

Zielgerichtet die richtigen Kandidaten ansprechen – 2/2: Steuern Sie die Erwartungen!

 berufebilder.de/2014/zielgerichtet-richtigen-kandidaten-ansprechen-steuern-erwartungen/

Die Stellenanzeige bildet die erste Direktansprache Ihres Unternehmens an potenzielle Kandidaten und beeinflusst somit den ersten Eindruck, den der Kandidat von Ihrem Unternehmen erhält. Das sollte so realistisch wie möglich sein.

Zeichnen Sie ein ehrliches Bild

Zeichnen Sie ein ehrliches und offenes Bild, sowohl von Ihrem Unternehmen als auch von Ihren Erwartungen und dem beruflichen Alltag. Viele Kandidaten merken immer wieder an, dass die tatsächlichen Aufgabenstellungen im Berufsalltag sehr stark von denen in der Stellenanzeige beschriebenen abweichen.

Verhindern Sie durch ein offenes und ehrliches Bild, dass Kandidaten schon kurz nach Antritt der Position enttäuscht werden.

Fünf W-Fragen für richtige Formulierungen

Als Hilfestellung zur Formulierung von Stellenanzeigen sollten Sie immer die folgenden fünf W-Fragen beachten:

- Wer wir sind
- Wen wir suchen
- Was wir erwarten
- Was wir bieten
- Worum wir bitten

Im Vordergrund: Anforderung & Perspektive der Kandidaten

Über die Reihenfolge, in der die Fragen beantwortet werden sollten, lässt sich streiten. Persönlichen bevorzugen wir, dass sich Unternehmen im Hintergrund halten. Die Anforderungen und Perspektiven für Kandidaten sollten im Vordergrund stehen. Dies sorgt zum einen dafür, dass die Position für den Kandidaten an Attraktivität gewinnt.

Zum anderen wird sich ein interessierter Kandidat selbstständig ein ausführliches Bild über das Unternehmen machen. Also raten wir, halten Sie den Teil der Unternehmensdarstellung kurz aber konkret. Benennen Sie alle entscheidenden Faktoren für den Kandidaten, wie Standort, Position, Branche und Unternehmensgröße eindeutig.

So vermeiden Sie Streuverluste

Damit Sie große Streuverluste vermeiden, zeichnen Sie ein deutliches Bild von den Anforderungen, die Sie an den Kandidaten stellen. Diese sollten sich nicht nur auf fachliche, sondern auch auf persönliche Merkmale beziehen. Nutzen Sie dabei die Vorgaben, die Sie zuvor gemeinsam mit dem Fachabteilungsleiter definiert und festgehalten haben.

Seien Sie auch bei diesen Vorgaben realistisch und fordern Sie die Merkmale ein, die wirklich für die erfolgreiche Ausführung der Position nötig sind. Insbesondere die persönlichen Merkmale entscheiden

oftmals über den Erfolg bei der Rekrutierung. Der Kandidat muss zu Ihnen und Ihrem Unternehmen passen. Qualitative statt quantitativer Reichweite

Nachhaltige Kommunikation

Sehen Sie die Stellenanzeige als Kommunikationsinstrument zur Steigerung Ihrer Arbeitgebermarke, das weit über die Ansprache von potenziellen Kandidaten hinausgeht. Hinterlassen Sie auch einen positiven Eindruck bei Kandidaten, die für die genannte Position nicht infrage kommen.

Man weiß nie, was die Zukunft bringt. Deshalb führen Sie die offene und ehrliche Kommunikation der Stellenanzeige weiter, in dem Sie den Kandidaten zeitnah Feedback geben. Insbesondere über den Erhalt der Bewerbungsunterlagen.

Gestalten Sie Ihr System bewerberfreundlich

Gestalten Sie auch schon die Zwischenschritte bewerberfreundlich. Egal, ob die Bewerbung per Mail oder online erfolgen soll, achten Sie darauf, dass Ihr System nutzerfreundlich gestaltet ist. Ansonsten können Ihnen an dieser Stelle schon qualifizierte Kandidaten abspringen.

Persönlich bevorzugen wir die Benennung eines direkten Ansprechpartners. Somit gestaltet sich der Prozess von Beginn an persönlicher.

Ermöglichen Sie Rückfragen

Bei eventuellen Rückfragen oder Schwierigkeiten kann der Bewerber sich ohne Probleme direkt an Sie wenden. Gleichzeitig suggeriert ein direkter Ansprechpartner, dass der Rekrutierungsprozess und somit auch der Kandidat ernst genommen werden.

Unterschiedliche Nachrichten von unterschiedlichen Ansprechpartnern oder von anonymen Emailadressen wecken den Eindruck, dass sich niemand für den Prozess verantwortlich fühlt. Bedenken Sie, dass die Besten Branding Aktivitäten keinen Erfolg bringen, wenn Menschen, die mit Ihnen im direkten Kontakt waren, negativ über Sie berichten.