

Grundsätze & Fragen zur Personaldienstleister Selektion

Ein Leitfaden

Grundsätze

Sie waren bestimmt schon beeindruckt von der Pitch-Präsentation eines Dienstleisters, welcher während seines Besuchs über Erfolge und Value Proposition voller Enthusiasmus und Überzeugung referierte; nur um danach vom Gegenteil einer Leistung überzeugt zu werden. Hier geben wir Ihnen hilfreiche Tipps, um solchen Ereignissen vorzubeugen. Bitten Sie den potenziellen Recruiting Partner, folgende Aspekte in der Vorbereitung auf den Besuch zu berücksichtigen:

Sourcer/Researcher zum persönlichen Treffen mitnehmen

Oftmals verhandeln und präsentieren die Verkäufer, Inhaber oder Executives der Personaldienstleister beim Kunden vor Ort. Diese kennen die Front, sprich den aktuellen Arbeitsmarkt oft nicht so gut wie die Recruiter oder Sourcer bzw. Researcher, welche die tagtägliche Grabenarbeit verrichten. Sie sind es, welche die Message Ihrer Unternehmung an die potenziellen Kandidatinnen und Kandidaten tragen.

Ein Report von zwei bereits erfolgreich besetzten und vergleichbaren Positionen

Darin enthalten sollten die Position, das Vorgehen, die Anzahl potenzieller Kandidaten (angesprochen, abgesagt, interviewt, präsentiert) sowie die Anzahl Targets (Unternehmen) ersichtlich sein. Ausserdem zeigt es Ihnen, ob Ihr Anbieter mit einem System arbeitet und wie er seine Aufträge bewirtschaftet.

Eine Kopie einer Stellenbeschreibung auf vergleichbarem Niveau

Wenn die Ausschreibung lediglich das Copy-Paste einer internen Stellenbeschreibung ist und sie sich in die Masse der unüberschaubaren Inserate auf den Plattformen einreicht, ist die Wahrscheinlichkeit auf ein erfreuliches Resultat minimiert. Beurteilen Sie die Qualität der Ausschreibung, die Kreativität und Realität und besonders die Sprache.

Fragen

Welche Ihnen während der Präsentation helfen Ihren Eindruck zu vertiefen

Wie sieht Ihre Sourcing Strategy für die Rolle XY aus?

Wenn der Anbieter für seine Vermittlungsgebühr von über 20 bzw. 25% und mehr des Jahresgehaltes lediglich ein Jobportal-Inserat schaltet (oder dies sogar zusätzlich verrechnet), ist er sein Geld nicht wert. Das können Sie auch.

Grundsätze & Fragen zur Personaldienstleister Selektion

Ein Leitfaden

Mit Direktansprache, aktivem Networking in gezielten Branchen und Szenen, erreicht ein Recruiter einerseits Marktkenntnisse und steht andererseits auch mit latent wechselwilligen Personen über längeren Zeitraum in Kontakt (Talent Relationship Management) – nicht nur mit Personen, welche aktiv auf Stellensuche sind. Damit vergrössert sich der Talentpool wie auch die Qualität beachtlich.

Honorar / Preisfindung

Fragen Sie den potentiellen Rekrutierungspartner weshalb Sie für ein SW-Engineer der beispielsweise CHF 120K/Jahr als Gehalt bezieht, mehr kostet als ein SW-Engineer den Sie für CHF 110K/Jahr einstellen. Wo genau liegt die Korrelation der Arbeit bzw. Dienstleistung einer Personalagentur und einem vermittelten Kandidaten – weshalb müssen Sie für einen teureren Engineer mehr bezahlen, der genau dasselbe macht, wie einer der weniger Gehalt bezieht? Diese Frage wird Ihnen fast keine Agentur befriedigend beantworten.

Auch wenn die meisten Agenturen ihre Honorare auf der Basis eines Jahresgehalts inkl. Bonus und sonstigen Benefits berechnen, sollten Sie darauf bestehen einen Fixbetrag auszuhandeln. Das Honorar sollte sich demnach auf persönliche Vereinbarungen stützen und nicht auf dem zu erwartenden Jahressalär des neuen Mitarbeiters. Es darf demzufolge nicht in den Zusammenhang mit der Person bzw. vermittelten Kandidaten bezogen werden, da Headhunter/Recruiter

- für ihre Dienstleistung und Know-how bezahlt werden (Aufwandschätzung)
- Kunden die genauen Kosten vor Vertragsabschluss wissen und budgetieren wollen
- Auftraggeber immer eine Firma und niemals ein Kandidat ist
- es keine einleuchtenden Argumente und Korrelation zwischen der Höhe des Salärs sowie Komplexität/Aufwand der Suche und dem neuen Mitarbeiter gibt
- somit die Eigeninteresse des Headhunters bei Gehaltsverhandlungen ganz automatisch kein Gegenstand sind

Wie gut kennt der Sourcer den Markt tatsächlich? Welche Firmen wurden ins Visier genommen? Wie geht er vor?

Die Antwort, falls sie auch beantwortet werden kann, sind Ihre Konkurrenten. Wenn der Sourcer auch kreative Ideen einbringt? Im IT Bereich, beispielsweise technische Blogs und Casestudies, Presse und das WorldWideWeb (detailliert, wie gehen Sie beim Research im WWW vor? Kenntnisse der Suchalgorithmen ausloten) mit all seinen Möglichkeiten einbringt, hat er mehr Tiefgang und Erfolg.

Grundsätze & Fragen zur Personaldienstleister Selektion

Ein Leitfaden

Wie viele (z. Bsp. Sharepoint-Engineers) konnten Sie identifizieren, welche tatsächlich Interesse bekundeten?

Sobald Sie diese Frage mehreren Recruitern gestellt haben, werden Sie wissen, wo die Wahrheit liegt und Realität sich bewegt.

Welche Unternehmen kennen Sie, welche sich im Bereich XY spezialisiert haben?

Kann sich der Anbieter hier sattelfest behaupten, gibt dies einen Hinweis, dass er sich in dieser Branche tatsächlich auskennt. Wenn dabei auch Kenntnisse über Firmengrössen, aktuelle Geschehnisse (wie Übernahmen), Fluktuation und Erfahrungen zur Wechselwilligkeit von Mitarbeitenden vorhanden sind, ergänzt dies den Eindruck einer professionellen Tätigkeit.

Wie sieht es bei der Ansprache mit der Aufteilung Schrift- und Sprachkommunikation aus?

Headhunter, welche einen hohen Anteil an persönlichem Austausch (telefonisch und direkt) mit potenziellen Kandidatinnen und Kandidaten haben, weisen höhere Erfolge und Branchenkenntnisse auf. Sie erkennen die Motive und interessanten Personen rascher und besser.

Was wissen Sie über unser Unternehmen? Und warum sind wir ein interessanter Arbeitgeber und Partner?

Fragen Sie den Headhunter, warum er Ihr Unternehmen seinen TopShots empfehlen würde und warum er für Sie arbeiten möchte. Hierbei sollte er eine klare und prägnante Antwort haben. Ansonsten ist zu bezweifeln, wie überzeugend die Message an Kandidatinnen weitergegeben wird. Mit der Rekrutierung der besten Person für eine Position sucht man das beste Talent im Markt, nicht auf dem Markt. Das ist die Dienstleistung von Humanquest.

Danke für Ihre Kenntnisnahme!

Humanquest AG