Der Mensch macht den Unterschied – oder brauchen wir bald eine Tinder-App zur Rekrutierung?

Swiss Kitchen Award
Donnerstag, 14. November 2019

Zürcher Gesellschaft für Personal-Management

Worauf es ankommt

Fakten & Einsichten rund um Rekrutierung
Wahrheiten und Mythen

Wo und wie finde ich heute neue Mitarbeitende
Online UND offline

Was tun, wenn die Mittel beschränkt sind
Vertrauen und Transparenz kosten nichts

Team-Zufriedenheit als Erfolgsfaktor
Mitarbeitende gar nicht erst verlieren

Fakten & Einsichten

- Was ist Employer Branding
- Was ist eine ‘Candidate Experience’
- Was heisst ‘Arbeitnehmermarkt’
- Netzwerk vs. Bewerbung
- Braucht es heute noch Inserate
- Folgen einer Fehleinstellung
- Wie sieht ein guter Rekrutierungsprozess aus

Fakten & Einsichten

Folgen einer Fehleinstellung

Fehleinstellungen verlassen in der Regel das Unternehmen innerhalb der ersten 18 Monate, je nach Konstellation leisten sie nicht das Erwartete und beeinflussen die Stimmung negativ.

Im Durchschnitt kostet eine Fehleinstellung 45’000 – 80’000 CHF

Mit eingerechnet sind der Zeitaufwand für Gespräche, externe Kosten, Einarbeitung sowie Trainingsaufwände

Es lohnt sich, sorgfältig zu rekrutieren!

Quelle: Company Match 2019

Fakten & Einsichten

Treiber für eine gelungene Rekrutierungen

Profil schärfen – kann es abweichen, wenn ja wo

Wer ist ‘im Lead’, Team einbeziehen

Gut vorbereitete Gespräche – Zuhören 70%, Sprechen 30%

Transparente Information den Kandidaten gegenüber - vor, während und nach dem Gespräch

Probetag

Onboarding wird unterschätzt – die ersten 100 Tage sind zentral!

Quelle: Company Match 2019

Wo und wie finde ich Mitarbeitende

Netzwerk, Netzwerk, Netzwerk

Gezielte Nutzung von SM

Gezielte Nutzung von lokalen, verfügbaren Mitteln (Anschlagbrett beim Grossverteiler, e-Plattformen etc.)

Eine gute ‘Candidate Experience’ vorbereiten und umsetzen – vom Empfang bis zur möglichen Absage

Auch ehemalige (abgelehnte) KandidatInnen in Betracht ziehen

Was tun, wenn die Mittel beschränkt sind

Eine/n MA halten ist einfacher und günstiger als neu Einstellen

MA entwickeln heisst nicht immer und nur teure Ausbildung

Interne Coaching-Kultur aufbauen: Strukturiertes Lernen am Arbeitsplatz

Lohn: fragen, was wirklich wichtig ist - oftmals ist es Flexibilität

Social Media Kanäle sind günstig und effizient!

Kununu.ch pflegen

Bedeutung von Employer Branding: Gutes tun und darüber sprechen

Team-Zufriedenheit

Arbeitsplatzzufriedenheit fördern heisst Team Spirit fördern

Keine Angst vor Umfragen! Transparenz gewinnt

Erfolgserlebnisse schaffen und darüber berichten: intern gleich wie extern

No 1 Grund, das Unternehmen zu verlassen: Klima, Vorgesetzte/r

Nicht das Produkt, der Mensch macht den Unterschied!

Vertrauensvolle Führungskultur

Kommunikations-Zyklus

INNEN

AUSSEN

Employer Branding

Die 4 wichtigsten Schritte

01 Step

Identität der Unternehmung definieren
Wer sind wir, warum gibt es uns, was tun wir und wie tun wir es?

02 Step

Geschichte erzählen
Warum sollte jemand zu uns kommen wollen? Basis s. 1

03 Step

Candidate Experience
Wie wollen wir KandidatInnen empfangen, wie soll ihr Eindruck sein? Was wollen wir, dass sie über uns sagen?

04 Step

Kanäle definieren und bespielen
z.B. LinkedIn, Xing, Facebook, kununu.ch

Aeschlimann 2019 ©

Dr. Barbara Aeschlimann
Managing Director ZGP
Barbara.Aeschlimann@zgp.ch

Zürcher Gesellschaft für
Personal-Management