen über die Suche in externen Lebenslaufdatenbanken sowie in Spezialisten-Foren und Blogs generiert.

Über diese Kanäle generieren Unternehmen Einstellungen



Quelle: „Recruiting Trends 2020“



Diese Zahlen machen deutlich: Insbesondere Maßnahmen der proaktiven Personalgewinnung, die nicht in Social Media stattfinden – wie der Aufbau eines unternehmenseigenen Talent-Pools oder der Besuch von Karriere-Events – sind aus Sicht der Arbeitgeber erfolgreich. Active Sourcing muss also nicht zwangsläufig hauptsächlich über Social Media erfolgen. Der grundlegende Vorteil von Active Sourcing – der proaktiven Identifikation und Direktansprache von Personen – gegenüber anderen Recruiting-Kanälen ist, dass Firmen auf diese Weise auch Personen erreichen, die nicht aktiv auf der Stellensuche sind.

SOCIAL MEDIA RECRUITING IN DER PRAXIS

Social Media wird vornehmlich genutzt für Employer Branding und um Stellenanzeigen zu veröffentlichen. Kandidaten verwenden Social Media, um nach Stellenanzeigen zu suchen und Informationen über den potenziellen neuen Arbeitgeber einzuholen. Im Bereich Active Sourcing werden weniger Neueinstellungen als über manch andere Kanäle generiert. Dennoch werden Karrierenetzwerke relativ häufig genutzt und etwas seltener

soziale Netzwerkplattformen, um nach Kandidaten zu suchen. Auch zur Vernetzung mit potenziellen Kandidaten werden Social-Media-Kanäle genutzt.

Auch auf Kandidatenseite werden Social Media als förderlich für die Stellensuche angesehen. Die Reichweite der einzelnen Kanäle ist hoch, auch das Vertrauen in bestimmte Netzwerke. So stufen 79 Prozent der Bewerber Arbeitgeberinformationen auf Xing als authentisch ein, 73 Prozent denken genauso über Informationen auf LinkedIn. Zum Vergleich: Nur die Webseite des Arbeitgebers (85 Prozent) und die Empfehlung von Bekannten oder Freunden (80 Prozent) gilt als authentischer, ermittelte die Social Recruiting Studie 2016 von Talentry und der TU München.

Wichtige Bestandteile eines professionellen Social-Media-Einsatzes sind eine Social-Media-Strategie sowie Mitarbeiter, die sich explizit mit der Pflege von Social Media beschäftigen. Laut Studie „Recruiting Trends 2020“ gibt jeder siebte Kandidat an, seine aktuelle Stelle durch Direktansprache seines jetzigen Arbeitgebers erhalten zu haben. Öffentliche Einrichtungen sollten sich also nicht davor scheuen, eine Social-Media- bzw. Active-Sourcing-Strategie auszuarbeiten und einzusetzen.

Nicht übersehen sollten Arbeitgeber im Kontext Social Media Recruiting die Arbeitgeberbewertungsportale wie Kununu und Glassdoor. Diese bieten nicht nur die Möglichkeit zum Employer Branding über die Erstellung kostenpflichtiger Arbeitgeber-Profile, sondern sie stellen auch einen wichtigen Kommunikationskanal

für Organisationen des öffentlichen Dienstes dar. Über die Kommentare (ehemaliger) Mitarbeiter erfahren sie, was im Unternehmen aus Mitarbeitersicht möglicherweise falsch läuft und können entsprechend reagieren. So zeigen sie anderen Nutzern, dass sie mögliche negative Rückmeldungen ernst nehmen.

MOBILE RECRUITING UND MOBILE BEWERBUNG

Ein wichtiges Thema der Personalgewinnung ist Mobile Recruiting. Die Mobile Recruiting Studie von Meinestadt.de macht deutlich, dass der größte Teil der Bewerber mobil auf Stellensuche geht: 76 Prozent nutzen das Smartphone, um einen neuen Job zu finden, 70 Prozent suchen auf dem PC oder Laptop und 29 Prozent setzen ein Tablet ein. 73 Prozent würden sich mobil bewerben, wenn öffentliche Institutionen diese Möglichkeit anbieten.

Was heißt das für die Praxis? Zum einen bedeuten diese Zahlen für öffentliche Einrichtungen, dass sie ihre Karrierewebsites und Stellenanzeigen mobil optimieren müssen. So vermeiden sie, dass potenzielle Bewerber wegen Problemen bei der Ansicht auf dem Smartphone den Prozess abbrechen. Doch da besteht noch einiger Nachholbedarf. Das liegt vor allem daran, dass die Standards der Anbieter am Markt den Einsatz von Mobile Recruiting erschweren, z.B. in Bezug auf die technische Anbindung an andere Systeme.

Das Thema ist laut „Recruiting Trends 2020“ bei den Unternehmen angekommen, allerdings noch kein Teil des Tagesge-

schäfts. Es gilt für Arbeitgeber zu bedenken: Viele Bewerber brechen ihren Bewerbungsprozess ab, wenn die Bewerbung auf dem Smartphone nicht funktioniert. Hier gehen Arbeitgebern aus-sichtsvolle Kandidaten verloren.

Einige Bewerbermanagementsysteme erlauben es den Kandidaten,

ihre Xing- oder LinkedIn-Profile für eine Bewerbung hochzuladen, um ihnen das mühsame Eintippen der Lebensläufe zu ersparen. Außerdem gibt es Bewerbungsformulare, die auch auf dem Smartphone schnell ausgefüllt werden können, oder eine mobile Bewerbung mit einem im Netz gespeicherten Lebenslauf – ohne

ausführliches Anschreiben. Große Konzerne wie Otto, Deutsche Bahn oder Telefonica Deutschland machen es vor und verzichten seit einiger Zeit zumindest bei einigen Berufsgruppen ganz auf das klassische Anschreiben. Auf der Basis dieser technischen Möglichkeiten lässt sich Mobile Recruiting ausbauen.

2. WAS RECRUITING-SOFTWARE HEUTE LEISTET

Die bisherigen Ausführungen zeigen: Ohne den Einsatz einer professionellen Recruiting-Software kann die Personalgewinnung heute kaum noch effektiv und effizient durchgeführt werden. Recruiting-Software hilft beim Veröffentlichen von Stellenanzeigen auf der Karriere-webseite und in Jobportalen, bei der raschen Bearbeitung von eingehenden Bewerbungen, bei der Organisation von Talent-Pools sowie beim Kosten- und Mediencontrolling. Ideal für den Einsatz in der Praxis sind Bewerbermanagementsysteme (häufig auch als Applicant Tracking Systeme bezeichnet), die den kompletten Recruiting-Prozess in der Organisation abbilden. So werden die beteiligten Personen von Routineaufgaben entlastet. Nichts geht verloren und keine Termine werden versäumt.

PFLICHT UND KÜR VON RECRUITING-SOFTWARE

Zur Grundausstattung eines Bewerbermanagementsystems gehören Serienbriefe und -Mails, die für die jeweilige Kommunikationssituation individuell angepasst werden können. Wichtig dabei ist, dass die Software die bestehenden Office-Programme integriert, um den Personalmanagern eine möglichst unkomplizierte Nutzung im



Weitere Funktionen, die eine moderne Recruiting-Software bereitstellen kann:

- ✓ **Relationship-Management:** Aufbau und Pflege eines Talent-Pools, Beziehungspflege und Kommunikation mit den Kandidaten.
- ✓ **Automatisches Matching:** Bewerbungen, die auf das Anforderungsprofil am besten passen, werden in einem Ranking dargestellt.
- ✓ **Video-Interviews:** Über die Software können Video-Interviews zur Bewerbervorauswahl durchgeführt und verwaltet werden.
- ✓ **Online-Assessment:** Online auszufüllende Potenzialanalyse zur Einschätzung der persönlichen oder fachlichen Eignung eines Bewerbers.

gewohnten Office-Umfeld zu ermöglichen.

Ein weiteres Kernstück der Software ist, dass sie Online-Bewerbungsmöglichkeiten (Online-Bewerbungsformulare) zur Verfügung stellt und andere Bewerbungsformen wie E-Mail- und eingescannte Printbewerbungen integriert. Damit potentielle Bewerber nicht von vornherein ausgeschlossen werden, sollte die Software alle Bewerbungswege unterstützen. Das heißt, sie sollte idealerweise auch mobile Bewerbungen zulassen, etwa über das Hochladen von Xing- oder LinkedIn-Profil oder über CV-Parsing – das automatisierte Ausfüllen von Online-Bewerbungsformularen über hochgeladene Lebenslaufdokumente.

Zusätzlich sollte die Recruiting-Software Schnittstellen zum eingesetzten Lohn- und Gehaltsabrechnungsprogramm sowie zur HR-Software enthalten. Um spezifische Kennzahlen erheben zu können, sollte die Lösung einen integrierten Statistikdesigner enthalten. Sie benötigt Anbindungen an die gängigen Online-Jobbörsen und sollte zudem mehrsprachig angelegt sein, damit Stellen auch international ausgeschrieben werden können.

Besonders wichtig für einen reibungslosen Recruiting-Prozess ist darüber hinaus, dass die jeweiligen Fachvorgesetzten elektronischen Einblick in die Bewerbungen für ihren Bereich erhalten. Das heißt, die Software muss webbasiert sein und zuständige Führungskräfte über ein Rollenkonzept in den Prozess mit einbinden.

Geht eine Bewerbung für Ihren Bereich in das System ein, können die Führungskräfte diese ohne

Zeitverzögerung ansehen, bewerten und die nächsten Schritte anstoßen: Soll der Kandidat zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen werden? Soll er weitere Unterlagen einreichen? Oder soll der Personalbereich ihm ein Absageschreiben schicken?

KOMPLETTLÖSUNG ODER BAUKASTENSYSTEM?

Grundsätzlich muss sich die Software der öffentlichen Einrichtung anpassen und nicht umgekehrt. Ob eine Komplettlösung, die all die beschriebenen Elemente enthält, oder ein Baukasten-System die optimale Erweiterung ist, hängt von der bereits vorhandenen Infrastruktur, der Zielsetzung und häufig auch von der Organisationsgröße ab.

Für viele öffentliche Institutionen rechnet sich ein Baukasten-System mit mehreren Modulen mehr als ein Komplettpaket, wobei die Module über einen längeren Zeitraum in Etappen implementiert werden. Aktuell bildet Haufe mit dem Modul „Bewerbermanagement“ den gesamten Prozess vom Antrag über die Ausschreibung einer Stelle bis hin zu deren Besetzung an. Die Lösung ist eingebettet in die Haufe Talent Management Software und kann um weitere Funktionen wie Personalentwicklung, Nachfolgeplanung, Zielvereinbarung und Vergütung erweitert werden.

IN FÜNF SCHRITTEN ZUR SOFTWAREAUSWAHL

Ein Bewerbermanagementsystem, das für eine öffentliche Einrichtung sehr gut passt, ist für eine andere Organisation womöglich nicht die Ideallösung. Geht es darum, eine passende Software zu finden, so stellt sich zunächst die

Frage, ob die Lösung in der Cloud bereitgestellt werden soll oder hausintern installiert wird.

Cloud-Lösungen nehmen einen immer höheren Stellenwert ein. Hier lagern alle Daten auf einem Server des Anbieters oder einem externen Server und werden von der Organisation über einen Webbrowser abgerufen. Kostspielige IT-Investitionen entfallen, Updates und Upgrades sind schnell und problemlos durchgeführt. Für eine Cloud-Lösung spricht zudem die Tatsache, dass eigene IT-Fachkräfte immer schwieriger zu finden sind.

Für eine On-Premise-Lösung, die beim Kundenunternehmen direkt betrieben wird, spricht deren bessere Anpassbarkeit auf die Bedürfnisse der Organisation. Auch Datensicherheit und Datenschutz sind Fragen, die bei der Entscheidung „Cloud oder On-Premise?“ berücksichtigt werden müssen.

SOFTWAREEINSATZ FÜR MEHR ARBEITGEBERTRAKTIVITÄT

Eine falsche Softwareentscheidung kann den Effekt haben, dass die internen Nutzer unzufrieden mit der Software sind, dass sie diese nicht wie gewünscht nutzen und stattdessen auf selbst erstellte Excel-Listen zurückgreifen und dass somit die beabsichtigten Effizienzsteigerung und Arbeitsentlastung der Recruiter nicht eintritt.

Der „ICR E-Recruiting Software Report 2018/2019“ bestätigt, dass die Zufriedenheit der Nutzer in der Gesamtheit nicht sehr hoch ist. Besonders unzufrieden sind die Befragten mit der Suche nach potentiellen Kandidaten in externen Quellen, auch mit der



Weitere Fragen, die öffentliche Einrichtungen bei der Auswahl einer Recruiting-Software beantworten sollen, reichen von den eigenen Bedürfnissen bis zur wirtschaftlichen Stabilität des Anbieters:

1. Welche Funktionen muss die Software mitbringen? Welche Funktionen sind wünschenswert, müssen aber nicht zwangsweise erfüllt werden? Welche Anbieter erfüllen diese Vorgaben?
2. Welche Referenzkunden nennt der Anbieter? Gibt es Referenzkunden aus dem eigenen Tätigkeitsumfeld?
3. Welche Kosten (sowohl für die Einführung als auch für den jährlichen Betrieb) entstehen mit der Software-Einführung?
4. Wie steht es um die wirtschaftliche Stabilität des Anbieters? Ist die Investition langfristig und nachhaltig? Kann die Softwarenutzung bei wachsendem Bedarf ausgebaut werden?
5. Wie serviceorientiert ist der Anbieter? Welche Support-Angebote gibt es? Wie nehmen Sie die Beratungskompetenz wahr? Haben Sie einen persönlichen Ansprechpartner?

Bereitstellung von Controlling-Zahlen, der Vergleichsmöglichkeit der Kandidaten sowie Test- oder Auswahlverfahren für Bewerber. Die Studie zeigt darüber hinaus auf, worauf Recruiter besonders großen Wert bei der Softwarenutzung legen: Datensicherheit liegt an erster Stelle, gefolgt von der Nutzerfreundlichkeit für Recruiter und der Pflege und Verwaltung von Bewerberdaten.

Auch auf der Bewerberseite schlägt sich eine falsche Softwareentscheidung in vielen Fällen negativ nieder. So kann es passieren, dass Bewerber Stellenanzeigen nur schwer auf der Webseite der öffentlichen Institution finden. Es kann auch vorkommen, dass die Online-Bewerbung nicht reibungslos funktioniert oder zu kompliziert ist und daher zu hohen Abbrüchen bei der Nutzung führt. Die Folge ist, dass deutlich weniger Bewerbungen als erhofft in der Organisation ankommen.

Ist aber eine Lösung gefunden, die den heutigen Ansprüchen an eine

moderne Software genügt, kann die Einrichtung damit einen echten Pluspunkt für ihre Arbeitgeberattraktivität verbuchen. Öffentliche Institutionen, die verschiedene und unkomplizierte Bewerbungswege zulassen, erscheinen aus Bewerbersicht als modern und zugänglich.

Die über die Software gesteuerte Bewerberkommunikation ermöglicht einen schnellen und direkten Kontakt. Die Gefahr, dass Bewerber abspringen, weil sie von der Personalabteilung längere Zeit keine Rückmeldung erhalten, ist somit unterbunden. Wird die Software zudem dazu genutzt, interessante Kandidaten in einen Kandidaten-Pool aufzunehmen, sie regelmäßig über aktuelle Entwicklungen zu informieren und sie so an die Einrichtung zu binden, trägt sie darüber hinaus zur positiven Markenbildung bei.

Insbesondere im Social-Media-Zeitalter ist es wichtig, dass der gesamte Recruiting-Prozess durch eine professionelle Software unterstützt wird. „Candidate

Experience“ ist ein wichtiger Begriff, der in den vergangenen Jahren etabliert wurde.

Doch das Bewerbererlebnis ist nicht immer positiv, wie der „Candidate Experience Report 2016-2017“ von Talent Board ermittelt hat: 35 Prozent der Befragten bewerteten den Bewerbungsprozess negativ. Unter anderem, weil er zu lang dauerte oder zu kompliziert war.

Eine professionelle Software, die einen gut durchdachten Prozess unterstützt, kann Abhilfe schaffen und nicht nur die Arbeitgeberattraktivität unterstützen, sondern auch der gesamten Organisation zuspitzen. Denn im umgekehrten Fall können schlechte Erfahrungen im Bewerbungsprozess sehr negative Folgen für den Arbeitgeber haben, so die Verfasser der Studie: Sie vergraulen nicht nur die Kandidaten für die Zukunft, sondern führen auch zu schlechten Bewertungen im Internet oder im engeren Bekanntenkreis.

3. WICHTIGE KENNZAHLEN FÜR DAS RECRUITING

Haben Sie für Ihr E-Recruiting die passenden Maßnahmen und Kanäle gewählt? Anhand zahlreicher quantitativer und qualitativer Kennzahlen sollten Sie regelmäßig ermitteln, ob Sie sich auf dem richtigen Weg befinden. Wichtig ist dabei, dass Sie die Kennzahlen in regelmäßigen Abständen erheben, denn die Rahmenbedingun-

gen – wie der Recruiting-Markt, die technischen Möglichkeiten oder das Bewerberverhalten – wandeln sich laufend. Legen Sie im Vorfeld fest, welche Kennzahlen sinnvoll für Ihre Einrichtung sind und welche Sie unkompliziert über Ihre Recruiting-Software oder über die Online-Jobbörse generieren können. Zu viele

Kennzahlen lassen das Recruiting-Controlling schnell unübersichtlich werden. Darüber hinaus sind reine Kostenbetrachtungen auf einem Arbeitsmarkt, der zunehmend von Fachkräftemangel geprägt ist, wenig zielführend. Sinnvoller ist eine Kombination mit qualitativen Kriterien.



ZEHN RELEVANTE KENNZAHLEN

1. Cost per hire: Welche Kosten fallen bei einer Stellenbesetzung an?
2. Time to fill: Wie lange ist die Zeitspanne von Entstehen der Vakanz bis zur Stellenbesetzung?
3. Cost of vacancy: Welche Kosten verursacht eine unbesetzte Stelle pro Tag?
4. Klick pro Stellenanzeige: Wie viele Personen haben sich die Stellenanzeige angesehen?
5. Bewerbungen je Kanal (oder Stellenanzeige): Wie viele Bewerber kamen über welche Ausschreibung?
6. Active Sourcing Erfolg: Wie viele proaktive Ansprachen haben zu wie vielen Gesprächen oder Einstellungen geführt?
7. Effektivität der Beschaffungskanäle: Wie viele Einstellungen wurden über welchen Kanal erzielt?
8. Bewerberzufriedenheit: Wie viele Bewerber haben den Bewerbungsprozess abgebrochen? Warum?
9. Quality of hire: Erfüllt der neueingestellte Mitarbeiter die Anforderungen des Fachbereichs?
10. Retention rate: Wie viele neu eingestellte Mitarbeiter sind nach Ablauf der Probezeit oder nach einem definierten Zeitraum noch im Unternehmen?

ÜBER HAUFE BEWERBERMANAGEMENT

Effiziente Recruiting-Prozesse sind wichtig, doch exzellentes Bewerbermanagement ist der entscheidende Faktor: Denn nur, wer die richtigen Mitarbeiter finden und gewinnen kann, sichert den Erfolg einer Organisation. Erfolgreiches Bewerbermanagement lässt sich nur durch eine Beteiligung aller relevanten Personen erreichen, von der Führungskraft über die Personalabteilung bis zu den Teammitgliedern.

Vom Antrag bis hin zur Besetzung der Stelle können Sie sich auf das papierlose Online-Bewerbermanagement von Haufe verlassen. Ihre Kandidaten können sich schnell und einfach in 90 Sekunden bei Ihnen bewerben. Wir ermöglichen Ihnen eine schnelle Reaktion auf Top-Kandidaten. Laden Sie diese in nur zehn Minuten zum Vorstellungsgespräch ein.

KONTAKT



+49 89 1222 873 89



talentmanagement@haufe.de



haufe.com/talentmanagement