

Abstract

Social Media im Recruiting

Erarbeitung einer Entscheidungsgrundlage zur Auswahl und Implementierung von unterstützenden Funktionen in die ERP Software ABACUS

Kurzzusammenfassung: Der Trend im Recruiting geht vom Ausschreiben eines Stelleninserates in den Printmedien und auf den Online Jobportalen über zur Gewinnung von Talenten mit Hilfe von Social Media. Die Arten der Personalgewinnung in den sozialen Netzwerken reichen vom Platzieren zielgruppenspezifischer Werbung bis zur aktiven Kandidatensuche. Gegenstand dieser Arbeit ist die systematische Auswahl eines Sets von Social Media Recruiting Funktionen zur Erweiterung des ABACUS Bewerbermanagement Systems. Die Selektion der optimalen Erweiterungen aus der grossen Anzahl an angebotenen Funktionen auf den verschiedenen Social Media Plattformen erfolgt auf der Basis der praxisorientierten Verwendung von Social Media Recruiting und einer Umweltanalyse des Unternehmens.

Verfasser: Marco Clerici
Herausgeber: Prof. - FH Ulrich Kohler
Veröffentlichung (Jahr): 21. August 2017
Zitation: Marco Clerici, 2017, Social Media im Recruiting.
FHS St. Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Masterarbeit
Schlagworte: Social Media, Rekrutierung, Enterprise-Resource-Planning

Ausgangslage

Die Nutzung von Social Media in Unternehmen ist verbreitet. Auch Social Media Recruiting, die Personalgewinnung mit Hilfe von Social Media, nimmt stetig zu, begünstigt durch den Fachkräftemangel (war for talents). Die Etablierung von Social Media Recruiting stellt neue Anforderungen an ein Bewerbermanagement System. Aufgrund der unterschiedlichen Verwendungsmöglichkeiten der Personalgewinnung in Social Media, der grossen Anzahl an Social Media Plattformen und Funktionen die angeboten werden, muss eine Auswahl eines optimal passenden Funktionssets zur Erweiterung der Bewerber Applikation getroffen werden.

Ziel

Der Stand der Forschung, die Verwendung und aktuelle Trends von Social Media Recruiting soll in einem Theorie-Teil dokumentiert und analysiert werden und als Übersicht, zur Einarbeitung in das Thema Social Media Recruiting, dienen. Aufgrund der Analyse soll die Frage geklärt werden, wie Social Media optimal in das Bewerber-Modul der ABACUS eingebaut werden kann und welche Funktionen sich dazu am Besten eignen. Das Ziel ist die Auswahl eines Sets an Erweiterungen, basierend auf einem ökonomisch systematischen Ansatz, zu erforschen. Das Resultat wird als Handlungsempfehlung dargelegt.

Vorgehen

Eine Analyse des aktuellen Stands der Technik in Social Media Recruiting ist die Grundlage für das Verständnis der anschliessenden Recherche nach Social Media Integrationsmöglichkeiten. Eine Recherche wurde aus dem Grund gewählt, dass die Verwendungsmöglichkeiten und Nutzung von Social Media im Recruiting bereits eingehend untersucht sind.

Eine Umwelt- und Unternehmensanalyse des Abacus Bewerbermanagementsystems ermöglichen die Erstellung einer SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities und Threats) Analyse. Daraus wird eine passende Integrationsstrategie für Social Media Recruiting ausgewählt.

Eine Nutzwertanalyse verwendet die gewählte Strategie um die Social Media Funktionen bewerten und priorisieren zu können. Die Funktionen werden nach Relevanz gruppiert und das Resultat als Handlungsempfehlung formuliert.

Erkenntnisse

Basierend auf verschiedenen Studien wird dargestellt, dass im HR (Human Resources), Social Media Recruiting als aktuelles Instrument genutzt wird. Die Theorie Recherche brachte hervor, dass Social Media Recruiting in vier Bereiche aufgeteilt werden kann: Broadcasting (Verbreiten von Informationen), Employer Branding, Active Sourcing und Suche nach Informationen. Business Netzwerke stehen im Zentrum der Personalgewinnung mit Social Media, vor allem beim Active Sourcing. In Unternehmen mit einem gezielten Einsatz von Social Media im Recruiting wird häufig eine umfassende Employer Branding Strategie implementiert.

Aufgrund des Marktpotentials und der Verwendung von Social Media in Unternehmen wird in der Arbeit empfohlen, Abacus mit Social Media Recruiting Funktionen zu erweitern.

Die auf der SWOT Analyse gründende Integrationsstrategie zielt auf Funktionen zur Unterstützung einer Unternehmens Employer Branding Strategie. Um Synergien des Bewerbermanagement-Systems als Teil der Abacus Business Software zu nutzen, ist die nicht branchenspezifische Fokussierung auf KMUs (kleine- und mittlere Unternehmen), ebenfalls Teil der Strategie.

Die aus der Nutzwertanalyse erarbeitete Handlungsempfehlung gruppiert die Erweiterungen in mehrere Pakete. Sie umfassen Funktionen zum Teilen der Stellenausschreibungen auf Social Media, sowie Möglichkeiten zum Controlling der Social Media-Kanäle, wie Kostenerfassung, Zuweisung des Portals bei einem Bewerbungseingang und Reports.

In einer zweiten Phase folgen ein Talent Pool zum Verwalten und Pflegen der Kontakte mit Talenten und Erweiterungen zum Ablegen und Verfügbar machen von Ausschreibungsinformationen.

Features zum Posten und Monitoren von Social Media-Kanälen, sowie Unterstützung beim Active Sourcing sind nicht Teil der empfohlenen Erweiterungen.

Google und Facebook sind im Begriff ihren Stellenwert im Recruiting auszubauen und haben in den USA bereits erste Produkte lanciert. Veränderungen durch den Markteintritt dieser Schwergewichte sind möglich und müssen beobachtet und weiter untersucht werden.