

ERFOLG magazin

AUSGABE 1
2018

DAS
LESEN
ERFOLG
REICHE

DOSSIER



DEUTSCHLAND | ÖSTERREICH | SCHWEIZ

10 Profi-Tipps,
für effektives
Recruiting

Experte
André May

TOP-MITARBEITER RECRUITING

Werden Sie aktiv, um die besten Mitarbeiter,
Verkäufer und Talente für Ihr Unternehmen zu finden.

DAS LESEN ERFOLGREICHE

BACKHAUS VERLAG



INHALT

Interview

Recruiting auf neuen Wegen..... 4

Titelthema

Suche mit System..... 6

Erfolg

Top10-Tipps:
für erfolgreiches Recruiting 8

May für Sie

Bücher, Angebote..... 10

Impressum

Folgen Sie uns auch auf



Erfolg Magazin Dossier

Redaktion/Verlag Backhaus Verlag

Email: info@backhausverlag.de
Chefredakteur (V.i.S.d.P.) Julien D. Backhaus
Redaktion und Satz: Martina Schäfer

Onlineredaktion

E-Mail info@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien D. Backhaus
Bremer Straße 24, D31608 Marklohe

Anschrift:

Waffensener Dorfstr. 54,
27356 Rotenburg
Telefon (0 42 68) 9 53 04 91
E-Mail info@backhausverlag.de
Internet: www.backhausverlag.de

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne
Genehmigung.

Alle Rechte vorbehalten.

**Bildrechte, wenn nicht anderweitig
ausgewiesen: André May**

Autoren (Verantwortliche i.S.d.P)

Die Autoren der Artikel und Kommentare im Erfolg
Magazin sind im Sinne des Presserechts selbst
verantwortlich. Die Meinung des Autoren spiegelt
nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider.
Trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion
wird in keiner Weise Haftung für Richtigkeit
geschweige denn für Empfehlungen übernommen.
Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen
verantwortlich.



Julien Backhaus
Verleger und
Herausgeber

Bilder: Ismail Gök, Buhr, Backhaus Verlag

Ein Unternehmen ist nur so gut wie seine Mitarbeiter

Eines der größten Probleme in der deutschen Wirtschaft ist der Mangel an gutem Personal. Recruiting wurde in diesem Zusammenhang zu einem Synonym, denn wer seine Personalprobleme löst und in den Griff bekommt, der kann wieder ganz vorne mitspielen. Die wenigsten Unternehmen jedoch konnten dieses Problem bisher lösen. Das liegt allerdings nicht in erster Linie daran, dass es zu wenig qualifizierte potenzielle Mitarbeiter da draußen gibt. Vielmehr hapert es am gesamten Prozess, einen neuen Mitarbeiter einzustellen - dem Recruiting-Prozess. Das beginnt schon mit Dingen wie dem Ruf der Firma. Ein Unternehmen mit schlechtem Ruf zieht nicht die Top-Leute der Branche an. Und die Stellenbeschreibung ist ebenso wichtig wie ein durchdachtes Einstellungsgespräch. Wer hier nicht die Spreu vom Weizen trennt, hat später viel Ärger am Hals und unnötige Kosten produziert. Der Fisch sinkt also klassisch vom Kopf - die Verantwortung liegt erstmal nicht beim Bewerber, sondern beim Unternehmen.



André May und
Julien Backhaus
im Gespräch

Also müssen vor allem die Unternehmer und Manager lernen, wie man den Prozess korrekt beginnt. Da kommen Experten wie André May ins Spiel. Profis wie er bringen den Verantwortlichen bei, wo die Fallen lauern und wie man die besten der Branche für sein Unternehmen gewinnt. May ist der Top-Experte für Recruiting in Deutschland. Leute wie er sind rar, denn immer noch tummeln sich die typischen Personalberater in der Branche und sind auf der Jagd nach der nächsten Vermittlung, um die Provision einstreichen zu können. Viel mehr zählt heute aber die Redewendung „Gebe nicht den Fisch, sondern lehre das Fischen“. Darum sitzen Profis wie André May auf einer Goldgrube, die den Unternehmen zeigen, wie sie es selber richtig machen können. Das spart nicht nur eine Menge Geld, sondern verbessert das Unternehmen im Ganzen - gerade wenn es um den Verkauf geht. Wo gute Verkäufer starke Umsätze machen, finden sich gesunde und wachsende Unternehmen.

Wir freuen uns, dass wir für dieses Dossier einen der Besten seines Fachs gewinnen konnten. Viel Freude bei der Lektüre.

Beste Grüße,
Julien Backhaus

Recruiting auf neuen Wegen

Werden Sie aktiv, damit Sie für Ihre Wunsch-Arbeitnehmer attraktiv werden



Steht auch ein tieferer Beweggrund dahinter?

Am Anfang bin ich reingerutscht. 2007 hatte ich meine erste Führungsaufgabe. Mir hat es immer Freude bereitet, Menschen für mein Team zu suchen, in denen ich eine Erwartungshaltung geweckt habe, die ich danach auch erfüllen konnte. Menschen weiter zu entwickeln, zu begleiten und vor allen Dingen erfolgreich zu machen, war immer mein Thema. Wobei Erfolg immer relativ ist. Für den einen ist erfolgreich sein, wenn er viel Geld verdient und für den anderen ist es ein Erfolg, wenn er um 17 Uhr zuhause ist.

Welche Herausforderungen sind dir auf dem ganzen Weg begegnet?

Herausforderungen gibt es heutzutage viele, weil wir nahezu Vollbeschäftigung haben. Wir haben das Thema Demografische Entwicklung. Es sind immer weniger Menschen, die man ansprechen kann. Und es gibt das Thema Generation Z, die

einfach andere Werte hat. Das ist das Spannungsfeld in dem man sich als Führungskraft bewegt. Heute musst du ganz andere Dinge spielen als früher. 2007 hast du zum Beispiel eine Stellenanzeige bei Monster oder StepStone gemacht. Das war

schon das Nachfolgemodell der Printanzeige. Früher hieß Printanzeige „Post and Pray“, also inseriere und warte, dass sich jemand meldet. Du hast darüber dann 20, 30 oder 100 Bewerbungen bekommen.

Menschen weiter zu entwickeln, zu begleiten und vor allen Dingen erfolgreich zu machen, war immer mein Thema.

Wie bist du dahin gekommen, wo du jetzt bist? Wie hat sich das entwickelt?

Ich war über viele Jahre Vertriebsführungskraft in einem DAX-Konzern und habe Mitarbeiter und Verkäufer am Markt gesucht. Das habe ich über viele Jahre gemacht und dabei

über 1200 Bewerbungsgespräche geführt. Im Endeffekt wurde das, was ich schon damals am liebsten gemacht habe, zu meiner heutigen Berufung, nämlich die besten Mitarbeiter, Verkäufer und Talente für Firmen zu finden.

2007 hast du noch 50 bis 60 Bewerbungen bekommen, wenn du bei Monster und Stepstone inseriert hast. Das ist vorbei. Du musst heute ein ganz anderes Instrumentarium spielen um Erfolg im Recruiting zu haben.

Früher hast du für den DAX-Konzern selbst rekrutiert, Heute zeigst du anderen, wie man erfolgreich rekrutiert. Das ist erstmal ungreifbar für Menschen. Wie führst du sie an dieses Thema ran?

Ich zeige Menschen, wie sie die besten Mitarbeiter, Verkäufer und Talente gewinnen. Wie mache ich das? Zum ersten gibt es sieben Recruiting Instrumente, es gibt das Thema „Employer Branding“, also eine Arbeitgebermarke aufbauen. Wir untersuchen die „ist“-Situation und schauen, was bisher mit mehr oder weniger Erfolg gemacht wurde. Danach erarbeiten wir einen Plan, was man machen kann und was sehr erfolgreich ist. Ich habe bisher 45 Unternehmen unterstützt und alle Firmen berichten, das sie mit dem von mir entwickelten System genügend Mitarbeiter haben. Das ist das 360° Recruiting System, das ich in meinem Buch beschreibe. 360° Recruiting System meint, das Recruiting ein fortlaufender Prozess ist. Du startest nicht irgendwann und hörst wieder auf, sondern machst immer weiter. Wenn du das System installiert hast, wird es immer wieder neue Mitarbeiter in deine Firma spülen und neue Bewerbungen generieren, bis du sagst: „Stopp, das reicht mir jetzt“. Dann kannst du eine Ersatzbank schaffen, das ist ganz wichtig. Menschen verändern sich und mit der Ersatzbank kannst du direkt neue Menschen rekrutieren. Außerdem ist eine Ersatzbank gut, wenn du zum Beispiel einen Vertrieb hast. Ich habe gelernt, wenn du als Vertriebsführungskraft eine Ersatzbank hast, läuft dein Vertrieb deutlich schneller, weil die Mitarbeiter wissen, dass draußen noch genug sitzen und warten.

Du machst jetzt auch Seminare und Coachings. Wo liegt der Knackpunkt bei den meisten und was sagen die Leute nach den Coachings?

Einmal bin ich Berater, also Firmen-Consultant. Ich halte ein bis drei Tage Workshop mit dieser Firma und helfe, mein System dort zu implementieren. Erfolg hat immer drei Buchstaben: „tun“. Wenn sie das umsetzen, was ich mache, haben sie Erfolg.

Mein zweites Angebot ist die „Masterclass Recruiting“. Da zeige ich Networkern, Unternehmern, Vertriebsführungskräften einen Tag lang, wie sie die besten Mitarbeiter gewinnen - ein System für alle. In der Beratung mache ich das ganz individuell für jede einzelne Firma.

Wie stellst du selber sicher, dass du am Puls der Zeit bleibst?

Ich mache bis zu 30 Seminartage im Jahr und bilde mich darüber fort. Ich bin sehr viel auf Messen unterwegs. Durch die Begleitung von Firmen lerne ich auch viel von meinen Kunden. Ich begleite sie auch zu Bewerbungsgesprächen, denn ein Thema ist auch „Wie filtere ich die wirklich Guten heraus?“. Um das herauszufinden habe ich ein System von 20 Fragen ent-

erfolgreich. Wir haben es an den weiterbildenden Berufsschulen platziert und damit Werbung gemacht. Wir haben Interessenten zu einem Burger eingeladen. Die jungen Leute haben zugegriffen und sind darüber mit den Chefs ins Gespräch gekommen. An diesem Tag hatten wir 30 Menschen dort, von denen am Ende drei als Azubis eingestellt wurden. Das ist ein Weg um gut an die neue Generation heranzukommen. Man muss anders denken



wickelt, die dich besser hinter die Fassade blicken lassen. Die Frage über drei Stärken und drei Schwächen ist Standard. Wenn man fragt, was Freunde sagen würden, welche Stärken und Schwächen man hat, kommt man mehr ins Nachdenken. Diese 20 Fragen sind Gold wert, um diesen Prozess zu begleiten.

Machst du auch verrückte Dinge, die im Personalbereich eine Rolle spielen?

Wenn man fragt, was Freunde sagen würden, welche Stärken und Schwächen man hat, kommt man mehr ins Nachdenken.

Ich war jetzt bei einer Firma draußen, die hat keine Azubis bekommen. Wir haben uns überlegt, wie wir diese Menschen anzusprechen und haben ein Burger-Mobil für einen Tag engagiert. Das war sehr

und man muss als Chef auch anders sein. Die Zeit für diktatorische Führungskräfte ist passé. Früher war das einfach so, heute gibt es dafür Bewertungsportale. Wenn dort einmal ein Bild von dir gezeichnet wurde, ist es sehr schwer, dieses zu korrigieren. Da sind wir bei dem Thema employer branding, was sich aus Selbstbild und Fremdbild entwickelt. Selbstbild: Was gibst du in den Markt. Fremdbild: Was passiert wirklich bei dir. Dadurch ergibt sich eine Arbeitgebermarke. Wenn Selbstbild und Fremdbild übereinstimmen, ergibt das einen Sog am Markt.

Wie geht man als Personaler mit den Lügen um die aufgetischt werden?

Er oder sie hat sich zu schlecht oder zu gut verkauft und du hast die Person eingekauft. Erst einmal bin ich ein Riesenfan von Probearbeiten. Wenn Menschen nicht so sind, wie sie sich beim Kennenlernen gegeben haben, dann trenne ich mich von ihnen, da bin ich sehr konsequent. Ich habe gelernt Menschen nicht nach dem zu beurteilen, was sie sagen, sondern nach dem, was sie tun. Zuletzt ein wichtiger Punkt: Was schräg anfängt, endet schräg.

Suche mit System

Wie Sie garantiert die besten Mitarbeiter, Verkäufer und Talente für Ihr Unternehmen finden.



Der Mangel an Fach- und Führungskräften, Verkäufern und Talenten beherrscht schon seit Jahren den deutschen Arbeitsmarkt. Die Demografische Entwicklung und die fortschreitende Digitalisierung gewinnen immer weiter an Brisanz. Während große Markenkonzerne wie Bayer, Daimler oder Apple noch viele Talente anziehen, müssen weniger bekannte Firmen schnellstens umdenken.

Eine Spezies die in den letzten Jahren immer knapper geworden ist sind gute Verkäufer. Klar ist, wenn man es versteht gute Verkäufer für sich und sein Unternehmen zu gewinnen, kann man dieses Wissen auf jeden anderen Bereich in einem Unternehmen und Branche übertragen und mit Erfolg anwenden.

Ihre Kunden haben mehr Möglichkeiten als je zuvor, sich online zu informieren und eigenständig einen Kauf abzuwickeln.

Es gibt Vergleichsseiten, Erfahrungsberichte, Rezensionen und Online-Influencer, die Kundenmeinungen prägen. Man könnte also vermuten, dass die Bedeutung des klassischen Vertriebshandwerks sinke. In Wirklichkeit ist jedoch genau das

Im Verkauf zählen Persönlichkeit, Menschlichkeit und exzellenter Service.

Gegenteil der Fall. Richtig gute Verkäufer werden immer wichtiger (und seltener). Warum? Statt nur mit Algorithmen, Automatisierung und „Artificial Intelligence“ zu werben, sollten Sie zudem etwas bieten, von dem jeder Kunde sich angesprochen fühlt: Persönlichkeit, Menschlichkeit und exzellenten Service. Dafür brauchen Sie wirklich gute Verkäufer in Ihrem Team, die in ihrem Beruf aufgehen und sich mit

Leib und Seele für Ihre Kunden und Ihr Unternehmen einsetzen.

Doch gute Verkäufer sind Raritäten. Das habe ich bereits in meiner Zeit als Vertriebsführungskraft einer deutschen Großbank festgestellt. Menschen priorisieren ihre Work-Life-Balance und wollen innerhalb ihrer Komfortzone bleiben. Vertrieb geschieht jedoch außerhalb der Komfortzone. Als Verkäufer wird man ständig mit Ablehnung konfrontiert und muss diese „wegstecken“

können. Diejenigen, die das schaffen und bereits bewiesen haben, dass sie gut verkaufen können, sind nur sehr schwer zu finden.

Eine klassische Stellenanzeige in einer Jobbörse führt selten dazu, dass Sie Ihre offenen Positionen mit Top-Kandidaten besetzen können. Mit der klassischen „Post and Pray“-Methode machen Sie sich zu sehr von Glück und Zufall abhängig.

Wenn Sie konstant und zuverlässig die besten Verkäufer für Ihr Unternehmen finden wollen, sollten Sie und Ihre Personalverantwortlichen umdenken. Sie brauchen eine neue Recruiting-Strategie. „Personaler“, „HRler“ oder „Recruiter“ müssen in der heutigen Zeit selbst zu aktiven Verkäufern einer Position werden und Kandidaten umwerben, wenn sie nachhaltig erfolgreich neue Top-Verkäufer finden möchten. Wie genau? Im Folgenden möchte ich die fünf wichtigsten Bausteine mit Ihnen teilen, die ich in den letzten zehn Jahren und in über 1200 Kandidatengesprächen herauskristallisiert habe.

1. Aktives Verkaufen statt nur passive Ausschreibungen

Gute Verkäufer suchen selten aktiv auf Jobbörsen. Sie werden gesucht und bekommen regelmäßig neue Jobangebote von Headhuntern oder Personalverantwortlichen. Wenn Sie sich nur auf passive Recruiting-Instrumente verlassen, übersehen Sie viel Potenzial. Zum Beispiel die Direktansprache. Egal ob über soziale Medien, Business-Netzwerke oder andere Umwege: Sprechen Sie Kandidaten an, die bereits nachweislich herausragende Leistungen in einem anderen Unternehmen bewiesen haben. Wenn Sie diese Top-Verkäufer von sich und Ihrem Unternehmen überzeugen können, nehmen Sie Ihren Recruiting-Erfolg selbst in die Hand und steigern Ihre Chancen. Personalverantwortliche müssen aktiv auf die besten Kandidaten zugehen, statt sich bequem hinter ihren Stellenangeboten zu verstecken.

2. Denken in Trichtern statt in Kanälen

Trichterdenken bedeutet, dass Sie die verschiedenen Phasen des Bewerbungsprozesses separat betrachten: Ansprache, Bewerbung, Telefoninterview, Erstgespräch, ggf. ein Zweit- oder Drittgespräch und dann die Einstellung. Wer in Trichtern denkt, versteht, dass nicht alle Kandidaten alle Schritte durchlaufen. Aus den unterschiedlichsten Gründen: Vielleicht ist ein Bewerber nicht geeignet für die Position, vielleicht entscheidet er sich um, vielleicht stimmt die menschliche Seite nicht. Es ist möglich, dass Sie 50 oder 100 Bewerbungen sichten müssen, bevor Sie am Ende einen Top-Verkäufer für sich gewinnen. Mit dieser Einstellung gehen Sie ganz anders bei Ihrer Suche nach Mitarbeitern vor. Sie sind motivierter, legen mehr Energie an den Tag und haben am Ende bessere Ergebnisse, weil Sie aus einem großen Bewerberpool auswählen können. Wenn Sie Ihren Trichter gut gefüllt halten, haben Sie auch immer eine Handvoll Top-Kandidaten in Reserve, die bei Bedarf schnell

neue Stellen besetzen können. Für Ihr Unternehmen bedeutet das mehr Flexibilität und Sicherheit.

3. Dranbleiben statt aufgeben

Wenn Sie einen guten Verkäufer aktiv ansprechen, kann es gut sein, dass er gerade kein Interesse an Ihrem Jobangebot hat. Gute Verkäufer werden mit Prämien und Sonderleistungen überhäuft. Auch eine Verkäuferin, die ich vor einigen Jahren ansprach, erwiderte: „Herr May, ich bin aktuell total glücklich in meinem Job und habe kein Interesse.“ Doch statt aufzugeben und sich nur für das Gespräch zu bedanken, sollten Sie dranbleiben und eine perfekte Antwort auf solche Einwände haben. Ich entgegnete: „Wissen Sie, genau diese Menschen suchen wir. Die mit ihrem Job zufrieden und erfolgreich positioniert sind.“ So blieben wir beide in Kontakt, und nach einiger Zeit hatte sie doch Interesse an der neuen Position in meinem Unternehmen. Sie entwickelte sich später zur besten Verkäuferin im Team. Wenn Sie bei solchen Einwänden sofort die Flinte ins Korn werfen, werden Sie selten wirkliche Top-Talente für sich gewinnen. Also, bleiben Sie dran, bedenken Sie mögliche Einwände der Kandidaten schon vor dem Gespräch und entwickeln Sie einen Gesprächsleitfaden. Denn wenn Sie den Text kennen, folgen Ihnen die Worte.

4. Bewährte Recruiting-Systeme statt Spontanaktionen

In vielen Gesprächen mit Personalverantwortlichen, Geschäftsführern und Kunden bemerke ich immer wieder, dass nur wenige Unternehmen über klare und strukturierte Recruiting-Prozesse verfügen, mit denen sie verlässlich neue Verkäufer gewinnen. So wird jeder Tag zum Glücksspiel, und wenn Sie akuten Vertriebsbedarf haben, können Sie diesen in den seltensten Fällen schnell decken. Ich empfehle meinen Kunden daher, dass sie ein bewährtes und zuverlässiges Recruiting-System entwickeln, optimieren und einsetzen. Mit einem Recruiting-System weiß jeder Personalverantwortliche ganz genau, was zu tun ist und welche Ergebnisse er erwarten kann. Sie kennen die Recruiting-Zyklen und wissen, wie lange es von der Erstansprache bis zur Einstellung dauert. So können Sie Ihr Vertriebsteam (und damit auch Ihren Umsatz) planbar vergrößern. Für jeden Markt und jede Branche gibt es bestimmte Strategien

und bestimmte Recruiting-Kanäle, die am besten funktionieren.

5. Einarbeiten statt nur einstellen

„Schatz, wie war dein Tag?“ ist eine beliebte Frage, die einem der Partner nach dem ersten Arbeitstag stellt. Als Personalverantwortlicher sollten Sie sicherstellen, dass die Antwort Ihres neuen Mitarbeiters gegenüber seinem Partner positiv ausfällt. Manche Unternehmen investieren sehr

viel Energie in den Recruiting-Prozess, vernachlässigen den Mitarbeiter aber, sobald er einmal den Vertrag unterschrieben hat. Mit dieser Einstellung verlieren Sie den neuen Mitarbeiter genauso schnell, wie er in Ihr Unternehmen ge-

kommen ist. Ein Top-Verkäufer erwartet, dass Sie ihn nach der Einstellung korrekt in das Unternehmen einführen und „ins Boot holen“. Sie brauchen also einen soliden Onboarding-Prozess. Dadurch fühlt sich der neue Mitarbeiter nicht nur besonders wohl, sondern kann auch viel schneller durchstarten und seine Kompetenzen zeigen. Zu einem guten Onboarding-Prozess gehören zum Beispiel: das Bereitstellen von Arbeitsgeräten oder Computer-Zugängen, die Einarbeitung in neue Programme und Ordnerstrukturen, die Vorstellung bei Kollegen und dem Team sowie eine Erklärung der Arbeitsabläufe und Kunden-Ansprechpartner. Wenn diese einfachen Voraussetzungen stehen, fühlt sich der neue Kandidat sofort gut in Ihrem Unternehmen aufgehoben.

Persönlichkeit zählt. Auch in Zukunft

In Zukunft wird es noch mehr Möglichkeiten, Strategien und Kanäle geben, um neue Mitarbeiter für Ihr Unternehmen zu gewinnen. Welcher Kanal wichtig ist und welcher nicht, können Sie kaum vorhersehen. Doch wenn Sie und Ihre Personalverantwortlichen die richtige Einstellung zum Recruiting haben, werden Sie nachhaltig erfolgreich sein. Behalten Sie den Menschen und den Mitarbeiter im Fokus. Seien Sie aktiv auf der Suche nach den Besten. Behandeln Sie Ihre Mitarbeiter fair und honorieren Sie gute Leistungen. Etablieren Sie Recruiting-Systeme, die alle Personalverantwortlichen verstehen und befolgen. Erleichtern Sie neuen Mitarbeitern den perfekten Einstieg in Ihr Unternehmen. Dann werden Sie ein starkes Verkäuferteam aufbauen – egal welche Innovationen Ihnen auf Ihrer Reise begegnen.

Durch einen soliden Onboarding-Prozess kann der neue Mitarbeiter viel schneller durchstarten und seine Kompetenzen zeigen.



TOP 10 Tipps für erfolgreiches Recruiting

Personalverantwortliche müssen aktiv auf die besten Kandidaten zugehen, statt sich bequem hinter ihren Stellenangeboten zu verstecken.

1 Installieren Sie ein Mitarbeiter-wirbt-Mitarbeiter-Programm welches auch wirklich funktioniert. In den USA sind solche Programme bereits seit langer Zeit an der Tagesordnung. Ein Mitarbeiter-wirbt-Mitarbeiter-Programm spart Zeit und Kosten und findet in der Regel Mitarbeiter, die sehr gut zum Unternehmen passen, da sich Menschen vielfach in den gleichen Kreisen bewegen. Wer ein solches Programm erfolgreich installieren möchte, muss unbedingt 8 Punkte berücksichtigen, die ich Ihnen gerne zukommen lasse, wenn Sie mich unter info@andremay.de kontaktieren.

2 Ziehen Sie Bewerber durch die Sogwirkung einer strahlenden Arbeitgebermarke an. Das sogenannte „Employer Branding“ entwickelt sich aus Selbstbild und Fremdbild. Das heißt einmal durch das Bild, das Sie von Ihrem Unternehmen kommunizieren und durch das Bild, welches von der Außenwelt wahrgenommen wird. Beispielsweise durch Social Media, ausgeschiedene Mitarbeiter oder Bewertungsportale wie etwa KUNUNU. Employer Branding ist ein sehr wirkungsvolles Instrument, um langfristig die besten Kandidaten vom Markt zu angeln.

3 Die Direktansprache, auch „Aktive Sourcing“ genannt, ist ein Instrument, das unter anderem in Strukturvertrieben oder Networkmarketing-Vertrieben regelmäßig praktiziert wird. Über viele Jahre habe ich diese Form des Recruiting selbst in der Finanzdienstleistung praktiziert. Egal ob persönliche oder telefonische Direktansprache, es ist einer der interessantesten Kanäle, um die besten Kandidaten zu fischen. Wichtig ist: Sie brauchen einen guten Gesprächsleitfaden und sie müssen es einfach TUN.

4 Social Media Recruiting ist effektiv und kostengünstig. Sie können aktiv nach geeigneten Kandidaten suchen oder sich und Ihr Unternehmen gekonnt präsentieren. Wenn Sie in sozialen Netzwerken aktiv sind, ist es wichtig, die Regeln zu kennen und zu beachten. Eine Devise ist „erst geben, dann nehmen“. TIPP: Schalten Sie für Ihre Zielgruppe auf Facebook eine optimierte Videoanzeige. Dieser Weg wird noch von sehr wenigen Unternehmen praktiziert und spricht die Bewerber direkt persönlich an.

5 Bewerber/Kandidatenpool: Die Kandidaten am Markt sind begrenzt. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, Bewerber, mit denen Sie nicht zusammengekommen sind und die Sie für geeignet halten, in einen Bewerberpool aufzunehmen und zu einem späteren Zeitpunkt nochmal zu kontaktieren. Wichtig: Der Bewerber muss der Datenspeicherung zustimmen.

6 Eine optimierte Karriereseite: Die Karriereseite ist die sogenannte Landingpage für Ihre Aktivitäten am Bewerbermarkt. Die Bewerber, die auf Ihre Seite kommen, sollten eine optimierte Karriereseite vorfinden. Nur so ist gewährleistet, dass der Bewerber auch wirklich Kontakt zu Ihnen aufnimmt.

7 Online Jobbörse: Auch wenn der richtige Hype um diesen Recruiting-Kanal vorbei ist, ist es ein dienliches Basisinvestment, um an gute Kandidaten zu kommen. TIPP: Mit einem sogenannten Split-Test lässt sich kostengünstig die Attraktivität Ihrer Stellenanzeige testen.

8 Arbeitgeber-Bewertungsportale: Wenn Sie online ein Produkt erwerben oder sich beispielsweise einen Facharzt suchen, dann schauen Sie eventuell nach Rezensionen in dem passenden Bewertungsportal. Mittlerweile informiert sich jeder zweite Bewerber über ein Arbeitgeber-Bewertungsportal. Das gängigste Portal im deutschsprachigen Raum ist KUNUNU. Hier sind mehr als 265.000 Unternehmen gelistet. TIPP: Besprechen Sie das Thema mit ihrer Mitarbeiterschaft und lassen Sie sich von Bestandsmitarbeitern bewerten.

9 Recruiting braucht feste Ziele. Setzen Sie sich Aktivitätenziele, beispielsweise zehn Anrufe potenzieller neuer Mitarbeiter pro Tag. Aktivitätenziele halten Sie gerade in der Direktansprache in einem guten Zustand und motivieren Sie weiter zu machen. Mehr unter www.neuemitarbeiter.info

www.andremay.de

10 Aktivität gewinnen und halten: Entscheidend ist nicht mit welchem Recruiting-Kanal Sie anfangen. Entscheidend ist, dass Sie überhaupt anfangen. Meine Erfahrung ist, wenn Sie starten, ergeben sich viele Dinge von selbst. Dinge, die Sie in der Theorie nicht vorhersehen konnten. Gerne unterstütze ich Sie dabei, die besten Mitarbeiter, Verkäufer und Talente für Ihr Unternehmen zu gewinnen.

Mitarbeiter gewinnen wie ein Profi



Anmeldung unter
www.neuemitarbeiter.info

Recruiting Online-Akademie

Wo finde ich die Besten Mitarbeiter, Verkäufer und Talente? Wie begeistere ich sie für meine Firma, mein Unternehmen und mein Network? Und wie hole ich diese Top-Leute in mein Team und integriere sie so reibungslos wie möglich?

Die Online Academy hat Antworten auf diese Fragen, denn sie nutzt das 360° Recruiting System, das André May aus dem Wissen und der Erfahrung von über zehn Jahren Vertriebsführungskraft in einem DAX-Konzern kondensiert hat.

Sie lernen, im Bewerbungsgespräch zu erkennen, wer wirklich zu den Top-Leistern gehört. Lassen Sie sich beibringen, wie Sie telefonisch und direkt Verkäufer so anzusprechen, dass sie brennend gerne Ihrem Unternehmen angehören wollen. Auch Social Media und die dadurch gegebenen Möglichkeiten des Recruitings sind Thema der Online Academy.

Verkäufer-Recruiting

Wie Sie mit dem 360°-Recruiting-System die besten Verkäufer finden

Wie findet man die besten Verkäufer für sein Unternehmen? Woran erkennt man Top-Verkäufer im Bewerbungsgespräch? Und wie ermöglicht man diesen wichtigen Mitarbeitern den perfekten Start in das Unternehmen?

Der Autor, Trainer und Keynote Speaker André May weiß genau, vor welchen Herausforderungen Recruiter, Führungskräfte und Geschäftsführer stehen, wenn sie gute Verkäufer für ihr Unternehmen gewinnen möchten. In diesem Buch enthüllt der Recruiting-Experte sein 360-Grad-Recruiting-System, mit dem Personalverantwortliche in sechs einfachen Schritten zuverlässig neue Top-Verkäufer finden und an das Unternehmen binden.

Die Begeisterung, die dieses Buch auslöste, bescherte ihm Platz 1 in den Amazon-Verkaufslisten.



Bilder: May



**SIE SUCHEN NEUE MITARBEITER, VERKÄUFER ODER TALENTE?
DANN KOMMEN SIE ZUR MASTERCLASS OF RECRUITING!**

MASTERCLASS OF RECRUITING

Mehr Mitarbeiter. Mehr Umsatz. Mehr Motivation.

**EIN TAG, VIEL MEHR ALS EIN
NORMALES ERFOLGSTRAINING.**

**ALLE TERMINE
UND TICKETS UNTER:**

WWW.ANDRE-MAY-EVENTS.DE





ANDRÉ MAY

DER RECRUITINGEXPERTE

JETZT

Die besten Mitarbeiter, Verkäufer
und Talente finden und binden!



KEYNOTES



SEMINARE



TRAININGS



WORKSHOPS



CONSULTING



WWW.ANDREMAY.DE