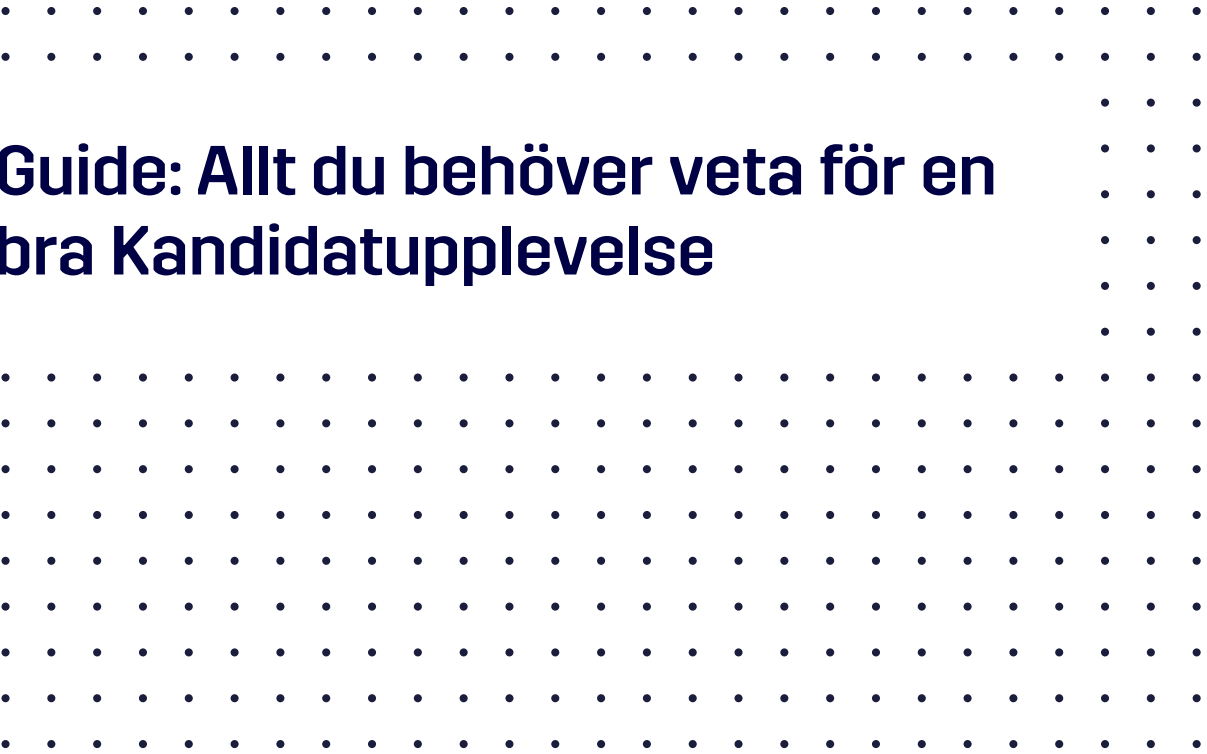




## Guide: Allt du behöver veta för en bra Kandidatupplevelse

# INTRODUKTION

---

De allra bästa inom rekrytering runt om i världen konkurrerar mot varandra för att hitta den absolut bästa kandidaten som finns. Idag handlar det inte bara att skriva en jobbannons, publicera och vänta på att ansökningar ska rulla in.

## Varför då?

Jo, till att börja med, denna traditionella metod gör det mycket svårare att följa varje steg i rekryteringsprocessen från start till mål.

Därför jobbar moderna rekryterare idag med att vara ett steg före genom att samla in och analysera information om deras kandidater. De gör inte bara detta, de är också mer medvetna om den kandidatupplevelse de är med och skapar.

Så, egentligen är detta det enda sätt som garanterar att du kan anställa de bästa tänkbara personerna till en tjänst. Det råder ingen tvivel om att en bra rekryteringsprocess är datadriven. Företag som samlar in data under varje steg av sin rekryteringsprocess är helt enkelt bättre rekryterare... och är också de som attraherar de bästa talangerna.

## Det är verkligen så enkelt.

Så, med den tanken i bakhuvudet, låt oss gräva djupare i vad kandidatupplevelse är och hur du kan förbättra din egen.

## Översikt:

1. Vad är Kandidatupplevelse?
2. Kan en dålig Rekryteringsprocess skada din Kandidatupplevelse?
3. Fördelar med en positiv Kandidatupplevelse
4. Så förbättrar du din Kandidatupplevelse under Rekryteringsprocessen
5. Ansökningsprocessen
6. Intervjuprocessen
7. Överväg Videointervjuer
8. Hur du ger Kandidater avslag
9. Onboarding av Kandidater
10. Rapportera till Chefer
11. Redo att Mäta din Kandidatupplevelse?

# VAD ÄR KANDIDATUPPLEVELSE?

[Gå till Översikt](#)



I korta drag är termen kandidatupplevelse ett samlingsnamn för att beskriva själva processen, känslorna och den uppfattning en ansökande har av ditt företag när de går igenom varje steg av din rekryteringsprocess.

## En vanlig rekryteringsprocess innehåller ofta följande steg:

1. Jobsökning (kandidaten letar ett lediga tjänster på jobbsajter, företagshemsidor, sökmotorer och tidningar mm.)
2. Kandidaten ansöker till ett jobb
3. Du intervjuar kandidaten
4. Du ger kandidaten feedback och analyserar den
5. Onboarding/Kandidaten startar tjänsten (om allt gått bra)

Låter det bekant?

Så, vill du förbättra din kandidatupplevelse (vilket vi såklart rekommenderar), behöver du utförligt utvärdera varje steg ovanför. Detta kanske låter som en svår uppgift, men längre ner i den här artikeln kommer vi steg för steg att gå igenom exakt hur du kan göra detta själv.

# KAN EN DÅLIG REKRYTERINGSPROCESS SKADA DIN KANDIDATUPPLEVELSE?

[Gå till Översikt](#)



**Kan en dålig rekryteringsprocess skada din kandidatupplevelse? Det korta svaret är Ja.**

Låt oss därför kolla på några vanliga misstag som arbetsgivare gör under rekryteringsprocessen och analysera hur det påverkar kvaliteten på den kandidater som du attraherar...

## **Dåligt skrivna annonser**

Det är en självklarhet att om du inte skriver en transparent och noggrann jobbeskrivning så blir standarden på de ansökningar du får lägre. I slutändan behöver kandidater förstå vad de själva ger sig in på – annars är det en stor risk att de kommer sluta ganska snabbt efter att du anställt dem. Och då måste du starta om hela rekryteringsprocessen igen

## **Dålig kommunikation**

Detta ligger nära den förra punkten. Riktigt bra kommunikation mellan en arbetsgivare och kandidaten(erna) är en grundpelare för en framgångsrik rekryteringsstrategi.

Att misslyckas med effektiv kommunikation till dina kandidater kommer resultera i att högkvalitativa kandidater kommer lämna dig och högst troligt vända sig till dina konkurrenter.

## **Dålig intervjuteknik**

Till och med chefer med flera års erfarenhet ramlar i denna fallgrop. Du skulle bli förvånad av hur många rekryterare som frågar helt fel frågor. Så, frågar du inte efter rätt saker så kommer du heller inte att på ett bra sätt kunna veta om kandidaten skulle passa bra in i teamet. Visst är det ganska enkelt?

# FÖRDELAR MED EN POSITIV KANDIDATUPPLEVELSE

[Gå till Översikt](#)



## Så, vilka fördelar finns det med att ge dina ansökande en positiv kandidatupplevelse?

För att beskriva det på ett enkelt sätt. Har du möjligheten att ge dina kandidater en hyfsad upplevelse under rekryteringsprocessen är det en större chans att de kommer med en positiv attityd när de börjar sin anställning.

Detta är inte bara bra för arbetsmoralen, utan också utmärkt för produktiviteten. En kandidat som har en positiv upplevelse under rekryteringsprocessen är mer trolig att komma igång snabbare än någon som är osäker på om de gjort rätt val när de tackat ja till ett jobberbjudande, punkt slut.

Värt att veta är att dina kandidater också är dina ambassadörer oavsett om du rekryterar dem eller ej. Det behöver du nog inte ens oss för att förstå, rekommendationer genom word of mouth hörs lång väg.

Så om en kandidat har en behaglig upplevelse under rekryteringsprocessen (även om de inte får jobbet), är det mer troligt att de pratar positivt om dig, vilket stärker ditt employer brand. Ju starkare ditt employer brand är, desto fler personer kommer att vilja arbeta hos dig. Värt att nämna är också att detta ger mycket mer prestige och trovärdighet till ditt företag.

Sist men inte minst, om du verkligen bryr dig om dina kandidater kommer du också att börja samla in och analysera data. Att använda dessa siffror för att driva din rekryteringsstrategi kommer med tiden bli kostnadseffektivt. Nämligen för att din rekryteringsprocess kommer vara mycket mer effektiv och nyanställda kommer troligen stanna hos dig längre.

Att rekrytera folk kostar pengar. Punkt. Tror du inte på oss? [Virgin Media](#) uppskattade en förlust på \$5 miljoner årligen för att de inte hade skapat en bra kandidatupplevelse!

# SÅ FÖRBÄTTRAR DU DIN KANDIDATUPPLEVELSE UNDER REKRYTERINGSPROCESSEN

[Gå till Översikt](#)



Vid det här laget tror jag att du är övertygad om att du måste förbättra din kandidatupplevelse. Men den viktigaste frågan kvarstår; Hur gör jag detta? Ta till dig råden nedanför för att kunna implementera dessa viktiga förbättringar.

## Jobsökningen

Tro det eller ej, men faktum är att kandidatupplevelsen startar långt innan kandidaten ens ansöker till en ledig tjänst. IBM fick insikten att så många som [48% av alla ansökande](#) som de frågade ut hade haft tidigare kontakt med organisationen innan de sökte ett jobb hos dom.

### Med tidigare kontakt menar vi:

- Har vänner eller familj som redan jobbar där
- Har en allmän uppfattning om organisationens varumärke
- Är en kund
- Har arbetat med organisationen tidigare



Med det i åtanke är det föga förvånande att bara 2% av kandidaterna har en dålig uppfattning av organisationen innan de söker ett jobb hos dom.

**Det är därför det är så viktigt att stärka sitt employer brand.**

Är du osäker på hur du gör detta, så finns det några saker du kan göra:

### Få förståelse för hur folk ser på ditt varumärke - så du kan förbättra dig

Majoriteten av alla anställda använder sociala medier och karriärplattformar som:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- Glassdoor
- Indeed

Därför är det en stor chans att anställda har delat med sig av några av sina upplevelser från din organisation i dessa nätverk. På så sätt kan du hålla koll på vad folk säger om dig på nätet, för tro på oss, dina kandidater har koll på detta.

Det är faktsikt så att Glassdoor uppskattar att så många som **70% av alla sökande** tittar efter den här typen av 'recensioner' när de står inför ett val i sin karriär.

Som du kanske förstår, så kan dessa plattformar ge mycket värdefull feedback. Använd recensionerna för att få en bättre känsla för att se vad de anställda i din organisation värdesätter. Och ännu viktigare, finns det kanske något de inte gillar, se vad du kan göra för att förbättra dig. Efter det kan du göra de viktiga förändringar som behövs och sedan skicka ut dom för åskådning i cyberrymden. Detta kommer hjälpa dig att säkerställa att högkvalitativa kandidater inte avskräcks av negativa recensioner.

### Definiera vad ditt varumärke säger

Vad står ditt varumärke för? Hur är arbetsplatskulturen? Vilket signaler är det du vill skicka? Använd svaren på dessa frågor för att etablera ett genuint varumärkesmeddelande och hur du kommunicerar detta.



## Varför är detta viktigt?

Du måste ge dina kandidater förväntningar som speglar verkligheten av hur det är att vara anställd i din organisation – och ditt varumärkesmeddelande spelar en stor roll in i detta.

Säkerställ därför att ditt företags röst är densamma på alla onlineplattformar där en kandidat eventuellt stöter på ditt varumärke:

- Dina karriärsidor
- Ditt videoinnehåll
- Dina jobbbannonser
- Dina utvärderingsplattformar
- Enskilda konversationer ditt rekryteringsteam har med kandidaterna.

Ja, du fattar grejen.

## Behandla kandidater som om de vore dina kunder

När arbetslösheten ligger på hyfsat [låga nivåer \(6%\)](#), kan kandidater se på jobbsökandet lite som om de handlar på nätet.

Tänk på det såhär: Du skulle inte köpa en dyr produkt på nätet utan att känna till företaget väl, visst är det så? Så, varför skulle dina kandidater dyka med huvudet före rätt in i ett jobb utan att spendera tid på att få en känsla för att företaget passar dom bra?

Som en del av deras research, kommer kandidaterna troligtvis vilja ha reda på följande information för att kunna bestämma sig om det är värt att söka jobb i din organisation:

- Ditt företags förväntningar
- Er arbets- och företagskultur
- Intervjuprocessen

Ge kandidaterna all information de behöver för att kunna ta ett bättre 'köpbeslut'. Trots allt så kan faktiskt de också skriva en recension på nätet om den kandidatupplevelse som du har gett dem.

Såklart, så kan mycket av denna information kommuniceras via dina jobbannonser, vilket osökt leder oss in på nästa del...



Generellt sett inkluderar steget ansökan dina jobbannonser på nätet och var du publicerar dem. Därför har vi listat några bombsäkra förslag som visar hur du kan skapa en informativ och engagerande jobbsökan. Om du vill agera på dessa råd kommer du utan tvivel att förbättra kvaliteten på din kandidatupplevelse.

## **Skapa en säljande jobbtitel, berätta ditt företags historia och sätt rimliga förväntningar**

Om du lägger ut en jobbannons på en populär jobbsajt (Indeed, Monster, Blocket, etc.), blir ditt val av titel på annonsen allt mer viktigt. Det är nödvändigt att inkludera jobbtitel och sälja in den tillsammans med något som attraherar högkvalitativa kandidater. Detta säkerställer inte bara att din jobbannons hittas av relevanta personer, men den kan också fånga intresset hos topp-kandidater.

Den ansökande vill ofta också veta lite om företaget innan de skickar en ansökan till dig. Så, berätta din organisations historia genom att inkludera saker som:

- Hur många år har ni varit aktiva
- I snitt, hur länge stannar anställda i företaget (skriv såklart bara detta om det är en imponerande siffra!)
- Uppmärksamma nuvarande kunder och projekt som ditt företag associeras med
- Lista speciell utrustning eller mjukvara som kandidaten kan vara intresserad av
- Nämn priser, certifieringar och omnämningar som ditt företag har åstadkommit
- Ge info om kulturen på företaget

Det här är bara några av alla idéer du kan komma på, använd punkterna på föregående sida som en grund och en möjlighet att vara kreativ!

Glöm inte att du ska bara mata kandidaterna med ren fakta. På så sätt kommer du inte skapa orealistiska förväntningar som i slutändan kommer leda till en högre personalomsättning. Det är därför du alltid ska göra en detaljerad jobbeskrivning som en del av jobbannonsen. Då kommer kandidaterna veta precis vad de kan förvänta sig (om de är rätt person för jobbet förstås).

Det lönar sig också att vara helt transparent angående följande detaljer i din jobbannons:

- Arbetstider
- Lön
- Relevant information om kollegor
- Möjligheten till utbildning och professionell utveckling
- Speciella fördelar som just din organisation erbjuder (extra semesterdagar, bonusar, friskvårdsbidrag mm.)

Dessa idéer är också till för att du ska börja gnugga geniknölarna och tänka kreativt. Så tänk efter och inkludera fler saker som dina kandidater borde vara medvetna om.

## **Förklara Ansökningsprocessen**

Kandidater vill ha klarhet. De vill veta vad de kan förvänta sig och hur din rekryteringsprocess går till. Det är därför det är en bra idé att avsluta din jobbannons med vad som är nästa steg. Till exempel, från vad som händer efter de skickat iväg sin ansökan ända tills de blir anställda.

Det sista du vill ska hända är att kandidater faller ur processen längre fram på grund av missförstånd och otålighet, och att räta ut frågetecken redan i jobbannonsen hindrar detta ifrån att hända.

## Gör det enkelt att ansöka

Visst du att [en av 20 kandidater](#) upplever teknikstrul när de skickar in sin ansökan? Det känns kanske överflödigt att säga detta, men om du gör det för svårt att ansöka, kommer kandidaterna till slut ge upp! Så, se till att din jobbannons och ansökan faktiskt fungerar genom att låta någon testa din ansökningsprocess.

## Överväg en Test-fas

När vi pratar om att 'testa' kandidater, pratar vi såklart inte om långa, stressiga prov du fick i skolan. Vi pratar istället om några enkla personlighets- och logikbaserade test som kandidater kan göra själva hemifrån. De behöver bara internet och en enhet som möjliggör det att göra testet (laptop, surfplatta, mm.). Oftast skickas dessa test ut innan intervju (eller mellan intervjuer om du har flera olika intervjuer).

## Varför ens bry sig?

Ja, om din jobbannons attraherar en stor mängd kandidater (vilket de oftast gör, då en annons i snitt får in [250 ansökningar \(globalt sett\)](#) för varje ledig tjänst som finns). Då behöver rekryterare ett sätt att snabbt och enkelt välja ut vissa kandidater. Fakta visar att så många som [50% av alla kandidater](#) in ens når upp till de grundläggande jobbkraven som ställts, vilket gör tester allt mer viktiga.



Så du ska äntligen börja intervjua kandidater (jippie!), här kommer några saker du kan göra för att säkerställa att intervjun är en behaglig upplevelse för alla inblandade:

## **Förberedelse är Nyckeln**

Gör vad du kan för att säkerställa att kandidaterna känner sig förberedda. Det tar inte bara bort kandidatens nervositet innan intervjun, utan skapar också ett bättre samförstånd med kandidaten.

På så sätt känner sig den intervjuade mer avslappnad tillsammans med dig och det är mer troligt att du får en bättre blick in på deras riktiga jag, vilket såklart är vad du försöker åstadkomma!

## **Det finns några saker du kan göra för att förbereda dina kandidater:**

Till exempel, ett kort mail med tydliga instruktioner för hur man hittar till ditt kontor kan hjälpa mycket. Du kan till och med fråga dem var de reser från för att kunna ge ytterligare hjälp. Om möjligt, inkludera kända landmärken och parkeringsplatser om de kör. Alternativt, om de använder kollektivtrafik, informera om vilka buss-, tunnelbane- eller spårvagnslinjer som stannar utanför dig.

Denna information är extra viktig om ditt kontor är svårt att hitta till. Det sista du vill ska hända är att intervjun ska starta på fel sätt för att kandidaten varit för stressad att ens kunna hitta till rätt plats.

I samma 'förberedelsemail', fundera på att inkludera en agenda för intervjun. Det är självklart att när kandidater har bättre koll på vad som planerats för dem, kommer de vara mer förberedda för intervjun. Denna agenda bör också innehålla hur lång intervjun är och vem de ska träffa. Detta möjliggör det att planera deras dag och göra all nödvändig research innan intervjun.

## Överväg en Video

Du kanske till och med vill ta det ett steg längre och skicka en video med all användbar info. Har du intervjuat personer tidigare, finns det en god chans att du fått samma eller liknande frågor varje gång! Skriv ner dem och svara på följande frågor i videon.

Om du inte vet var du ska börja, här kommer flera frågor för att komma igång:

- Hur ser teamet och/eller avdelningen ut?
- Hur ofta är hela teamet tillsammans?
- Vilka är era typiska kunder och partners?
- Vad är lönen?
- Vilka förmåner finns?

Det är också en bra idé att ge en detaljerad överblick av rollen de ansöker till. Kandidaterna kommer inte bara se denna info som användbar, utan får också mer tid att svara på andra mer unika och detaljerade frågor under intervjun.

## Själva intervjun

Du kanske funderar på om du ska schemalägga flera olika intervjuer med olika personer: chefer, teamledare eller till och med anställda från olika avdelningar. Varje diskussion kommer naturligt att fokusera på olika ämnen, vilket gör att du kommer kunna få ännu bättre insikter huruvida kandidaten passar bra in i rollen.

Lägg intervjun under rätt tid för att verkligen visa kandidaten din företagskultur. Om ansökanden ska vara på ditt kontor hela dagen, varför inte bjuda in personen/erna till kafferasten eller lunch i er matsal eller kök? När ni väl är där får du möjligheten att introducera dom till andra på företaget.



## Intervjufrågor

När du ska göra intervjufrågor måste du veta vad du vill få ut av intervjun. I detta ingår att förstå målsättningar, erfarenheten och de kvaliteter du söker hos den intervjuade kandidaten. När du väl fått ordning på det, kan du skapa och ställa riktade frågor för att få en uppfattning om kandidaten klarar sig till nästa steg.

Du kan komma fråga en blandning av direkta frågor som reder ut om kandidaten har de kvalifikationer, erfarenhet och personlighet som behövs för att göra jobbet samt mer öppna frågor. Den sista punkten låter kandidaten sälja in sig själv till dig. Du kommer bli positivt överraskad av vilken info du kommer få ut från dessa!

Du bör också göra research om kandidaten innan intervjun. Detta innebär att se över deras CV, personligt brev, portfolio och tidigare företag de jobbat hos mm. När du väl har denna info så kommer du kunna skraddarsy intervjufrågor som är mer lämpliga för individen och göra det bästa av den korta stund du har tillsammans med dem.

Sist men inte minst, ge kandidaten möjlighet att ställa de frågor de har. De ger dem en chans att informera dig med annan info som de tycker du ska vara medveten om. Folk gillar verkligen inte att lämna intervjuer där de känner att de inte fått säga allt de vill ha sagt.

**Experttips:** Under intervjun, behandla kandidaten som om det vore en framtida kollega (vilket de kanske också blir). Det är uppenbart att en bra första intryck är viktigt för att stärka din kandidatupplevelse. Var vänlig, ge ett bra bemötande och var professionell så ska du se att det kommer gå utmärkt!



Videointervjuer och Videoscreeningfrågor kan om de görs rätt, ge en bättre kandidatupplevelse än fysiska jobbintervjuer – så är fallet om du använder rätt teknik för att intervjuerna ska fungera smärtfritt.

Precis som i en fysisk intervju, kommer du behöva sätta rätt förväntningar genom att sätta en agenda för ert möte. Vi rekommenderar också att hjälpa kandidaterna att komma igång med de tekniska delarna av intervjun. Du kan till exempel erbjuda en egen tid innan intervjun där de i lugn och ro kan få se till att både mikrofon och kamera fungerar i din videoplattform. Med detta menar vi ett separat fönster där de kan testa både mikrofon och kamera innan de börjar prata med dig och själva intervjun börjar.

För att göra det lättare för kandidaten, se till att du har skickat följande information till dem i förväg:

- Hur man startar intervjun
- Hur de kan hitta lösningar till vanliga tekniska problem
- Var de kan vända sig om de behöver hjälp (ska de ens behöva göra det?)

Skicka sen all denna information igen i ett mail som en påminnelse en timme innan [videointervjun](#). Du kommer bli förvånad över vilken skillnad det gör när allt funkar felfritt!

## **Ge återkoppling till kandidaten snabbt**

**(Oavsett om de har presterat bra eller ej)**

Kandidater hatar att vänta i evigheter för att få höra om de fått ett jobb, och det är helt förståeligt. Att byta karriär eller jobb är ett stort beslut. Som arbetsgivare ska du respektera detta genom att berätta deras 'öde' så fort som möjligt.

Du kommer ofta få uppleva många ivriga kandidater som kontaktar dig efter intervjun. Har du inte tagit ett beslut då, berätta ärligt nuvarande läge, och ge en tidsram för när du kommer att kontakta dem med ditt svar. Följ sedan vad du lovat.

Likaså, om du vill ha kvar kandidaten, berätta för personen så snart som möjligt. Detta visar att du verkligen seriöst kan tänka dig att anställa den. För ingen vill vara andrahandsvalet. Plus att detta hjälper dig att inte förlora så många högkvalitativa kandidater till företag som försöker ta dem medan kandidaterna väntar på svar från dig.



När vi väl pratar om det, håll inte inne på dåliga nyheter. Visste du att så många som [23% av ansökanden](#) inte får något meddelande alls om avslag?

**Det är ganska chockerande.**

Tänk tillbaka på den senaste gången du själv sökte ett jobb. Det finns en stor chans att du skickade in din ansökan och fick inte jobbet, sen hörde du inte mer från företaget. Du kanske har försökt att kontakta någon och inte hört från dem igen, vilket gjorde att du gav upp. Dåligt gjrot av rekryteraren...

När det handlar om ditt egna levebröd kan det bli tungt känslomässigt och frustrerande. Det är kanske överflödigt att ens säga detta, men att inte ge ett ordentligt 'nej-tack' till kandidater som inte har gått vidare är skadligt för din kandidatupplevelse.

Tror du inte på oss? Men det talar ju för sig själv. Att inte meddela ett avslag till en kandidat gör att ditt Candidate Net Promoter Score bland dina ansökande kommer att [landa på -44.7](#) (i snitt). Men tar du dig bara tid att ge ett ordentligt nej-tack kommer siffran hamna på -21.9. För att vara kortfattad, det är tydligt att om du lämnar ett genomtänkt meddelande om avslaget kommer det ha en stark inverkan på kvaliteten på din kandidatupplevelse.

Så, slå alltid kandidaterna en signal eller skicka ett personligt mail när du väl bestämt att de inte längre är aktuella. När du väl ger de dåliga nyheterna, förklara för kandidaten varför de inte fått jobbet. När du gör detta, fokusera på relevanta färdigheter och erfarenhet för rollen. Detta hjälper inte bara att förbättra kvaliteten på deras framtida ansökningar, utan det försäkrar dem också att de inte helt sabbade intervjun.

Gör en lista på kandidater som nästan tog sig igenom eller vilka du tror kan vara mer lämpliga för en annan roll. Du vet aldrig, vissa kandidater kan vara värdefulla tillgångar i framtiden.

**Experttips:** Visa respekt genom att vänta minst 24 timmar innan du skickar ett avslagsmail. Du vill inte få personen att känna sig som att de totalt misslyckades i intervjun och att du inte ens hade personen i åtanke.

Ha också i åtanke, att när du börjar maila ut till kandidater att de inte längre är med i processen kommer du bli förvånad över vilka positiva svar du kommer få.

Här kommer några sådana meddelanden som [Natalie Davis](#) fick när IMPACT började att göra precis detta:

"Du kan inte förstå hur mycket jag uppskattar att du tar dig tid att skicka en personlig kommentar."

*"Jag önskar att ni har mig i bakhuvudet för framtida möjligheter. Ha en trevlig kväll. Tack."*

*"Tack för att ni är så ärliga och berättar detta för mig. Ha mig gärna i åtanke för framtida möjligheter."*

*"Tack för att jag fick veta. Oavsett resultatet så var det så trevligt att prata med dig och gå igenom intervjuprocessen. Lycka till med att hitta någon till positionen!"*

*"Tack så mycket för att ni skrev svaret till mig även om det inte gick som jag hade hoppats. Jag uppskattar mailet och lycka till med den nyanställde personen."*

Som du kan se, är detta bevis på att kandidater uppskattar att du kontaktar dem, även om du inte kommer med några positiva nyheter.

## Ta saker till en ny nivå

När du vänligt har gett en kandidat avslag, ta saker till en ny nivå genom att samla in deras feedback. Forskning visar att rekryterare som samlar in denna typ av data (efter både intervju och avslag) kan förbättra sin kandidatupplevelse [7.3 till 8%](#) på bara ett år! Så, om du inte redan har börjat tänka på det, fundera på att lägga till ett feedbacksteg till din rekryteringsprocess.



Bara för att du erbjuder någon ett jobb, anta inte att kandidatupplevelsen är över. Att onboarda är det näst sista steget i rekryteringsprocessen och är viktigt för att säkerställa att den nyanställda håller sig på banan.

Vilka steg har Onboardingprocessen?

Kort sagt är stegen i onboardingprocessen:

- Skicka kandidaten ett jobberbjudande (e-post, telefon etc.)
- Gör en bakgrundskoll på kandidaten (om nödvändigt)
- Gör klart allt pappersarbete som behövs
- Planera första dagens/veckans aktiviteter

Det säger sig självt att när onboarding går bra så ökar chansen att den nyanställda engagerar sig i ditt varumärke och vill komma igång så fort som möjligt. Om det skulle vara motsatt, skulle den anställdes moral och produktivitet kunna påverkas – och bli sämre.

Så, hur ser då en bra onboardingstrategi ut?

## Dra ner på pappersarbetet

Ingen människa i världen vill spendera sin första dag med att fylla i tonvis av dokument. Så, fråga kandidaten att signera och skicka över så mycket pappersarbete innan deras första dag.

Dubbelkolla sen om den anställda kandidaten har fyllt i allt korrekt. När detta väl är klart och ur vägen, så kan de dyka rätt ner i alla praktiska detaljer så fort som möjligt.

## Se till att de har allt de behöver

Var säker på att du ger allt vad den nyanställda behöver. Till exempel mailkonto, skrivbord och laptop mm. Ju snabbare den anställda känner sig trygg i sitt jobb, desto bättre. Detta innebär också att se till så de har träffat rätt personer – deras chefer, överordnade och teammedlemmar mm.

Har de inte fått den grundläggande info de behöver för att göra sitt jobb, så kan du inte förvänta sig att de är produktiva från början?

## Effektiv Kommunikation

Liksom med andra delar av rekryteringsprocessen är tydlig kommunikation genom hela onboardingprocessen viktig.

Du måste pränta in företagets värderingar så väl att de vet hur de är en tillgång till företaget. Att säkerställa att din personal (gammal som ny) vet att de gör skillnad på företaget är viktigt för att bibehålla personal länge. Ingen vill ha en omotiverad arbetsstyrka.

Som vi redan har antytt, att följa kandidater genom analysverktyg från start till mål är nödvändigt. Du bör åtminstone samla in och analysera följande data:

- Hur många som ansöker
- Hur många ansökande följer med genom hela rekryteringsprocessen
- Var kandidater ser din jobbbanners och skickar sin ansökan (din hemsida, sociala medier, jobbsajter mm.)

Med denna information till ditt förfogande så kan du pinpointa vilka specifika delar av rekryteringen som bör förbättras och steg för steg förbättra hela din kandidatupplevelse.





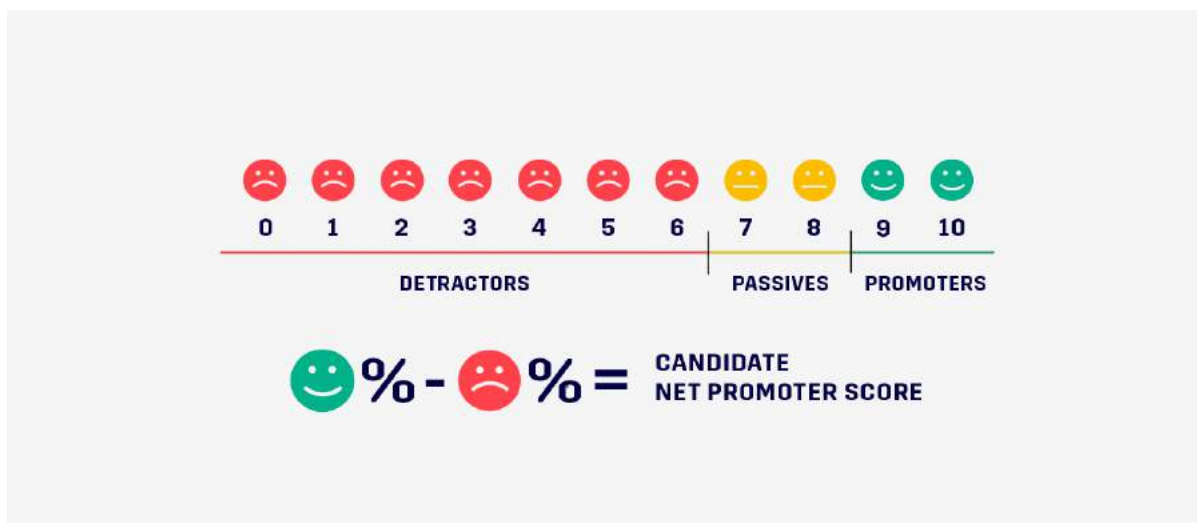
Som vi har antytt genom hela den här guiden så borde du [samla in data](#) genom hela rekryteringsprocessen. Men samtidigt finns det ingen poäng med att samla in denna information om du inte gör något med den. Därför ligger ansvaret på dig som rekryterare att vara proaktiv och rapportera eventuella problem och förbättringar som måste genomföras (data kommer göra problemen uppenbara).

Detta hjälper till att säkerställa så att chefer inte missar eventuella hinder längs din rekryteringsprocess. Som vi redan har nämnt, att göra [datadrivna förbättringar](#) av din kandidatupplevelse kommer resultera i högre vinst och avkastning i längden. Så, lita på oss, det kommer vara värt det!

Inte bara rekryterare bör rapportera sin feedback och insikter till HR-chefen. Alla rekryterande chefer i din organisation har ett ansvar att rapportera till HR-chefen(erna). Om alla rekryterande chefer har detta som en rutin, kommer HR-chefens prestanda kunna mätas och bygga en bra grund för att förbättra hela din organisations rekryteringsstrategi och säkerställa att dina kandidater blir ambassadörer.



## REDO ATT MÄTA DIN KANDIDATUPPLEVELSE?



Vi hoppas att när du läst denna guide så har du en bättre uppfattning av vikten av din kandidatupplevelse genom hela rekryteringsprocessen och hur du kan börja förbättra din egen.

Om du vill mäta kvaliteten på kandidatupplevelse så kan du med Trustcruit samla in feedback från dina kandidater automatiskt och använda denna information för att förbättra din rekryteringsprocess. Trustcruit erbjuder ett avancerat analysverktyg av kandidater inom HR med målet att hjälpa dig stärka ditt employer brand och förbättra din kandidatupplevelse.

### Hur då?

Ja, Trustcruit jobbar faktiskt med detta på flera sätt. Men mest användbart är att du kan följa ditt Candidate Net Promoter Score (CNPS) och jämföra detta med andra. Detta nyckeltal är viktigt för att få en översikt över hur nöjda dina kandidater är genom hela rekryteringsprocessen. Med den informationen till ditt förfogande kommer du kunna finjustera din rekryteringsstrategi på ett enkelt och datadrivet sätt. [Boka en demo](#) idag för att se hur det funkar!

Har du några kommentarer, frågor eller funderingar, gå in på [Trustcruit.com](https://Trustcruit.com) och skicka oss ett meddelande i chatten. Vi älskar kandidatupplevelsen och att diskutera den. Vi höras snart!