

Bringt Recruiting nach alter Schule die Fachkräfte der neuen Zeit?



Nahezu die gesamte Medienlandschaft tönt seit Jahren, dass ein großer Fachkräftemangel in Deutschland besteht und dieser trotz aller politischen Versprechungen sogar noch zunimmt, anstatt zurückzugehen. Der Zentralverband des Deutschen Handwerks beziffert den Mangel bereits jetzt auf etwa 250.000 Fachkräfte. Die Tendenz ist deutlich steigend und in anderen Branchen sieht es auch nicht unbedingt besser aus, ganz im Gegenteil.

Philip Ranft, kritisiert weniger die Politik im Besonderen, sondern eher den allgemeinen Umgang mit dem Begriff „Fachkräftemangel“. Denn sein mittlerweile schon regelrecht inflationärer Gebrauch lenke vom wirklichen Problem ab.

Ein Sinneswandel hat stattgefunden

Die junge Generation wünscht sich Freiheit. Während in früheren Jahrzehnten das Gehalt oberste Priorität hatte, sind die jungen Leute heutzutage bereit, in puncto Bezahlung Abstriche zu machen, wenn die Work-Life-Balance stimmt. Nur wenn diese Ausgeglichenheit vorhanden ist, lässt sich die junge Generation auch dazu bewegen, aktiv und vor allen Dingen gewinnbringend am Arbeitsmarkt teilzunehmen. Viele Branchen haben das jedoch noch nicht erkannt. Sie berichten lieber über den Fachkräftemangel, als sich den Wünschen und Bedürfnissen der potenziellen Arbeitgeber anzupassen. Hier geht es nicht darum, dem Bewerber alle Wünsche von den Augen abzulesen. Es geht vielmehr darum, zu erkennen, wie sich langfristig die Motivation der Arbeitskräfte sichern lässt. Aber wie gelingt es den Arbeitgebern, die Fachkräfte gezielt abzuholen? An dieser Stelle kommen die neuen Technologien der KI (Künstliche Intelligenz) ins Spiel. So haben wir in unserer Personalvermittlung die Technik des „Performance Marketing“ für uns entdeckt. Eigentlich für den Onlinehandel entwickelt, ist sie auch hervorragend für das Recruiting geeignet. Konkret bedeutet das, dass wir für Sie die passenden Bewerber für Ihre vakanten Stellen finden.

Unsere erfahrenen Berater können dafür auf ein großes Netzwerk von Kandidaten aus verschiedenen Branchen zurückgreifen. Dabei kommen auch

technische Möglichkeiten wie Such-Algorithmen und Multi-Channel-Suche zum Einsatz. Dadurch machen wir die „Hidden Candidates“ ausfindig, von denen Sie sonst nie etwas erfahren hätten. Von Anfang an setzen wir dabei auf eine klare und zielgerichtete Kommunikation. Sehr gerne liefern wir Ihnen bei einem unverbindlichen Beratungstermin einen noch detaillierteren Einblick in unsere Arbeitsweise.



Zielgerichtete Ansprache sorgt für mehr Aufmerksamkeit

Die zielgerichtete Ansprache ist für uns deswegen so wichtig, weil hochqualifizierte Ingenieure, Finanzexperten und erfahrene Manager als potentielle, neue Mitarbeiter hart umkämpft sind. Daher erhalten sie über die einschlägigen beruflichen Plattformen beinahe täglich die Mail eines Headhunters mit einem neuen Arbeitsangebot.

Doch diese Ansprachen bestehen in der Regel nur aus vorgefertigten Textbausteinen und unpersönlichen Formulierungen. Aus diesem Grund landen sie bei den meisten ungelesen im Papierkorb. Als spezialisiertes Personalberatungsunternehmen wählen

wir jedoch eine auf jeden Bewerber speziell zugeschnittene Form der Ansprache.

Diese spezielle Form der Ansprache ermitteln wir aufgrund der Tatsache, dass jeder Internet-Nutzer durch von ihm freigegebene Daten – etwa in sozialen oder beruflichen Netzwerken – eine Art digitalen Fingerabdruck hinterlässt, durch den er identifiziert und angesprochen werden kann. Der gewissermaßen unsichtbare Teil des Bewerberprofils erschließt sich uns ferner durch das Online-Verhalten, wozu Webseiten-Besuche, „Likes“, Kommentare oder Standortbestimmung zählen. Unzählige Nutzerdaten werden so gespeichert und machen es möglich, sich gezielt an genau diese Nutzer zu wenden.

Zielgruppen potentieller Kandidaten erstellen

Am Anfang steht dabei stets das Erstellen eines Zielprofils der idealen Kandidaten, die das Unternehmen für die Personalie ansprechen möchte. Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung wissen wir ganz genau, welche Kriterien wichtig sind. Plattformen wie Facebook oder Google ermöglichen es, die Informationen nach sich stetig erweiternden Kriterien (z. B. Alter, Geschlecht, Standort, Ausbildung, Interessen u.v.m.) zu filtern. So entstehen detaillierte Zielgruppen potentiell relevanter Personen, die wir unserer Klientel zur Verfügung stellen.