

Recruiting In Social Media: Handlungsempfehlungen für Unternehmen aus Bewerbersicht



Datum: 27. April 2016
Autor: Stanislava Garske
Seitenzahl: 104 Seiten
Sprache: Deutsch
PDF

In der heutigen Zeit der technologischen Entwicklung und voranschreitenden Digitalisierung reichen die klassischen Instrumente der Personalbeschaffung nicht mehr aus. Die neue Art

der Kommunikation verändert die Arbeitswelt von heute, neue Strukturen und Vorgehensweisen sind gefordert, um den Kampf um die besten Kandidaten zu gewinnen. Für Unternehmen wird es nicht nur schwieriger qualifizierte Mitarbeiter zu finden, sondern diese auch langfristig an das Unternehmen zu binden.

Unternehmen sind demnach herausgefordert, die Möglichkeiten, die die sozialen Netzwerken bieten, auszuschöpfen, um sich transparenter und dialogbereiter zu präsentieren, sowie aktiv bei der Suche nach den besten Kandidaten vorzugehen. Dabei können Unternehmen die umfangreichen Funktionen für die professionelle Personalarbeit auf verschiedenen Social Media Plattformen nutzen und nachhaltige Erfolge erzielen.

Social Media Recruiting ist ein viel diskutiertes und strittiges Thema. Die Personalgewinnung durch Nutzung von Social Media Plattformen bietet sehr viele Möglichkeiten, die aber sowohl das notwendige Know-how als auch eine professionelle Herangehensweise voraussetzen.

Das Social Media Recruiting aus Unternehmenssicht einerseits und andererseits aus Bewerbersicht sollen differenziert betrachtet werden. Dabei werden die folgenden Themen behandelt: Die klassischen Wege der Personalbeschaffung, Social Media - rechtliche Rahmenbedingungen, Monitoring und Guidelines sowie das umstrittene Thema "Bewerber Screening". Darüber hinaus wird das Recruiting Teil eines Prozesses, der sich über Personalmarketing und Employer Branding ausdehnt ausführlich dargestellt. Anhand Best Practice Beispielen und einer empirischen Untersuchung werden die Handlungsempfehlungen für Unternehmen abgeleitet.

<https://k2s.cc/file/a2326652b5a87/KJlfhiy8D.pdf.rar>