

Guide til rekruttering

- sådan sikrer du det rigtige match



Denne guide er inspiration og tjekliste til små og mellemstore virksomheder, der selv helt eller delvist varetager rekruttering. Guiden skaber overblik og beskriver de vigtigste aspekter omkring rekruttering og bidrager med konkrete råd, eksempler og værktøjer – herunder et interviewskema.

Guiden hjælper dig til at gennemføre et professionelt og effektivt rekrutteringsforløb og skaber de bedste forudsætninger for at sikre det helt rigtige match.

indhold



Side 1	Introduktion
Side 2	Indhold
Side 3	Prioritér rekrutteringsprocessen
Side 4	Det rigtige match
Side 5 - 6	Før start
Side 7	Rekrutteringsforløb - huskeliste
Side 8 - 11	Rekrutteringsforløb - baggrund og gode råd
Side 12 - 13	Interviewskema
Side 14	Tak fordi du læste med

Guiden er udarbejdet af Gustav Wenneberg fra konsulentvirksomheden blue search & selection. Har du som virksomhedsejer eller HR-ansvarlig spørgsmål til guiden, eller ønsker du sparring til eksempelvis udarbejdelse af stillingsopslag eller test, så er du velkommen til at kontakte:

gw@bluesearch.dk

27 64 27 27

www.bluesearch.dk

[LinkedIn - blue search & selection](#)

[LinkedIn - Gustav Wenneberg](#)

prioritér rekrutteringsprocessen



Rekruttering rummer mange forskellige aspekter, mulige tilgange samt potentielle faldgruber, og bør prioriteres højt.

Konsekvenser ved en fejlrekruttering

De fleste virksomhedsejere og beslutningstagere har en travl hverdag med et naturligt fokus på bl.a. drift, produktion, salg, økonomi og meget andet. Det resulterer ofte i, at rekruttering bliver nedprioriteret. Det kan have en række negative konsekvenser, hvis processen ender med en fejlrekruttering:

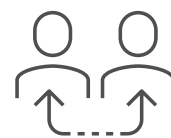
- manglende præstation og engagement
- manglende indtjening/performance
- uro og utilfredshed i organisationen
- dårlig signalværdi overfor kunder
- omkostninger til fratrædelsesordning
- omkostninger til ny rekrutteringsproces
- omkostninger til oplæring af ny medarbejder

Gør dig umage. Det betaler sig!

Omvendt vil en opprioritering af rekrutteringsprocessen have en værdiskabende effekt, fordi høj kvalitet i processen smitter af – ikke bare på kvaliteten i kandidatfeltet, men også internt i virksomheden.

De bedst kvalificerede kandidater er ofte konstruktivt kritiske og meget bevidste om deres karrierevalg. Hvordan de 'møder' din virksomhed, er derfor afgørende for, om de overhovedet vælger at søge stillingen og i sidste ende takke ja til ansættelsen.

det rigtige match

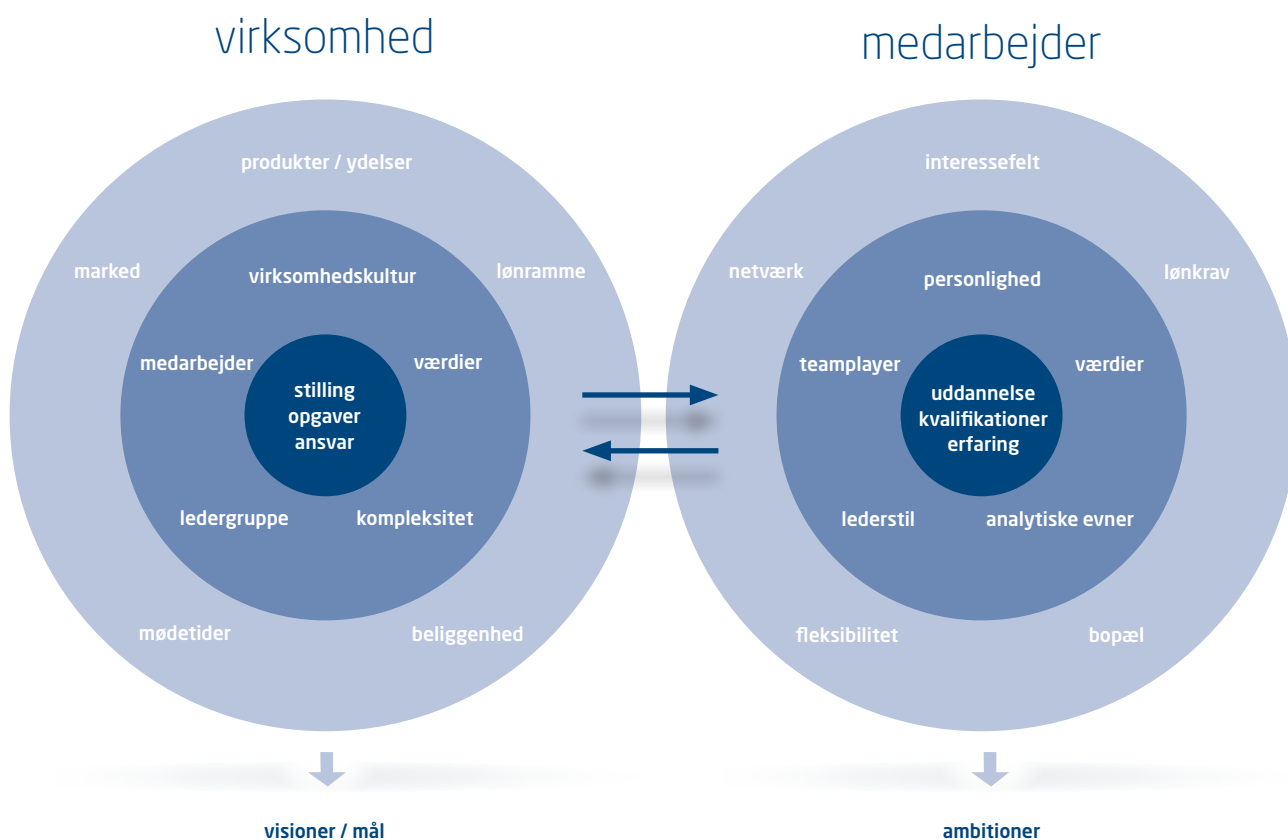


Leg med den tanke, at du er træner for det danske fodboldlandshold.

Hvis I skal skabe de bedste resultater, er det afgørende, at dine spillere er nøje udvalgte, og at de leverer både individuelt og som en del af holdet. Det samme gør sig gældende i din virksomhed. Det handler om at finde talentfulde medarbejdere, der fagligt matcher virksomhedens behov og samtidigt passer godt ind i organisationen.

Figuren illustrerer nogle af de faktorer, der gerne skal spille godt sammen. Du kan med fordel tilføje flere.

Husk at det rigtige match går begge veje. Medarbejderen skal passe til virksomheden, men virksomheden skal også passe til medarbejderen.





Overvejelser før I sætter processen i gang

Behovet for rekruttering opstår nogle gange som del af en strategi. Andre gange opstår behovet mere pludseligt grundet uventet opsigelse. Det vil, uanset hvordan behovet opstår, være en god idé at forberede sig bedst muligt og have en strategi for rekruttering klar.

- Hvem skal involveres i processen?
- Har vi de rigtige ressourcer til rådighed?
- Har vi de rigtige værktøjer?
- Har vi den fornødne tid til rådighed?
- Kan vi alt selv, eller skal vi have hjælp fra ekstern partner?
- Hvilken rekrutteringsstrategi skal vi vælge?
- Hvilken annonceringsstrategi skal vi vælge?
- Hvilket design skal stillingsopslaget have?
- Skal vi supplere processen med udarbejdelse af test?

Tænk baglæns!

En typisk 'fælde', som mange falder i, når de skal rekruttere, handler om tid og timing.

Det er således afgørende, at man planlægger en proces med mulig afslutning og kontraktskrivelse op til et månedsskift og ikke lige efter. Tag udgangspunkt i dato for ønsket opstart og planlæg rekrutteringsprocessen 'baglæns'.

Et klassisk forløb varer typisk 4-6 uger + en måneds opsigelse fra kandidatens side. Vær opmærksom på ferieperioder og højtider, der kan komme i vejen for processen.



Branding

Der skal helst være styr på den overordnede branding af virksomheden før opstart. Det betyder eksempelvis, at indhold på website samt sociale medier gerne skal være opdateret og relevant.

Alt for mange virksomheder undervurderer betydningen af 'synlighed' og at være 'up to date'.

Kandidaterne researcher typisk omkring virksomheden, inden de beslutter sig for at søge, og det kan have stor negativ effekt, hvis helhedsindtrykket er ringe. Husk, at konkurrencen om de gode medarbejdere er hård, og at I som virksomhed også er på 'valg' og skal fremstå professionelt.

GDPR

Det er en fordel at have godt styr på GDPR/persondataforordningen før opstart. Som virksomhed håndterer I store mængder personoplysninger gennem et rekrutteringsforløb, og det er jeres ansvar at beskytte disse oplysninger gennem alle faser af forløbet; modtagelse, registrering, systematisering, opbevaring, søgning, brug, videregivelse, print, sletning og tilintetgørelse.

Rekrutteringsforløb - huskeliste



Denne huskeliste giver i stikord et overblik over, hvordan et rekrutteringsforløb kan se ud. Husk, at du kan gøre dokumentet til dit eget og tilpasse det din virksomhed. På de næste sider vil de enkelte punkter blive belyst mere grundigt.

Behovsafdækning

- Ansvarsområder
- Opgaver
- Faglig profil
- Menneskelig profil
- Ønsket opstart og tidsplan
- Personprofiltest af leder og eventuelt nærmeste kolleger

Stillingsopslag

- Indhold
- Design

Annoncering

- Jobportaler
- Andre online medier

Search

- LinkedIn
- Netværk

Vurdering og opdeling af kandidatfelt

- A har klart potentiale
- B afklaring omkring ét eller flere punkter
- C nej tak

Telefoninterview

- Find topfelt blandt primært A-kandidater

Udarbejdelse af test på topfelt

- Personprofil test
- Analytisk test
- Definér topfelt efter test

Samtaler

- Mød forberedt op!
 - ansøgning/cv printet ud og læst
 - vær klar i god tid
 - sluk din mobil
- Kaffe + præsentation af deltagerne
- Præsentation af virksomhed
- Stillingen i korte træk
- Kandidatens motivation for at søge
- Kandidatens uddannelsesmæssige baggrund
- Kandidatens erfaring og ansættelser
- Kandidatens arbejdsstil
- Kandidatens personlighed (styrker/svagheder)
- Kandidaten privat
- Spørgsmål
- Løn m.m.
- Det videre forløb
- Evt. en kort rundvisning

Referencer

- Leder
- Evt. kolleger



Behovsafdækning

En grundig behovsafdækning er afgørende for en god proces. Kig fremad i forhold til strategi og udvikling, og spørg jer selv, hvilke behov I står overfor i nærmeste fremtid. Benyt lejligheden til at kigge indad i organisationen og vurdere, om de forskellige ansvarsområder bliver dækket af de rigtige medarbejdere. Hvem skal den nye medarbejder samarbejde med, og hvilken betydning har det for ønskede menneskelige egenskaber? Det er typisk sundt for processen, hvis I tager berørte medarbejdere med på råd, så de føler sig hørt.

Brug af personprofiltest i indledende fase

Det kan ofte være et vigtigt værktøj at supplere med personprofiltest allerede i den indledende fase – og på flere niveauer. Det kan eksempelvis være relevant at teste nærmeste leder eller kolleger, idet øget indsigt omkring kommende samarbejder øger chancen for fælles succes. Du kan med fordel 'tegne' en ønsket menneskelig profil for en kommende medarbejder, og husk igen om muligt at inddrage berørte medarbejdere. Jo større bevidsthed og jo større skarphed i stillingsopslaget, desto bedre chancer for at tiltrække de rigtige kandidater.

Den ønskede profil kan ligeledes benyttes mod slutningen af processen, hvor du kan matche de forskellige topkandidater op imod den ønskede profil og få et mere nuanceret beslutningsgrundlag.

Stillingsopslag

Brug tid på at skrive et godt stillingsopslag! Dette punkt bliver ofte forsømt, hvilket kan have store negative konsekvenser for den videre proces. Kan du ikke selv, så få hjælp! Og husk nu at læse korrektur! Det er desuden et plus, hvis stillingsopslaget bliver sat pænt op i tråd med virksomhedens grafiske identitet. Stillingsopslaget kan bygges op på mange måder alt efter, hvor kreative I ser jer selv som virksomhed. Her er et klassisk eksempel på opbygning:

- Overskrift
- Kort intro
- Din rolle
 - placering i organisationen
 - ansvarsområder
 - opgaver
- Din faglige profil
- Din menneskelige profil
- Kort beskrivelse af virksomheden
- Processen



Annoncering

Det gælder som udgangspunkt om at skabe størst mulig synlighed omkring stillingen. Find og brug de kanaler og medier, der matcher målgruppen bedst. Du kan med fordel kombinere stillingsopslag på eksempelvis Jobindex med målrettet annoncering på LinkedIn eller Facebook. Det er ikke svært at sætte en annonce op, og de fleste bliver overraskede over, hvor specifiktannoncen kan målrettes mod den ønskede målgruppe. Har du tid og er i et kreativt humør, så kan stillingsopslaget via ekstern samarbejdspartner 'designes' i form af en video.

Search

Du kan med fordel supplere jeres annoncering med search på LinkedIn, enten selv eller via en samarbejdspartner. Ved search identificerer og kontakter du mulige spændende emner angående stillingen og indbyder til videre dialog. Dette er en 'mildere' udgave af headhunting. Inddrag gerne medarbejderne aktivt i en search-proces og opfordr til, at de kontakter profiler via deres netværk.

Håndtering og behandling af ansøgninger

Sørg for at behandle kandidaterne med respekt. Det er jeres ansvar som virksomhed at have styr på processen og sikre god kommunikation – herunder svar på ansøgning. Håndtering og behandling af ansøgninger bør sættes i system, så kandidaterne føler sig godt informeret. Du kan med fordel anvende et e-rekrutteringssystem, der lever op til GDPR/persondataforordningen. Tjek at systemet er opdateret i forhold til korrekte standardsvar mm.

Hvis du modtager ansøgninger via mail, så skal du være ekstra opmærksom på, at I som virksomhed lever op til GDPR/persondataforordningen. Ansøgningerne kommer let til at 'flyde rundt' i organisationen, blive videresendt og printet, hvormed I ikke lever op til jeres ansvar. Sørg for at alle involverede parter er orienteret omkring interne politikker og korrekt håndtering af personfølsom data.

En typisk faldgrube ved at modtage ansøgninger via mail er at glemme at få svaret kandidaterne. Du kan også gøre det på den klassiske måde med et svar ved modtagelse af ansøgning og et svar, når processen afskattes. Du kan også vælge at spare administrativ tid med et smart 'alt-i-ét' mailsvar:



“Kære kandidat, Tak for din ansøgning.

Hos arbejder vi ud fra en målsætning om at finde det helt rigtige match mellem mellem os og en kommende medarbejder. Vi vurderer løbende kandidatfeltet og koncentrerer os om de profiler, der matcher vores ønsker og behov bedst muligt. Har du ikke hørt fra os i løbet af to uger skyldes det, at fokus er rettet mod andre ansøgere i kandidatfeltet, og du kan betragte denne mail som et venligt afslag.

Vi arbejder til orientering ikke med en selvstændig cv-bank, og din ansøgning og dit cv vil derfor blive slettet, så snart rekrutteringsprocessen er gennemført.

Vi ses måske. Og hvis ikke, så ønsker vi/jeg dig fortsat held og lykke på din vej.”

Husk at behandle kandidaterne med fortrolighed. Du skal have kandidatens tilladelse til at indhente referencer. Det er således ikke tilladt at ringe til en ven fra ens netværk, og under 'fortrolighed' spørge til, hvad han/hun tænker om pågældende kandidat.

Indledende vurdering

Du kan med fordel dele kandidaterne op i tre grupper, A, B og C, og herefter koncentrere dig om primært A-kandidaterne - sekundært om B-kandidaterne. En B-kandidat kan eksempelvis have de rigtige kvalifikationer, men bo lidt for langt væk. Har du mange A-kandidater, så brug din tid på dem.

Telefoninterview

Når du har fundet et topfelt af A-kandidater baseret på ønsker og behov, kan du med fordel gennemføre et kortfattet telefoninterview. Send en sms og aftal tidspunkt, typisk uden for normal arbejdstid.

Tag en kort snak, hvor du får en fornemmelse af kandidatens motivation for at søge stillingen. Vær opmærksom, hvis du fornemmer, at kandidaten blot har søgt stillingen, fordi han/hun skal. Du kan med fordel spørge ind til umiddelbare forventninger til bruttoløn, også selvom det kan være svært i situationen. Det giver ingen mening for nogen af parterne at bruge tid i en videre proces, hvis I ligger lønmæssigt alt for langt fra hinanden. På baggrund af cv, ansøgning, og indledende snak vurderer du, om kandidaten skal videre til samtale og test. På denne måde skærer du feltet betydeligt ind og sparer tid og penge i forhold til resten af vurderingsprocessen.



Brug af test i den afsluttende fase

Udarbejdelse af tests fungerer som et meget stærkt supplerende værktøj i processen og er med til at skabe et mere nuanceret beslutningsgrundlag. En personprofiltest giver et billede af ansøgerens typiske adfærd. Har du ved forløbets start tegnet en ønsket personprofil, kan du nu holde testede A-kandidater op imod denne og få et indblik i hvem, der matcher bedst. Du modtager en testrapport, der skaber overblik, og typisk en mundtlig gennemgang heraf. Kandidaten modtager ligeledes en testrapport og typisk også en individuel testtilbage melding. Du kan med fordel også få udarbejdet en analytisk test af A-kandidaterne og dermed sikre et tilpas højt analytisk niveau. Udarbejdelse af tests kan foretages enten før eller efter samtalerne.

Fordelen ved at udarbejde test før en eventuel samtale er, at du kan spare tid og kun indkalde de A-kandidater, der matcher stillingen i tilpas høj grad.

Samtale

Gennemfør en struktureret og kompetencebaseret samtale og få et solidt beslutningsgrundlag. Du skal således være bevidst om, hvad du ønsker afdækket gennem samtalen. Se forslag til interviewskema senere. Det er vigtigt, at du tilretter skemaet til din virksomhed og eventuelt arbejder med to versioner – ét skema til rekruttering af funktionærer og ét til timelønnede.

Referencer

Husk at indhente referencer! Det kan være, at du har overset noget i mødet med din favoritkandidat. Spørg gerne bredt og åbent ind til personens oplevelse af X. Spørg specifikt ind til aspekter, som du ønsker afklaret. Husk at få kandidatens tilladelse til at indhente referencer først!

interviewskema



Stilling		Afdeling/ansvarlig	
Navn		Alder	Kontaktinfo
Nuværende jobstatus?	Mulig startdato?	Aktiv i relation til andre stillinger?	Lønniveau?
Hvad kender du til virksomheden, og hvad tiltaler dig ved virksomheden?			
Hvad er din motivation for at søge stillingen?			
I hvilken retning går dine jobambitioner?			
Fortæl om dit valg af uddannelse og hvilke fagområder du finder særlig interessant			
Fortæl om de steder du har arbejdet og hvad din rolle har været. (vær særlig opmærksom på jobskifte, korte ansættelser og "huller" i CV)			
Hvilke arbejdsopgaver motiverer dig, og hvilke går du helst udenom?			
Hvordan vil du karakterisere din arbejdsstil eller tilgang til dine arbejdsopgaver?			
Hvad ser du som dine styrker – fagligt og menneskeligt?			
Hvad ser du som dine svagheder – fagligt og menneskeligt?			
Hvordan reagerer du under pres på tid og hvordan reagerer du i en konfliktsituation?			
Hvad kendetegner en god chef for dig?			
Beskriv dine sproglige kompetencer (tjek eventuelt niveau ved at slå over i pågældende sprog)			

interviewskema



Fortæl lidt om dine familiemæssige forhold, herunder børn mm.					
Hvordan får I hverdagen til at fungere mht at bringe/hente børn? Hvordan passer vores arbejdstider i forhold til jeres hverdag?					
Forventer du/I umiddelbart at blive boende, hvor du/I bor? (vurdering af, hvor stabil kandidaten må forventes at være)					
Hvad laver du i din fritid?					
Noter					
Vurdering af faglige kvalifikationer					
Vurdering af menneskelige kvalifikationer					
Vurdering af analytiske evner.					
Vurdering af formuleringsevne					
Vurdering af sproglige evner					
Vurdering af fremtoning					
Vurdering af anbefalinger/referencer					
Samlet vurdering					
Next step					

Brug skemaet som det er eller tilret det til din virksomhed.



Tak fordi du læste med

Er du kommet hele vejen igennem guiden, er jeg sikker på, at du er klædt rigtig godt på til at få succes med din virksomheds næste rekrutteringsforløb.

Guiden er udarbejdet af Gustav Wenneberg fra konsulentvirksomheden blue search & selection. Har du som virksomhedsejer eller HR-ansvarlig spørgsmål til guiden, eller ønsker du sparring til eksempelvis udarbejdelse af stillingsopslag eller test, så er du velkommen til at kontakte:

gw@bluesearch.dk

27 64 27 27

www.bluesearch.dk

[LinkedIn - blue search & selection](#)

[LinkedIn - Gustav Wenneberg](#)

Held og lykke med rekrutteringen!