

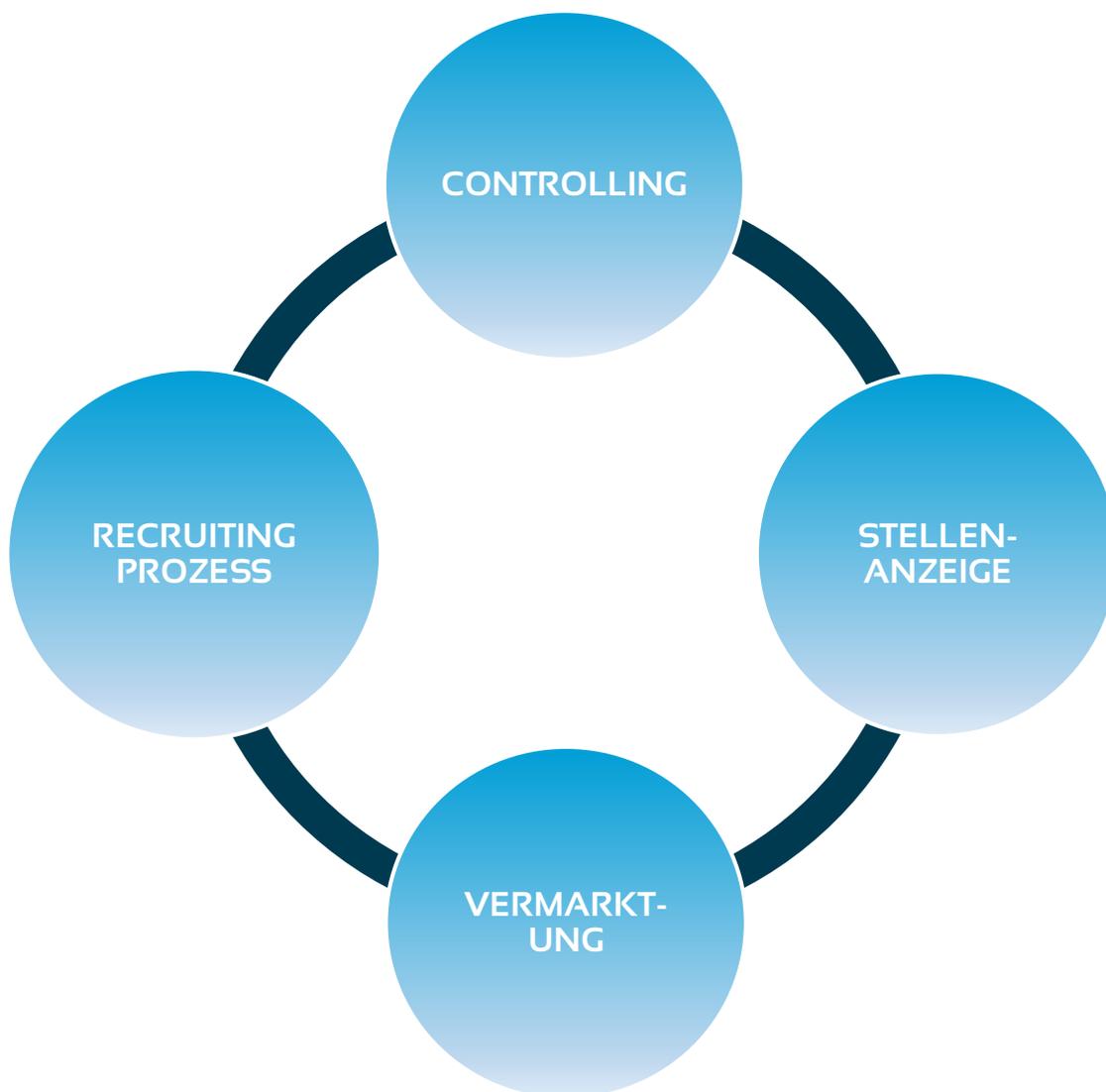
CHECKLISTE

Wie Du planbar mehr und bessere Bewerber gewinnst.

Die Flut an Informationen rund um das Recruiting ist unüberschaubar. Ständig wird „eine neue Sau durchs Dorf getrieben“. Strategien für kleine- und mittelständische Unternehmen und Konzerne werden in einen Topf geworfen.

Wir haben eine Checkliste entwickelt, die Deine aktuelle Situation darstellt und Dir verborgenes Potential an ganz konkreten Punkten aufzeigt.

Mit diesen vier Checklistenpunkten analysierst Du deinen Status Quo und erhältst konkrete Handlungsempfehlungen.



CONTROLLING

Arbeitest Du eher nach dem Prinzip „Post und Pray“ oder weißt Du wie Du die Menschen gewonnen hast, die jetzt Deine Mitarbeiter sind?

Statistik

Wir haben Google Analytics, Matomo oder eine andere Internetstatistiksoftware an unsere Stellenanzeigen angebunden und wissen genau wie viele Besucher aus welchen Quellen kommen und wo Bewerber den Bewerbungsprozess abbrechen.

Ja

Nein

Bewerber

Im persönlichen Gespräch fragen wir die Bewerber, wie sie auf uns aufmerksam geworden sind und was der ausschlaggebende Punkt für ihre Bewerbung war. Diese Daten erfassen wir strukturiert und werten sie aus.

Ja

Nein

Mitarbeiter

Wir fragen Mitarbeiter wie sie zu uns gefunden haben. Diese Daten erfassen wir strukturiert und werten sie aus.

Ja

Nein

Externe Partner

Wenn wir bei Premiumstellenbörsen oder anderen Dienstleistern Kampagnen buchen fragen wir immer gezielt, welche Daten sie konkret zu den Zugriffszahlen auf unsere Anzeigen liefern können (ungeachtet der eigenen Auswertungen).

Ja

Nein

STELLENANZEIGE

„Ein Ei gleicht dem anderen“ lässt sich auf Stellenanzeigen übertragen. Die Inhalte sind austauschbar, langweilig und phrasengefüllt. Das kannst Du besser!

Slogan und Blickfang

Unsere Stellenanzeige hat einen einzigartigen und unverwechselbaren Eyecatcher.

Ja

Nein

Titel mit Suchbegriff und AGG Zusatz

Unser Stellentitel ist zielgruppengerecht formuliert und hebt sich von einfachen Berufsbezeichnungen ab.

Ja

Nein

Video Content

Alle unsere Stellenausschreibungen beinhalten ein authentisches Video nach dem coveto 4-W-Drehbuch

Ja

Nein

Kultur und Werte, Identifikation durch den Bewerber

Der Bewerber erkennt ein klares Warum. Warum soll er sich gerade bei uns bewerben?

Ja

Nein

Profil des Bewerbers

Wir erwarten weniger als wir bieten. Die Anforderungen beschränken sich auf drei bis vier Punkte.

Ja

Nein

Wir bieten

Der Bewerber erkennt den Nutzen einer Zusammenarbeit.

Ja

Nein

Vertraulichkeitsklausel

Wir sichern den Bewerbern absolute Diskretion zu und bieten damit Bewerbern, in Beschäftigungen, Sicherheit.

Ja

Nein

Blick in die Zukunft

Wir nutzen „Future Pacing“ und blicken gemeinsam mit dem Bewerber in die Zukunft.

Ja

Nein

Persönlicher Ansprechpartner

In unseren Anzeigen kommunizieren wir klar, dass Bewerber herzlich willkommen sind und sich gerne per E-Mail oder telefonisch, bei der für die Stelle verantwortlichen Person, melden können. Die Person ist namentlich und idealerweise mit Bild genannt.

Ja

Nein

Call to Action

Wir fordern den Bewerber durch eine klar formulierte Handlungsaufforderung dazu auf sich bei uns zu bewerben.

Ja

Nein

VERMARKTUNG

Neben der klassischen Stellenanzeige und den Premiumstellenbörsen gibt es viele Möglichkeiten auf sich, als Arbeitgeber, aufmerksam zu machen. Viele sind mit kleinem Budget zu realisieren und bieten einen Wettbewerbsvorteil, weil wenige Unternehmen diese Kanäle nutzen.

DIESE MÖGLICHKEITEN NUTZEN WIR		JA	NEIN
1	Aufbau der Stellenanzeige nach dem coveto Performance-Marketing Prinzip	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Responsive Stellenportal auf der Firmenwebseite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Kurzes Online-Bewerbungsformular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Alle Bewerbungswege stehen offen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Bewerben per WhatsApp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Stellentitel nach dem 3 x 3 Modell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Mitarbeiter werben Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	„Wir suchen so tolle Menschen wie Dich“ über Lohnabrechnung publizieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Regionale Facebook Gruppen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Persönliche Posts der Stellenangebote bei Facebook, Xing, LinkedIn, twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	E-Bay Kleinanzeigen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	Google Ads HR-Kampagne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	Facebook Ads-Kampagne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	Retargeting Kampagnen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	Regionale Anzeigenblättchen (Print)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	Jobbörse der Agentur für Arbeit und angebundene, kostenfreie Partnerbörsen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	Arbeitgeberprofil bei Indeed.com	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	Google Places Eintrag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19	Branchen Fachzeitschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20	IHK-Zeitschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

DIESE MÖGLICHKEITEN NUTZEN WIR		JA	NEIN
21	Kununu Eintrag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22	Link zu Stellenangeboten in der Signatur aller Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23	Link zu Stellenangeboten auf der Visitenkarte aller Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24	In allen Veröffentlichungen / Presseartikeln erwähnen, dass sie immer auf der Suche nach guten Bewerbern sind	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25	Stellenportale von Gemeinden, Gemeindeblättchen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26	Eigene Werbeflächen wie Gebäude und Fuhrpark nutzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27	Plakatwände, digitale Werbeboards	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28	Gewerbe-Messen auch zum Recruiting nutzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29	Aushänge in Fachhochschulen, Berufsschulen, Volkshochschulen und Universitäten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30	Anzeigen in Studentenzeitungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31	Aushänge am schwarzen Brett im Supermarkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32	Messen von IHK, FH, Unis usw. besuchen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
33	An Ausschreibungen für Unternehmerpreise teilnehmen (z.B. familienfreundliches Unternehmen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34	Als Recruiter Netzwerkveranstaltungen besuchen, auf denen sich die Zielgruppe aufhält (Wirtschaftsjunioren, Summits, BVMW...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35	Teilnahme an Events wie JP Morgan Corporate Challenge oder Muddy Angel Run (mit entsprechenden Shirts)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36	Aktive Ansprache von Bewerbern in Facebook, Xing, LinkedIn (Active Sourcing)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
37	Nutzen von Nischenportalen, wie z.B. Stack Overflow für Programmierer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
38	Werbung in öffentlichen Verkehrsmitteln, Taxen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
39	Bewerberpoolaufbau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40	Headhunter, Personalvermittler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
41	Zeitarbeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42	Recruiting Events wie Azubis Casting, Tag der offenen Tür, Same-Day Hiring	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43	Praktikumsplätze, Studien- und Diplomarbeiten anbieten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44	Mundpropaganda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

RECRUITING PROZESS

In vielen Unternehmen ist der Auswahlprozess eher intuitiv und spontan. Dabei ist die Gefahr groß, falsche, keine oder zu späte Entscheidungen zu treffen. Ein klar definierter, mehrstufiger Recruiting Prozess sorgt für richtige, gute und schnelle Entscheidungen.

Eingangsbestätigung

Wir haben sichergestellt, dass der Bewerber direkt oder innerhalb von 24 Stunden eine personalisierte Eingangsbestätigung (keine Autoresponder) erhält.

Ja

Nein

Unterlagencheck

Unser Unterlagencheck erfolgt nach dem Prinzip: Der beste Bewerber ist nicht unbedingt auch der beste Mitarbeiter.

Ja

Nein

Telefoninterview

Wir nutzen das Werkzeug Telefoninterview nach dem coveto Prinzip, um den Recruiting-Prozess für beide Seiten schnell und unkompliziert voran zu treiben.

Ja

Nein

Vorstellungsgespräch

Unsere Vorstellungsgespräche sind klar strukturiert und die Aufgaben der Interviewer klar. Wie auch im Telefoninterview ist der Redeanteil des Bewerbers mindestens 80%.

Ja

Nein

Schnuppertag

Für den Schnuppertag stehen gezielte Aufgaben bereit, um den Bewerber fachlich zu beurteilen. Das Feedback der zukünftigen Kollegen zu der „menschlichen“ Komponente ist ein k.o. Kriterium.

Ja

Nein

Absagen

Bewerber, die nicht zu unserem Unternehmen passen, erhalten immer zeitnah eine wertschätzende Absage.

Ja

Nein



**DU MÖCHTEST GERNE EIN KOSTENLOSES STRATEGIEGESPRÄCH
MIT UNSERER KMU RECRUITING EXPERTIN PIA TISCHER?**

DANN MELDE DICH JETZT BEI UNS:

E-MAIL: INFO@COVETO.DE | TELEFON: +49 6043 400316

VERBINDE DICH MIT DER COVETO COMMUNITY:

