

Kandidaten identifizieren wird einfacher, binden aber wesentlich schwieriger.

Dank KI wird die Identifikation von möglichen Kandidaten – besonders im Bereich Executives und Fachkräfte – einfacher. Alle Executives und Spezialisten hinterlassen im Internet Spuren, die mit KI eruiert und gemäss Definition filtriert werden können. Namen, Eigenschaften, Orte und persönliche Daten, alles kann mit KI mehr oder weniger detailliert gefunden werden. Immer komplexer wird dagegen die **Kontaktaufnahme, die Ansprache, die unverfälschte Information**, Flexibilisierung der Anstellungsbedingungen und die angenehme Atmosphäre im Gespräch. Denn passende Kandidaten sind heute nicht häufig vorhanden. Der Personalmarkt hat sich vom Käufermarkt in einen Verkäufermarkt gedreht. Kandidaten sind Kunden, das zu verkaufende Objekt ist die Vakanz und ihre spezifischen Eigenschaften.

Was können Unternehmen ändern, um in diesem Paradigmen-Wechsel mitzuhalten?

- Einsicht, dass die Verhältnisse im Personalmarkt anders geworden sind. Der «Personalmarkt» ist zum Vakanz-Markt geworden, Kandidaten sind begehrte Kunden.
- Einsicht, dass der Mensch nicht allein Human Power darstellt, sondern, dass er ein facettenreiches Wesen mit individuellen Eigenschaften und Vorstellungen ist.
- So höflich und angepasst, wie Kunden im Absatzmarkt angesprochen werden, so angenehm und gewinnend sollte der Kontakt zu Kandidaten sein.
- Recruiter sollten deshalb von Social-Media-Spezialisten, HR-Fachleuten oder IT-Experten in der Methodik des Verkaufens geschult werden, oder noch besser Verkaufserfahrung mitbringen.
- Tagelange Assessments belasten Kandidaten, neue Assessments über das Internet sind bequemer, kürzer und bezüglich der Ergebnisse sicher vergleichbar.
- Das Employer Branding darf kein Make-up aufweisen, sondern muss in jedem Wort mit der Realität übereinstimmen. Schöne Worte und Bilder beeindrucken nicht.
- Jede Versprechung ist bindend. Nicht eingelöste Versprechen gefährden die Zeit bis zum Eintritt und die Zeit danach mit einer Kündigung. Und kurzfristige Anstellungen sind sehr teuer und gefährden Kundenbindungen.
- Es sind einige Bedingungen, die eine Rekrutierung erfolgreich gestalten. Die Frage stellt sich, ob die Kapazität und fachlichen Qualitäten

dafür vorhanden sind. Deshalb stehen Firmen vor der Entscheidung, ob sie den bisherigen Rekrutierungsweg behalten sollen, ob sie das Recruitment qualitativ und kapazitiv erhöhen, oder Teile davon extern vergeben und das Recruitment reduzieren und qualitativ verbessern sollen.

SWISSCONSULT kann dazu beitragen, durch Übernahme schwierig zu besetzender Vakanz das gesamte Recruiting erfolgreicher zu gestalten. Denn SWISSCONSULT-Berater/innen sind schon seit 1989 mit einem Durchführungsvorgehen vertraut, das einen Wechsel vom Personalmarketing in ein Vakanz-Marketing vorsieht. Zudem konzentriert sich jede/r SWISSCONSULT-Berater/in auf eine Branche und nicht auf den gesamten Markt. Jeder Auftrag der Branche ergibt neue Kenntnisse über Kandidaten und Firmen. In der gewählten Branche waren sie in Top-Positionen angestellt und kennen dadurch Aufgaben und Anforderungen. Sie betreiben ein Informationsnetz, das ihnen intime Kenntnisse und Zugang zu Top-Kandidaten ermöglicht. Zudem legen sie mit dem Auftraggeber ein festes Honorar fest und geben Garantien. Dank ihrer persönlicher Fähigkeiten und dem SWISSCONSULT-Konzept wurde SWISSCONSULT schon dreimal von der WirtschaftsWoche zu den besten Personalberatern gewählt.

36 Jahre Erfolg beweisen, dass durch Zusammenarbeit mit SWISSCONSULT Vorteile im Markt erzielt werden. Für jedes Unternehmen ist die Besetzung wichtiger Positionen bedeutend für eine nachhaltige Zukunft. Heute wird festgelegt, wie in 2, 3 oder 5 Jahren der Unternehmenserfolg aussieht. Kapital und Gewinn allein sind nicht ausschlaggebend. Wichtig ist, dass alle zu einer motivierten Einheit werden und sich mit der Firma identifizieren. jb