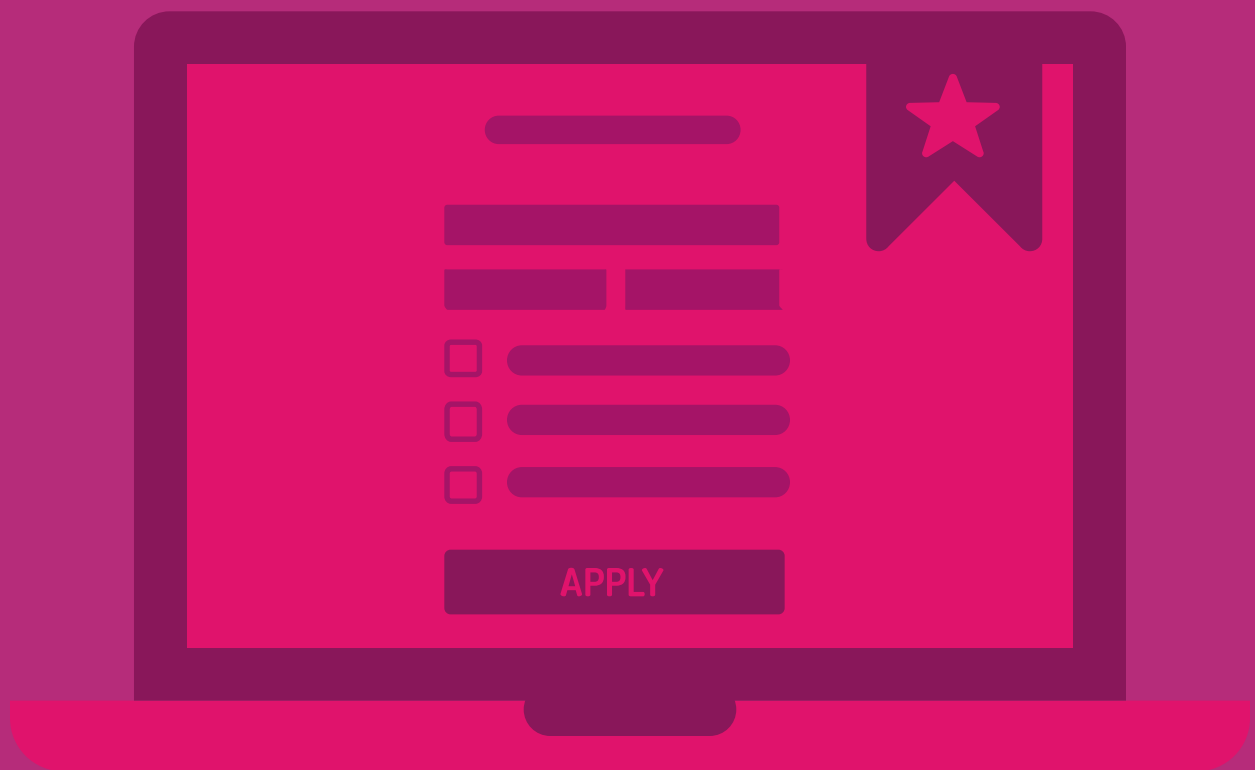


WAS MUSS MAN BEI ONLINE BEWERBUNGSFORMULAREN BEACHTEN?



Intro

8 von 10 Stellensuchenden bewerben sich inzwischen am liebsten online*, demzufolge erwartet also der Großteil der Bewerber, dass sie sich online über die Webseite der Unternehmen bewerben können.

Erster Pluspunkt für die Online-Bewerbung. Andererseits muss auch an der Diskussion um den War for Talents etwas dran sein, die immer wieder betont, dass Bewerber nicht länger als nötig mit der Online-Bewerbung aufgehalten werden dürfen, denn die Top-Talente sind knapp und haben wenig Zeit. Länger als 10 Minuten darf man sie nicht mit dem Ausfüllen langer Bewerbungsformulare belästigen. Wir sind uns also einig, dass die Online-Bewerbung der richtige Weg ist, aber was müssen Sie konkret bei der Gestaltung des Online-Bewerbungsprozesses beachten? Hier 7 Tipps die Ihnen bei der Konzeption helfen.

*Quelle:

<http://arbeitgeber.monster.de/hr/personal-tipps/markte-analysen/studien/bewerbungspraxis-201388534.aspx>

7 Tipps für die perfekte Online-Bewerbung

KEINE REGISTRIERUNG

Bewerber besuchen Ihre Webseite, weil sie sich – ganz genau – bei Ihnen bewerben möchten. Nicht mehr und nicht weniger. Warum sollten sie sich also zunächst registrieren oder anmelden müssen, bevor sie überhaupt einen Blick auf das Bewerbungsformular geworfen haben? Schließlich kauft niemand gern die berühmte Katze im Sack. Und gerade weil Bewerber an dieser Stelle persönliche Daten von sich preisgeben, sollten Sie direkt auf den ersten Stolperstein verzichten und Ihren Kandidaten einen freien Eintritt zu dem Bewerbungsformular gewähren.

GEZIELTE FRAGEN BEI HOHEM BEWERBUNGSaufKOMMEN

Für manche Stellen erwarten Sie sehr viele Bewerbungen, beispielsweise bei Ausbildungsplätzen oder Traineeships. Bei diesen Positionen helfen spezifische, auf die Zielgruppe abgestimmte Fragen, die Sie über die Recruiting Software in das Bewerbungsformular integrieren können. Sie helfen Ihnen dabei, die Bewerber bereits im Voraus zu qualifizieren und so die Spreu vom Weizen trennen zu können.

CONVERSION

Ob eine Webseite konvertiert, kommt meist darauf an, wie gut ein Besucher zum Ziel seines Besuchs (z.B. die Anmeldung für einen Service, der Kauf eines Produktes etc.) geführt wird. Das gleiche gilt auch für das Online-Bewerbungsformular. Ihr Ziel und auch das Ziel des Bewerbers ist die erfolgreich abgeschickte Bewerbung. Nur wenn er den letzten Button geklickt hat, hat Ihr Formular erfolgreich konvertiert. Eine gute Conversion liegt über 60% vom Klick auf "jetzt bewerben" bis zum Klick auf "Bewerbung absenden" - auf diesem Weg dürfen Sie den Bewerber nicht verlieren. Das erreichen Sie durch ein kurzes, strukturiertes Formular mit klaren Hinweisen an den notwendigen Stellen.

MOBILE BEWERBUNG

Mit dem Smartphone bewerben klingt immer noch nach Zukunftsmusik, trotzdem sollten Sie sich schon jetzt darauf vorbereiten, um nicht den Anschluss zu verlieren. Die Anzahl der Smartphone-Nutzer steigt kontinuierlich und damit auch die Anzahl der Menschen, die mobil im Internet surfen - auch auf Ihrer Unternehmenswebseite.

Bewerber schauen sich verstärkt mobil nach offenen Stellen um. Laut der aktuellen Potentialpark-Studie würden 48% der Stellensuchenden gerne diesen Weg gehen, scheitern jedoch noch zu häufig an nicht mobil-optimierten Karriereseiten und brechen die Suche deshalb ab. Die Online-Bewerbung muss noch nicht vollständig mobil abgewickelt werden können, sollte aber zumindest mobil begonnen werden können, um sie dann zu Hause am Schreibtisch zu beenden. Denn Bewerber schauen sich unterwegs

gerne schon einmal an, was bei der Online-Bewerbung auf sie zukommen könnte, um sich dann zu Hause in Ruhe weiter damit zu beschäftigen.

LEBENS LAUF IMPORTIEREN

Wer hat heutzutage kein XING- oder LinkedIn-Profil mehr? Im beruflichen Kontext kaum noch jemand. Zudem werden diese Plattformen in der Regel immer aktuell gehalten, d. h. Bewerber pflegen dort ganz automatisch ihren Lebenslauf. Am einfachsten für sie ist es demnach, wenn sie diesen Lebenslauf auch für die Online-Bewerbung bei Ihnen nutzen könnten. Mit einer Schnittstelle zu sog. Lebenslauf-Hubs – neben den genannten Business-Netzwerken zählen dazu beispielsweise auch die Lebenslaufdatenbank von Monster oder CV-Parsing Angebote – erleichtern Sie Ihren Bewerbern das Importieren ihrer Lebensläufe und ersparen ihnen ein erneutes Eingeben der Daten in ein Formular.

LETZTER SCHRITT: UPLOAD VON DOKUMENTEN

Wenn der Upload von Dokumenten zielgruppengerecht eingesetzt wird, sollten Sie keinesfalls darauf verzichten. Machen Sie es Ihren Bewerbern aber auch an dieser Stelle so einfach wie möglich und bieten Sie ein ausreichendes Upload-Volumen an. Es gibt nichts nervenaufreibenderes als der Versuch, die wenigen Dokumente, die gefordert werden, kleiner und kleiner abzuspeichern, weil der Upload schlicht eine zu kleine Datenmenge zulässt. Natürlich sollten Sie sich nicht von unnötig großen Datenvolumen zuschütten lassen, aber 5 MB pro Upload-Feld sollten Sie in jedem Fall anbieten.

Ihre Bewerber sollten außerdem die Möglichkeit haben, die Anhänge einzeln oder gebündelt als komplette Bewerbungsmappe hochladen zu können. Zudem sollten Sie daran denken, unterschiedliche Dateiformate zu unterstützen, um Ihren Bewerbern die Freiheit zu lassen, das für sie passendste Format auszuwählen. Und noch ein letzter Hinweis: Von Berufserfahrenen die Schulzeugnisse anzufordern, macht doch wirklich keinen Sinn. Denken Sie deshalb an Ihre Zielgruppe und daran, welche Dokumente Ihnen bei einer schnellen Bewerberauswahl helfen. Alle anderen Dokumente sind tabu.

AUSWERTUNG? JA BITTE!

Viele Pflichtfelder verderben den Online-Bewerbungs-Brei. Reduzieren Sie sie also auf ein Minimum und greifen Sie zusätzlich auf eine Schnittstelle zu einer der oben genannten Lebenslauf-Plattformen zurück, um den Bewerbern eine möglichst schnelle Online-Bewerbung zu bieten. Achten Sie aber trotzdem darauf, dass Sie möglichst viele Daten in strukturierter Form erfassen. Denn nur so können anschließend Auswertungen über das Bewerbermanagementsystem generiert werden, die Ihnen dabei helfen, das Recruiting günstiger und effektiver zu gestalten. Überlegen Sie sich deshalb vorab, an welchen Kennzahlen Sie Ihren Recruiting-Prozess messen und stellen Sie den Bewerbern daraufhin passgenaue Fragen.

Zusammenfassung

Generell gilt bei der Online-Bewerbung der Grundsatz: so wenig wie möglich und so viel wie nötig. Keine unnötigen Pflicht- oder Upload-Felder. Stattdessen eine strukturierte Abfrage sinnvoller Daten, die Ihnen dabei helfen, aus einer Vielzahl Bewerbungen schnell den richtigen Kandidaten auszuwählen. Im Mittelpunkt der Online-Bewerbung sollte immer der Bewerber stehen. Er ist in Ihrem Fall Ihr Kunde und der ist ja bekanntlich König! Es geht immer darum, ihm den Weg zu seinem Ziel, der erfolgreich abgeschickten Online-Bewerbung, so einfach und schnell wie möglich zu machen.

 [linkedin.com/company/softgarden-gmbh](https://www.linkedin.com/company/softgarden-gmbh)

 [xing.com/companies/softgardengmbh](https://www.xing.com/companies/softgardengmbh)

 twitter.com/softgarden

 facebook.com/softgarden

softgarden e-recruiting GmbH

Taentzienstraße 14

10789 Berlin

T 0049 (0)30 884 940 400

F 0049 (0)30 236 350 58

E info@softgarden.de

 (softgarden)