

schnelleStelle.de

Recruitment Analytics | Okt 2020





Vorteile durch Recruitment Analytics

Maßnahmen vergleichbar machen

Die wichtigste Kennzahl, um externe Recruiting-Maßnahmen zu analysieren, bildet sich durch die „Kosten pro Bewerbung“ (CPA - Cost-per-Application) ab. Weiterhin sollten Sie überprüfen, welchen Anteil einzelne Recruiting-Kanäle (Karriereseite, Jobbörsen, soziale Medien) am Recruiting-Erfolg ausmachen.

Investitionen in Personalmarketing-Maßnahmen

Mithilfe dieser Kennzahlen können Personalverantwortliche den Erfolg von Maßnahmen auswerten und das Recruiting-Budget kontrollieren. Nur mit einer effektiven Auswertung verschaffen Sie sich so Wettbewerbsvorteile gegenüber Konkurrenten.

Leistung einzelner Recruiting-Kanäle vergleichen

Am wichtigsten ist es, herauszufinden über welche Kanäle Aktivität mit Ihrer Stellenanzeige generiert wird. Unsere erfahrenen Recruiting-Experten stehen in engem Kontakt zu unseren Reichweiten-Partnern und können Ihnen jederzeit Daten wie z.B. Klickzahlen liefern.

Bei **Active Sourcing**, der Kandidaten-Direktansprache, stehen Ihnen zudem weitere interessante Kennzahlen wie genutzte Netzwerke, Antwort- und Bewerberquote oder eventuelle Ablehnungs-Gründe zur Verfügung.

Bei **Social Recruiting** Maßnahmen (Facebook Ads, LinkedIn Ads, ...) erhalten Sie auf Anfrage nicht nur Klickzahlen und Impressionen, sondern auch weitere Informationen wie z.B. Geschlecht oder Alter der erreichten Personen.



Kennzahlen sinnvoll nutzen

Weitere interessante Daten sind z.B. die Zeitspanne von der Ausschreibung der Stelle bis zur Besetzung (Time-to-Hire) oder die entstehenden Kosten, die anfallen, wenn eine Stelle unbesetzt bleibt (Cost-per-Vacancy). Zwei weitere wichtige Kennzahlen sind die Kosten, die durchschnittlich notwendig sind, um eine Stelle zu besetzen (Cost-per-Hire) und das Verhältnis der ausgeschriebenen Stellenangebote zum Verhältnis der Bewerberanzahl. All diese Kennzahlen können für das Controlling von Recruiting-Maßnahmen relevant sein. Hilfreich ist es, diese Daten zu sortieren und an der richtigen Stelle, z.B. in Budgetverhandlungen mit Vorgesetzten anzubringen.

Das WER ist wichtiger als das WAS.