

E - BOG

REKRUTTERINGSPROCESSEN FRA JOBANALYSE TIL ONBOARDING







Indholdsfortegnelse

Indledning rekrutteringsprocessen	4
Rekrutteringsprocess jobanalyse	6
Jobannonce	8
Reklame	10
Jobsamtalen	11
Onboarding	13

Indledning

Rekrutteringsprocessen

Velkommen til denne e-bog, hvor du vil blive klogere på rekrutteringsprocessen.

Denne guide er designet til at hjælpe dig med at forstå og mestre de tre kritiske faser i enhver rekrutteringsproces: før, under og efter ansættelsen. Disse faser omfatter:

- Jobanalysen - Her defineres jobbets nøglekrav og den ideelle kandidatprofil. Dette er grundlaget for hele rekrutteringsprocessen.
- Jobsamtalen - Teknikker og metoder til effektivt at vurdere kandidater gennem samtaler og evalueringer.
- Onboarding - Strategier for at integrere nye medarbejdere i organisationen, så de hurtigt bliver produktive og tilfredse medlemmer af teamet.

En velstruktureret rekrutteringsproces er ikke kun en sekvens af trin, men en dyb forståelse af både kandidatens og organisationens behov. Gennem denne e-bog vil du lære, hvordan en simpel, men effektiv rekrutteringsproces kan etableres for at opnå de bedste resultater.

En rekrutteringsproces består normalt af de fleste af disse trin:

- Employer branding: fører til uopfordrede ansøgninger og letter rekrutteringsprocessen
- Der opstår en ledig stilling eller behov for rekruttering
- Jobanalysen udarbejdes
- Jobbeskrivelsen udarbejdes
- Der annonceres på forskellige kanaler
- Ansøgninger modtages
- Kandidater indkaldes til jobsamtale
- IQ test eller personlighedstest
- Referencer indhentes
- Der skrives kontrakt.
- Pre-boarding
- Onboarding-forløb



70%

af virksomheder mener at rekruttering er en afgørende udfordring

60%

af alle kandidater mener, at en rekrutteringsproces maksimalt bør tage 1 måned fra de har søgt jobbet



72%

af de rekrutteringsansvarlige står over for udfordringer med at tiltrække egnede kandidater

Rekrutteringsproces

jobanalysen

En grundig jobanalyse er fundamentet for en vellykket rekrutteringsproces. I denne forberedende fase udføres det essentielle arbejde med at definere den ideelle kandidatprofil. Dette inkluderer en klar forståelse af de nødvendige kompetencer, erfaring og personlige egenskaber, samt en detaljeret beskrivelse af arbejdsopgaverne og ansvarsområderne for den pågældende stilling. Det fastlægger også, hvem den kommende medarbejder skal samarbejde med og hvilke specifikke krav stillingen indebærer.

Jobanalysen er afgørende for at afklare og forstå kravene til stillingen samt den rolle, den vil spille i forhold til organisationens overordnede rekrutteringsstrategi. Denne indsigt sikrer, at rekrutteringsprocessen er målrettet og effektiv, idet den tiltrækker de mest kvalificerede kandidater.

Desuden danner jobanalysen grundlaget for de efterfølgende faser i processen. Med en klar definition af jobbet krav kan interviewere bedre vurdere kandidaternes under jobsamtaler. Det sikrer også, at onboarding-forløbet er velstruktureret, hvilket hjælper med at integrere nye medarbejdere i organisationen på en måde, der fremmer deres hurtige tilpasning og succes.

Læs vores blog om [rekrutteringsprocessen](#).

ved nøje at sætte rammerne fra starten gennem en dybdegående jobanalyse, kan en organisation opbygge en rekrutteringsproces, der ikke kun effektivt tiltrækker de rette kandidater, men også understøtter deres fortsatte vækst og udvikling.

Ofte springer virksomheder jobanalysen over, hvilket kan skabe udfordringer i rekrutteringsprocessen.

Mange arbejdspladser opererer med forestillinger og forventninger til den type kandidat, de ønsker at ansætte.

På baggrund af disse antagelser udarbejdes en "jobanalyse", der dog ofte viser sig at være en genbragt skabelon eller en jobbeskrivelse, der ikke er blevet opdateret i lyset af virksomhedens aktuelle behov. Denne praksis kan føre til, at den reelle drømmekandidat, hvis kompetencer bør spænde fra personlige til faglige, overses eller misforstås.

For at effektivisere processen og sikre en grundig jobanalyse kan man følge disse syv trin:



1

Definer formålet med stillingen

Start med at klargøre, hvad hovedformålet med stillingen er inden for organisationen. Dette inkluderer at forstå, hvordan positionen bidrager til virksomhedens overordnede mål.

2

Saml information

Indhent oplysninger fra forskellige kilder såsom nuværende medarbejdere i stillingen, deres ledere og andre relevante stakeholders. Dette giver et bredt perspektiv på de nødvendige opgaver og ansvar.

3

Identificer nødvendige opgaver og ansvar

Notér de specifikke opgaver og ansvar, der er forbundet med stillingen. Vær detaljeret for at sikre, at alle aspekter er dækket.

4

Fastlæg kompetencekrav

Bestem hvilke færdigheder, erfaringer og uddannelser, der kræves for at udføre jobbet effektivt. Overvej både de tekniske og de bløde kompetencer, der er nødvendige.

5

Analyser arbejdsmiljøet

Vurder de arbejdsforhold og det miljø, hvor stillingen vil være placeret. Dette inkluderer alt fra fysiske forhold til virksomhedskulturen.

6

Skriv jobbeskrivelsen

Med alle de indsamlede data, skriv en klar og præcis jobbeskrivelse. Denne skal inkludere jobtitel, ansvarsområder, nødvendige

7

Valider og opdater jobanalysen

Efter at have udarbejdet jobanalysen, få den valideret af relevante parter inden for organisationen. Det er også vigtigt regelmæssigt at opdatere analysen for at sikre, at den fortsat er relevant og afspejler de aktuelle behov.



Jobannoncen med modtager i tankerne

For at forbedre jobannonceprocessen kan arbejdspladser med fordel skrive hver jobannonce fra bunden, når en ny stilling skal besættes.

Dette skridt er afgørende for at maksimere sandsynligheden for at tiltrække relevante kandidater, da indholdet i jobannoncen nøje skal afspejle det detaljerede forarbejde udført i jobanalysen.

Denne foranalyse bør belyse flere centrale elementer i jobbet, herunder nødvendige kompetencer, krævet erfaring, vigtige samarbejdspartnere og ledere, samt udviklingsmuligheder inden for stillingen.

Når man forstår disse nøgleaspekter, kan man formulere en jobannonce, der inkluderer

- En engagerende og præcis overskrift, der tiltrækker den ønskede målgruppe.
- En detaljeret beskrivelse af jobbet, afdelingen og de primære arbejdsopgaver, samt de vigtigste samarbejdspartnere inden for rollen.
- Arbejdspladsens specifikke forventninger til kandidatens faglige og personlige egenskaber herunder uddannelsesbaggrund, sprogkundskaber, IT-færdigheder og erfaring.

Jobannoncen skal også indeholde yderligere oplysninger såsom kontaktperson, ansøgningsfrist og forventet tidspunkt for interviews, sammen med en klar vejledning om ansøgningsprocessen. Desuden bør den give et indblik i arbejdspladsens branche, størrelse og kulturelle værdier, som alle er relevante for ansøgeren at kende

Ved at udarbejde jobannoncer med disse retningslinjer sikres det, at de ikke kun tiltrækker kvalificerede kandidater men også dem, der er bedst egnet til at trives og udvikle sig inden for virksomheden. Dette begynder med en velovervejede jobanalyse, som fastlægger rammerne for den ideelle kandidat og hjælper med at strukturere hele rekrutteringsprocessen.





1

Når man skriver en jobannonce, er det vigtigt at huske, at hovedformålet er at appellere til potentielle ansøgere. Selvom det kan være fristende at bruge meget plads på at fremhæve virksomhedens præstationer og spændende produkter, bør fokus i stedet være på selve jobbet. Ansøgerne er oftest mere interesseret i at forstå de specifikke arbejdsopgaver, de vil blive stillet over for, samt de nødvendige kompetencer, der kræves for at være kvalificeret til stillingen. Uddybende detaljer om virksomhedens historie og produkter kan med fordel introduceres under jobsamtalerne eller senere i ansættelsesprocessen. Dette sikrer, at jobannoncen er målrettet og relevant for de personer, den søger at tiltrække.

2

Det er essentielt at undgå floskler og klichéer, når man skriver jobannoncer. Annoncer, der falder i fælden med at bruge slidte udtryk som "administrativ blæksprutte" eller "ledelseshaj", kan virke afskrækkende snarere end indbydende. Disse klichéer bidrager ikke til en klar forståelse af jobbet krav eller den ønskede kandidatprofil og kan derfor mindske kvaliteten af de modtagne ansøgninger. Ansøgere tenderer til at efterligne sproget i jobannoncen i deres ansøgninger. Hvis annoncen er fyldt med generiske udtryk, er det sandsynligt, at ansøgningerne også vil være det. For at tiltrække velkvalificerede og engagerede kandidater, bør jobannoncen være præcis og målrettet, klart fremhæve de specifikke færdigheder og kvalifikationer, der er nødvendige for stillingen, og undgå almindelige floskler.



Reklame for jobbet

Når jobannoncen er formuleret, bliver næste skridt at markedsføre stillingen. Det mest afgørende valg i denne fase er at bestemme, hvilke mediekkanaler der bedst når den ønskede målgruppe. Det er vigtigt at overveje, hvor potentielle ansøgere typisk søger efter job. Spørgsmål som:

Er målgruppen primært online eller offline? Foretrækker de at læse aviser eller fagblade?, og Bruger de professionelle netværk som LinkedIn eller jobsider som Jobindex? er centrale. Det er også relevant at vurdere, om de potentielle ansøgere allerede er aktivt jobsøgende, eller om de skal motiveres til at ansøge. Svarene på disse spørgsmål vil vejlede valget af de mest effektive kanaler til jobannonceringen.

Nogle af de typiske steder at slå annoncer op er:

Hjemmeside og intranet.

- Jobdatabaser
- Sociale medier - direkte til de kandidater, som opfylder udvalgte kriterier
- Jobmesser og netværk

SMUK-modellen sikrer, at målene for en jobposition er klare og præcise. Modellen står for specifik, målbar, udfordrende og kontrollerbar. Ved at bruge denne struktur i jobannoncer og kandidatvurderinger, kan du bedre måle kandidaternes egnethed og tilpasse rekrutteringsindsatsen.

Når ansøgningerne begynder at ankomme, kan det være nyttigt at klassificere kandidaterne i tre grupper, baseret på deres placering i rekrutteringsprocessen, og tildele dem passende tilbagemeldinger:

Første gruppe - Afvisning eller Afventende: Denne gruppe består af kandidater, som enten ikke opfylder de grundlæggende kvalifikationer, eller hvis kvalifikationer kræver yderligere overvejelse. De ukvalificerede kandidater bør modtage et hurtigt skriftligt afslag, mens dem i måske-kategorien informeres om, at deres ansøgning stadig er under overvejelse, og de vil få besked inden en fastsat frist.

Anden gruppe - efter første samtalerunde: Kandidater, der ikke går videre efter den første samtalerunde, skal modtage en personlig og detaljeret tilbagemelding. Det er vigtigt at takke dem for deres interesse og tilbyde konstruktive råd til fremtidige jobansøgninger. Denne tilbagemelding kan inkludere specifikke områder, som de kan forbedre, samt hvilke typer erfaringer og kompetencer der vil blive prioriteret i de efterfølgende samtalerunder.

Tredje gruppe - efter anden samtalerunde: De kandidater, der fravælges efter den anden samtalerunde, hvor der typisk indgår personprofilanalyser, IQ-tests og eventuelle referencetjek, har været tæt på at blive valgt. De fortjener en grundig og personlig tilbagemelding. Der bør også tilbydes en mulighed for at få feedback på deres personprofilanalyse, hvis dette ikke allerede er sket under samtalerne.



Jobsamtalen

adfærdspsykologien

I rekrutteringsprocessen har adfærdspsykologiens fremkomst kastet lys over potentielle risici ved jobsamtaler, der kan lede til uønskede beslutninger. Adfærdspsykologi understreger risikoen for at falde i "implicit bias" fælder, der kan forvrænge vores opfattelse af, hvem der er den bedst egnede kandidat, og potentielt forhindre visse medarbejdergrupper i at blive overvejet til stillingen. Disse forudindtagetheder kan være subtile og ubevidste, men har stor indflydelse på beslutningsprocessen.

Professor Sara Louise Muhr fra Copenhagen Business School identificerer 6 typer af implicit bias, som kan påvirke rekrutteringsprocessen:

Intuitionsbias: Det kan være svært at ignorere de første indtryk eller mavefornemmelser om en kandidat, selv når disse fornemmelser er baseret på flygtige, intuitive oplevelser fra de første minutter af samtalen frem for rationelle overvejelser.

Overfladisk bedømmelse: Overfladiske karakteristika som højde, udseende, dialekt eller tatoveringer kan uvilkårligt tildeles værdi, som så påvirker vurderingen af en kandidats personlighed og kompetencer, enten positivt eller negativt.



1



3



2

Horn i siden-bias: Opdager man en negativ egenskab hos kandidaten, kan denne ene negativitet overskygge alle andre positive aspekter og kvaliteter, hvilket forvrænger den samlede vurdering af personen.

Forventningsbias: Tidligere erfaringer med kandidaten eller andres anekdoter kan skabe forudindtagede forventninger, hvilket kan medføre, at man søger mindre information om kandidaten og i stedet stoler på sin intuition.

-
-
-
-

Kontrastbias: En kandidat kan blive vurderet relativt i forhold til andre kandidater snarere end baseret på objektive evalueringskriterier, hvilket kan føre til en urimelig sammenligning og vurdering.

-
-
-
-

4

5

6

-
-
-
-

Lighedsbias: Der er en naturlig tendens til at favorisere personer, som minder om en selv, hvilket kan influere på evalueringen og føre til en homogen kandidatgruppe.

Når man anerkender de 6 typer af implicit bias og deres indflydelse på rekrutteringsprocessen, kan man tage skridt til at reducere deres indvirkning. Det starter med en bevidstgørelse om, at ingen er immune over for disse ubevidste fordomme, uanset hvor inkluderende og empatisk man opfatter sig selv. Herefter er det essentielt at supplere subjektive indtryk som intuition og mavefornemmelse med objektive systemer og procedurer, der er udviklet til specifikt at identificere og modvirke bias.

Onboarding

ikke bare en introduktion

Onboarding-perioden har fået øget fokus de seneste år, men den forveksles ofte stadig med det indledende introduktionsforløb.

Korrekt forstået bør introduktionsforløbet ses som en del af den bredere onboarding-proces, især de første par uger af en nyansats arbejdsliv, hvor vedkommende bliver bekendt med arbejdsopgaver, kollegaer, daglige rutiner og IT-systemer.

Onboarding strækker sig dog ud over blot introduktionen. Denne periode kan deles op i "pre-boarding" og den efterfølgende onboarding. Pre-boarding starter fra det øjeblik kontrakten underskrives og varer indtil den første arbejdsdag. I denne fase er det vigtigt at opretholde kontakten til den nye medarbejder, forsyne vedkommende med nødvendig information om arbejdsstart og forberedelser for en glat overgang. Når medarbejderen starter, indledes det egentlige introduktionsforløb, som typisk varer nogle uger, afhængigt af jobbets natur og virksomhedens praksis.

Efter introduktionen fortsætter onboarding-perioden, som kan vare fra en måned op til et halvt år, hvor den nye medarbejder gradvist integreres dybere i organisationen. Længden og dybden af denne periode varierer betydeligt afhængigt af både arbejdspladsen og stillingens krav. Denne fase er afgørende for at sikre, at den nye medarbejder ikke blot forstår sine opgaver, men også føler sig velkommen og værdsat i virksomheden, hvilket kan have stor betydning for medarbejderens engagement og langsigtede fastholdelse.

Onboarding-perioden er en væsentlig overgangsfase, hvor en nyansat bevæger sig fra at være jobsøgende til at blive en integreret del af en ny arbejdsplads.

Denne overgang indebærer store ændringer i jobbet, rollen, organisationen, kulturen og relationerne til nye kolleger, hvilket kræver betydelig støtte.

En velorganiseret onboarding-proces styres nøje af arbejdsgiveren fra det øjeblik, kontrakten underskrives, gennem introduktionsforløbet og videre gennem den første ansættelsesperiode. Målet er at forme den nye medarbejders oplevelse af virksomhedens kultur, sikre opbygningen af passende relationer, og klart formidle forventningerne til deres indsats, ansvar og resultater. Det er også vigtigt at sikre, at alle praktiske aspekter er på plads.

Fra onboarding-processens start bør den nye medarbejder føle sig ventet og værdsat. Dette opnås når:

- Alle praktiske forberedelser er på plads, og kollegerne er informeret om den nye medarbejders ankomst.
- Der foreligger en klar og skriftlig introduktionsplan, som er tilgængelig fra første arbejdsdag, eller endnu bedre, før startdatoen.
- Der er afsat tid til grundig introduktion og sidemandsoplæring.
- Kolleger og ledere møder den nye medarbejder med interesse og opmærksomhed.
- Medarbejderen har klare instruktioner om sine opgaver, også for de stunder hvor der kan opstå uventet ledig tid.
- Der er en plan for oplæring i specifikke arbejdsopgaver og systemer, og det er tydeligt, hvem der er ansvarlig for denne oplæring.
- Medarbejderen inddrages i relevante møder fra starten.
- Væsentlig, men ofte overset information, såsom detaljer om kontorets layout, kantineordninger og lignende, deles, så den nye medarbejder hurtigt kan føle sig hjemme og effektiv.

Efter det indledende introduktionsforløb, som typisk varer de første par uger, bør nærmeste leder arrangere regelmæssige status- og vidensmøder med den nye medarbejder. Disse møder kunne med fordel afholdes hver anden uge i løbet af de første måneder og derefter månedligt for resten af onboarding-perioden. Disse møder giver en mulighed for at vurdere integrationen af den nye medarbejder, diskutere eventuelle udfordringer og tilpasse indsatserne efter behov.

I løbet af disse møder kan lederen og medarbejderen anvende de indsigter, de har opnået gennem rekrutterings- og onboarding-processen, til at udvikle en personlig udviklingsplan. Denne plan skal ikke kun fokusere på medarbejderens faglige udvikling men også på at sikre, at medarbejderen føler sig værdsat og engageret i sit nye arbejdsmiljø.

Denne tilgang sikrer en flydende overgang fra jobanalyse og jobsamtale til onboarding, og videre til medarbejderens løbende udvikling og fastholdelse i virksomheden. Det er en proces, hvor både medarbejder og leder sammen bidrager til at skabe en stærk tilknytning til virksomheden og sikre, at der er en god balance mellem medarbejderens rolle, personlige ambitioner og virksomhedens målsætninger.



Om YGpartner

YGpartner er et veletableret konsulentfirma, specialiseret i udvikling af menneskelige ressourcer, og er dedikeret til at fremme vækst gennem mennesker og forretninger. Virksomheden har en dyb forståelse for vigtigheden af menneskelig kapital og fokuserer på at styrke organisatoriske strukturer og effektivitet gennem strategisk HR-udvikling, præcis rekruttering og målrettede workshops for ledelse og teamudvikling.

Virksomhedens tilgang bygger på en model, der er skræddersyet til hver enkelt klients specifikke behov. YGpartner baserer sine strategier på pålidelig dataanalyse, kombineret med et solidt fundament af teoretisk viden og praktisk erfaring. Dette sikrer, at de løsninger, der tilbydes, er både innovative og gennemprøvede.

Partnerskab og samarbejde står centralt hos YGpartner, der lægger vægt på at opbygge stærke og langvarige relationer med sine kunder. Ærlighed og integritet er hjørnestenene i deres arbejde, hvilket garanterer en høj etisk standard i alle deres indsatser.

Firmaet fokuserer ikke kun på at forbedre HR-praksis men også på at skabe et bedre arbejdsmiljø, hvor medarbejdernes velvære møder innovative løsninger. YGpartner er klar til at assistere din organisation i at overvinde diverse HR-udfordringer og sikre både ekstern succes og intern sundhed.

For yderligere information eller for at indlede et samarbejde kan YGpartner kontaktes på telefonnummer 53657786 eller via e-mail på info@ygpartner.com. Med deres omfattende tilgang til HR og ledelsesudvikling er YGpartner perfekt positioneret til at møde nutidens udfordringer og fremme fremtidig vækst i din virksomhed.





Telefon: 53657786

info@ygpartner.com

www.ygpartner.com