

Jenseits von Cost-per-Hire und Time-to-Fill

Erfolgsmessung im Recruiting

Prof. Dr. Armin Trost
Hochschule Furtwangen

06. März 2007

Recruiting Convent 2007, Schloss Bensberg

Überblick

- ▶ **Die Klassiker: Cost-per-Hire und Time-to-Fill**
- ▶ **Positionierung von Kennzahlen im Recruiting**
- ▶ **Relevante Fragen im Rahmen des Recruiting**
- ▶ **Ereignisnahe Befragungen**
- ▶ **Möglichkeit einer technischen Infrastruktur**
- ▶ **Bedeutung von Einsichten für das Recruiting**

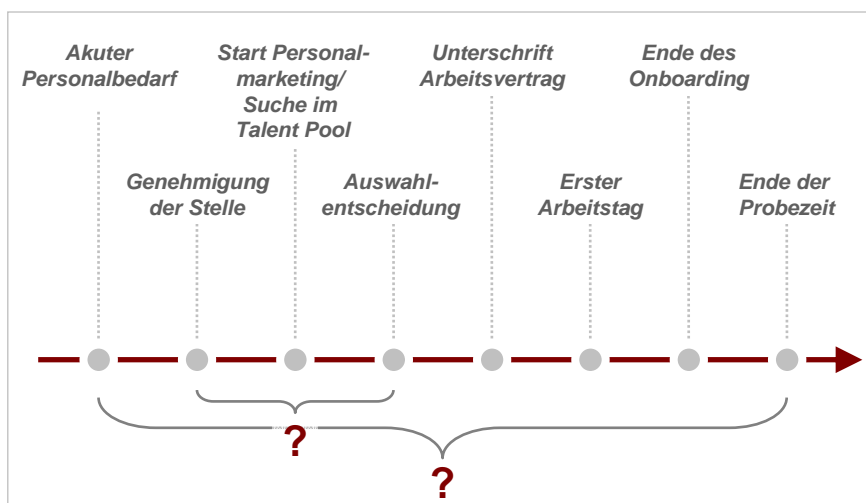
Klassiker #1: Cost-per-Hire

Was wird mit eingerechnet und wie verteilen sich die Kosten auf die neuen Mitarbeiter bzw. auf die an der Rekrutierung beteiligten Instanzen?

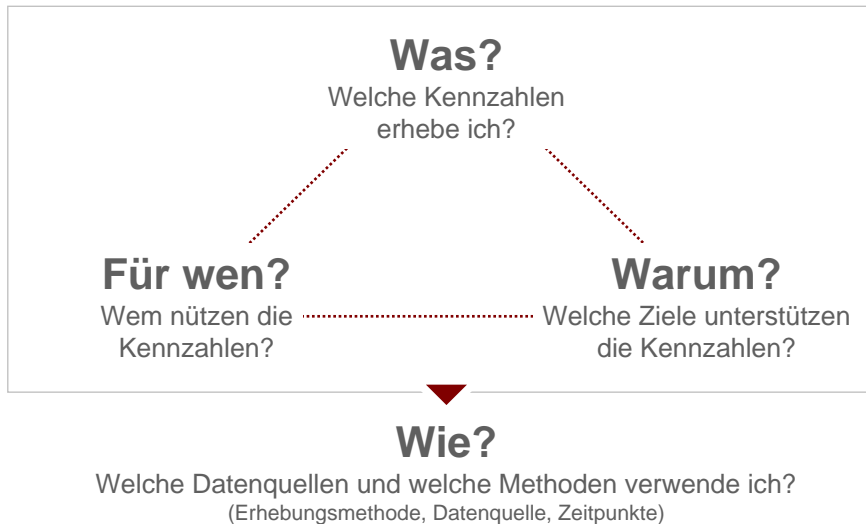
- ▶ Kosten für Anzeigen
- ▶ Reisekosten der Kandidaten
- ▶ Kosten für Personalberatung
- ▶ Kosten für Auswahlinstrumente
- ▶ Personalkosten der Mitarbeiter der Recruiting-Abteilung
- ▶ Personalkosten der am Auswahl beteiligten Linienmanager
- ▶ Kosten für Facilities der Recruiting-Abteilung
- ▶ Opportunitätskosten bezogen auf die Beteiligten am Auswahlprozess
- ▶ Kosten für Recruiting-Infrastruktur (e-Recruiting Lizenz & Support)
- ▶ Boni im Rahmen von Mitarbeiterempfehlungsprogrammen
- ▶ Kosten für Personalmarketingevents
- ▶ Sign-on-Boni
- ▶ Umzugskosten
- ▶ Kosten für die Einarbeitung neuer Mitarbeiter

Klassiker #2: Time-to-Fill

Wo fängt's an und wo hört's auf?



Die Positionierung von Kennzahlen ist Ausgangspunkt für eine sinnvolle Erfolgsmessung



Relevante Fragen im Rahmen des Recruiting

- ▶ Was kostet uns die Einstellung eines neuen Mitarbeiters (Cost-per-Hire)?
- ▶ Wie viel Zeit benötigen wir, um einen neuen Mitarbeiter einzustellen (Time-to-Fill)?
- ▶ Wie viele Bewerbungen erhalten wir pro Ausschreibung in einem bestimmten Medium?
- ▶ Wie viele Bewerbungen erhalten wir pro Neueinstellung?
- ▶ Wie viele Interviews führen wir pro Einstellung durch?
- ▶ Wie viele qualifizierte, aktive Kandidaten haben wir in unserem Talent Pool pro Funktion, Level und Land?
- ▶ Wie viele Mitarbeiter gewinnen wir aus unserem Talent Pool?
- ▶ Über welche Personalmarketing-Kanäle wurden neue Mitarbeiter auf unser Unternehmen aufmerksam?
- ▶ Wie beurteilen Bewerber die von uns angebotenen Bewerbungsmöglichkeiten und -modalitäten?
- ▶ Warum bewerben sich Bewerber bei uns?
- ▶ Wie erleben und beurteilen unsere Bewerber und neuen Mitarbeiter unseren Recruiting-Prozess?

Relevante Fragen im Rahmen des Recruiting

- ▶ Warum entscheiden sich neue Mitarbeiter für unser Unternehmen?
- ▶ Welche Alternativen wählen Kandidaten, die sich gegen unser Unternehmen entschieden haben und warum?
- ▶ Welche Alternativen hätten unsere neuen Mitarbeiter gewählt, wenn sie nicht bei unserem Unternehmen eine Stelle angetreten hätten – und warum?
- ▶ Wie hoch ist der Prozentsatz interner Stellenbesetzungen?
- ▶ Wie beurteilen die einstellenden Linienmanager die Qualität unserer Recruiting-Aktivitäten?
- ▶ Wie beurteilen die einstellenden Linienmanager die Qualität der vorausgewählten Kandidaten und neuen Mitarbeiter?
- ▶ Wie erleben und beurteilen unsere neuen Mitarbeiter ihre Einführung ins Unternehmen?
- ▶ Inwieweit wurden die Erwartungen der neuen Mitarbeiter an ihren neuen Arbeitgeber erfüllt?
- ▶ Wie viele neue Mitarbeiter verlassen unser Unternehmen im Laufe der Probezeit?
- ▶ Wohin gehen neue Mitarbeiter, die im Rahmen ihrer Probezeit unser Unternehmen verlassen – und warum?

Relevante Fragen im Rahmen des Recruiting

- ▶ Inwieweit sehen Mitarbeiter ausreichend Chancen, bei möglichen internen Stellenbesetzungen berücksichtigt zu werden?
- ▶ Wie viele neu zu besetzenden Stellen werden intern ausgeschrieben?
- ▶ Wie viele Mitarbeiter sind aktiv, passiv oder nicht auf der Suche nach einer neuen Karrieremöglichkeit?
- ▶ Wie erleben Mitarbeiter interne Wechsel im In- und Ausland?
- ▶ Wie lange dauern interne Wechsel?
- ▶ Wie viel Mitarbeiter tendieren dazu, das Unternehmen gegen den Willen des Unternehmens zu verlassen?
- ▶ Warum verlassen gute Mitarbeiter unser Unternehmen?
- ▶ Welche Alternativen wählen gute Mitarbeiter, die unser Unternehmen verlassen, warum?

Welche Fragen können Sie Stand heute beantworten?

Wer interessiert sich für die
Antworten, Warum?

Unterschiedliche Ereignisse lösen
unterschiedliche Fragen aus

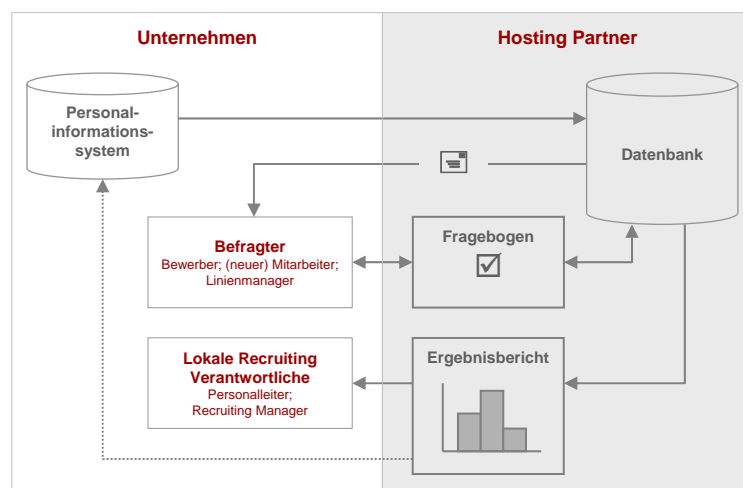


Ereignisnahe Befragungen

- ▶ Die meisten Fragen im Rahmen des Recruiting können mittels Befragung beantwortet werden
- ▶ Unterschiedliche Fragen müssen an unterschiedliche Zielgruppen adressiert werden
- ▶ Der Zeitpunkt der Befragung orientiert sich meist an bestimmten Ereignissen*
- ▶ Vorteil #1: Fokussierung der Befragung auf relevante Zielgruppen bezogen auf erlebte Ereignisse
- ▶ Dadurch Sicherstellung einer hohen Motivation zur Teilnahme (Mitteilungsbedürfnis) und hohe Validität der Ergebnisse
- ▶ Vorteil #2: Werden ereignisnahe Befragungen ein mal angestoßen und entsprechend technisch unterstützt können dauerhaft (passiv) Daten gewonnen werden

* Wenn Fragen nicht an bestimmte Ereignisse gebunden sind können Stichproben befragt werden

Möglichkeit einer technischen Infrastruktur



Bedeutung von Einsichten

