CANDIDATE EXPERIENCE BEI DIREKTANSPRACHEN – KEINE LUST AUF SCHLECHTE DATES

Menschen, die nicht aktiv auf Jobsuche sind und per Direktansprache kontaktiert werden, haben andere Erwartungen an die Candidate Experience als Stellensuchende – denn nicht sie bewerben sich, sondern das Unternehmen. Wer als Arbeitgeber umdenkt, hat gute Chancen, den Wettlauf um Mitarbeitende zu gewinnen.

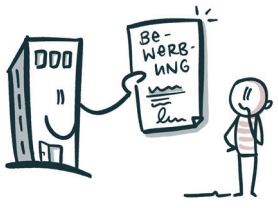
Um im ausgetrockneten Bewerbermarkt überhaupt mit potenziellen Mitarbeitenden über Vakanzen sprechen zu können, greifen Arbeitgeber vermehrt zur Direktansprache von Zielpersonen im passiven Kandidatenmarkt. Für diese Menschen beginnt die Candidate Experience an einem ganz anderen Punkt als bei herkömmlichen Bewerbenden. Denn wer nicht aktiv auf Stellensuche ist, will gewonnen werden und hat entsprechend hohe Erwartungen. Um von Anfang an eine positive Candidate Experience zu schaffen, sollte man sich bereits vor der ersten Kontaktaufnahme mit der Zielperson auseinandersetzen.

> **Ihr werdet nie eine zweite Chance bekommen, einen ersten Eindruck zu hinterlassen!**
>
> THOMAS SUTER

Eine umfassende Vorbereitung, ein respektvoller Umgang mit dem Gegenüber und das Bewusstsein, dass das Unternehmen Bittsteller ist und nicht umgekehrt, sind Voraussetzungen für einen positiven Eindruck und die Grundlage, um die Kandidatin oder den Kandidaten zu gewinnen.

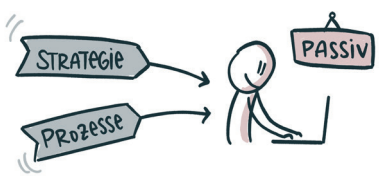
Angekommen ist diese Tatsache noch lange nicht bei allen Geschäftsleitungen und Vorgesetzten. Kein Wunder, beschreiben viele Kandidatinnen und Kandidaten ihre Candidate Experience als desolat.

Drei Aussagen von direkt betroffenen Kandidatinnen und Kandidaten, die zum Nachdenken und Handeln anregen:



«Seid ihr euch bewusst, dass ihr euch durch die Direktansprache bei mir bewerbt und nicht umgekehrt? Der Ball, mich zu überzeugen, liegt bei euch.»

«Ist euren Führungskräften klar, dass sie im Bewerbungsgespräch mindestens genauso von mir durchleuchtet werden wie umgekehrt? Nun prüfe ich, ob wir zusammenpassen.»



«Sind eure Talent Attraction Strategy und eure Prozesse auf den Umgang mit Personen wie mir ausgerichtet? Wenn man mich anspricht und einlädt, erwarte ich eine gute Vorbereitung, ehrliches Interesse und einen Umgang auf Augenhöhe.»

Fakt ist: **Sechs von zehn Arbeitnehmenden in der Schweiz ziehen einen Stellenwechsel in Betracht, aber nur die wenigsten bewerben sich aktiv.** Diese Tatsache eröffnet ein immenses Potenzial an neuen Mitarbeitenden. Wer die Zeichen der Zeit erkennt, macht Post & Pray zur flankierenden Massnahme und fokussiert seine Kräfte auf den passiven Kandidatenmarkt und die gezielte Direktansprache. «Eine positive Candidate Experience von der ersten Ansprache bis zum Onboarding ist ein entscheidender Faktor, um Menschen, die nicht aktiv auf Stellensuche sind, zu begeistern. So gelingt es uns, in wenigen Wochen relevante Leads zu generieren», sagt Thomas Suter, Managing Partner bei Viavanta. «Ist der Rekrutierungsprozess abgeschlossen, unterscheiden sich die Erwartungen von Bewerbenden und Kandidatinnen bzw. Kandidaten nicht mehr. Nach dem Onboarding wird aus der Candidate die Employee Experience und es gilt: Retention is King.»

Wege zu den gesuchten Mitarbeitenden

Zusammen mit CHROs und Menschen aus dem passiven Kandidatenmarkt hat Viavanta eine Roadmap entwickelt. Sie animiert zur vertieften Auseinandersetzung mit den eigenen Herausforderungen, gibt Einblick in Erwartungen der angesprochenen Personen und verschafft HR und Führungskräften den entscheidenden Vorteil im Wettlauf um die gesuchten Mitarbeitenden.

Holt euch die kostenlose Onlineversion

Die Roadmap in vier Cluster gibt Einblick in den passiven Kandidatenmarkt. Entdeckt Handlungsfelder, vertieft die für euch relevanten Aspekte und entwickelt eure Lösungsansätze.

VIAVANTA Menschen. Bewegen.

Kestria Fluent in finding leaders