

- Er det svært at finde den rigtige medarbejder?	1
- Er det et problem at rekruttere ledere internt?	4
- Ud af boxen når du skal rekruttere	6
- Dit brand er i fare!	8

ER DET SVÆRT AT FINDE DEN RIGTIGE MEDARBEJDER?

Mange virksomheder må erkende at det ikke er nok at annoncere stillingen i den lokale avis, på hjemmesiden eller på en af jobdatabaserne på internettet. De har ikke analyseret hvad der skal til for at finde den rigtige medarbejder.



Når den gode og dygtige medarbejder har sagt op, og afløseren skal findes, begynder analysearbejdet.

Hvorfor sagde den hidtidige medarbejder op? Det spørgsmål er det første enhver rekrutteringsansvarlig skal stille sig selv og få undersøgt.

Mange medarbejdere siger deres job op på grund af bristede forventninger, ikke kun til løn, men også til den efteruddannelse og de udviklingsmuligheder, de er blevet stillet i udsigt og som ikke er blevet indfriet på trods

Kære Læser

I øjeblikket har en del virksomheder problemer med at rekruttere de rigtige medarbejdere. Det går ud over konkurrenceevnen og nogle må endda sige nej til nye ordre eller opgaver. Der kan være flere årsager til at det ofte ikke lykkes at finde de rigtige medarbejdere.

Det kan skyldes at mange virksomheder forsømmer at lave det analysearbejde der skal til, når den gode og dygtige medarbejder har sagt op, og afløseren skal findes.

En anden grund kan være at intern rekruttering til lederstillingerne ikke har en høj succesrate.

Det kan også være en god ide at anvende et rekrutteringsfirma til at tiltrække den eftertragtede arbejdskraft, især når man kæmper om denne med højtprofilerede virksomheder.

Mange virksomheder ser ikke rekrutteringsprocessen som en markedsføringsstrategi der er med til at brande virksomheden.

God læselyst ■

Carsten Høi
Rekrutteringsdirektør
& Partner



af mange løfter ved de årlige medarbejderudviklingssamtaler. Det kan også være på grund af dårlige arbejdsforhold eller noget så banalt som manglende udfordringer i jobbet.

Derefter handler det om at finde ud af hvilke opgaver den nye medarbejder skal løse for at få succes i jobbet.



Her er det ikke nok at se på hvordan den hidtidige medarbejder udførte sine arbejdsopgaver. Det drejer sig om at klarlægge hvilke kvalifikationer den nye medarbejder skal have og hvilken erfaring han eller hun skal komme med.

Hvordan får den nye medarbejder, vi vil have fat i, succes i jobbet? Hvilken værdi skal medarbejderen skabe? Hvilke personlige kompetencer skal vedkommende bidrage med for at falde til i det nye job og den nye virksomhed? Disse spørgsmål kan også stilles til kandidaterne i forbindelse med jobsamtalerne.

En kandidat skal måske ikke at have 10 års erfaring fra en tilsvarende stilling, eller en uddannelse som ingeniør for at kunne udføre opgaverne og skabe værdi i sit nye job. For omfattende krav til en kandidat kan let blive en barriere for at finde den rigtige medarbejder.

Kulturen i din virksomhed, de værdier der præger den og dine nuværende medarbejdere er også vigtigt at have styr på inden ansættelsesarbejdet begynder.

Det er i den forbindelse en god ide at vide hvad de nuværende medarbejder værdsætter ved at være ansat i virksomheden.

Prioritéer de ønskede kompetencer

Prioritere max. 5 vigtige kompetencer der skal til for at den nye medarbejder kan få succes i din virksomhed.

Hvis det ikke kræver 10 års erfaring for at kunne løse opgaverne med succes, og det heller ikke er nødvendigt med en speciel uddannelsesbaggrund, så skal det ikke fremgå af stillingsopslag. Det skal slet ikke være væsentligt for den endelige udvælgelse.

.....
”Hvordan får den nye medarbejder succes i jobbet...”?
.....

.....
”Prioritéer de ønskede kompetencer...”
.....



Når analysearbejdet er færdigt, så led efter den rigtige profil blandt de nuværende medarbejdere i virksomheden, eller om de kan tilføres de nødvendige kompetencer gennem efteruddannelse eller anden form for medarbejderudvikling. Der er nemlig ikke noget mere demotiverende hvis de nuværende medarbejdere bliver forbigået ved at ansætte en udefrakommende, hvis en nuværende medarbejder kunne have opnået succes i det ledige job.

Hvis I har den rigtige profil, er der ingen grund til at bruge tid og ressourcer på at få identificeret en ny ekstern medarbejder, få udarbejdet en job- og kandidatprofil, lavet en stillingsannonce og gå i gang med den helt store og tidskrævende rekrutteringsproces.

Brug af en ekstern rekrutteringskonsulent

Selvom mange virksomheder laver analysearbejdet, kan det være en god investering at bruge en ekstern rekrutteringskonsulent, ikke kun til dette arbejde, men til at varetage hele rekrutteringsprocessen.

Den eksterne konsulent arbejder professionelt med at systematisere rekrutteringsprocesser og har et omfattende kendskab til de arbejdsmetoder, der skal benyttes, for at finde den bedste medarbejder til din virksomhed.

Den eksterne konsulent har ofte et stort kendskab til arbejdsmarkedet og finder derfor hurtigt ud af hvor den medarbejder der kan få succes i jobbet, er ansat i dag. Den eksterne konsulent vil også have nemmere ved at kontakte en medarbejder der er ansat et andet sted i dag.

Personer der har et godt job, er vanskelige at flytte, de læser ofte ikke stillingsopslag, og de hører kun sjældent om nye jobmuligheder gennem deres netværk. Den eksterne konsulent er derfor den ideelle til at kontakte de såkaldte passive jobsøgende.

Det drejer sig endelig om at have tålmodighed. Tænk på at det måske kun er meget få der ser stillingsopslagene hvor de så ellers er slået op. Tænk også på at den eksterne konsulent må kontakte mange kandidatemner inden den rigtige kandidat er blevet overtalt til at interessere sig for et ledigt job i din virksomhed.

.....
”Den eksterne konsulent har ofte et stort kendskab til arbejdsmarkedet...”

.....
”Tålmodighed, tålmodighed, tålmodighed...”

ER DET ET PROBLEM AT REKRUTTERE LEDERE INTERNT?

Der er mange virksomheder der har for vane at rekrutterer deres ledere fra egne rækker. Skyldes det at de har et godt billede af de medarbejdere de forfremmer til en lederfunktion? Svaret er nej.



Succesraten for medarbejdere der bliver forfremmet til ledere, er knap 60 %, mens den er 50% når ledere rekrutteres eksternt.

Det forventes at cheferne har et godt kendskab til deres medarbejdere, og de potentialer de har for at kunne blive gode ledere, så det må give stof til eftertanke at de interne rekrutteringer ikke har en højere succesrate.

Man forventer ofte at virksomheder der henter deres ledere indefra, har en stærkere "bænk", end virksomheder der henter deres nye ledere fra andre virksomheder. Det forventes at de har et godt billede eller indtryk af hver enkelt medarbejder, f.eks. præstationsevne, initiativrigdom, loyalitet, pligtopfyldelse, omgængelighed, social intelligens osv.

Hvorfor er fejlraten så høj?

Kun en ud af tre virksomheder bruger anerkendte værktøjer til at understøtte beslutningen om at forfremme en medarbejder til leder. I mere end 80 % af lederudnævnelserne beror denne alene på en anden leders anbefaling eller mavefornemmelse.

60 % bruger systematiserede interviews som beslutningsgrundlag og kun ca. 25 % bruger test. Er det årsagen til at næsten 40 % af de interne lederrekrutteringer mislykkes?

Udvælgelse eller forfremmelse til et lederjob skal baseres på mere end blot en anbefaling fra en leder. Det er vigtigt med anbefalingen, fordi den kommer fra en der på nærmeste hold har set hvordan medarbejderen performer i det daglige. Noget tyder dog på at anbefalinger bliver vægtet alt for højt - især set i lyset af fraværet af de øvrige evalueringsværktøjer man har til rådighed.

.....

"Det forventes af cheferne har et godt kendskab til deres medarbejdere.."

.....



.....

"Interviews er også gode at bruge når der skal træffes beslutning..."

.....

Virksomheder der anvender hele paletten af værktøjer (test, interviews, anbefalinger) har en langt stærkere "bænk" end de virksomheder der ikke bruger disse rekrutteringsværktøjer.

Interviews er også gode at bruge når der skal træffes beslutning om intern forfremmelse af en medarbejder til leder. Men for ikke at få en "lunken reservebænk", for nu at anvende en fodboldmetafor, bør interviewet suppleres af en test der klarlægger kandidatens adfærd i arbejdssituationen og som kan sige noget om de udviklingsbehov den nye leder møder ind med og som skal styrkes for at vedkommende bliver en god leder.



Test og simuleringer

Tests og simuleringer anvendes af et mindretal af virksomheder i forbindelse med udvælgelse af ledere, selv om disse værktøjer har en meget højere evidens.

Næsten tre gange så mange virksomheder der bruger simuleringer, har en stærk bænk, og mere end dobbelt så mange virksomheder der anvender tests, har en stærk bænk, end virksomheder der hverken anvender simuleringer eller tests.

Virksomheder der bruger test og simuleringer evner tilsyneladende at gøre medarbejdere fra bænken motiverede og at træne lederpotentialet og paratheden til lederrollen. Det giver altså et mere fyldigt billede af en person, end at stole udelukkende på hvad man ved om deres erfaringer.

Simuleringer, tests og vurderinger hjælper også så de potentielle ledere forstår hvor de har brug for at udvikle sig. Det er vigtigt at nyligt forfremmede ledere forstår, hvor deres udviklingsområder er.

.....

"Simuleringer, test og vurderinger hjælper også..."

.....

KOM UD AF BOXEN NÅR DU SKAL REKRUTTERE

Hvad skal der til for at tiltrække den eftertragtede arbejdskraft, når det er vanskeligt at skabe samme synlighed og profilering som eksempelvis de store højtprofilerede virksomheder hvor alle gerne vil ansættes?



Det kan være en god ide at anvende et professionelt rekrutteringsfirma som Høi & Thomassen til at tiltrække medarbejdere der kan få succes og skabe vækst i virksomheden.

Vi beskæftiger os dagligt med arbejdsmarkedet og kan se andre muligheder i forhold til de opgaver I skal have løst. Vores tilgang til de rigtige kandidater er ikke dem en virksomhed normalt ville bruge. Vi bruger tid på at finde ud af hvor de personer er ansat hvis kompetencer I efterspørger, og vi bruger tid på at overbevise dem om at en stilling i jeres virksomhed, vil være interessant for kandidatens karriere.

Indgå samarbejde med andre og deltag i netværk

Udfordringen med at finde de kvalificerede medarbejdere er, at I skal kunne tilbyde dem samarbejder og netværk med andre medarbejdere og virksomheder, så de udvikler deres kompetencer.

Det kræver at I får beskrevet det unikke i jeres virksomhed, f.eks. at medarbejderne har stor indflydelse på de opgaver de løser, at de har mulighed for at påvirke deres funktion og stilling og at de får mulighed for løbende at udvikle deres kompetencer. Det vil føre til at gode idéer bliver skabt til bedre og mere effektive opgaveløsninger.

.....
"Få beskrevet det unikke i Jeres virksomhed..."
.....



Har I en udviklingsorienteret profil

Det handler om at synliggøre hvilke udviklingsmuligheder der er i virksomheden. Vær åben over for medarbejdere der vil udvikle sig. Det kan være gennem deltagelse i kurser, efteruddannelse eller personlig udvikling. Det kan være gennem tværgående samarbejde med andre medarbejdere, dels internt i virksomheden, dels med andre virksomheders medarbejdere, f.eks. i form af tværgående projekter, hvor medarbejderne møder andre medarbejdere med andre funktioner og fagligheder.

Nemt at få beslutningstagerne i tale

Det handler også om at synliggøre at det er muligt at påvirke beslutningsgangene i virksomheden. Det kan ske på virksomhedens hjemmeside, på de sociale medier, og ved at nuværende ansatte er åbne om dette i de netværk de deltager i og i de kanaler de ellers kommunikerer i.

Partner- eller medejerskab

Sørg for at medarbejderne får partnerskab og medejerskab til de arbejdsopgaver de udfører i virksomheden. Det giver et større engagement i arbejdet.



.....

”Sørg for at medarbejderne får partnerskab...”

.....

DIT BRAND ER I FARE!

Erhvervsnyhederne beretter i øjeblikket at mange virksomheder har store problemer med at rekruttere f.eks. ledere, ingeniører, key account managere, it-specialister og andre specialister og generalister



Hvis I skal rekruttere chefer, ledere, specialister og generalister, er det nødvendigt at se rekrutteringsprocessen som en markedsføring af virksomheden.

Alle virksomheder har et brand. Derfor er det vigtigt at være opmærksom på hvordan virksomhedens brand kan bruges når der skal ansættes nye medarbejdere.

Mange stillingsopslag er formuleret stift og upersonligt når de beskriver den perfekte ansøger, opgaverne i jobbet, hvilken uddannelse og erfaring kandidaten skal komme med, og de udviklingsmuligheder der er i jobbet.

Vær opmærksom på sproget i stillingsopslagene, det er med til at markedsføre virksomheden, ikke kun overfor potentielle ansøgere, men også overfor nuværende medarbejdere, kunder og ikke mindst konkurrenterne.

Overskriften sælger jobbet

Det er overskriften i stillingsopslaget og baggrunden (f.eks. et billede) der sælger jobbet. Hvad signalerer overskriften og billedet på stillingsopslaget om jobbet? Siger de noget om opgaverne den kommende medarbejder skal løse? Fortæller de noget om virksomheden? Fortæller de noget om den rigtige kandidat til jobbet?

Stillingsopslaget skal give et realistisk billede af virksomheden og jobbet indhold. Beskriv kort hvad virksomheden arbejder med og hvad jobbet går ud på, altså de opgaver der ligger i jobbet og beskriv også kort forventninger til kvalifikationer og erfaring den nye medarbejder forudsættes at have for at kunne få succes i jobbet.

Se det i forhold til de kompetencer der allerede er i virksomheden. Det er et godt grundlag at søge efter det rigtige match. Vær opmærksom på, om der blandt ansøgerne er kandidater som kan løse de opgaver, du ønsker udført, frem for om de opfylder de krav, du har stillet til uddannelse, erfaring, kendskab til it, sprog m.m.

Hvis stillingsopslaget indeholder mange krav og ønsker til den perfekte kandidat, som de færreste alligevel kan leve op til, kommer I til at stå i den situation at det netop ikke er disse kandidater der søger det ledige job, for de er skeptiske overfor om de kan indfri jeres forventninger.



Nye EU-regler om behandling af persondata

Lovgivningen om persondata bliver ændret den 25. maj 2018. Derfor har vi opdateret vores privatlivspolitik så den imødekommer de nye krav, der er fastlagt i EU's persondataforordning (GDPR - General Data Protection Regulation). Du kan læse den opdaterede privatlivspolitik på <http://www.ht-rekruttering.dk/Privatliv/nyhedsbrev.pdf>.

Hvad koster det at rekruttere?

Hvis du vil gøre det selv, er prisen dine samlede omkostninger i den tid det tager at finde en ny medarbejder. Det vil sige den omsætning du skal skabe for at dække bl.a. din løn og pension samt udgifter til udvikling af virksomheden, markedsføring, stillingsopslag m.m.

Er det den pris du vil betale hvis vi kan tilbyde den samme ydelse til samme kvalitet eller billigere?

Vores ydelser

”NEM”-rekruttering

”No-Cure-No-Pay”

”Klassisk Rekruttering”

Bl.a. inkl. annoncering, referencetagning, kandidatinterview, Person Profil Analyse, 6 mdr. garanti.

”Executive Rekruttering”

Bl.a. inkl. annoncering, omfattende testværktøjer, kandidatinterview, referencetagning, 6 mdr. garanti.

Ydelserne er alt inklusiv og til fast pris. Vi fakturerer ikke direkte omkostninger, så du kender dine samlede omkostninger til rekruttering når opgaven begynder og ikke først når den er slut.

Rekvirer produktblade på vores rekrutteringsydelser.



Søren Thomassen



Carsten Høi

høi & thomassen as

Stakkesund 1, 3. tv., 2100 København Ø

Jens Hansensvej 7, 4100 Ringsted

Gludvej 13, 7130 Juelsminde

Telefon: 29 27 71 88

Email: info@ht-rekruttering.dk www.ht-rekruttering.dk

høi & thomassen as er en rekrutteringsvirksomhed der drives af de to ejere. Vi samarbejder med andre konsulenter hvis ekspertiser vi trækker på når der er behov for at supplere vores kompetencer.

Vi har i mere end 20 år arbejdet med rekruttering, search & selection, headhunting og kandidatoptimering i forbindelse med ansættelse af specialister, ledere, funktionschefer og direktions- og bestyrelsesmedlemmer.

Vores ydelser er alt inklusivt, og vi tilbyder dem til fast pris som er aftalt inden vi går igang med opgaven. På den måde ved vores kunder hvad ydelserne indeholder, og de kender deres samlede omkostninger til rekruttering når opgaven begynder og ikke først når den er slut.