


Social recruiting

Att använda sociala medier vid rekrytering är idag en självklarhet. Men långt ifrån alla har en genomtänkt strategi för hur de ska nå framgång. Här delar vi med oss av våra bästa tips för lyckad social recruiting.

Social recruiting handlar om att etablera en relation med potentiella medarbetare redan innan det finns ett ledigt uppdrag att söka. Något som traditionell rekrytering inte klarar av. Vid social recruiting har personer chans att lära känna kulturen, värderingarna och människorna på förhand. Det gör att det första urvalet redan är gjort; de som attraheras och de som inte gör det. Syftet är att få några få topprelevanta kandidater som vet tillräckligt mycket om organisationen och rollen för att kunna göra ett välgrundat val.

 **Attrahera topprelevanta kandidater.**

Stark kultur ett plus

I framtidens professionella liv blir gränsen mellan arbete och fritid mer diffus. Därför är det viktigt att jobbet matchar individens värderingar och målsättningar och ger möjlighet till personlig utveckling.

Likar attraherar: Låt engagerade medarbetare berätta om sina drömmar och erfarenheter för att locka likar till organisationen. Sociala medier bygger på nätverk och vi lyssnar gärna på andra personer i samma situation.

Utmaning lockar: Vi attraheras av utmaningar. Berätta därför om svårigheter i rollen och vilken expertis krävs för att lyckas. Då kommer de som känner sig manade söka, medan de som inser att de inte har vad som krävs sällas bort innan ansökan.

Tillfälle att lära: Tryck på utvecklingsmöjligheter för att visa hur organisationen är mån om att erbjuda utveckling för sina medarbetare.

Flexibilitet: Är arbetsplats och arbetsprocesser flexibla? Eller inte? Flexibilitet attraherar vissa, struktur andra. Var öppen med hur organisationen fungerar för att attrahera rätt personer.

Socialt ansvar: Vi vill vara stolta över vår arbetsgivare och det arbete vi utför. Berätta därför hur organisationen bidrar till en bättre värld.

Checklista social recruiting

1. Sprid storyn brett!

Skapa intresse för organisationen och resan som personen kan bli en del av. Vad är organisationens mening och mål? Vilka utmaningar står man inför? Varför ska rollen tillsättas? Fundera över vilka budskap och kanaler som är relevanta.

2. Attrahera smalt och rätt

Var tydlig med rollens utmaningar, möjligheter att påverka, hur den egna delen i utvecklingen ser ut osv. Förmedla också organisationens värderingar och kultur.

3. Gör delbart med call-to-action

Gör det lätt att sprida budskapet! Nästan alla är benägna att tipsa om de känner någon som skulle passa för rollen. Självklart ska innehållet vara anpassat till sociala medier men glöm inte att länka tillbaka till ansökningsidan. Sömlöst - så att personen inte faller ur loopen.

För mer info kontakta oss!

Kontakt: Karin Netzell | 08-459 15 93
karin.netzell@hammerhanborg.com



HAMMER & HANBORG