

Indeed - Marketing | How to Homeoffice: Digitales Recruiting | Indeed Deutschland

Hallo und herzlich willkommen zu unserem heutigen Webinar zum Thema digitales Recruiting.

Mein Name ist Tim Verhoeven und ich freue mich heute sehr, Sie durch die nächsten 20 Minuten begleiten zu können und Ihnen einen schönen Einblick in dieses aus meiner Sicht sehr, sehr wichtige Thema digitales Recruiting zu geben.

Ich werde jetzt die Präsentation für Sie starten, sodass Sie möglichst viel von dem mitnehmen können.

Das Ganze wird aufgezeichnet, was ich heute mache.

Das heißt, Sie können gerne auch gucken, entweder in Live-Chat Kommentare mit reingeben oder aber im Nachgang auch gerne noch Fragen stellen.

Also, das Thema digitales Recruiting gerade mit dem heutigen Fokus auf das Thema ja, wir sind alle im Homeoffice. Wir haben eine herausfordernde Situation und versuchen uns dieser Situation einfach auch mal zu nähern.

Deswegen das Thema sehr, sehr wichtig. Ich habe darüber im letzten Jahr auch ein Buch veröffentlicht, wo es wirklich genau um die verschiedenen Punkte des digitalen Recruitings geht und ich glaube, deswegen kann ich Ihnen heute paar schöne Einblicke geben, zumindest ein paar kleine Möglichkeiten, wie man sich der Dinge, der Sache vernünftig nähern kann.

Also, Sie wissen auch, das normale Business as usual im Recruiting ist momentan nicht möglich.

Wir haben Einschränkungen im Bereich des personellen Kontaktes und müssen natürlich gucken, wie können wir eigentlich damit umgehen und wir haben heute so unsere Learnings aufgeschrieben, was wir wissen, sowohl aus der Theorie als auch aus der Praxis, was funktioniert.

Worauf kann man mit kleinen Dingen achten, um es besser zu machen, um das Beste für sich als Unternehmen, aber auch für die Bewerber zu machen? Deswegen ein paar kleine Tricks und ich freue mich, diese Ideen mit Ihnen teilen zu können.

Die Themen, die wir heute durchgehen, sind so ein bisschen fokussiert, wie man so eine klassische Candidate Journey auch durchgeht, wie man also sagt okay, es fängt am Anfang an, vielleicht mit dem Thema der Stellenanzeige. Jemand wird auf eine Stellenanzeige aufmerksam.

Was kann man eigentlich auch in der heutigen Zeit in Stellenanzeigen schon verändern, mit kleinen Kniffen darauf vorbereiten, wenn man möglicherweise noch Leute sucht, das vielleicht auch anders anzugehen, dann ganz, ganz wichtiges Thema das Thema Candidate Experience.

Also, wie schaffe ich es eigentlich, in so einer digitalen Umgebung trotzdem Bewerber zu begeistern?

Das Thema Auswahlprozess auch da nochmal, was für Möglichkeiten gibt es?

Vielleicht Videointerviews oder andere und wie kann man auch da richtig umgehen und worauf sollte ich achten?

Und dann auch der Prozess danach, was ist eigentlich nach der Entscheidung?

Wie kann ich auch diese Erfahrung für Bewerber irgendwie ganz toll machen und auch möglichst von beiden Seiten viel bei rausholen?

Wir haben ungefähr 20 Minuten Zeit und ich freue mich schon auf die nächsten Minuten.

Das erste Thema ist die Stellenanzeige, eigentlich ein Klassiker und trotzdem gerade in der aktuellen Zeit ein paar kleine Tipps, worauf man achten sollte, was man besser machen kann. Warum ist das so?

Weil wir sehen, das Suchtverhalten hat sich logischerweise seit dem das Thema COVID-19 auch in den Medien stärker repräsentiert wurde, haben wir gesehen, dass sich gewisse Dinge ändern.

Sie sehen hier eine Statistik, die wir gemacht haben und zwar Suchanfragen nach dem Begriff Homeoffice, die wir bei uns auf der Seite gesehen haben, die einfach ja seit Mitte März, seitdem das Thema immer präsenter wurde, einfach auch rasant gestiegen ist.

Und das ist dann auch zum Beispiel ein Tipp, wenn man etwas anbietet, was im Homeoffice ist, das explizit so zu nennen.

Der Begriff Homeoffice ist der mit weitem Abstand gängigste Begriff.

Also, verzichten Sie auf Begriffe wie Telearbeit oder sonstige Dinge.

Die Leute suchen nach Homeoffice.

Also, ist das auch der Begriff, den man tatsächlich empfehlen, den man nutzen sollte.

Die Stellenbeschreibung, auch da wieder ein schönes Beispiel.

Sie haben Ihre Stellenanzeigen, jetzt sagen Sie ja, ich besetze die doch weiterhin.

Es ist doch alles klar. Warum soll ich da was ändern?

Versuchen Sie sich nur einen Moment mal in die Situation eines Bewerbers hineinzusetzen.

Der Bewerber kriegt den ganzen Tag irgendwo mit über Medien, das gerade Unternehmen drüber nachdenken, vielleicht sogar Leute in Kurzarbeit zu schicken oder andere Sachen.

Da ist man nicht mehr mit dem Selbstverständnis unterwegs, dass alle Stellen, die man draußen findet, auch tatsächlich zu besetzen sind.

Deswegen, der wichtigste Hinweis am Anfang, machen Sie wirklich deutlich, dass Sie auch in der aktuellen Phase tatsächlich einstellen.

Wir haben es hier in dem Beispiel drin, wo wir geschrieben haben.

Wir suchen auch in der aktuellen Situation weiter Verstärkung für unseren telefonischen Kundenservice.

Das ist tatsächlich wichtig. Sie werden merken, es macht einen Unterschied.

Und wenn man drüber nachdenkt, ist es auch total nachvollziehbar, dass Menschen unsicher sind in dieser Zeit und wenn Sie es schaffen, etwas weniger Unsicherheit zu vermitteln, dann werden Sie davon profitieren.

Erklären Sie auch wenn es Veränderungen im Bewerbungsprozess geht, wenn ein Mensch mit der Sorge ist okay ich will nicht mehr so viel direkten Kontakt mit anderen Leuten haben und ich versuche, jeden überflüssigen persönlichen Kontakt mit Menschen möglicherweise auch gerade herunterzuschrauben.

Macht es natürlich Sinn, dass Sie als Unternehmen diese Prozesse möglicherweise auch digital abbilden und darauf auch hinweisen in der Stellenausschreibung schon sagen okay, wir haben einen kompletten digitalen Bewerbungsprozess.

Die Bewerbung erfolgt auch komplett digital.

Das heißt, den Leuten auch da wieder die Unsicherheit nehmen.

Das ist ein wesentlicher Punkt und da können Sie mit wenig Aufwand schon viel mit erreichen.

Wenn Sie im Homeoffice arbeiten, habe ich gerade schon gesagt, nutzen Sie diese Möglichkeit, das auch explizit zu benennen.

Machen Sie es nicht nur, wenn Sie grundsätzlich im Homeoffice arbeiten, sondern vielleicht auch, wie es in der aktuellen Situation ist, weil viele Bewerber fragen sich natürlich okay, wie ist denn das aktuell?

Es gibt ja immer noch Unternehmen, wo die Leute wirklich jeden Tag ins Büro gehen und die Frage ist natürlich wie ist es bei Ihnen im Unternehmen?

Ist es so, dass man täglich noch ins Büro rein kommt? Dann schreiben Sie es rein.

Ist es so, dass Sie jetzt eine Phase haben und alle sagen okay, für die nächste Zeit arbeiten wir alle im Homeoffice, dann schreiben Sie auch das rein, auch da Unsicherheit auf Bewerberseite können Sie relativ leicht beheben.

Deswegen, nutzen Sie das und präsentieren Sie sich als soliden, vielleicht auch krisensicheren Arbeitgeber, wenn Sie es denn sind.

Ein schönes Beispiel, was ich gefunden habe, von der Deutschen Bahn.

Deutsche Bahn macht momentan sehr intensiv auch Werbung, genau mit den Punkten, die wir gesagt haben.

Sie machen es nämlich genau so und sagen okay, wir suchen auch weiterhin, auch in der aktuellen Krisenzeit suchen wir Leute und machen das wirklich aktiv und nehmen den Leuten die Ängste dabei und hier haben wir auf der sogenannten Company Page, die bei uns bei Indeed, also eine Unternehmensseite, die Sie bei uns bei Indeed finden können, haben Sie es auch schön noch mit Social-Media- Kanälen unterlegt, wo dann drinsteht: Die Gesundheit aller hat für uns oberste Priorität.

Darum sind wir in Gesprächen und Veranstaltung nun auch digital für dich da.

Also, direkt schonmal sagen okay, kommt cool.

Wenn du dich bei uns bewirbst, lieber Bewerber, brauchst du keine Angst haben, dass du dann zu einem persönlichen Vorstellungsgespräch kommst, wo du möglicherweise ein Gesundheitsrisiko eingehst, sondern wir versuchen das für dich in deinem Sinne, und auch um unsere Mitarbeiter zu schützen, möglichst digital zu machen.

Finde ich ein tolles Statement. Hut ab, Deutsche Bahn, wirklich gut gemacht und was die Deutsche Bahn kann, können Sie doch auch.

So, nächstes Thema sehr, sehr wichtig Candidate Experience. So mal ganz kurz, was heißt denn Candidate Experience?

Es heißt, wir versuchen, die Bewerbungserfahrung des Bewerbers möglichst gut hinzukriegen.

Das heißt, ein Bewerber soll ein positives Erlebnis haben, wenn er sich mit uns in Kontakt gerät.

Wenn er unsere Stellenanzeige sieht, wenn er in Vorstellungsgespräch ist und so weiter und so fort.

Und das sollte auch in einem digitalen Auswahlprozess nicht vernachlässigt werden.

Man hat natürlich Sorge, dass manche Sachen vielleicht nicht so gut gehen, aber auch da gibt es ein paar Tipps, was man machen kann, um auch dieses Erlebnis möglichst gut für alle Seiten hinzukriegen.

Wir wissen das natürlich, dass eine rein digitale Kommunikation es erstmal einmal schwieriger macht, das ist genauso wenn Sie mich jetzt hier sehen, hat es eine andere Wirkung auf Sie, als wenn wir uns jetzt gegenüber sitzen würden oder wenn ich jetzt im Plenum zu Ihnen sprechen würde.

Das ist ganz normal. Es liegt in der Natur des Menschen.

Es ist vollkommen okay, aber man kann auch daran arbeiten.

Versuchen Sie trotzdem, das Ganze irgendwie persönlich zu machen.

Versuchen Sie also, statt hier nur reine Telefonkonferenzen mit den Leuten Videokonferenzen zu machen, dass die Menschen sich auch sehen und Sie trotzdem auch als Menschen wiederum wahrnehmen.

Versuchen Sie auch in der Kommunikation, wenn Sie so Standardkommunikation haben, versuchen Sie auch immer wieder darauf hin zu wirken.

Erklären Sie den Leuten auch, warum Sie das machen.

Erklären Sie, dass Sie es gerade auch machen, um vielleicht auch für Ihre eigenen Mitarbeiter Verantwortung zu übernehmen, sowas kommt momentan auch sehr gut an. Es ist ja auch ein tolles Zeichen, wenn man das Gefühl hat, als Mitarbeiter ist, dass dein Arbeitnehmer- der Arbeitgeber sich wirklich Mühe macht und sich auch sorgt, um die Mitarbeiter. Es ist ein tolles Zeichen in der heutigen Zeit, umso wichtiger, denn je. Versuchen Sie es auch transparent zu machen.

Versuchen Sie von Anfang an den Leuten auch zu zeigen, was sind denn die richtigen Schritte, die wir machen?

Warum machen wir die so wie wir sie machen und den Leuten auch nicht die Angst nehmen.

Auch Bewerber haben manchmal Angst, dass Persönlichkeit da auf der Strecke bleibt, von beiden Seiten, dass man vielleicht den Arbeitgeber nicht so toll kennenlernt, wie in einem normalen persönlichen Gespräch oder aber, dass man vielleicht auch selbst nicht so rüberkommt.

Nehmen Sie den Menschen die Angst und es gibt schön viele Tools, die man ausprobieren kann.

Gucken Sie immer, dass Sie, wenn Sie etwas ausprobieren, ich geh nachher noch beim Thema des Auswahlprozesses und der Eignungsdiagnostik drauf ein, dass Sie sich so ein bisschen daran orientieren, was zumindest irgendwie halbwegs wissenschaftlichen Standards ist, wenn es in Teil der Auswahlprozesse ist, wenn es reine Kommunikations-Tools sind, achten Sie ein bisschen auf das Thema Datenschutz.

Das sind halt wichtige Dinge auch, die man nicht vergessen darf bei einem neuen Austesten, ob es nun über Chatbots, über interaktive Spiele oder sonstige Sachen gibt, interaktive Sprechstunden, die man mit Leuten machen kann.

Ich glaube, es gibt ganz viele Möglichkeiten, versuchen Sie sich so ein bisschen auf ein paar Sachen zu fokussieren.

Gucken Sie, was passt zu Ihnen als Unternehmen und wie es dann auch mit der Zeit die Bewerberresonanz.

Wenn man sich die Candidate Experience anschaut, gibt's verschiedenste Modelle, es gibt sechs Phasenmodelle, hier haben wir jetzt so ein vier Phasenmodell. Es beginnt eigentlich in dem Moment, wenn ein Bewerber sich bewirbt in diesem Modell.

Das heißt, das sind schon Dinge, die heutzutage relativ standardisiert digital auch stattfinden.

Die wenigsten kommen jetzt noch irgendwo hin und geben ihre Mappe persönlich ab.

Wir sehen, dass sämtliche Statistiken eigentlich auch zeigen, dass die Digitalisierung da eigentlich schon sehr, sehr gut stattgefunden hat, wo es weniger ist, ist das Thema des Interviews.

Da gehe ich gleich nochmal ein bisschen drauf an, wie das aussehen kann.

Und dann kommt das Thema okay, die Leute kriegen einen Vertrag zugeschickt und wie gehe ich eigentlich dann mit denen um? Auch da haben wir nochmal ein paar Tipps für Sie und dann gibt's irgendwann das Thema On-Boarding und das Thema ist so komplex, dass wir gesagt haben: Komm, wir widmen diesem Thema auch nochmal einem komplettem Webinar.

Das wird dann im Mai stattfinden und auch da ein sehr spannendes Thema, weil wir sagen okay, das jetzt so ein bisschen abzarbeiten, wäre eigentlich diesem spannenden, aber auch komplexen Thema nicht gerecht.

Da gehen wir nochmal spezieller drauf ein später.

Ich habe ja gerade schon gesagt, das Thema des Interviews, des Auswahlprozesses ist ein sehr wichtiger Punkt.

Da gibt's natürlich auch immer diese zwei Seiten. Auf der einen Seite ist es wichtig, dass wir eine gewisse Bewerberakzeptanz hinkriegen.

Das heißt, dass Bewerber zufrieden sind, begeistert sind in so einem Prozess, weil wir wollen ja sagen: Hey, cool.

Ich möchte bei diesem Arbeitgeber arbeiten.

Das möchten wir erreichen bei jedem Bewerber.

Auf der anderen Seite, haben wir aber auch die Aufgabe und die Pflicht, auch eine saubere Eignungsdiagnostik hinzukriegen und das beides zusammen in einem vielleicht auch Umfeld, wo wir noch unsicher sind, weil wir sagen okay, wir kennen nicht alle Tools, die da draußen sind.

Wir wissen noch nicht genau, die führen so zu ein paar Herausforderungen und wir versuchen Ihnen, ein bisschen was an die Hand zu geben, wie Sie diese Herausforderung einfach auch meistern können.

Die drei klassischen, ich nenne auch ganz bewusst nur die drei klassischen.

Es gibt noch mehr. Die drei klassischen Methoden, die gemacht werden, ist einmal das Telefoninterview.

Da gehen wir nicht tiefer drauf ein, weil das ist eigentlich schon bei den meisten Unternehmen Standardprozess.

Wir gehen auf die beiden anderen Themen ein.

Einmal auf das Thema Online-Assessments, worauf muss man da achten aber auch nur kurz, weil wir auch auf das Thema der Eignungsdiagnostik nochmal wahrscheinlich ein bisschen stärker eingehen werden in einem späteren Webinar und das Thema Videointerviews.

Wir werden da auf die synchronen Videointerviews eingehen primär. Es gibt auch asynchrone Videointerviews, ist heute nicht der Fokus, hat aber ähnliche Themen im Hintergrund, ähnliche Herausforderungen und ähnliche Möglichkeiten.

Wir wissen mittlerweile durch diverse Studien auch, dass ein gutes Online-Assessment ein sehr sehr faires, eine sehr sehr faire Methode ist, weil sie objektiv ist.

Ein gutes Online-Assessment ist nicht dadurch gekennzeichnet, dass es diskriminiert, dass es nicht irgendwelche, dass es beispielsweise Frauen benachteiligt, dass es Menschen mit Migrationshintergrund benachteiligt sondern, wenn es ein sauber standardisiertes Online-Assessment ist, hat es wirklich ein ganz, ganz großen Vorteil und den sollte man auch immer wieder hervorheben, dass es objektiv ist und dadurch auch fairer wird, wenn man es mit einem Online-Assessment versucht, bin ich immer dafür zu sagen okay, es gibt in Deutschland einfach auch ein paar gute Anbieter, die sowas machen.

Manchmal gibt's auch wie bei uns beispielsweise die Möglichkeit, auch da standardisierte Assessments auch mit zu nutzen.

Wichtig ist, wenn Sie gucken, was würde denn passen, was würde nicht passen.

Machen Sie sich an ein paar Sachen- versuchen Sie sich zu orientieren.

Erstens, es gibt die eignungsdiagnostischen Güterkriterien an die Sie sich orientieren sollten.

Das sind Grundlagen, das ist Reliabilität, Validität und Objektivität.

Diese drei Sachen sollten immer bei einem Online-Assessment geprüft werden.

Das heißt, ist es valide?

Also, wird wirklich das gemessen?

Ist es eine valide Vorausschau dessen, was eigentlich auch gemessen werden soll? Ist es objektiv?

Also, werden möglicherweise Dinge nicht richtig dargestellt, weil jemand gewisse Kriterien nicht erfüllt?

Also, werden vielleicht Frauen benachteiligt, werden Männer benachteiligt, werden Menschen mit Migrationshintergrund benachteiligt?

Hängt es davon ab, dass derjenige, der das Assessment durchführt, mal einen guten Tag hat, weniger guten Tag hat. Das sind so Kriterien, die man relativ leicht prüfen muss, prüfen kann und ist es am Ende des Tages auch tatsächlich reliabel.

Was ich immer als Empfehlung mitgebe, ist das Thema bleiben Sie so ein bisschen an der Praxis dran.

Das merken wir dann weniger aus der eignungsdiagnostischen Sicht, sondern eher aus der Sicht der Nutzerakzeptanz.

Bewerber mögen es und fühlen sich wohler, wenn sie erkennen können, was hat das, was jetzt hier getestet wird, mit meiner Praxis zu tun?

Das ist nicht immer so. Es gibt ein, zwei Ausnahmen.

Es gibt eine relativ hohe Akzeptanz von Intelligenztests mittlerweile, obwohl die sehr abstrakt sind und häufig gar nicht so viel mit der klassischen Tätigkeit zu tun haben, aber häufig ist es so und gerade wenn man vielleicht auch auf Zielgruppen geht, die ein bisschen jünger sind Azubis, Trainees, Studenten und so weiter, dass man da auch sehr, sehr gut damit vorankommt, wenn man den Leuten etwas gibt, was einen starken Bezug zur Tätigkeit hat.

Das ist immer wieder gut und man kann auch viele Tests so ein bisschen versuchen zu gucken, was haben Sie wirklich mit dem zu tun, was eine Person später tun muss?

Wichtig dabei in diesem Kontext ist natürlich, dass Sie die Methoden auch erklären. Also wenn Sie z. B.

einen Intelligenztest ansetzen und die Menschen den durchführen müssen, dann erklären Sie, warum Sie das machen.

Wenn Sie spezielle Aufgaben, Matrizentests oder andere Tests versuchen, mit den Leuten zu machen, erklären Sie, warum Sie dieses machen.

Erklären Sie die Vorteile davon auch.

Erklären Sie vielleicht sogar mit zwei, drei Sätzen, auf welchen Methoden das Ganze basiert, dass die Leute auch das Gefühl haben, hier wird kein Schabernack getrieben, auch da bitte nicht vergessen, es gibt auch sehr, sehr viele Methoden, die nachgewiesener Schabernack und nachgewiesen keine Validität haben.

Das heißt, da ist es dann sinnvoll, eine Münze zu werfen, als ein vernünftiges Ergebnis rauszukriegen.

Deswegen haben Leute natürlich berechtigterweise auch eine gewisse Skepsis dem gegenüber. Nutzen Sie die sogenannten Gamification Elemente.

Das heißt, es sind Elemente, der Begriff Gamification heißt so ein bisschen wie spielerische Elemente einzubringen und da gibt's viele Möglichkeiten und Methoden dazu.

Ob Sie es nun in ein Online-Assessment mit reinmachen oder versuchen, den Rahmen drumherum so ein bisschen Gamification zu machen und das Ganze ein bisschen einen spielerischen Selbstmotivation oder spielerische Motivatorik von Bewerbern anzusprechen, auch das ist immer wieder eine Möglichkeit, wie man nicht nur bei jüngeren Zielgruppen, sondern immer wieder etwas erreichen kann.

Klassische Elemente sind irgendwelche Levellemente, Highscore, Punktesystem oder sonstige Sachen.

Das sind alles Dinge, die unter dem Begriff Gamification zusammengefasst werden.

Googeln Sie den Begriff einfach, wenn Sie unsicher sind, was das vielleicht ist und wer der Anbieter ist.

Auch da gibt's echt tolle Möglichkeiten, wie man auch schafft, seine Arbeitgebermarke nach vorne zu bringen.

Bei meinem letzten Arbeitgeber haben wir auch solche Online-Assessments bei uns genutzt.

Haben genau diese Dinge auch beherzigt, haben versucht das Ganze auch mit einem gewissen Jobbezug auch zu machen, dass die Leute auch wussten okay, was bringt es mir haben die Methoden auch erklärt und den letzten Punkt, die Menschen haben bei uns auch ein Feedback bekommen, weil das sind immer wieder natürlich normal man investierten je nachdem, welches Online-Assessment es ist, relativ viel Zeit in sowas und es ist natürlich der innere Drang eines Menschen dann auch zu erfahren, wie hab ich bei sowas abgeschnitten? Deswegen, geben Sie den Menschen unbedingt ein Feedback und einen soliden Anbieter finden Sie auch daran, dass er Ihnen so ein bisschen Standards auch gibt, wie kann man den Leuten auch ein Feedback damit geben?

Oder eben die Leute bekommen das Feedback direkt nach Ausfüllung des Tests.

Auch das ist eine Möglichkeit.

Digitale Interviews sind auch, gerade so Videointerviews, natürlich etwas, was ein bisschen anders funktioniert, so der größte Klassiker ist, wenn ich mit Ihnen Aug in Aug zusammensitzen würde, in einem Interview würde ich versuchen, immer in Ihre Augen zu schauen.

Das ist die Natur des Menschen, würde ich die ganze Zeit woanders hinschauen, hätten Sie das Gefühl, ich rede nicht mit Ihnen.

In dem Fall ist es so, ich habe hier zwei Monitore.

Das heißt, auf dem einen Monitor, wenn ich gerade hier hinschaue, sehe ich das, was ich gerade präsentiere.

Ich weiß natürlich immer wieder, dass ich immer wieder in die Kamera schauen muss.

Jemand, der nicht viele Webinare macht oder nicht häufig solche Videointerviews macht, kommt damit durcheinander.

Der guckt entweder hierhin, weil er gerade nur einen Monitor hat, guckt auf den anderen Monitor. Man hat immer wieder das Gefühl, der guckt mich nicht an. Das hat aber nichts damit zu tun, dass er Sie nicht anguckt, sondern nur, dass er nicht geübt ist im Umgang mit Videointerviews.

Deswegen ist das so einer der größten Klassiker, der gerne vergessen wird.

Deswegen trainieren Sie einfach auch mal Ihre Führungskräfte darin, Ihre Recruiter daran, wie führe ich eigentlich vernünftig Videointerviews?

Es gibt eignungsdiagnostisch ein paar Dinge, die man einfach beachten sollte.

Vergessen Sie nicht den schönen Smalltalk, den es am Anfang normalerweise gibt.

Normalerweise kommt ein Bewerber in den Raum rein, man fragt erst mal na, wie sind Sie angereist?

Ist der Weg gut geklappt? Wollen Sie einen Kaffee haben?

Das hilft dazu, dass der Puls des Bewerbers erst einmal runterkommt, er so ein bisschen ankommt, so ein bisschen Sympathie aufbaut und so weiter.

Diese Elemente fallen normalerweise in einem klassischen Videointerview weg.

Also überlegen Sie sich selbst, was können Sie eigentlich machen, um diese Nervosität am Anfang von Bewerbern auch runterzuspielen?

Das ist einfach nur so ein Tipp. Ein Rat, den ich geben kann.

Machen Sie das. Überlegen Sie, dass Sie auch ein bisschen anders versuchen zu kommunizieren.

Machen Sie vielleicht auch selber, wenn Sie mit mehreren Leuten das Interview führen, überlegen Sie sich so ein paar Standards, damit man sich nicht ins Wort rein fällt.

Beispielsweise, Sie können verschiedene Tools nutzen.

Die meisten Videos, Session-Anbieter haben die Möglichkeiten, auch Umfragen zu machen, zu interagieren und sonstige Sachen auch mal selber was zu zeigen, den eigenen Bildschirm zu teilen, nutzen Sie die Möglichkeiten, weil das ist das Schöne.

Das Ganze ist nicht nur Herausforderungen auf der einen Seite, sondern vor allen Dingen auch Chance und das sollten Sie nutzen. So, nach der Entscheidung und dann sind wir auch schon relativ weit bei dem ganzen Thema ist auch noch ein paar Dinge, die Sie überlegen sollten, die Sie beherzigen sollten.

Bleiben Sie einfach im Kontakt mit den Menschen.

Sie haben im Zweifelsfall haben diese Bewerber nicht so eine intensive Bindung wie vielleicht bei einem persönlichen Kennenlernen.

Deswegen, ist es da umso wichtiger, dass Sie auch in dieser Phase die Bewerber nicht mehr vernachlässigen.

Kommunizieren Sie halt den Einstiegstermin und auch die Abläufe, die bis dahin kommen. Geben Sie immer mal wieder ein Update zu den Menschen.

Gerade in der aktuellen Situation, ist es für die total wichtig, weil wenn ich jetzt woanders anfangen würde und hätte jetzt drei Monate Kündigungsfrist es für drei Monate echt anstrengend für mich psychisch, weil ich immer denken würde, was ist denn jetzt los?

Geht's der Firma schlecht oder wie auch immer. Nutzen Sie das.

Geben Sie den Menschen Kommunikation. Machen Sie vielleicht einmal so ein kleines Team Meeting virtuell mit den Menschen.

Es geht heutzutage ja auch viel einfacher.

Der Bewerber muss nicht mehr anreisen und sonstiges.

Versuchen Sie, die Leute bei der Stange zu halten.

Versuchen Sie sie auch in dieser Phase zu begeistern und überlegen Sie sich vielleicht auch Kleinigkeiten.

Vielleicht auch mal den Leuten eine Kleinigkeit zukommen lassen oder sonstige Sachen.

Da gibt's ganz, ganz viele tolle Möglichkeiten und wenn Sie heute mal ein bisschen Zeit haben, investieren Sie es einfach mal ein bisschen zu googeln, was vielleicht auch andere Unternehmen machen, ob es ein kleiner Präsentkorb ist, den man den Leuten schickt oder sonstige Sachen.

Oder ganz platt gesagt vielleicht auch eine Flasche Wein und man kann dann mit den Leuten mal zusammen anstoßen virtuell.

Es gibt, glaube ich ganz, ganz viele Möglichkeiten, um diese Zeit auch etwas angenehmer für einen Bewerber zu machen.

Weil ganz ehrlich, ich wäre in so einer Situation gerade sehr angespannt und ich bin mir sicher, viele andere Bewerber sind gerade auch angespannt, wenn sie wissen, in einer aktuellen Phase den Job zu wechseln, das ist, glaube ich auch keine keine alltägliche Situation, selbst wenn man mehrere Jahre Berufserfahrung hat.

Wenn Sie selber auch noch Tipps haben, würde ich mich sehr freuen, wenn Sie diese auch teilen und hier haben wir ein schönes Hashtag dazu, und zwar #howtohomeoffice.

Nutzen Sie dazu die klassischen Kanäle Twitter, LinkedIn oder wo auch immer. Ich hoffe, es hat Ihnen Spaß gemacht.

Wenn Sie Fragen haben, können Sie gerne bei YouTube ja, kommentieren, sonst adden Sie mich auf LinkedIn oder wo auch immer. Ich freue mich drauf, freue mich auf den Austausch und freue mich vor allen Dingen auch auf die baldigen Feierabend- Feiertage.

Wenn Sie sagen, das Thema hat Ihnen auch noch weiterhin gefallen oder Sie möchten vielleicht noch einen anderen Themenblock kennenlernen.

Wir haben auch weitere Dinge für Sie. Als nächstes kommt nächste Woche Freitag in unserer Reihe How to Homeoffice das Thema Unternehmenskultur auch da sehr, sehr wichtig und da sprechen wir mal sehr, sehr stark über uns. Was haben wir eigentlich in dieser Phase gemacht und was haben wir auch gelernt?

Es ist, fand ich unglaublich interessant.

Ich freue mich schon drauf, das wird mein Kollege in dem Fall machen und noch viele weitere Themen werden folgen.

Vielen lieben Dank! Ich wünsche Ihnen noch einen schönen Tag und machen Sie es gut.

Und gucken Sie auch gerne auf unserer Webseite www.recruiting-indeed.de/homeoffice. Da finden Sie ganz, ganz viele tolle weitere Informationen. Vielen lieben Dank.