

## [Sjekkliste]

### Sosial rekruttering – beste praksis

En sjekkliste for å komme i gang med sosial rekruttering  
– i tråd med beste praksis

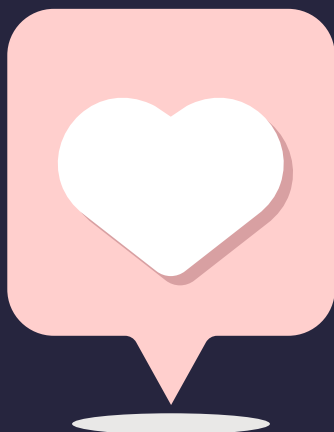
- 

**Som et utgangspunkt må selskapet ditt ha kontoer** på de plattformene du planlegger å bruke, forhåpentligvis har du også bygget opp en gruppe med følgere. Når du først publiserer en stillingsannonse, kan dine følgere dele innlegget med sine venner og nettverk, som i sin tur også kan annonsen videre. Jo flere som deler innlegget, desto større spredning vil annonsen få, og du når flere potensielle kandidater.
- 

**Konkretiser målene dine.** Hva er det du prøver å oppnå? Kanskje prøver du å korte ned ansettelsesprosessen til selskapet dit. Kanskje ønsker du å tiltrekke deg flere kandidater av høy kvalitet. Du kan selvfølgelig også ha som mål å gjøre begge deler. Når du vet hva du ønsker å oppnå, kan du velge måleparametere som lar deg måle både hvordan det går og hva som kan gjøres bedre. Noen populære KPI-er innen rekruttering er kostnad per ansettelse, tid til ansettelse, antall klikk til karrieresiden din fra sosiale medier og tiden hver kandidat bruker på siden.
- 

Når du har satt opp målene dine, bruk noe tid på å tenke over hvilken type kandidater du ønsker å tiltrekke deg. Skap en forståelse for hvilke **ferdigheter og personlighetstrekk** denne personen trenger for å prestere godt i selskapet ditt. Dette vil føre til at du gjør en målrettet innsats mot akkurat en slik person gjennom rekrutteringen.
- 

Nå som du vet hvem du er på jakt etter, tenk over hvor du kan finne de riktige kandidatene. Noen sosiale medier kan være særlig rettet mot den typen kandidater du vil ha, da bør du legge ut stillingsannonsen din der. **Kunnskap om når din optimale kandidat er på nett** vil også vise veien til den riktige plattformen.  
**TIPS:** spør dine nåværende ansatte om hvilke sosiale medier de bruker mest.



# 86%

av jobbsøkere benytter  
sosiale medier i søkene  
sine

- ✓ **Se på hva konkurrentene dine gjør** riktig i sin rekruttering på sosiale medier. Det kan være at de skaper mye interaksjon på sine sider på sosiale medier, og at du kan lære fra hva de gjør riktig. Dessuten kan du lære fra hva som ikke fungerer for konkurrentene dine, slik at du IKKE gjør de samme feilene. Uansett vil du ha et klart bilde av nøyaktig hva du sammenlignes med.
- ✓ **Vær helt tydelig med ditt employer brand.** For å kunne promotere ditt selskaps kultur på sosiale medier, må du ha et tett forhold til den. Dine innlegg og annet innhold skal reflektere kulturen. Hold dine ansatte oppdatert om selskapets initiativer, slik at de kan delta i rekrutteringen på sin egen måte, gjennom for eksempel å skrive innhold om arbeidsplassen, eller dele stillingsannonse i sine nettverk på sosiale medier.
- ✓ **Lag attraktive stillingsbeskrivelser** for rollene du rekrutterer til. Sørg for at du har med arbeidssted og stillingstittel i dine innlegg. Det kan høres ut som en selvfølge, men du vil bli overrasket av hvor mange som ikke legger til denne informasjonen i stillingsannonse sine. Glem heller ikke å legge til en beskrivende, men likevel fengende, oppsummering – sammen med et bilde i høy oppløsning, som kommuniserer hva rollen/selskapet ditt står for. Du vil helt enkelt gjøre det så lett som mulig for kvalifiserte kandidater å trykke på «søkeknappen».
- ✓ **Nå er det bare å trykke på knappen hvis du er Talentech-kunde,** eller så kan du velge det dyrere og mer tidkrevende alternativet, og la et byrå eller markedsføringsekspert hjelpe deg med å annonsere på hvert enkelt sosiale nettverk.

# 71%

av arbeidsgivere som bruker sosial rekruttering sier at det hjelper dem med å screene søkere