

## Newsletter

### Das richtige Absageschreiben - 50 Bewerber : 1 neuer Mitarbeiter

Im Recruiting Prozess gehören Absageschreiben zum Alltagsgeschäft. Diese Schreiben nehmen einen großen Teil der Kommunikation zwischen dem Unternehmen und der Mehrzahl der Bewerber ein. Die Übermittlung dieser negativen Botschaften kann und soll von Arbeitgebern genutzt werden, um sich trotzdem in einem möglichst guten Licht darzustellen. Ist die Jobabsage schlecht formuliert, so kann sie beim Bewerber starke Emotionen auslösen. Ein verärgertes Kandidat neigt eher dazu, das schlechte Bild, das er dadurch vom Unternehmen hat in seinem Bekanntenkreis zu kommunizieren. Bei den erwähnten 49 Absagen ist die Reichweite dieser üblen Nachricht nicht zu unterschätzen. Um dem zu entkommen, empfiehlt es sich beim Texten der Standardabsagen etwas mehr Zeit zu investieren. Werden folgende fünf Punkte beachtet, schaden Jobabsagen dem Image des Unternehmens weniger:

1. Individualität soll zumindest in geringem Maße erhalten bleiben. Standardfloskeln und geschlechtsneutrale Absageschreiben sind zu vermeiden.
2. Die Gründe der Absage sollten ebenso in angemessenem Maß kommuniziert werden.
3. Das richtige Timing ist wichtig. Verspätete Absagen sind zu vermeiden.
4. Positive Darstellungen - Gerade Bewerber, die Absagen erhalten, sollten das Unternehmen positiv im Kopf behalten.
5. Gute Kandidaten, die nicht auf die ausgeschriebene Stelle passen, sollten in Evidenz gehalten werden. Dies sollte auch im Absageschreiben kommuniziert werden.

### Mobile Recruiting

87 Prozent der Internetnutzer in Österreich surfen auch über mobile Endgeräte, wie Smartphone oder Tablet. Diese Tatsache ist für Arbeitgeber spannend, weil schon jeder dritte Arbeitssuchende über mobile Gadgets nach passenden Jobs sucht. Stoßen potentielle Mitarbeiter bei ihrer online Recherche auf falsch angezeigte Homepages von Arbeitgebern, werden sie weniger lang auf diesen Seiten verweilen. Bedient ein Arbeitgeber nicht die Mittel und Medien, die auch seine Zielgruppe nutzt, so wird er diese nie erreichen. Das heißt: Arbeitgeber verzichten freiwillig auf potentielle Bewerber. Die mobile Jobsuche ist vor allem bei jüngeren Bewerber zwischen 18 und 29 Jahren besonders beliebt. Hierbei ist anzumerken, dass dieser Trend künftig weiter steigen wird. Verglichen mit dem Jahr 2014 nutzen gegenwärtig doppelt so viele Studienteilnehmer ihre Mobile Devices zur Jobsuche. Bei der Befragung worauf Jobsuchende besonders bei mobilen Karrierewebsites achten, wurden folgende Punkte genannt: Übersichtlichkeit (28 %), Benutzerfreundlichkeit (11 %), hoher Informationsgehalt (5 %), gute Gliederung (4 %), gelungene mobile Aufbereitung (4 %). Wir bei **iRecruiting** haben diesen Trend der e-Medien aufgegriffen und nutzen diesen erfolgreich. Unser innovativer Recruiting Prozess baut auf den Vorteilen der neuen Medien auf. Die persönlichen Interviews mit den Kandidaten können über Videotelefonie ablaufen und erlauben uns die Mimik, Gestik und Stimme besser zu beobachten. Das Videoporträt, das Sie von den vorselektierten Bewerbern erhalten, ermöglicht es Ihnen sich Ihr eigenes Urteil zu bilden. Die Nutzung dieser neuen Kanäle zieht Bewerber weit über die Landesgrenzen an. Mit diesem Online Rekrutierungsmodell gehen wir mit der Zeit und können Ihnen einen das zu einen einmaligen Preis bieten.