

MIT DER EINFÜHRUNG VON KENNZAHLEN DIE REKRUTIERUNG OPTIMIEREN

Der Rekrutierungsprozess wird zunehmend digitaler. Der Einsatz von Kennzahlen beziehungsweise KPIs in der Rekrutierung ist deshalb ein wichtiger Baustein, um die Ergebnisse zu verbessern und von der Digitalisierung zu profitieren. Ressourcen und Budgets lassen sich dadurch besser einsetzen und steuern. KPIs in der Rekrutierung sind zukünftig besonders herausfordernd, da es so viele messbare Datenpunkte gibt. Es fallen immer mehr Daten an, die es zu analysieren und zu nutzen gilt. Daher ist es wichtig, interne und externe Kennzahlen im Reporting abzubilden und über den Rekrutierungsprozess zu legen. Interne historische Vergleiche einzelner Rekrutierungskampagnen zeigen auf, wo Bedarfe für eine sofortige oder zukünftige Optimierung bestehen.

Kennzahlen in der Rekrutierung

Für die Auswahl der richtigen Kennzahlen ist es entscheidend, auf welche internen (Unternehmen) und externen (Kandidaten oder Bewerber) Verhaltensweisen man Einfluss hat. KPIs in der Rekrutierung sollen zudem immer prozessbezogen und leicht quantifizierbar sein. Nur dann sind sie messbar. Die zu definierenden Kennzahlen sollen nicht nur den Rekrutierungsprozess bis zur Unterschrift auf dem Arbeitsvertrag abdecken, sondern auch den Zeitraum während und nach dem Onboarding.

Bei der Definition der Kennzahlen sind unter anderem folgende Fragen hilfreich:

- Was beeinflusst die Dauer eines Rekrutierungsprozesses?
- Wie und wo kann ich potentielle Kandidaten finden?
- Aus welchen Bestandteilen besteht der jeweilige Rekrutierungsprozess?

- Wie viele Personen beziehungsweise Bereiche des Unternehmens sind am Rekrutierungsprozess beteiligt?
- Welche Systeme beziehungsweise Tools und Methoden setze ich ein?
- Wie hoch ist die Fluktuation innerhalb der ersten drei, sechs und zwölf Monate?

Definieren Sie Ziele je KPI

Auch bei der Rekrutierung ist es wichtig Ziele für die Kampagne bzw. jeweilige Stellenbesetzung und somit für die einzelnen KPIs zu definieren. Wenn die Ziele und die Rekrutierungskanäle sowie die Art der Suche (zum Beispiel Art und Dauer des Such- und Auswahlprozesses, Zahl der zu besetzenden Stellen) bekannt sind, lassen sich die richtigen KPIs sowie die passenden Zielwerte je Kennzahl definieren. Das gemeinsame Festlegen auf Ziele, welches durch den Einsatz von KPI erfordert wird, ermöglicht eine automatische Erhebung des Zielerreichungsgrades. Durch die Priorisierung von Zielen kann der Fokus auf die kritischen Unternehmensprozesse gelenkt werden. Dabei dürfen die KPIs auch über einen längeren Zeitraum ihre Definition und Gültigkeit nicht verlieren.

Fazit

Definieren Sie einen ganzheitlichen Messprozess mit Kennzahlen und Zielwerten für die relevanten Prozessstufen. Das exzessive Messen einzelner Prozesse gibt nur einen Einblick in ausgewählte Aktivitäten und lässt die Abhängigkeiten in der Rekrutierung unberücksichtigt. Die Vielzahl der möglichen Kennzahlen ist jedoch für die Bewertung eines Erfolges auf die richtigen KPIs zu begrenzen. Vergleichen Sie lieber einzelne interne Kampagnen. Ein Benchmark mit anderen Unternehmen gibt Ihnen Indikationen, mehr aber auch nicht. Der fehlende Einblick

in die Prozesse von Dritten führt oft zu einer Fehlinterpretation. Nach Bewertung der abgelaufenen Kampagne überprüfen Sie die Zielwerte und deren Erreichung. Oft ist eine Anpassung der Ziele für zukünftige Aktivitäten ratsam. Außerdem erhalten Sie wertvolle Informationen zu möglichen Optimierungspotenzialen oder zu bereits erfolgreich funktionierenden Abläufen, Methoden und Instrumenten. Die Daten und Kennzahlen, die Ihnen aufgrund der Digitalisierung und einem ganzheitlichen Bewerbermanagement zur Verfügung gestellt werden, werden erst dadurch sinnvoll.

WAS IST SERVICEHEAD?

servicehead – ist eine Plattform, die speziell für den Kundenservice geeignete Kandidaten sucht, findet und erfolgreich in den Job begleitet. Durch diesen klaren Fokus haben Unternehmen mit servicehead deutschlandweit Zugriff auf wechselwillige oder sofort verfügbare Fach- und Führungskräfte. Mit einem fairen und erfolgsbasierten Honorarmodell ist servicehead bis zu 50% günstiger als klassische Personalvermittler und Headhunter. Neben der Vermittlung von geeigneten Kandidaten berät servicehead auch Unternehmen bei der Optimierung der Rekrutierung sowie bei der Implementierung agiler Organisationen im Kundenservice (InnovationLab custserv).

Übrigens:
servicehead ist auf der CCW am Partnerstand der Junokai in Halle 3 am Stand H2a zu treffen und freut sich auf interessante Gespräche.



servicehead.de