

compleot



EVINT

AVAX

# Mehr Effizienz durch Technologie im Recruiting

So finden Sie die passende Lösung  
für Ihren Recruiting-Prozess

<b>1 Was sollten Sie bei der Technologie-Auswahl beachten?</b>	<b>3</b>
<hr/>	
1.1. Analyse der aktuellen Situation	3
1.2. Identifikation der Herausforderungen	4
<b>2 Welche Technologie passt zu Ihrem Recruiting?</b>	<b>5</b>
<hr/>	
2.1 Attraction-Problem	5
2.2 Conversion-Problem	6
2.3. Selection-Problem	7
<b>3 Wie lassen sich Fehlinvestitionen vermeiden?</b>	<b>8</b>
<hr/>	
<b>4 Ihre Checkliste - Technologie im Recruiting</b>	<b>9</b>
<hr/>	

Viele Technologien versprechen einfache und erfolgreiche Recruiting-Prozesse. Programmatic Job Advertising, Künstliche Intelligenz, Chatbots und Co. sind nur einige davon – doch müssen Sie das wirklich alles haben? Welche Technologie hält was sie verspricht und wie finden Sie die passende Lösung für Ihr Recruiting?

Dieser Leitfaden gibt einen Überblick über die aktuellen Recruiting-Technologien und zeigt auf, wie Sie mit der richtigen Auswahl schnell und einfach die passenden Bewerber rekrutieren.

## 1.1. Analyse der aktuellen Situation

Bevor Sie sich für eine Technologie entscheiden, machen Sie sich bewusst, mit welchen Aufgaben Sie den Großteil Ihrer Arbeitszeit verbringen. Wie viel Zeit wenden Sie für Ihre Kernaufgaben auf und wie viel Zeit nehmen administrative Tätigkeiten in Anspruch, wie z. B. die Erstellung und Veröffentlichung von Stellenanzeigen, das Terminieren von Job Interviews etc.?

Sind dies die Aufgaben, mit denen Sie Ihre Zeit verbringen möchten und die Ihre volle Kompetenz erfordern? Suchen Sie auf Basis dieser Überlegungen nach Technologien, die Sie bei der Arbeit unterstützen. So können durch Technologie u. a. wiederkehrende Aufgaben, wie die Veröffentlichung von Stellenanzeigen, automatisiert werden.

Dies hilft Ihnen nicht nur dabei Ihren Output zu steigern, sondern spart gleichzeitig Zeit ein, die Sie wiederum in „menschlichere“ HR-Tätigkeiten wie Bewerberinterviews, Personalauswahl o. ä. investieren können.

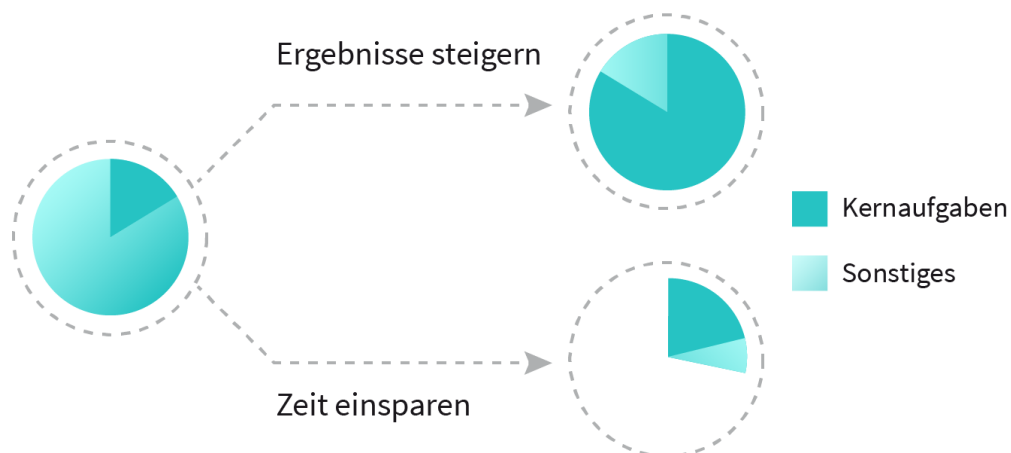


Abbildung 1: Effizienz steigern und Zeit einsparen durch Einsatz von Technologie

## 1.2. Identifikation der Herausforderungen

Denken Sie im nächsten Schritt darüber nach, mit welchen Herausforderungen Sie Tag für Tag im Recruiting konfrontiert sind. Was ist das Kernproblem für ausbleibenden oder unzureichenden Recruiting-Erfolg?

- Fehlt Ihnen die Aufmerksamkeit im Bewerbermarkt? (Attraction-Problem)
- Sagen Ihre Bewerber während des Bewerbungsprozesses ab oder passen sie nicht zu Ihrem Stellenangebot? (Conversion-Problem)
- Haben Sie zu viele Bewerber und wissen nicht, welche bzw. welcher davon die/der Richtige ist? (Selection-Problem)

Die Identifikation der Herausforderungen dient als Basis für die Auswahl geeigneter Recruiting-Technologien. Eine Software, die Ihnen die Bewerberauswahl abnimmt, hilft Ihnen wenig, wenn Sie keine Bewerber erhalten. Seien Sie sich bewusst, auf welchem Level der Bedürfnis-Pyramide Sie stehen (s. Abb. 2) und setzen Sie Technologie Ihren Bedürfnissen entsprechend ein.

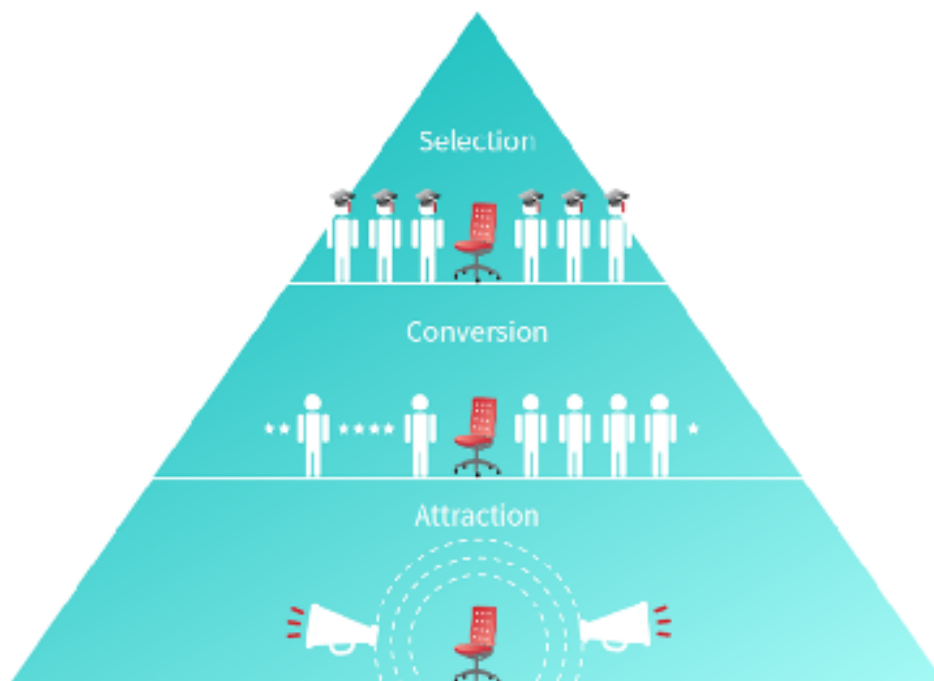


Abbildung 2: Bedürfnisse im Recruiting

## 2.1 Attraction-Problem

Erhalten Sie zu wenige Bewerber? Dann fehlt es Ihren Stellenanzeigen womöglich an Aufmerksamkeit. Veröffentlichen Sie Ihre Stellen dort, wo sich Ihre Bewerber aufhalten.

Klassische Printmedien werden heutzutage kaum noch für die Stellensuche genutzt. Aktiv Jobsuchende erreichen Sie über Jobboards wie indeed oder stepstone, über Google oder über die Bundesagentur für Arbeit. Beschränken Sie Ihre Recruiting-Aktivitäten jedoch nicht nur auf diese Zielgruppe!

Neben den aktiv Suchenden stellen die sog. latent Wechselwilligen einen großen Teil des Bewerbermarkts dar. Diese sind nicht aktiv auf der Suche nach einem neuen Job, aber grundsätzlich bereit bei einem attraktiven Angebot ihren Arbeitsplatz zu wechseln. Latent wechselwillige Kandidaten erreichen Sie nicht über Jobboards, sondern über Soziale Netzwerke wie Facebook, LinkedIn, Youtube oder Instagram (s. Abb. 3).

Mittels Multiposting lassen sich Stellenanzeigen mit nur einem Klick automatisiert auf zahlreichen Plattformen veröffentlichen – sowohl auf klassischen Jobbörsen als auch auf Social Media. Dadurch wird Ihre Stellenanzeige maximal gestreut

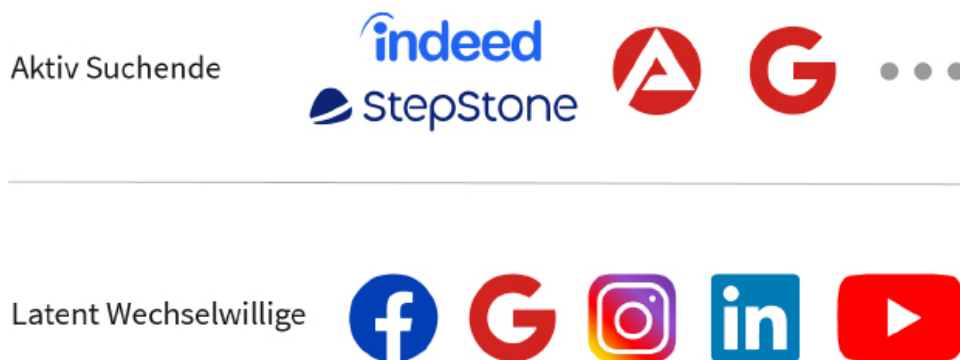


Abbildung 3: Aufmerksamkeit generieren im Bewerbermarkt

und Sie sparen wertvolle Zeit, indem sie die Anzeige nur einmal anlegen. In der Praxis reicht es oftmals nicht aus, Stellenanzeigen einmalig zu publizieren und auf Bewerber zu hoffen (sog. Post & Pray). Um den Erfolg Ihrer Stellenanzeigen zu steigern, ist es ratsam, Kampagnen zu den einzelnen Stellenanzeigen zu schalten.

Mit Hilfe von Kampagnen können Sie Ihre Stellenanzeigen an eine vordefinierte Zielgruppe ausspielen (Targeting) und Zielvereinbarungen treffen. Damit wird Ihr Recruiting-Erfolg nicht nur messbar, sondern auch transparent.

Programmatic Job Advertising hilft Ihnen dabei, Ihre Kampagnen regelbasiert und vollautomatisiert auszusteuern und Ihr Recruiting-Budget optimal einzusetzen. Reduzieren Sie zudem formale Hürden im Bewerbungsprozess und machen Sie es Interessenten so einfach wie möglich, sich auf Ihre Stellenanzeige zu bewerben. Ein Beispiel hierfür wäre die Bewerbung per Swipe. Ähnlich wie bei der Dating-App Tinder können Kandidaten mit nur einem Wisch entscheiden, ob eine Stelle für sie interessant ist oder nicht und ganz einfach mit dem Unternehmen in Kontakt treten.

Dadurch werden die Barrieren auf ein Minimum reduziert und der Bewerbungsprozess attraktiver gestaltet.

## 2.2 Conversion-Problem

Erhalten Sie ausreichend Bewerber, die aber nicht zu Ihrer Stellenausschreibung passen oder während des Bewerbungsprozesses absagen? Dann könnte es daran liegen, dass die Zeitspanne zwischen Bewerbungseingang und Ihrer Reaktion zu groß ist.

Einer Studie von Personio und Bitkom zur Folge sagen 95 Prozent der Bewerber ab, weil sie in der Zwischenzeit eine andere Stelle gefunden haben (s. Abb. 4).

Messenger-Dienste wie Whatsapp und Co. tragen dazu bei, dass sich die Art der Kommunikation zusehends verändert. Kandidaten erwarten heutzutage zeitnahe



Abbildung 4: Warum Bewerber während des Einstellungsprozesses absagen  
(Quelle: Personio)

Reaktionen und Feedback auf ihre Bewerbung. Antworten, die nicht innerhalb von 24 Stunden eintreffen, können dabei bereits als sog. Ghosting empfunden werden – also als Kommunikationsabbruch seitens des Unternehmens.

Halten Sie deshalb Ihre Reaktions- und Bearbeitungszeit so gering wie möglich. Bewerbermanagementsysteme und HR-Software ermöglichen es, Prozesse zu automatisieren und zu verkürzen. Dadurch garantieren Sie Ihren Bewerbern nicht nur kurze Reaktionszeiten, sondern verringern auch Ihre Time to Hire und steigern die Effizienz.

Um Miss Matches zwischen Bewerber und Jobprofil zu vermeiden, kann der Einsatz von Videointerviews und Chatbots hilfreich sein. Mittels Chatbots können Sie ein erstes Screening durchführen und relevante Fragen, wie z. B. Sprachkenntnisse oder Führerschein, abfragen.

Mit Hilfe von Videointerviews lassen sich Sympathie und Soft Skills der Kandidaten erkennen und bewerten. Dadurch können Sie bereits zu einem frühen Zeitpunkt im Bewerbungsprozess abklären, ob ein Kandidat zur Stellenausschreibung passt und alle relevanten Voraussetzungen mitbringt.

### 2.3. Selection-Problem

Haben Sie zu viele geeignete Bewerber und können sich nicht entscheiden, welcher davon der Richtige ist? Dann kann Sie Künstliche Intelligenz (KI) bei der Vorauswahl unterstützen. Beispielsweise kann Künstliche Intelligenz im Rahmen von Videointerviews Werte wie Freundlichkeit, Authentizität oder die Kompetenz der Kandidaten messen. Dazu analysiert die Software Gestik und Mimik der einzelnen Bewerber und schätzt anhand des Verhaltens ein, wie die Kandidaten von anderen Personen wahrgenommen werden.

Zusätzlich kann Künstliche Intelligenz auch im Rahmen von Persönlichkeitstest eingesetzt werden. Diese geben Aufschluss über den Charakter und das Verhalten der Bewerber und können je nach Ergebnis eine Empfehlung abgeben, welcher der geeignete Kandidat bzw. die geeignete Kandidatin ist.

Auch wenn KI eine vielversprechende Technologie ist, sollte sie jedoch nie die Arbeit eines Personalers bzw. Recruiters komplett ersetzen! Denn Künstliche Intelligenz erkennt zwar Zusammenhänge zwischen einzelnen Merkmalen, hinterfragt jedoch nicht die Kausalität dahinter. Dies kann, wie im Fall Amazon, gravierende Folgen haben.

So kann es beispielsweise passieren, dass Kandidaten aufgrund von Künstlicher Intelligenz unwissentlich diskriminiert werden und von der Vorauswahl ausgeschlossen werden. Seien Sie deshalb kritisch beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Recruiting und hinterfragen Sie die Ergebnisse regelmäßig.

Machen Sie, bevor Sie sich für eine Technologie entscheiden, eine Kosten-Nutzen-Analyse. Was kostet mich die Technologie und was ist der Mehrwert daraus? Versuchen Sie außerdem zu verstehen, wie die Technologie funktioniert. Hinterfragen Sie dabei auch scheinbar vielversprechende Technologien kritisch, um Fehlinvestitionen zu vermeiden.

In diesem Zusammenhang ist es hilfreich, die einzelnen Technologien in eine 4-Felder-Matrix einzuordnen (s. Abb. 5). Technologien, die eher langweilig erscheinen, können dennoch einen hohen Mehrwert für Ihr Unternehmen bieten. Vor sog. Tech Porn (hoher technologischer Anspruch, geringer Mehrwert) sollten Sie hingegen besser Abstand nehmen.

Führen Sie zuletzt auch einen vergleichenden Test (sog. A/B-Test) durch, sofern dies möglich ist. Verbessert sich Ihre Conversion Rate durch den Einsatz der Technologie im Vergleich zu vorher?

Technologie wird auch in Zukunft nicht die Arbeit von Personalern bzw. Recruitern ersetzen. Sie können Technologie jedoch intelligent einsetzen, um Prozesse zu vereinfachen oder zu automatisieren.

So können Sie nicht nur effizienter arbeiten, sondern es bleibt Ihnen auch mehr Zeit für HR-Tätigkeiten, die Ihre volle Kompetenz und Erfahrung benötigen. Setzen Sie sich mit Ihren Aufgaben und Prozessen bewusst auseinander und setzen Sie nur diejenigen Technologien ein, die zu Ihrem individuellen Recruiting-Prozess passen.

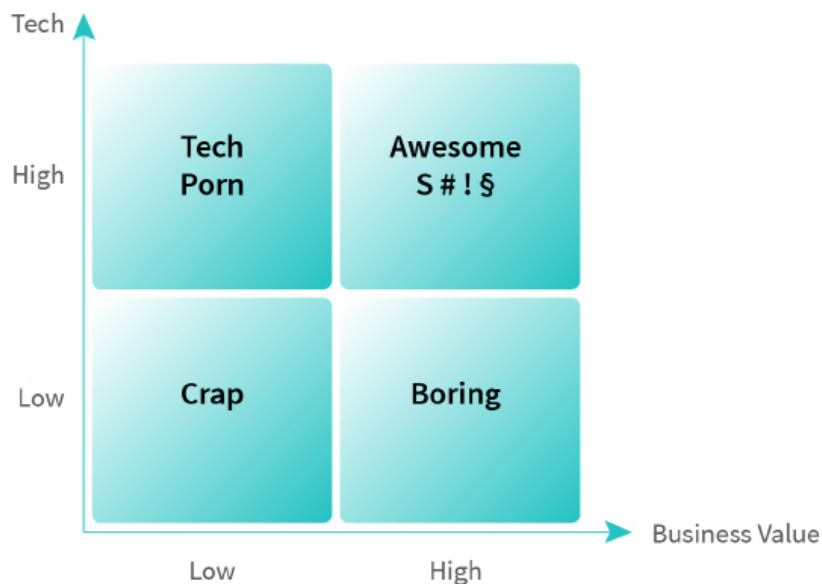


Abbildung 5: 4-Felder-Matrix zur Einordnung von Technologien



**Das sollten Sie bei der Auswahl berücksichtigen:**

- ✓ Machen Sie sich bewusst, mit welchen Aufgaben Sie den Großteil Ihrer Arbeitszeit verbringen. Bei welchen Aufgaben kann Technologie unterstützen?
- ✓ Wie sieht Ihr individueller Prozess aus und mit welchen Problemen sind Sie täglich konfrontiert? Setzen Sie Technologie Ihren Bedürfnissen entsprechend ein.
- ✓ Machen Sie eine Kosten-Nutzen-Analyse. Was kostet mich die Technologie und was ist der Mehrwert?
- ✓ Versuchen Sie zu verstehen, wie die Technologie funktioniert. So können Sie Fehlinvestitionen vermeiden.
- ✓ Ordnen Sie Technologie in die 4-Felder-Matrix ein. Nehmen Sie sich in Acht vor Technologien, die viel versprechen aber einen geringen Mehrwert bieten (sog. Tech Porn).
- ✓ Testen Sie Technologie bevor Sie diese einsetzen (A/B Test). Verbessert sich Ihre Conversion Rate im Vergleich zu vorher?

**Diese Technologien können Ihren Recruiting-Erfolg steigern:**

- Mittels Multiposting werden Stellenanzeigen mit nur einem Klick vollautomatisiert auf zahlreichen Plattformen veröffentlicht.
- Durch Programmatic Job Advertising werden Kampagnen zu Ihren Stellenanzeigen regelbasiert und vollautomatisiert angesteuert.
- Swipe-Technologien reduzieren formale Barrieren und erleichtern die Bewerbung.
- Durch Bewerbermanagementsysteme und HR-Software lassen sich Prozesse vereinfachen und automatisieren.
- Anhand von Videointerviews lassen sich Sympathie und Soft Skills der Bewerber frühzeitig erkennen und Miss Matches vermeiden.
- Chatbots können erstes Screening durchführen und notwendige Fragen zu Beginn des Bewerbungsprozesses abklären.
- Künstliche Intelligenz kann Zusammenhänge zwischen einzelnen Merkmalen erkennen und bei der Vorauswahl der Bewerber unterstützen.

Die GermanPersonnel e-search GmbH ist Teil der compleet group GmbH und steht für performancebasiertes Recruiting über zielgruppenrelevante und reichweitenstarke Medienkanäle – und das seit mehr als 17 Jahren. Mit unseren Recruiting-Lösungen stehen wir Ihnen als Partner zur Seite und bieten Ihnen die optimale Antwort auf jede Frage im Recruiting.

### **Einfach und schnell rekrutieren**

Mit dem Einsatz unserer Technologien erleichtern Sie Ihre tägliche Arbeit. Wir haben Wert gelegt auf schnelle, einfache Prozesse.

- Zeit sparen
- Kosten senken
- Minimaler Verwaltungsaufwand

### **Passende Bewerber erreichen**

Wir setzen Ihr Recruiting-Budget optimal ein und erreichen Ihre passenden Kandidaten da, wo sie sich aufhalten:

- Mit der richtigen Botschaft
- Zum richtigen Zeitpunkt
- Auf den richtigen Jobbörsen und Plattformen

Über 600 Kunden schenken uns bereits ihr Vertrauen, darunter u. a.



Gerne stehen wir auch Ihnen als Partner zur Seite und finden mit Ihnen passgenaue Lösungen für Ihren Recruiting-Prozess.

Nehmen Sie unverbindlich und kostenlos Kontakt mit uns auf!

compleet vereint die Software-Lösungen von GermanPersonnel, Compana, EVINT und AVAX. Sie erhalten bei uns effiziente und passgenau Lösungen für Ihre Prozesse, vom Recruiting bis hin zum Workforce- und Lieferanten-Management. Denn unsere Mission ist, Ihnen dabei zu helfen, den richtigen Bewerber und die richtigen Mitarbeiter zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu finden.

Haben Sie Interesse an einer unverbindlichen und kostenlosen Beratung zum Thema Recruiting, Workforce- oder Vendor Management? Kontaktieren Sie uns ganz einfach, wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

compleet group GmbH  
Alter Hof 5  
80331 München

Tel.: 089 / 248 807 - 200

Fax: 089 / 322 106 - 299

[info@compleet.com](mailto:info@compleet.com)

[www.compleet.com](http://www.compleet.com)