ICR
Institute for Competitive Recruiting

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 Personal-verantwortlichen 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 Platformen

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 Personal-beratungen 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 zusam-menzählt. Dies entspräche einer Verdoppelung und reicht reicht für Platz 5!

Ausgabenänderungen

Für Social Media (Business Netzwerke und Soziale Netzwerke) und Stellen-anzeigen bei Online-jobbörsen wollen die teilnehmenden Unter-nehmen 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 überdurch-schnittlich.

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

- 334 Teilnehmer haben an der Studie teilgenommen (überdurchschnittliche Rücklaufquote von 4%)

Basis

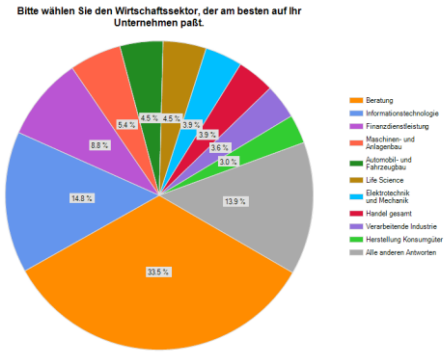
- Der Auswertung der Befragung liegen alle begonnenen Fragebögen zu Grunde. Die Anzahl der tatsächlichen Beantwortungen unterscheidet sich von Frageblock zu Frageblock (max. n = 334).

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

Teilnehmerüberblick

Wirtschaftssektoren

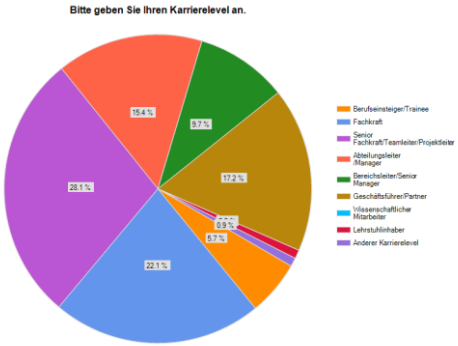
Die Teilnehmer an der Studie kommen aus allen Wirtschaftsbereichen mit einem Schwerpunkt in der Beratung und IT. Da die Studie einen Überblick über die Erwartungen und Einschätzungen der Recruitment Branche insgesamt geben soll, scheint der erhöhte Anteil des Wirtschaftssektors Beratung (davon nur 25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



Karrierelevel

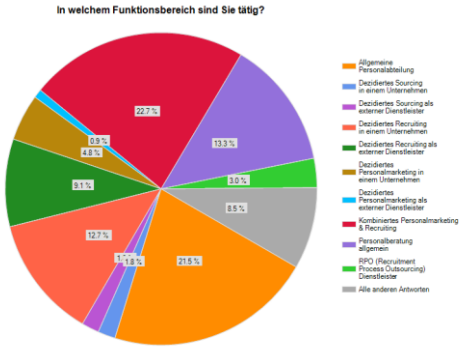
Die Teilnehmer kommen aus den verschiedensten Karrierelevelen mit diesen Schwergewichten: Senior Fachkraft/Teamleiter/ Projektleiter (28,1 %), Fachkraft (22,1 %), Abteilungs-leiter/Manager (15,4 %), Geschäftsführer/Partner (17,2) Bereichsleiter/Senior Manager (9,7 %).

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



Funktionsbereiche

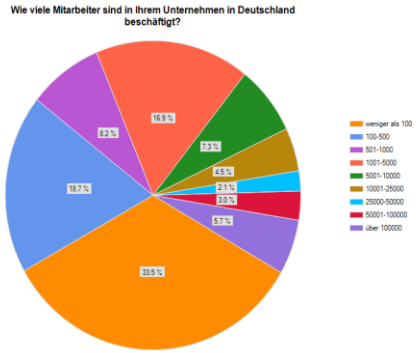
Aus allen abgefragten Funktionsbereichen sind Teilnehmer dabei. Eindeutige Schwerpunkte sind im kombinierten Personalmarketing & Recruiting mit 22,7 % und der allgemeinen Personal-abteilung mit 21,5 % zu finden. Dezidiertes Recruiting in einem Unter-nehmen folgt mit 12,7 %. Personalberatungen sind mit 13 % zum ersten Mal dabei.



Unternehmensgröße

Unternehmen aller Größen-klassen 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.



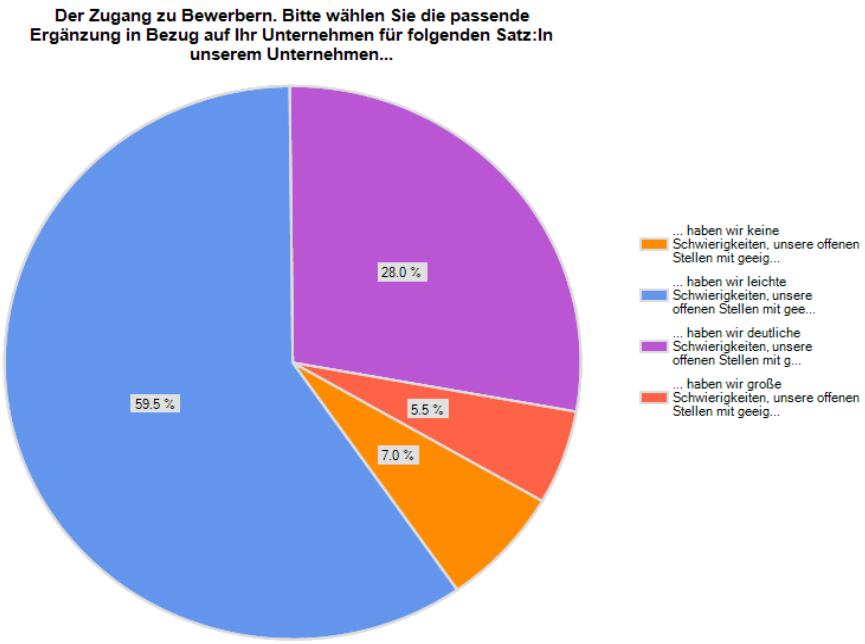
Personalbeschaffung

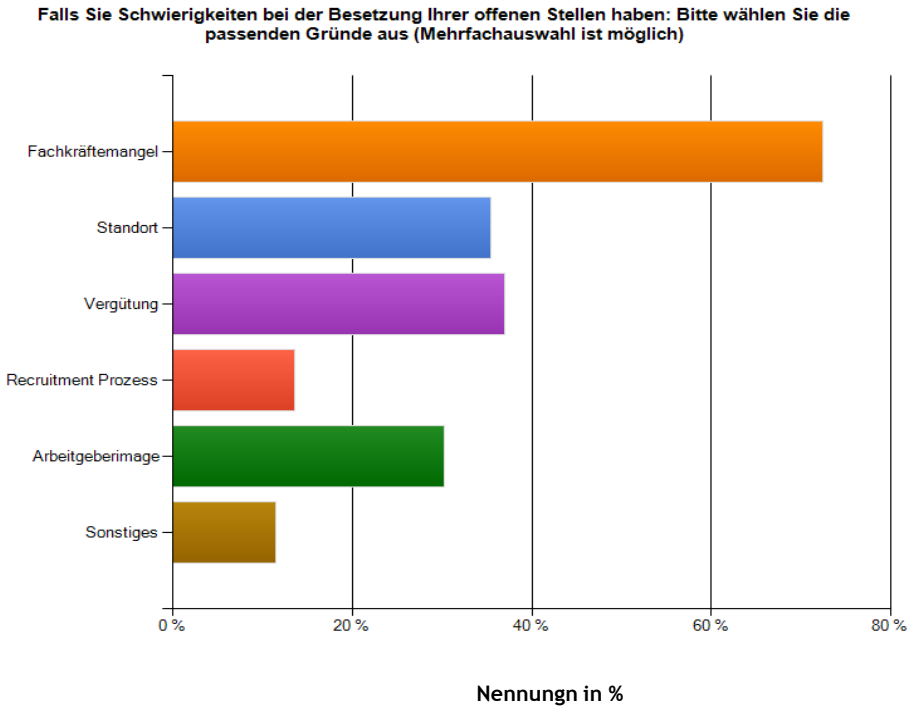
Schwierigkeiten in der Personalbeschaffung

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.





Studienergebnisse

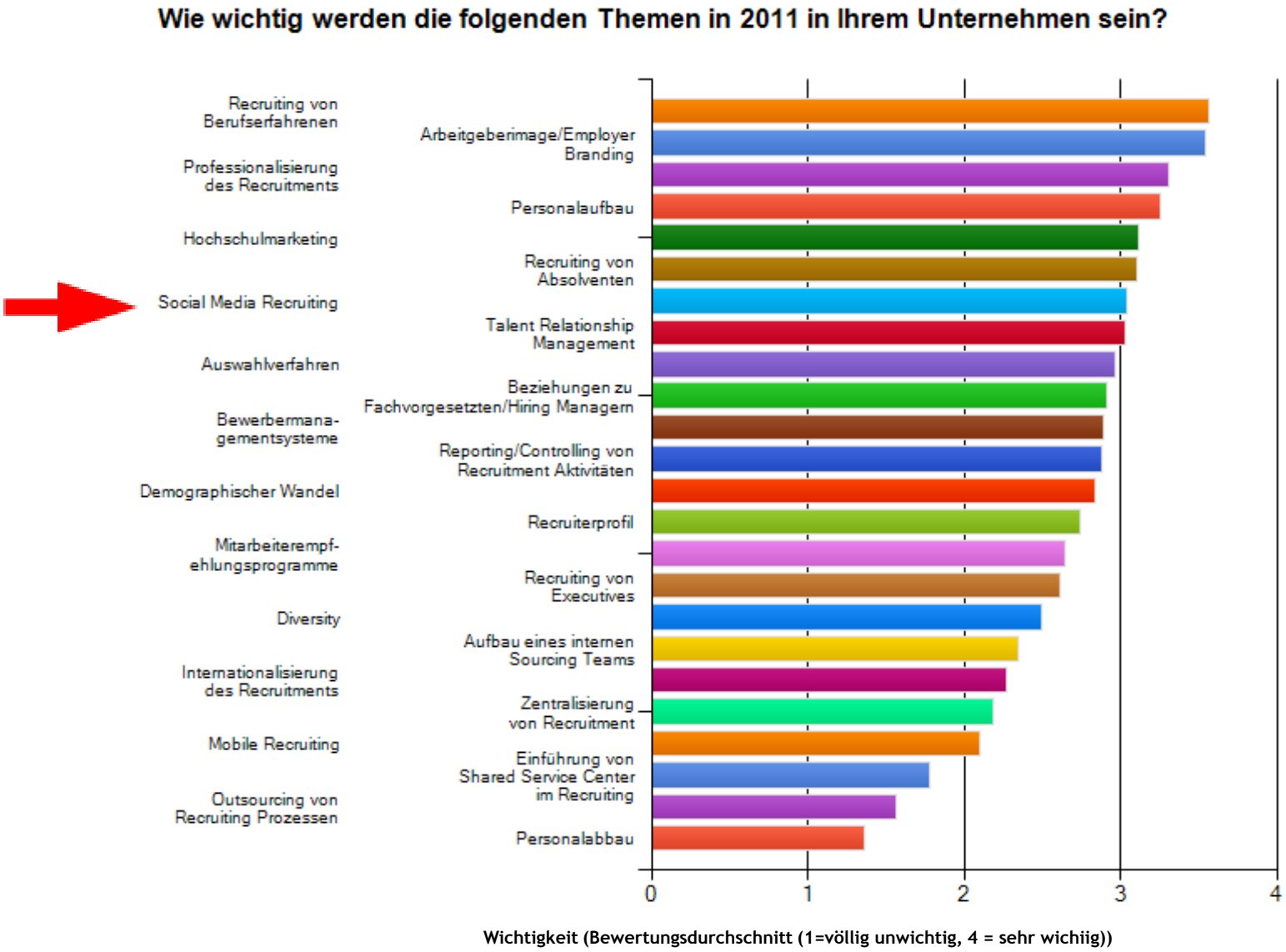
Top Themen 2011

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 Recruiting-prozessen und die Einführung von Shared Service Centern im Recruiting.

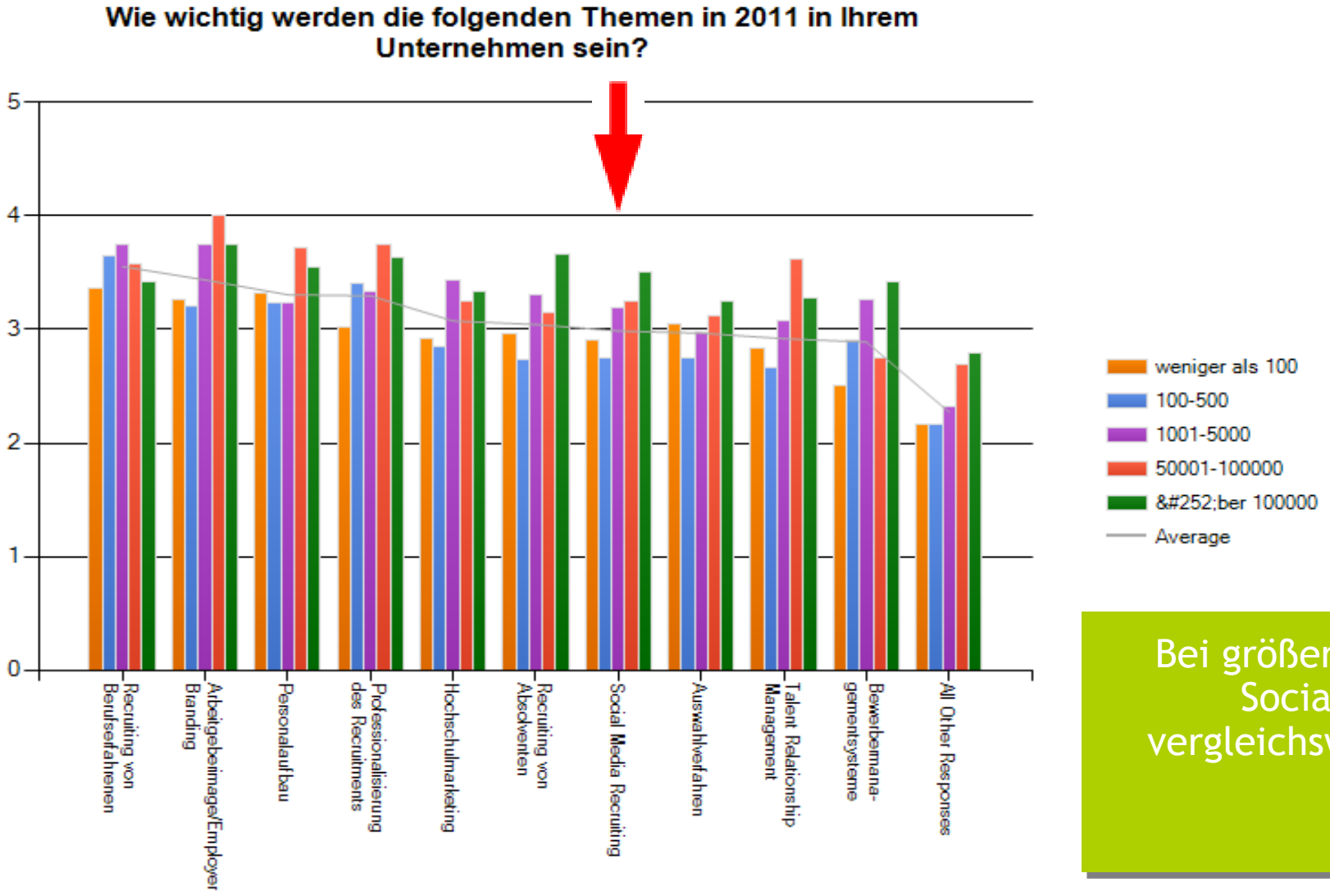
Im Mittelfeld liegen Themen wie Herausforderung des Demographischen Wandels, das richtige Profil eines Recruiters oder Mitarbeiter-empfehlungsprogramme.



Top Themen 2011

Unternehmen im Vergleich

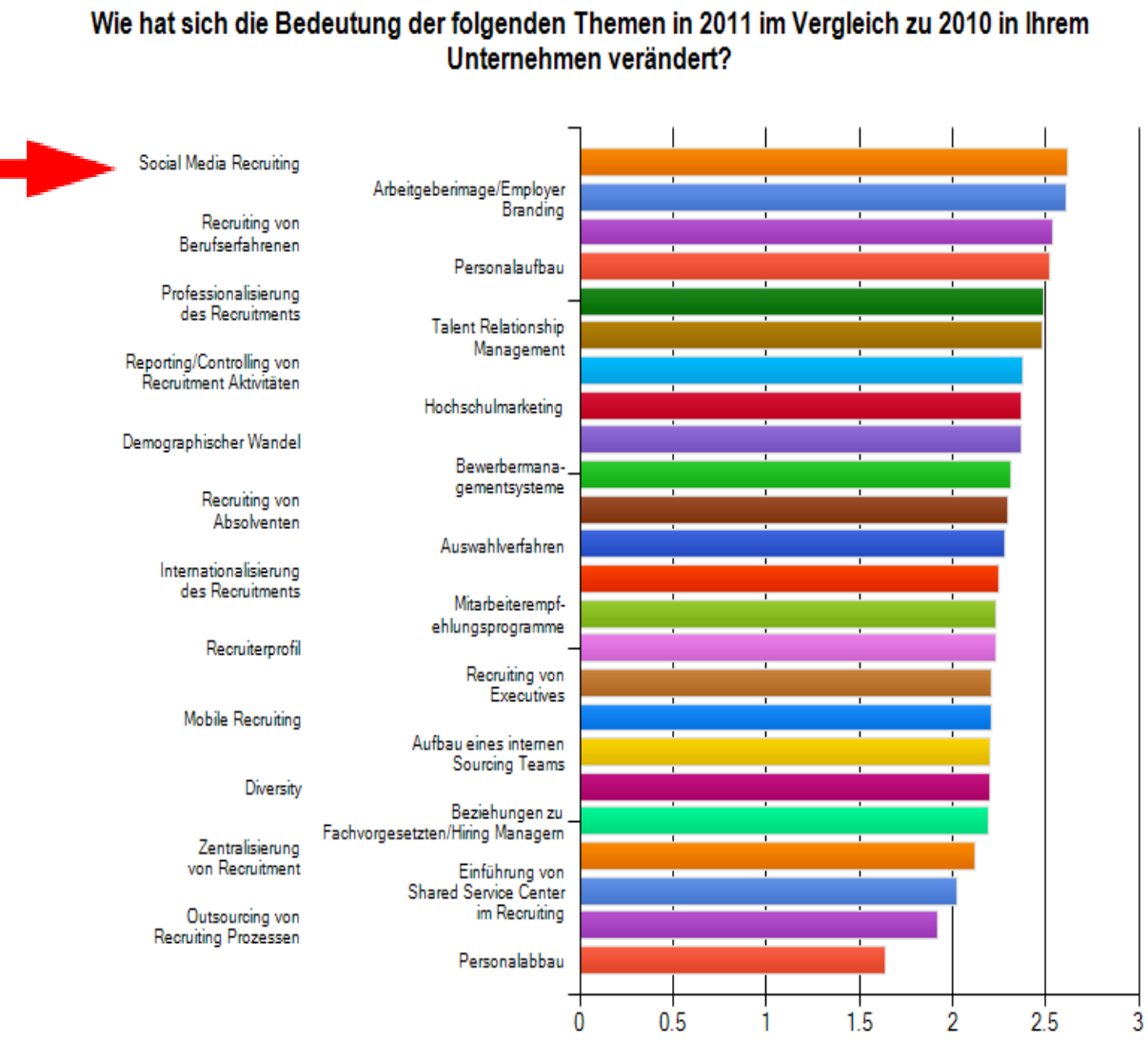
Was sind die TOP Themen pro Unternehmensgröße?



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

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

Top Mover 2011



Themen mit gestiegener 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 Personal-aufbau generell. Die Themenbereiche Professionalisierung und Reporting und Controlling müssen sich im Jahr 2011 mit tieferen Rangplätzen begnügen.

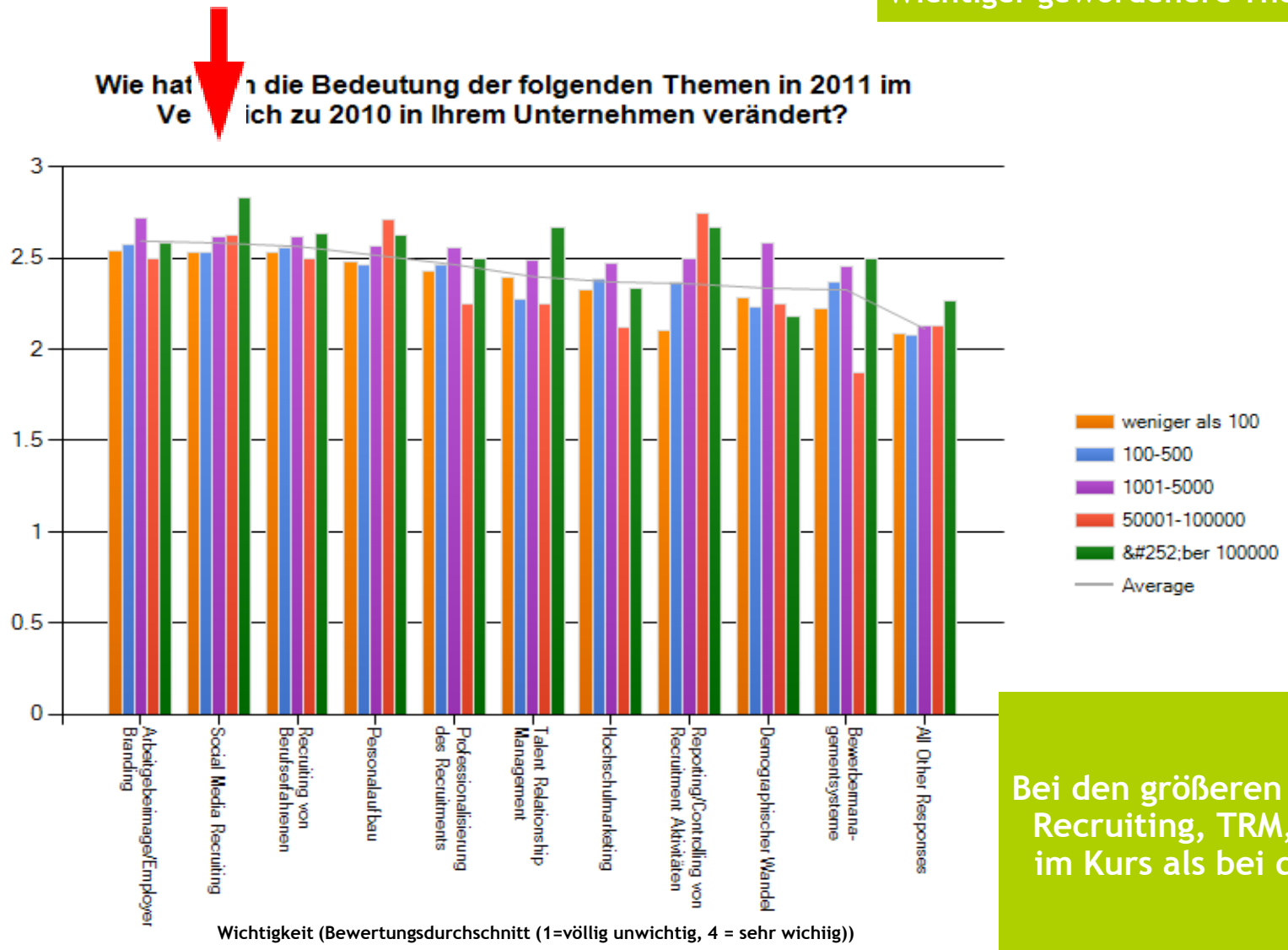
Zusammenfassend könnte man schlußfolgern, daß der Personalaufbau mit Schwerpunkt bei Berufserfahrenen unter Nutzung von Employer Branding und Social Media Recruiting unterlegt mit Maßnahmen zur Professionalisierung und zum Controlling der Aktivitäten den Schwerpunkt der wichtiger gewordenen Themen im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

Top Mover 2011

Unternehmen im Vergleich

Was sind die TOP Mover pro Unternehmensgröße?

Wichtiger gewordenere Themen 2011



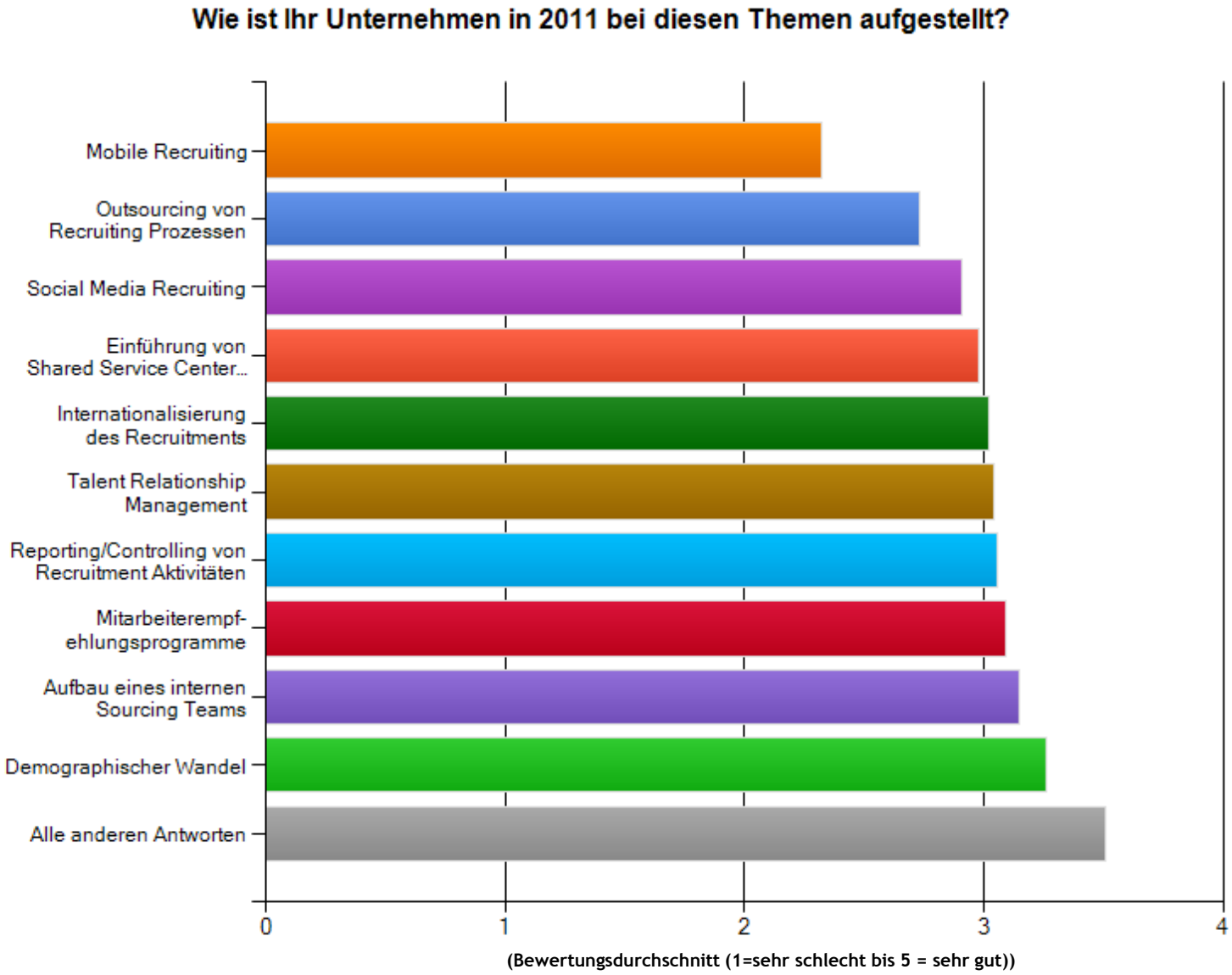
Bei den größeren Untern. stehen Social Media Recruiting, TRM, Controlling und ATS höher im Kurs als bei den kleineren Unternehmen

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.

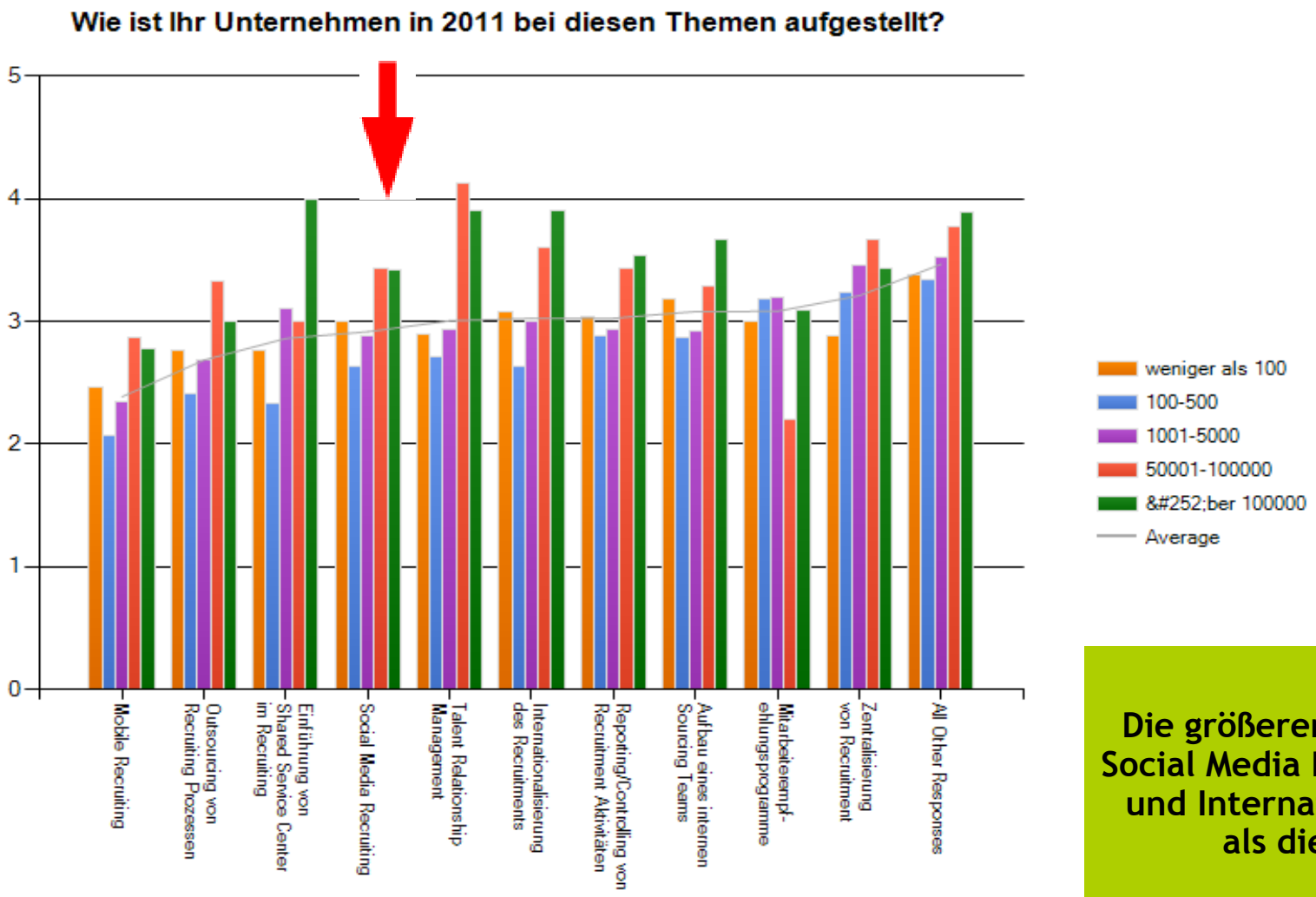
Am meisten Sorgen bereiten ihnen die Kapazitäten und Kompetenzen für die Bereiche „Mobile Recruiting“, Outsourcing und „Social Media Recruiting“.



Aufstellung zu Top Themen

Unternehmen im Vergleich

Aufstellung zu wichtigen Themen nach Unternehmensgröße?



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

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

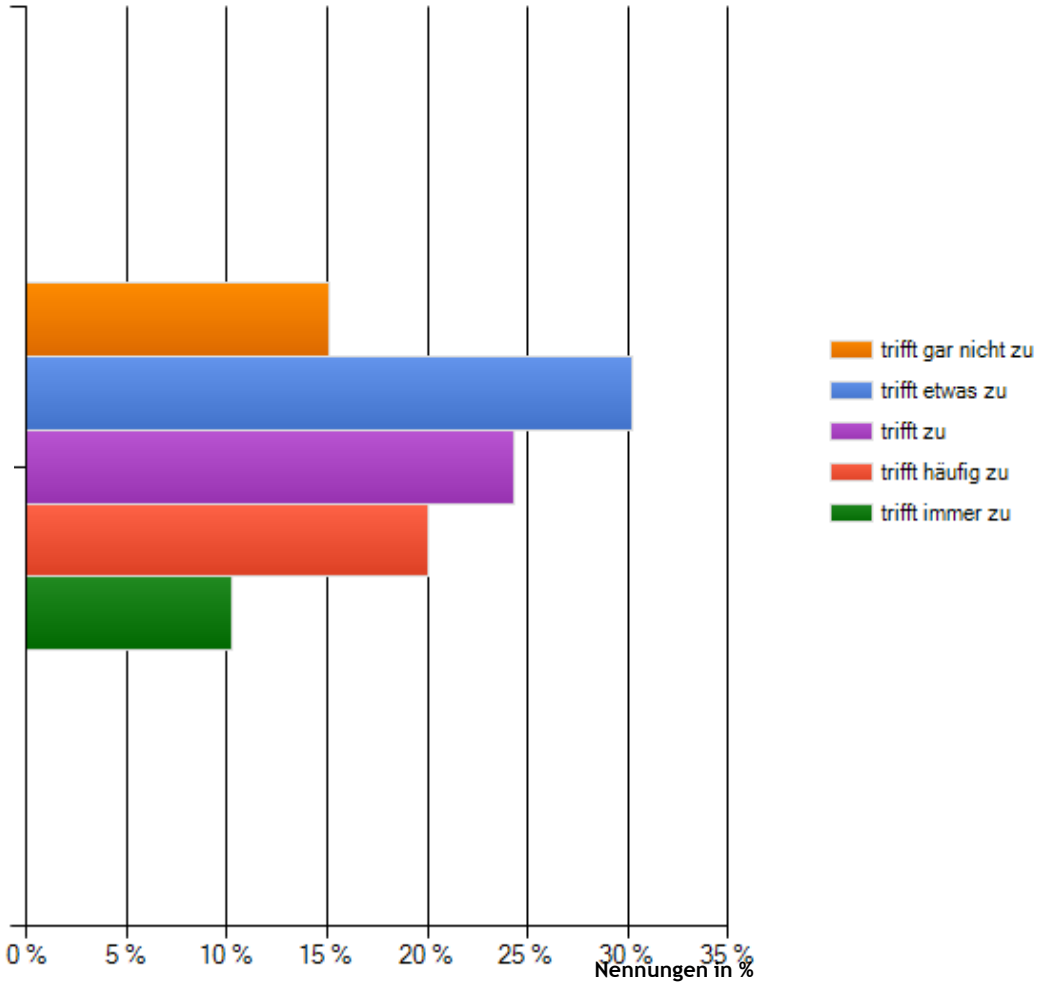
Social Media Recruiting

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...

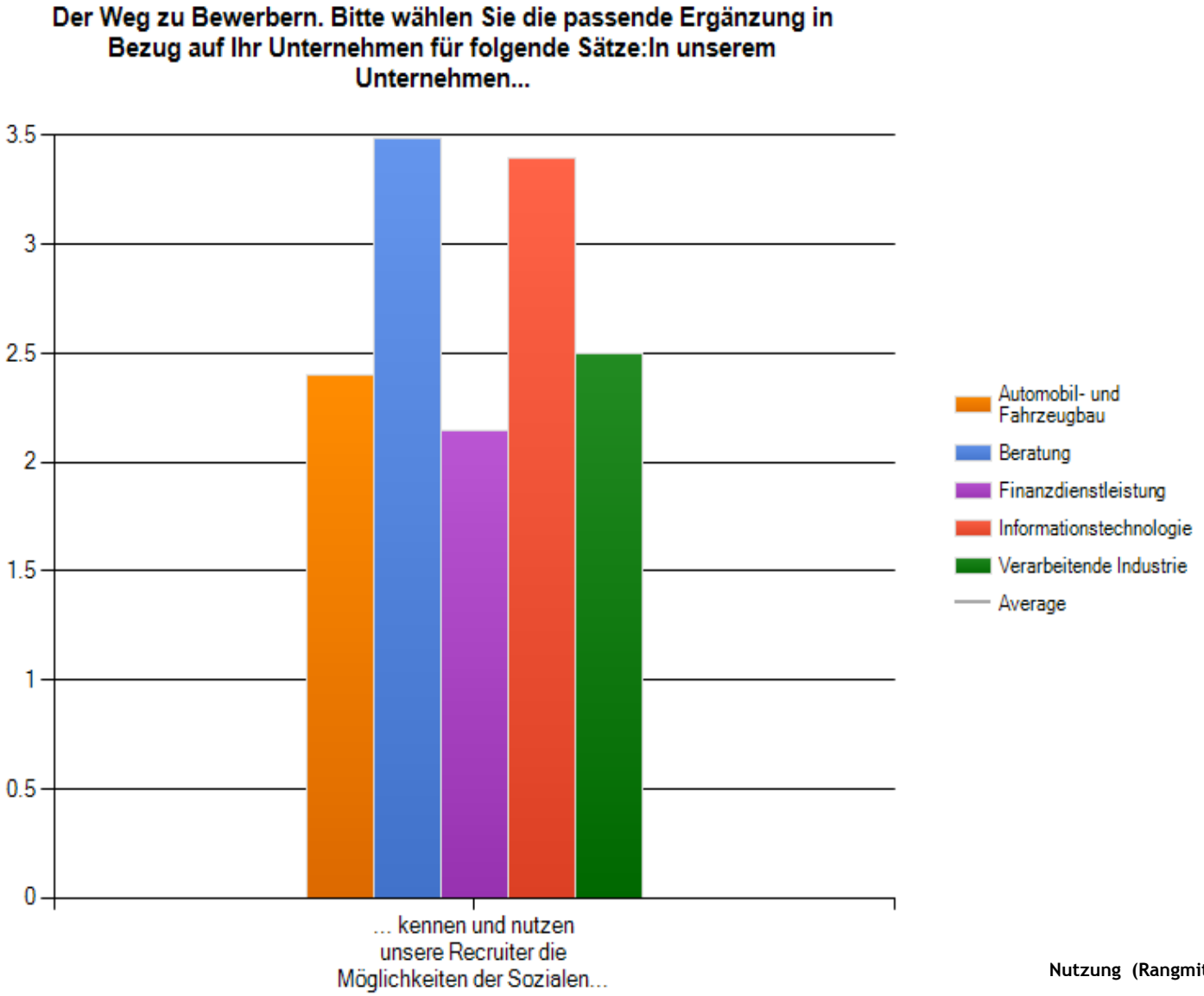
... kennen und nutzen unsere Recruiter die Möglichkeiten des Recruitings in Social Media (Blogs, Twitter, Xing, LinkedIn, Facebook etc.) für Personalmarketing



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



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

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

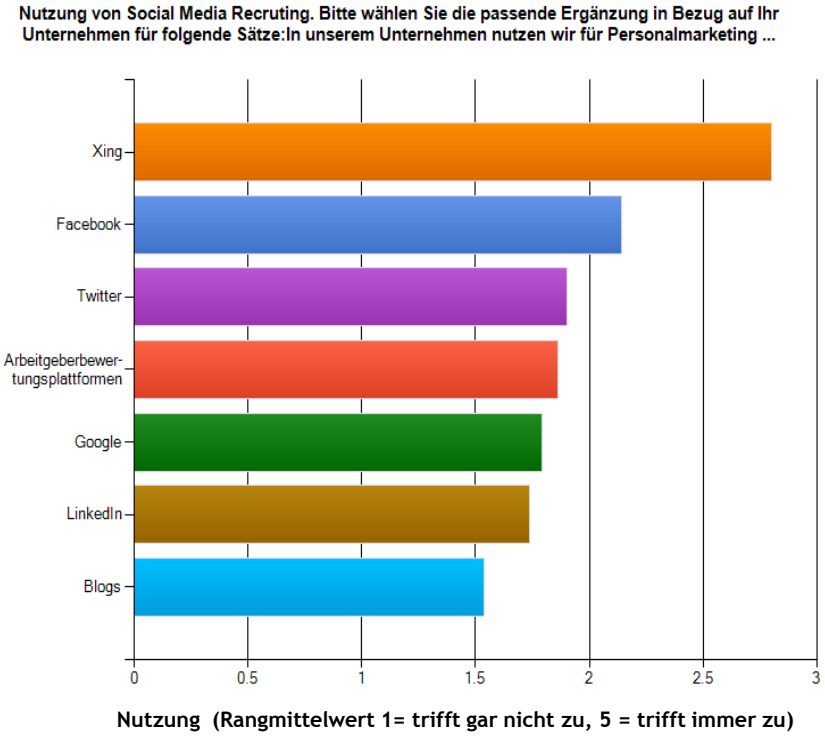
Nutzung von Social Media Tools für Personalmarketing

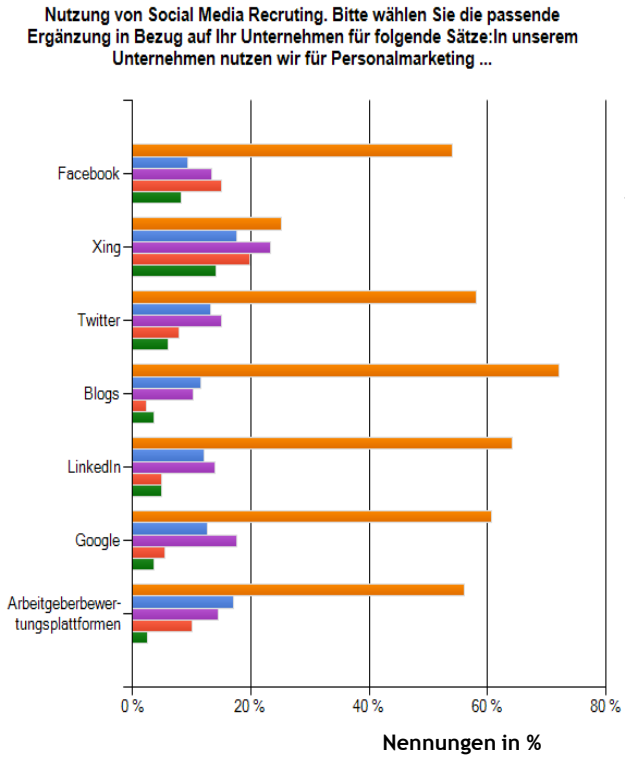
Beim Blick auf die relative Nutzung liegt Xing vor Facebook und Twitter.

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





Frage:Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen nutzen wir für Personalmarketing...

- trifft gar nicht zu
- trifft etwas zu
- trifft zu
- trifft häufig zu
- trifft immer zu

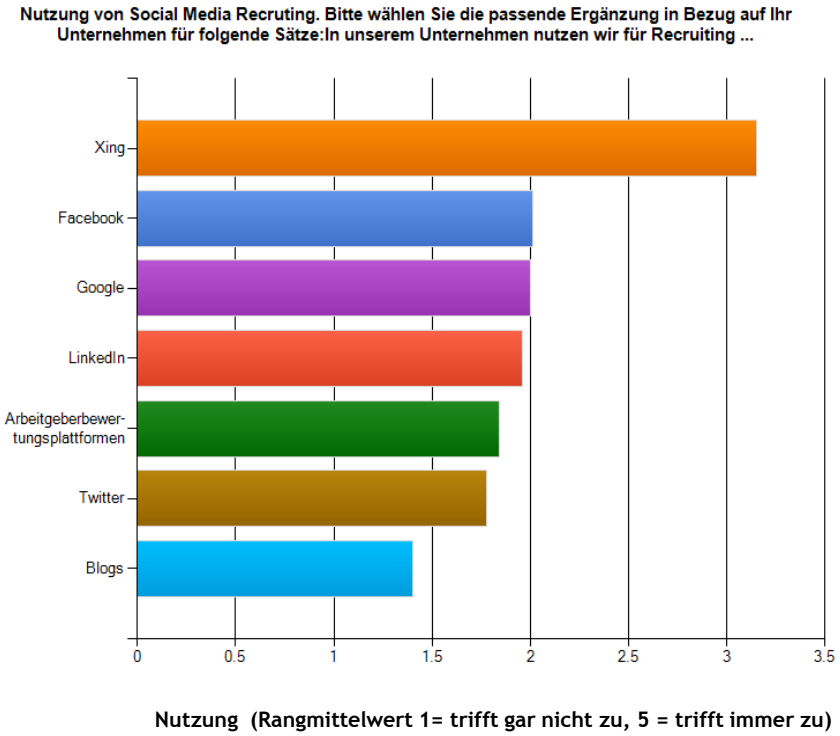
Nutzung von Social Media Tools für Recruiting

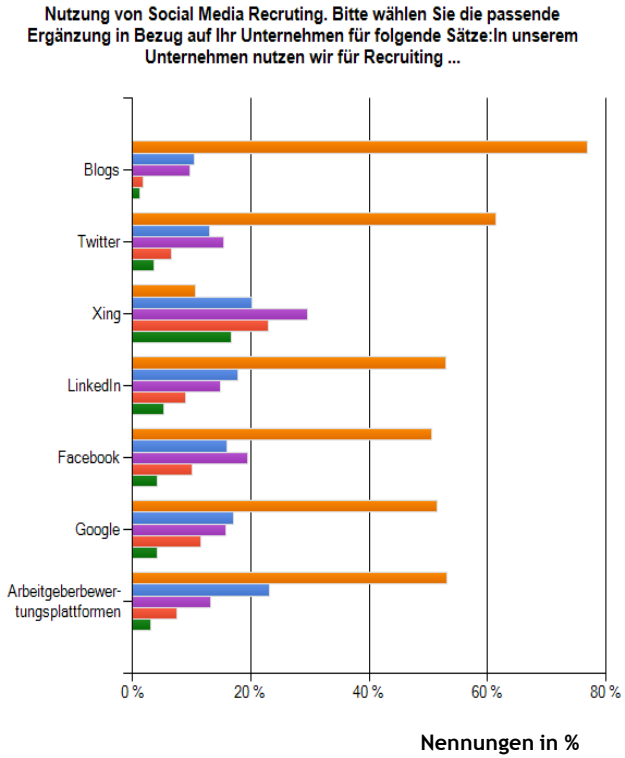
Beim Blick auf die relative Nutzung liegt Xing, Facebook und Google.

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 über4 % der Unternehmen geben an, regelmäßig zu Facebook zu nutzen um Bewerber zu finden.

Social Media Nutzung

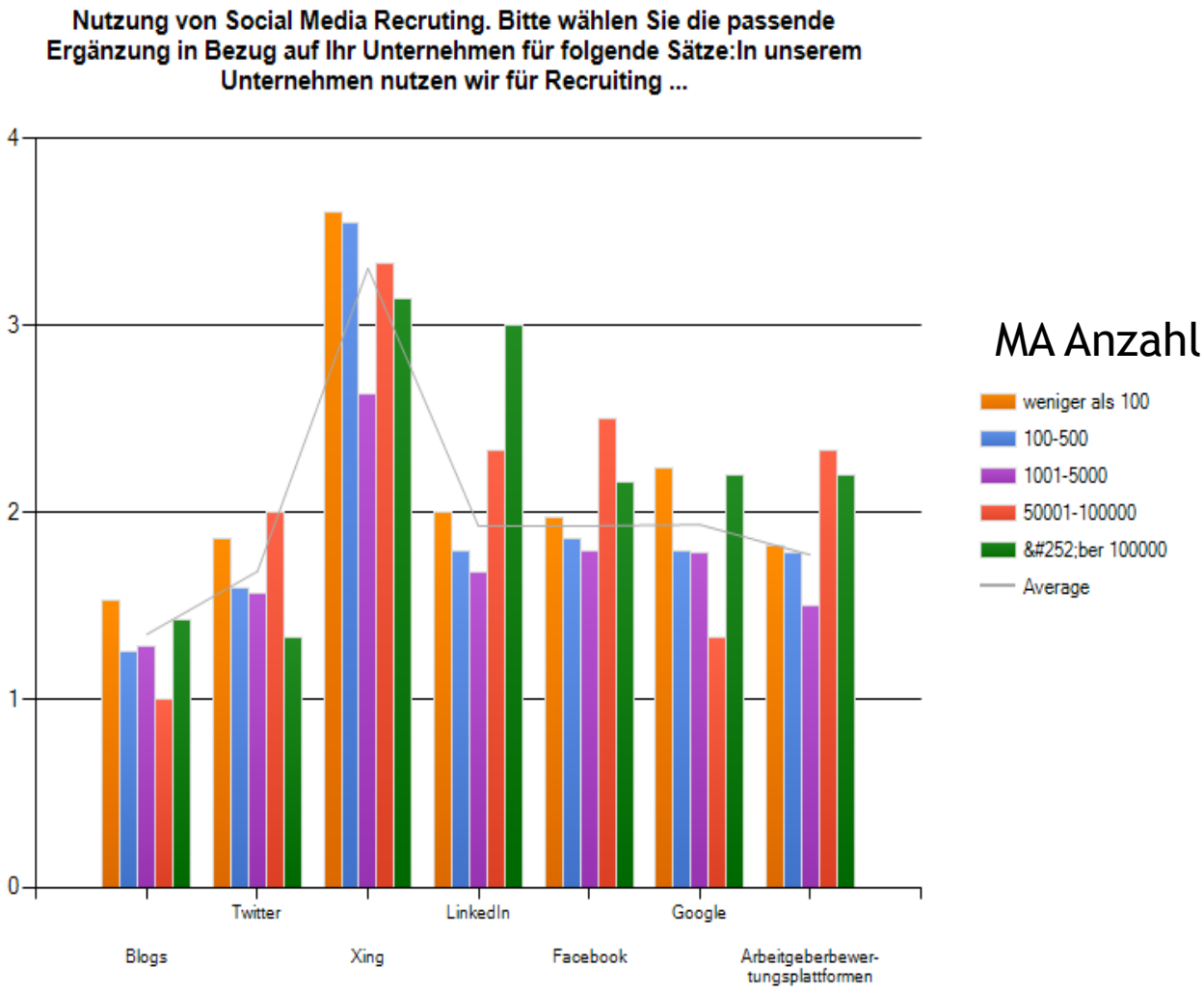




Frage:Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze: In unserem Unternehmen nutzen wir für Recruiting...

- trifft gar nicht zu
- trifft etwas zu
- trifft zu
- trifft häufig zu
- trifft immer zu

Wunsch und Wirklichkeit Social Media für Recruiting nach Unternehmensgröße



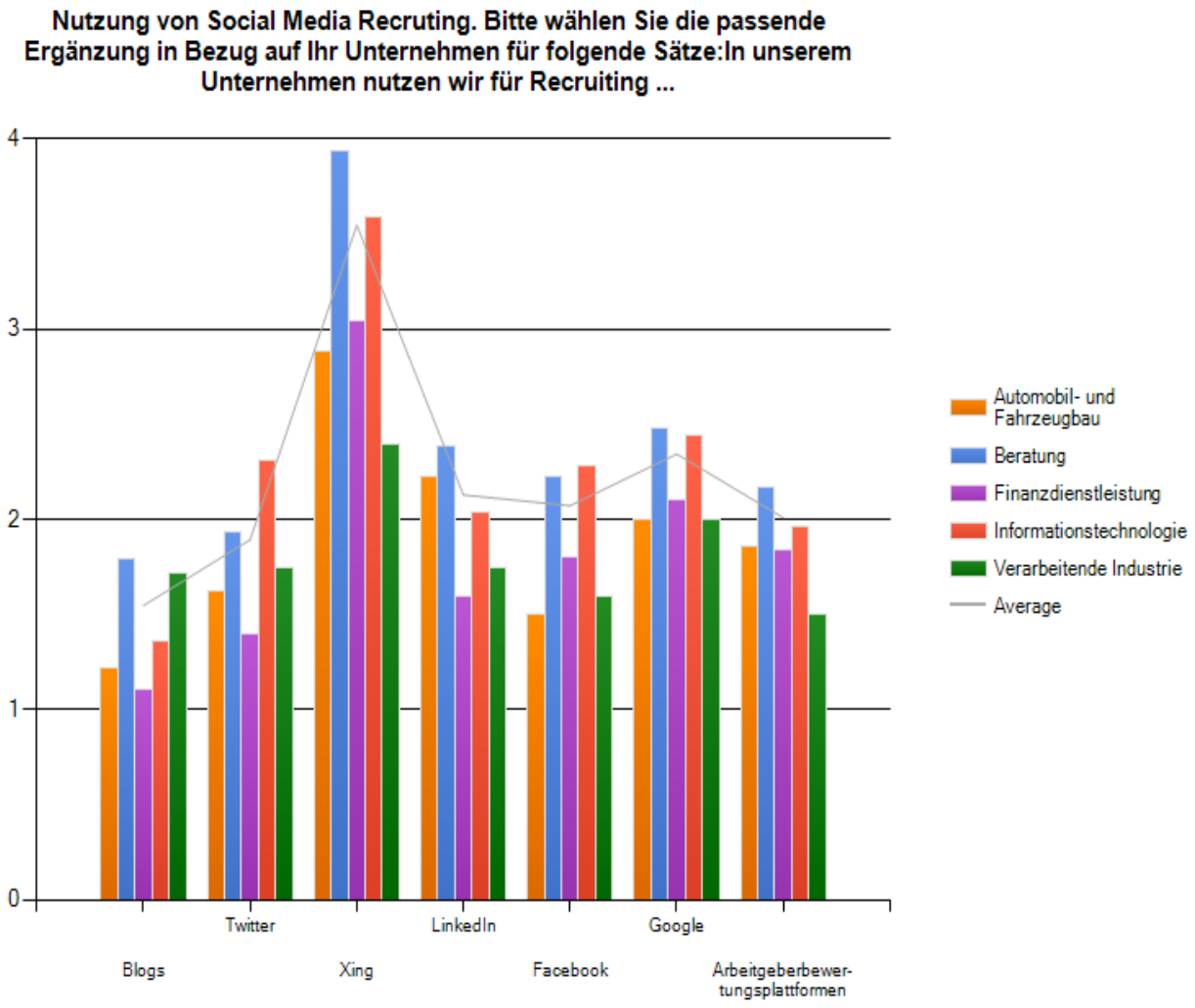
Nutzung (Rangmittelwert 1= trifft gar nicht zu, 5 = trifft immer zu)

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

Social Media Recruiting

Unternehmen im Vergleich

Wunsch und Wirklichkeit Social Media für Recruiting nach Branchen



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

Social Media Recruiting

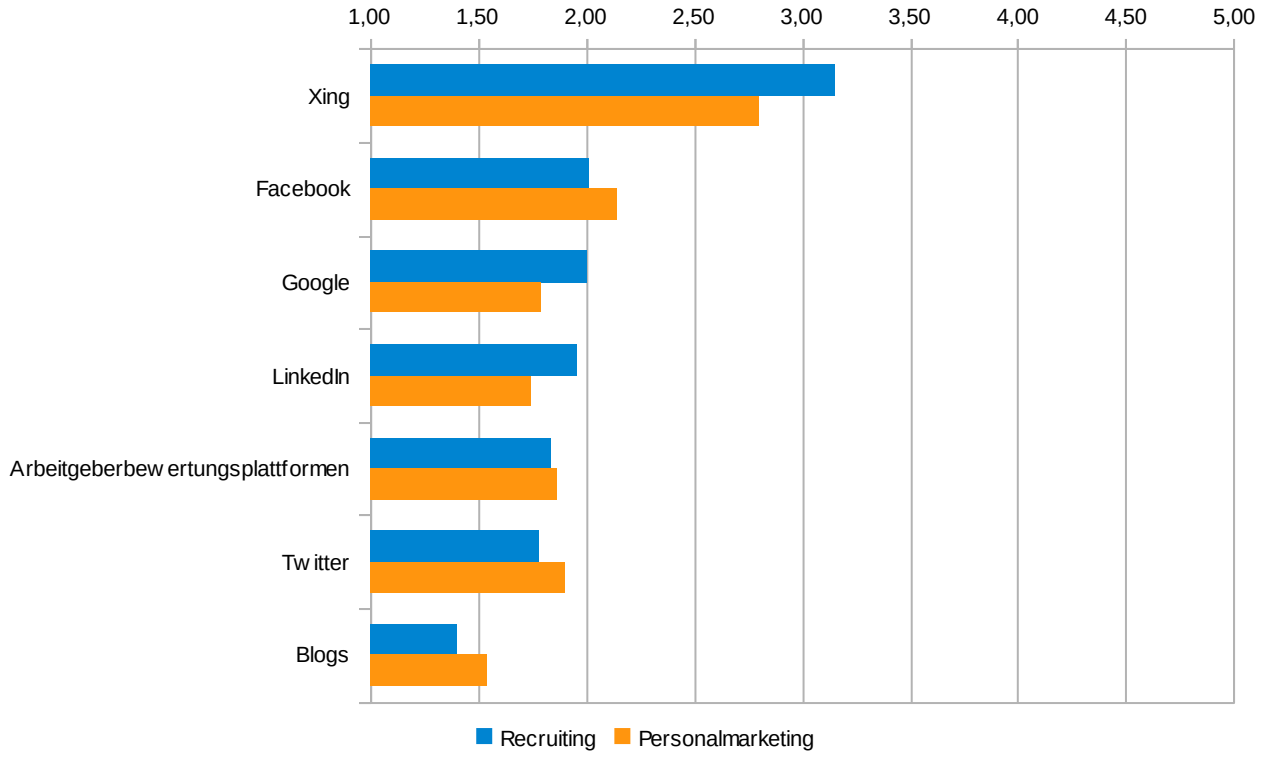
Nutzung von Social Media Tools für Recruiting oder Personalmarketing

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

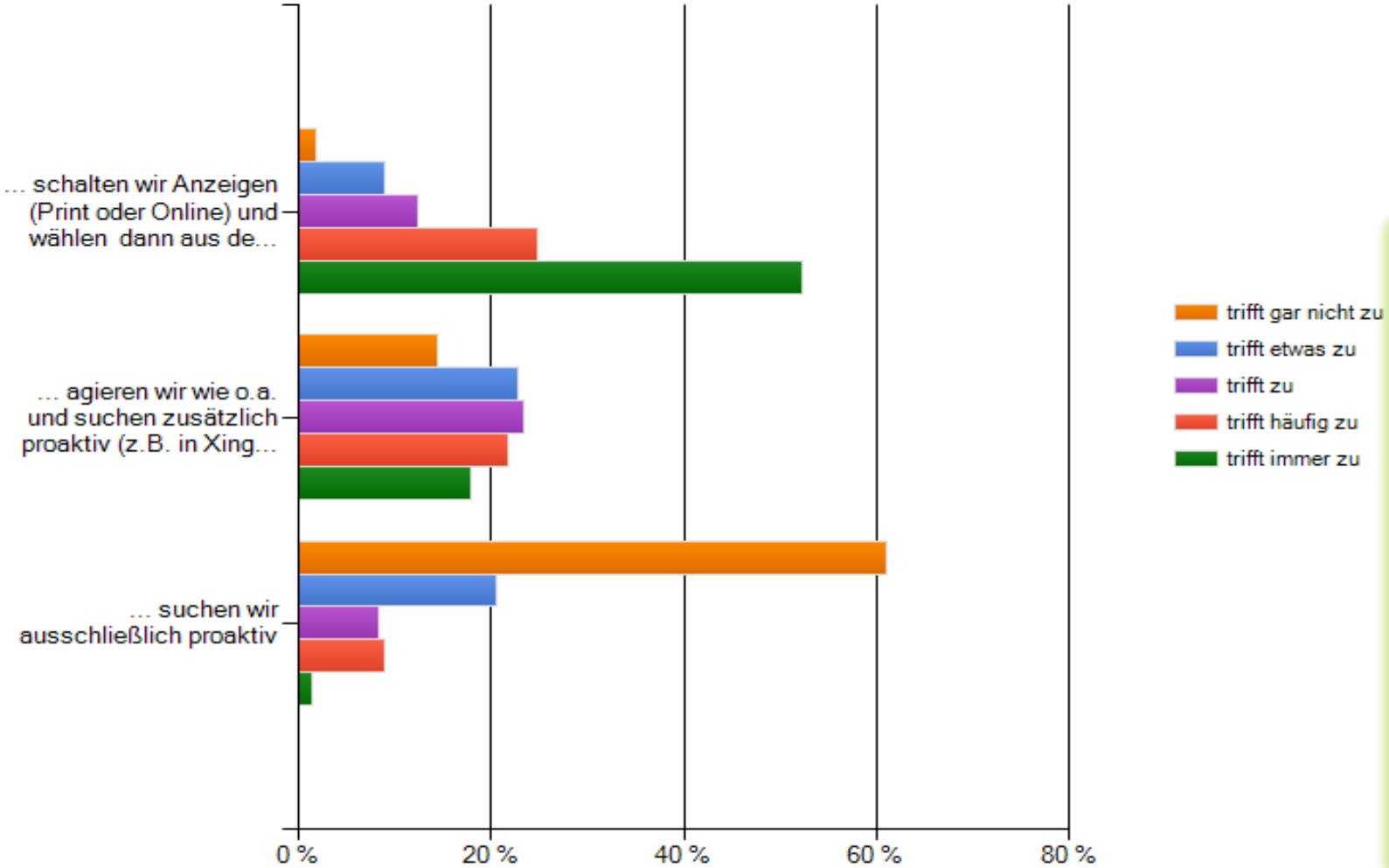


Nutzung (Rangmittelwert 1= trifft gar nicht zu, 5 = trifft immer zu)

Social Media Recruiting

Wie (pro-) aktiv ist das Recruiting?

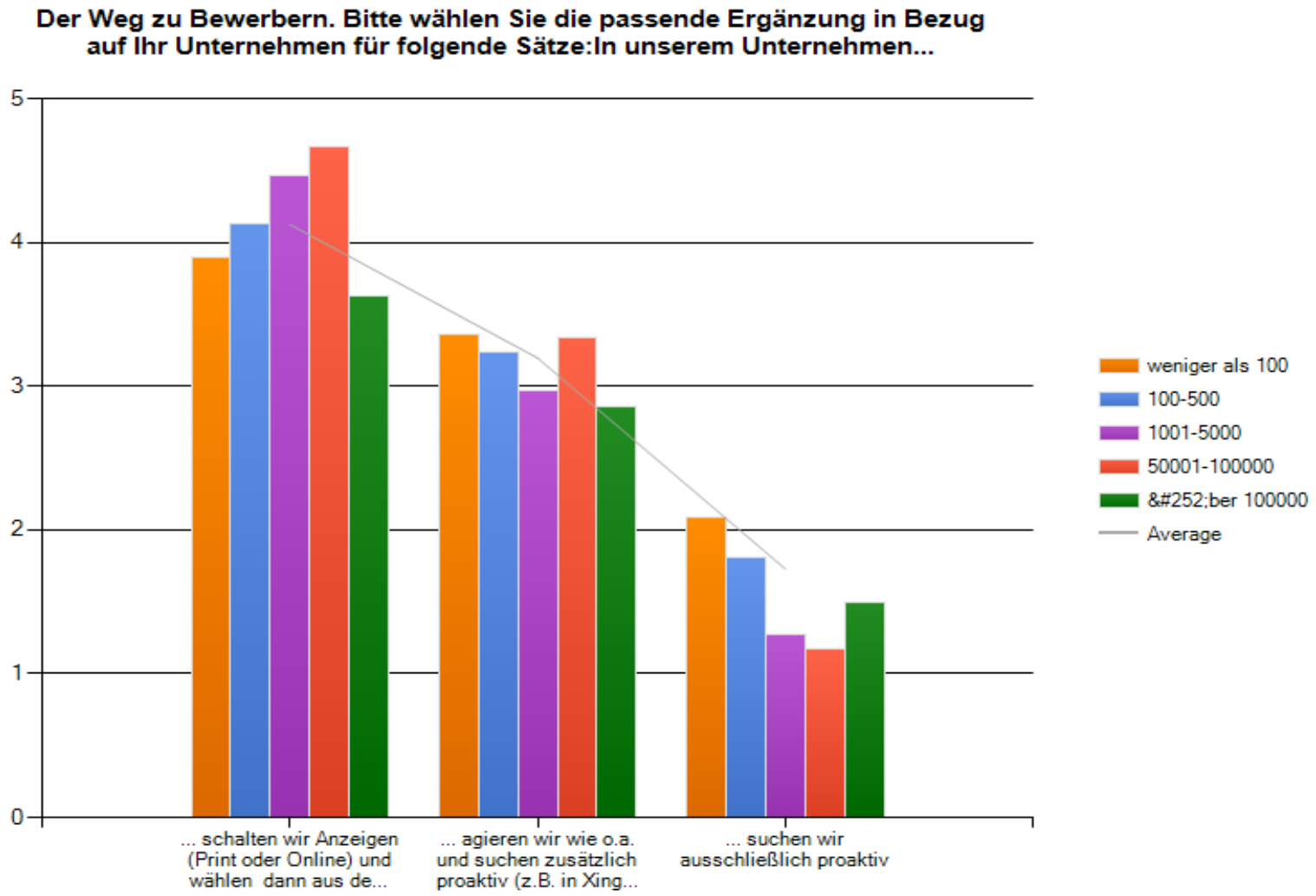
Der Weg zu Bewerbern. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgende Sätze:In unserem Unternehmen...



Nutzung in %

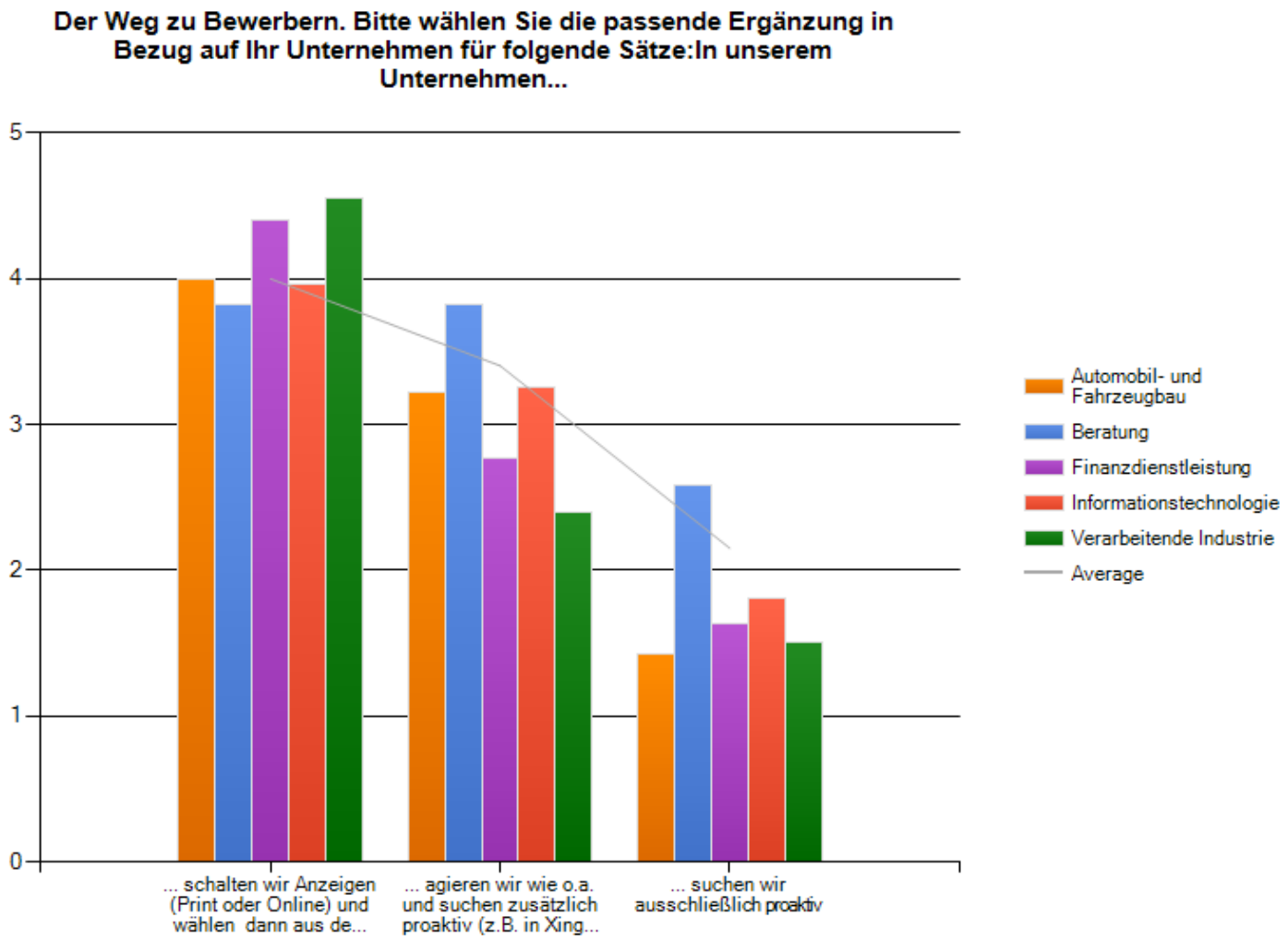
Vorherrschend ist die Schaltung von Anzeigen in Print- und/oder Online-Medien. Zusätzlich zu diesem Weg, nutzen ca 40 % der Unternehmen häufig oder immer proaktive Wege bei der Kandidatenansprache. Andererseits schließen mehr als 60 % der Unternehmen eine ausschließlich proaktive Suche für sich aus.

Proaktivität nach Unternehmensgröße



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

Proaktivität nach Branchen



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

Recruiting Kanäle

Über welche Kanäle kommen die Bewerber und Einstellungen?

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

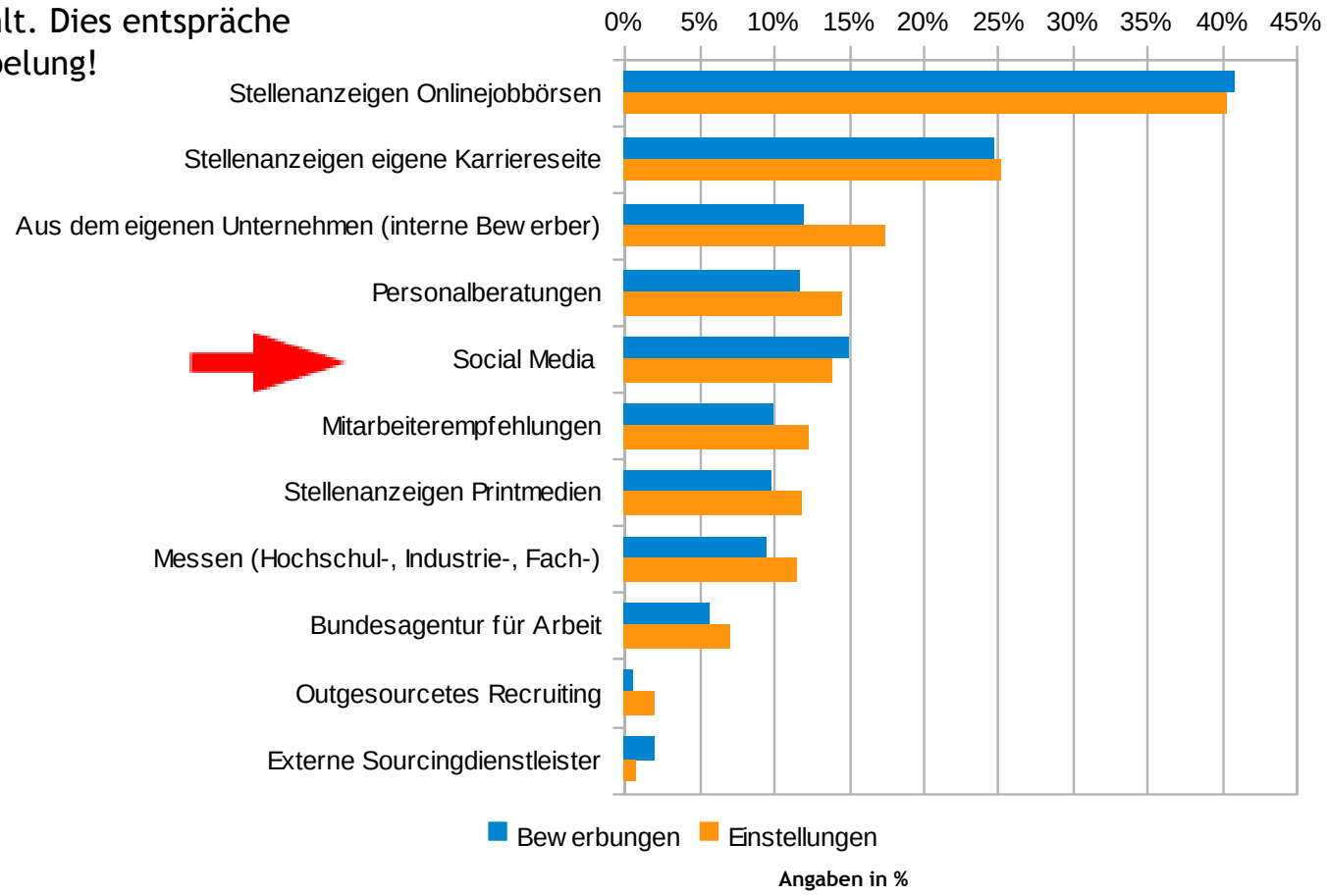
Die meisten Bewerbungen erhalten die Unternehmen über Online-Jobbörsen.

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 ?

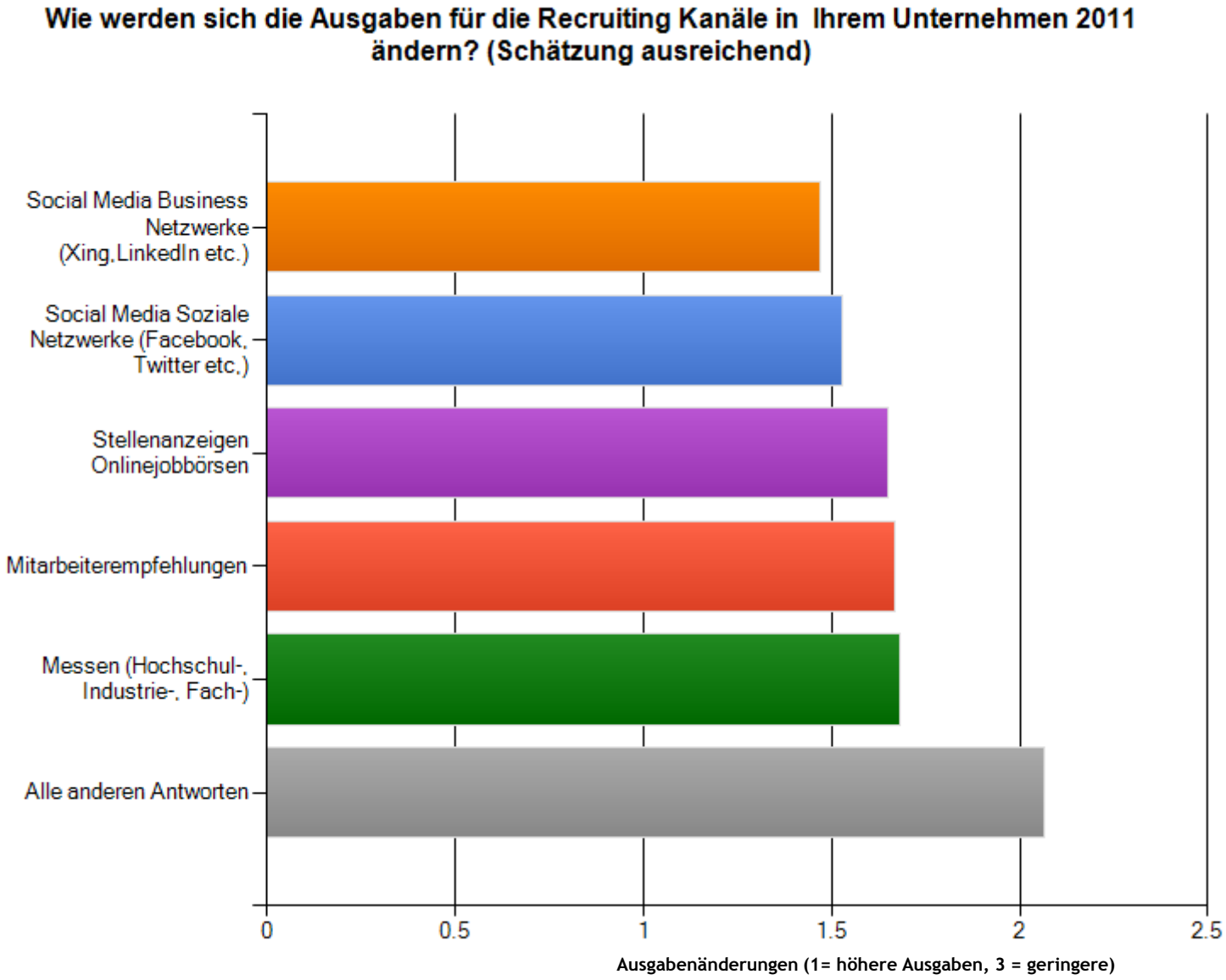
Kamen in der letzten Studie über diesen Weg nur 7-8 % der Bewerbungen bzw. Einstellungen zustande, sind es diesmal 15 %, wenn man Business Netzwerke und Soziale Netzwerke zusammenzählt. Dies entspräche einer Verdoppelung!

Bewerber- und Einstellungsquellen



Ausgabenänderungen

Wofür wird mehr, wofür weniger Geld ausgegeben?



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

Zusammenfassung

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 Risken 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

Über ICR

Wettbewerbsvorteile für Ihr Recruiting realisieren!

Recruitment Performance Management

Empirisch fundierte Unternehmensberatung

Konzeption und Strategie

Recruitment professionalisieren

Recruitingerfolge 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 unternehmens-spezifischen Recruitments, damit das Unternehmen im "Kampf" um die Talente wettbewerbsfähig wird bzw. bleibt.

Über ICR

Wettbewerbsvorteile für Ihr Recruiting realisieren!

Wolfgang Brickwedde
Director
Institute for Competitive Recruiting

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

email: wb@competitiverecruiting.de

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!

Institute for Competitive Recruiting

MACHEN SIE IHR RECRUITMENT FIT FÜR DEN WETTBEWERB!

www.competitiverecruiting.de

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