

Stärkung des Employer-Brandings durch Umsetzung eines Candidate-Journey-Managements

Zusammenfassung

In einem kleinen Team haben wir in Kooperation mit einem mittelständischen IT-Unternehmen, das Probleme mit der Beschaffung und dem Halten von spezialisierten Fachkräften hatte, ein vorhandenes Problem untersucht und Lösungsvorschläge erarbeitet.

Zuerst wurden die Probleme des auftraggebenden Unternehmens geklärt und analysiert. Mit den vorhandenen Daten haben wir uns für das Candidate-Journey-Management entschieden.

Die Candidate Journey leitet sich ursprünglich aus der Customer Journey ab, ein Bereich aus dem Marketing, der alle Kontaktpunkte zwischen Marke und Käufer definiert. Die Summe aller Kontaktpunkte und die individuellen Erfahrungen, die der Bewerber dabei sammelt, werden als Candidate Journey bezeichnet.

Das Recruitingverfahren wird hinterfragt, indem der Personaler die Seite des Bewerbers einnimmt und diese kritisch hinterfragt. Dabei werden die Kontaktpunkte zwischen Bewerber und Unternehmen ausgemacht; außerdem wird herausgefiltert, was für den Bewerber wichtig ist und an welchen Stellen/Kontaktpunkten möglicherweise Probleme oder Unstimmigkeiten auftreten. Aus diesen und weiteren Faktoren ergibt sich die Candidate Experience, also die persönliche Erfahrung während des Bewerbungsprozesses.

Durch das Candidate-Journey-Management wird eine positive Wirkung sowohl nach innen als auch nach außen erhofft. Nach innen richtet es sich an die Mitarbeiter; Arbeitgeber stärken damit die emotionale Bindung, was wiederum positive Auswirkungen auf die Qualität der Arbeit hat.