



Sie befinden sich hier: News > Sechs Kennzahlen, die Recruiter im Blick haben sollten

Sechs Kennzahlen, die Recruiter im Blick haben sollten

09.03.18

Im Online-Marketing und eCommerce sind sie längst gang und gäbe: Leistungskennzahlen oder Key Performance Indicators (KPIs), die den Erfolg von verschiedenen Maßnahmen messen. Auch Personaler können sich in Zeiten des Fachkräftemangels nicht länger nur auf ihr Bauchgefühl verlassen. Vielmehr müssen sie ihre Recruiting-Prozesse genau unter die Lupe nehmen und verbessern, um mit dem vorhandenen Budget optimale Erfolge zu erzielen. Welche Recruiting-Kennzahlen HR-Mitarbeitern entscheidende Hinweise liefern können, erläutert Steffen Michel, Geschäftsführer von MHM HR.

Ein schlanker Bewerbungsprozess sowie ein optimal eingesetztes Budget sind für ein erfolgreiches Recruiting heute grundlegend. Doch meist können HR-Abteilungen nur schwer nachvollziehen, welche Maßnahmen letztlich zum Erfolg geführt haben oder wo es noch "hakt" im Bewerbungsprozess. Höchste Zeit also, sich Know-how aus den Bereichen Online-Marketing und eCommerce anzueignen - hier ist die Erhebung, Analyse und Auswertung von Leistungskennzahlen schon längst elementarer Bestandteil. Die gute Nachricht: Moderne Bewerbermanagement-Systeme sind bereits in der Lage, eine Reihe von Recruiting-Kennzahlen zu erheben.

Zu den drei wichtigsten KPIs gehören:

- **Time-to-Hire:** Sie zeigt die Zeitspanne zwischen Stellenausschreibung und Vertragsunterzeichnung an. Hier gilt: Je kürzer desto besser - denn dauert das Bewerbungsverfahren zu lange, hat der Interessent vielleicht bereits bei der Konkurrenz angeheuert. Ist dies der Fall, sollten Verantwortliche auf Fehlersuche gehen und herausfinden, an welchen Stellen sich der Prozess verzögert. Denkbar ist etwa, dass Unterlagen unnötig lange per Hauspost unterwegs sind. Abhilfe kann dann ein digitales Bewerbermanagement-System schaffen, über das alle Beteiligten einfachen Zugriff auf die Dokumente haben.
- **Erfolgsrate von Jobportalen:** Sie misst, wie viele Bewerber über einen bestimmten Kanal kamen und schlussendlich auch eingestellt wurden. So lassen sich für kommende Ausschreibungen die Jobbörsen auswählen, die für ähnliche Stellen am besten funktioniert haben. Hier sollten Recruiter auch Nischenportale im Blick behalten. Diese liefern zwar aufgrund ihrer spezifischen Ausrichtung oft weniger, dafür aber qualitativ hochwertigere Bewerbungen.
- **Cost-per-Hire:** Sie beschreibt die Gesamtkosten für die Besetzung einer Stelle. Sind diese zu hoch, belasten sie das vorhandene Recruiting-Budget unnötig. Die Konsequenz: Personaler müssen an anderen Stellen einsparen. Verantwortliche sollten sich in dem Fall auf Ursachensuche begeben und insbesondere Ausschreibungsportale, Stellenbeschreibung und Prozesse evaluieren.

Zudem bergen auch die drei folgenden KPIs enormes Potenzial für Recruiter:

- **Anzahl Bewerbungen pro Stelle:** Sie misst die Gesamtzahl der eingegangenen Bewerbungen pro Stellenausschreibung. Natürlich ist eine niedrige Anzahl an Bewerbern nicht per se schlecht - schließlich kommt es auf die Qualität an. Trotzdem sollten Recruiter diese Zahl im Blick behalten. Sie könnte ein Hinweis auf eine unkonkrete Stellen- und Aufgabenbeschreibung oder auch die Nutzung unpassender Jobbörsen sein.
- **Drop-Out-Rate:** Sie misst das Verhältnis von Klicks auf den Bewerbungsbutton in der Stellenausschreibung zu tatsächlich abgeschlossenen Bewerbungen. Zeigt sich hier, dass sich nur wenige potenzielle Interessenten auch tatsächlich bewerben, sollten Recruiter ebenfalls nach der Ursache Ausschau halten. Hilfreich kann dabei die Churn-Rate sein.
- **Churn-Rate:** Sie zeigt die Abbruchquote von Bewerbern innerhalb des Bewerbungsprozesses nach Kanal oder auch - was noch detailliertere Schlussfolgerungen zulässt - pro Schritt im Bewerbungsprozess. Verantwortliche können so herausfinden, wo hier die Hürden für Interessenten liegen. Möglich Ursachen sind beispielsweise ein zu unübersichtliches Bewerbungsformular auf der Karriereseite oder auch Größenbeschränkungen beim Upload von Dokumenten.

"HR-Mitarbeiter müssen darauf achten, dass die Kennzahlen im Bezug zueinander stehen. Einzelne KPIs zeichnen nicht das ganze Bild", erläutert Steffen Michel, Geschäftsführer von MHM HR. "Die Anzahl an eingegangenen Bewerbungen sagt nichts über ihre Qualität aus oder ob schlussendlich auch ein passender Mitarbeiter gefunden wurde. Es empfiehlt sich also immer eine ganzheitliche Betrachtung, um den Überblick zu behalten und den Erfolg langfristig zu steigern."

Quelle: MHM HR

Bild: Steffen Michel, Geschäftsführer von MHM HR in Stuttgart (Bildquelle: MHM HR)



PASSENDE ARTIKEL



Zeitschrift
HR Performance
Franz Langecker

149,00 €

Kontakt

Telefonische Unterstützung und Beratung unter:

089-21837921

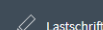
Versand



Service

- Anleitung Content Code
- Karriere
- Datenschutzerklärung
- Impressum
- AGB
- Widerruf
- Liefer- und Versandkosten
- Über uns
- Kontakt

Zahlungsmöglichkeiten



Folgen Sie uns



HR Select Newsletter

Abonnieren Sie kostenlos die monatlichen HR Select News! Den Newsletter können Sie selbstverständlich jederzeit abbestellen.

Ihre E-Mail Adresse

ABONNIEREN