

# Hur du lyckas rekrytera på en tuff kandidatmarknad

## - en guide från Worko

IT och Samhällsbyggnad är två branscher som har blivit allt svårare att rekrytera till, med ett ökande kompetensgap och ett allt mindre antal aktivt arbetssökande.

I denna guide tar vi dig igenom hur du trots detta kan lyckas med din kompetensförsörjning, genom att skifta till en proaktiv och långsiktig strategi.

+46 8 598 514 00

[info@worko.com](mailto:info@worko.com)

[www.worko.com](http://www.worko.com)





# Innehållsförteckning

## 3 Rekrytering på en passiv kandidatmarknad ställer nya krav på arbetsgivarna

... men med en proaktiv strategi kan du lyckas!  
Kompetensbristen idag är enorm  
Kandidaten bestämmer  
Rekrytering behöver tänkas om

## 4 Kandidaternas preferenser & arbetsgivarnas svårigheter

## 5 Lär känna dina kandidater

Likheter och olikheter  
Förstå din målgrupp

## 6 Ta på dig säljhatten!

Rekryterare igår = säljare idag  
Börja sälja innan första intervjun  
Employer Branding  
Detta behöver en passiv kandidat

## 7 EVP & Storytelling

EVP-triangeln  
Storytelling  
Universella behov

## 8 Kartlagda preferenser ökar träffsäkerheten

... det har vi bevisat!  
Nyckeln till fullträffen  
Workos tio kandidatpreferenser

## 9 Att intervjuva en passiv kandidat

Fråga mindre, intressera mera  
Definiera er hiring bar  
Tydlighet i alla led  
Kandidaten intervjuar dig lika mycket som du intervjuar dem

## 10 Intervjuprocessen

## 11 Planera och resurssätt

Storskalig rekrytering kräver mer  
Interna eller externa resurser?  
Kombinera för bästa resultat

## 12 Rekrytera genom strategisk kompetensförsörjning

Rekrytering som den alltid varit  
Strategisk kompetensförsörjning  
Bygg en kandidatpipeline  
Stressfri rekrytering

## 13 Kandidatpipeline

Input, output, långsiktigt resultat  
Vikten av en stor pipeline  
Hur?

## 14 Strategisk kompetensförsörjning på under 100 ord

Några ord från nöjda kunder

## 15 Det här är Worko

Vår story  
Så jobbar vi  
Kontaktuppgifter



# Rekrytering på en passiv kandidatmarknad ställer nya krav på arbetsgivarna

## ... men med en proaktiv strategi kan du lyckas!

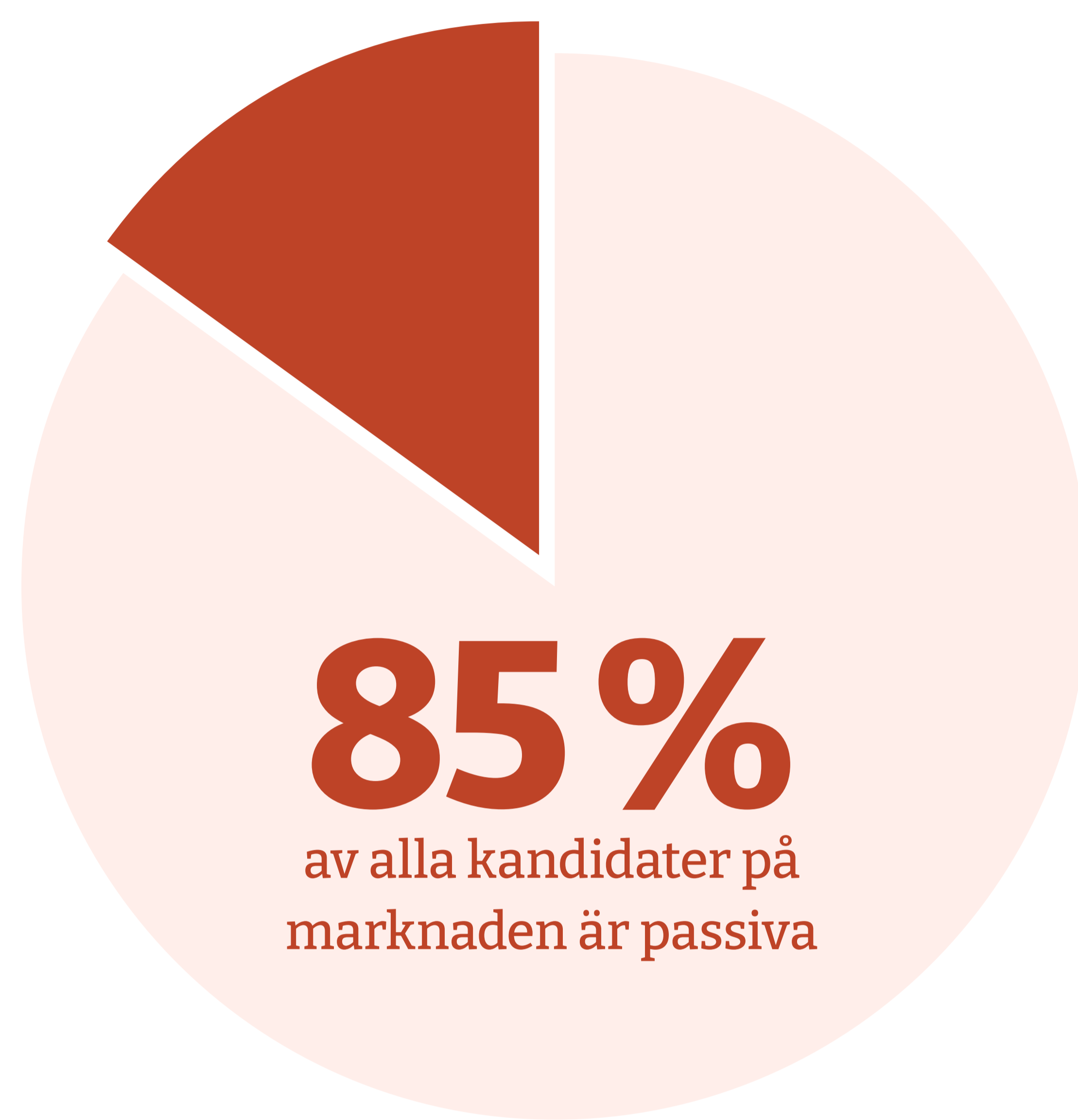
Den passiva kandidaten utgör hela 85 % av marknaden idag – en solklar majoritet. Denna typ av kandidat är öppen för nya möjligheter i karriären och kan tänka sig att byta arbetsgivare om rätt erbjudande dyker upp, men söker inte jobb aktivt. En gammal hederlig platsannons är därför ett utdaterat tillvägagångssätt när det kommer till rekrytering: den når endast en knapp sjättedel av alla potentiella kandidater.

## Kompetensbristen idag är enorm

Det gör att konkurrensen om relevanta kandidater är hårdare än någonsin. Samtidigt förväntas klimatet på arbetsmarknaden bli ännu hårdare inom IT- och byggbranschen: år 2020 förutspåddes att 120 000 utbildade kandidater kommer eftersökas inom en snar framtid.

## Kandidaten bestämmer

Passiva kandidater är ofta extremt eftertraktade talanger. Hög konkurrens i kombination med kompetensbrist gör att det just nu är kandidaten som sitter i maktpositionen: de är väl medvetna om sitt värde och har aldrig långt till nästa erbjudande, eftersom de blir bombarderade av rekryterare varje vecka. Därför tvingas arbetsgivarna byta metod i sin rekrytering: företagen måste sälja in sig själva hos kandidaten för att locka dem till sig, istället för tvärtom.



## Rekrytering behöver tänkas om

För att lyckas rekrytera en passiv kandidat som redan har ett jobb och ingen brist på nya jobberbjudanden är det uppenbart att det behövs ett nytt tankesätt. Det går inte längre att lägga upp en platsannons och vänta på att jobbsökande kommer till dig.

Vi på Worko har sysslat med rekrytering i över 10 år. Vår marknadsresearch och vår erfarenhet har gjort att vi fått en klar bild av detta tydliga maktskifte på arbetsmarknaden och vi har anpassat vårt arbetssätt därefter. Vårt uppdrag nu är att hjälpa arbetsgivare att lyckas med sin rekrytering trots den höga konkurrensen. Genom proaktiv och långsiktig kompetensförsörjning tänker vi om rekryteringsbranschen från grunden. I detta dokument går vi igenom vårt arbetssätt – **kontakta oss om du vill veta mer!**

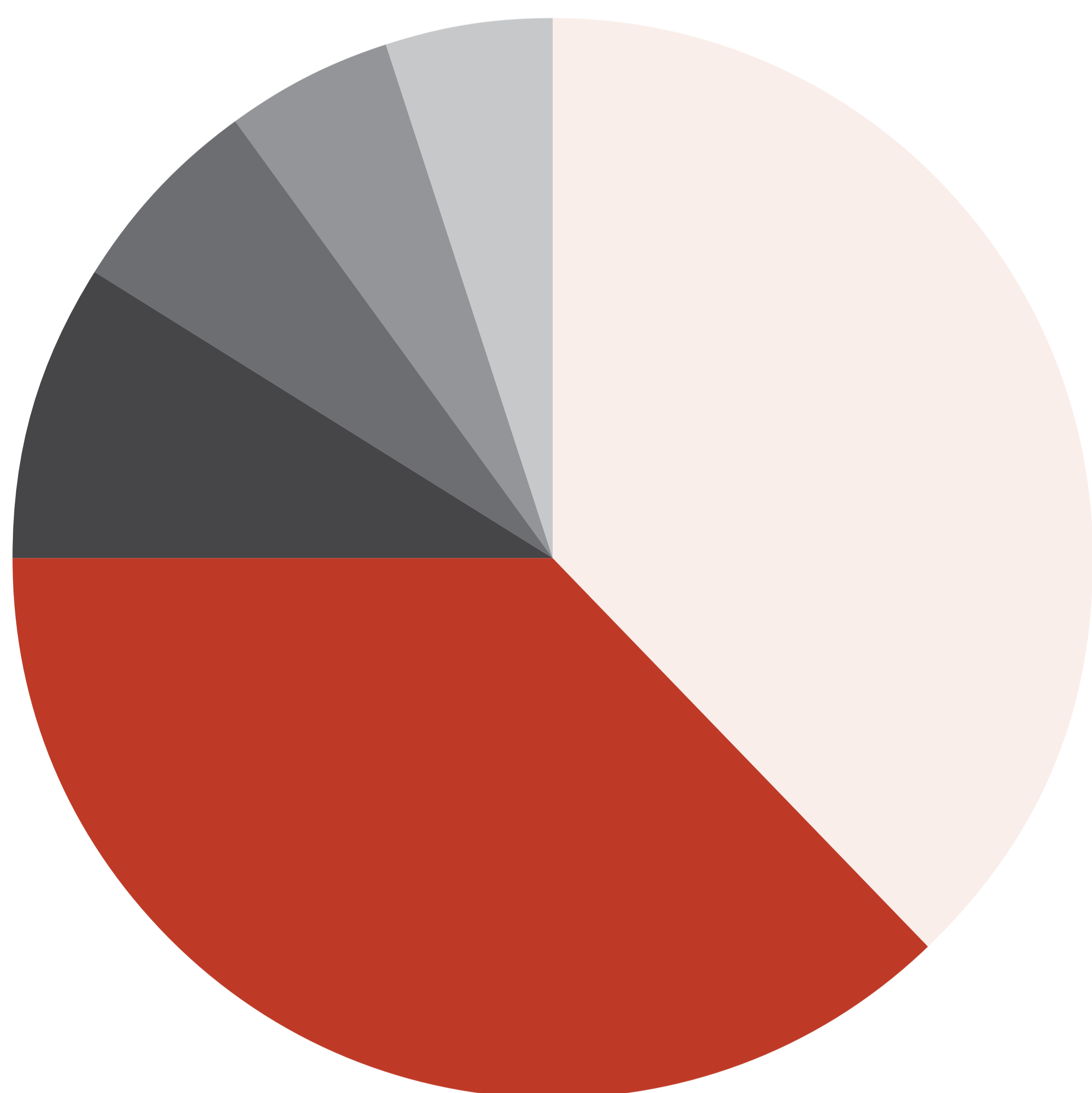
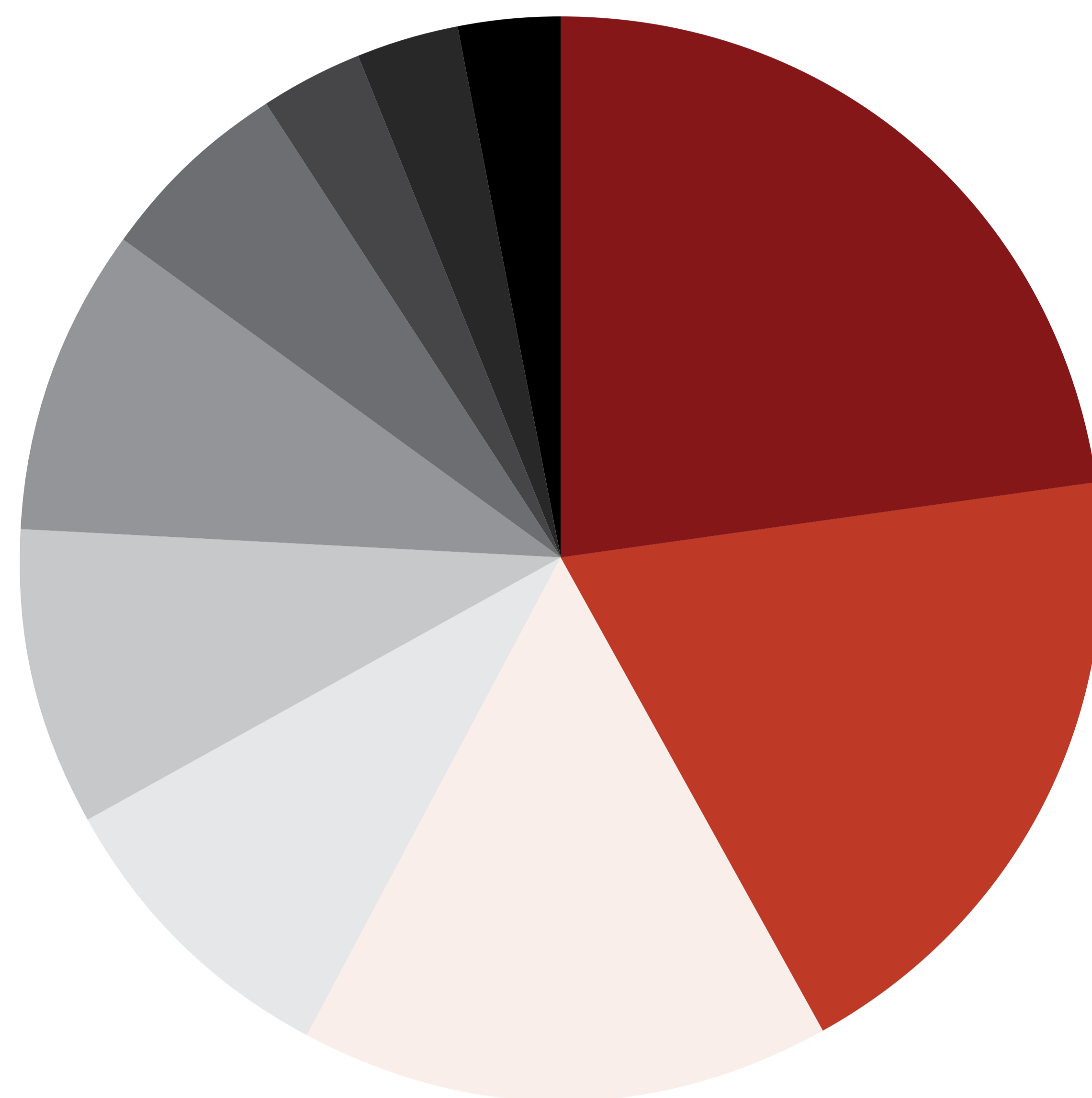


# Kandidaternas preferenser & arbetsgivarnas svårigheter

## Vi frågade över 8600 av våra kandidater

vad de tycker är viktigast och mest avgörande för att de ska vilja byta jobb, och de svarade så här:

- **23%** Spännande projekt
- **19%** Personlig utveckling
- **16%** Företagets kultur och syfte
- **9%** Lön & förmåner
- **9%** Att vara en del av ett kompetent team
- **9%** Anställningstrygghet
- **6%** Att kunna jobba remote eller hybrid
- **3%** Intressanta kunder
- **3%** Att företaget är i ett tillväxtstadium
- **3%** Att bidra till social nytta & hållbarhet



## Vi frågade också 480 svenska arbetsgivare

inom IT- och byggbranschen vad deras största utmaning inom rekrytering är. Deras svar speglar väldigt tydligt att det är kandidatens marknad och hur svårt det är att få in tillräckligt många kandidater i nuläget:

- **38%** har för lågt inflöde av kandidater
- **37%** får inte in rätt typ av kandidater
- **9%** vill minska antalet felrekryteringar
- **6%** vill öka träffsäkerheten till intervju
- **5%** vill minska anställningskostnaden
- **5%** vill minska personalomsättningen

Resultaten visar tydligt att trots den nya trenden att jobba på distans och den alltid lika aktuella frågan om lön och förmåner, så prioriterar betydligt fler kandidater de mjuka värdena som skapar en trivsamt vardag. Att få jobba med något som utmanar oss i en miljö där vi mår bra är i slutändan mer värdefullt än pengarna på banken.

Samtidigt ser vi att arbetsgivarnas största problem är att hitta tillräckligt många kandidater med rätt kompetens. Glappet mellan tillgängliga kandidater och arbetsgivare med rätt approach i sin rekrytering är påtagligt. Det är viktigt att komma ihåg att passiva kandidater oftast redan har ett jobb de trivs med, vilket innebär att de behöver det lilla extra för att ta beslutet, och företaget behöver spetsa sitt erbjudande.



# Lär känna dina kandidater

## Likheter och olikheter

Trots att många människor tycker lika om vad som är viktigt är förstås inte alla kandidater stöpta i samma form. Därför behöver du vara lyhörd och tillgänglig för olika personlighetstyper.

Våra kandidater täcker in de flesta rolltyper inom IT och samhällsbyggnad, från projektledare och utvecklare till ingenjörer och arkitekter, men deras preferenser kommer av naturen att variera kraftigt mellan yrkesgrupper, regioner och ett antal andra parametrar.

Gemensamt för alla passiva kandidater är dock att det alltid krävs en betydligt större ansträngning från dig som arbetsgivare för att lyckas rekrytera dem.

Eftersom dessa personer inte hade några tankar på att byta jobb förrän du kontaktade dem måste du övertala dem att säga upp sig, och just därför behöver du som arbetsgivare göra dig själv så attraktiv som möjligt: om du ger kandidaten ett riktigt toppenerbjudande blir valet plötsligt mycket enkelt.

## Förstå din målgrupp

För att lyckas hitta, attrahera och anställa den typ av kandidater som är mest intressanta för just ditt företag bör du identifiera drömkandidatens typiska preferenser. Samla på dig kunskap om vad din specifika målgrupp bryr sig om, så att du kan matcha det och därmed locka dem till ditt företag.

Denna kartläggning görs bäst genom att du utför en behovsanalys med varje enskild kandidat, förslagsvis redan i första intervjun, precis som i ett vanligt försäljningssamtal. Den samlade datan hjälper dig sedan att nå ut till rätt kandidatbas och ger värdefull insikt i vad du kan göra för att möta kandidaternas behov och önskemål, på ett sätt som fortfarande går ihop med företagets värdegrund.

Det kan vara en god idé att skriva ner några olika personas som beskriver dina kandidaters oftast förekommande egenskaper och preferenser, och utifrån det ta fram en plan för hur du bäst presenterar ert erbjudande för kandidaterna och får in dem på intervju.



## Hur jobbar ni med rekrytering?

*“Vi har en väldigt låg personalomsättning som jag tror beror på att vi jobbar aktivt med personalvård, företagskulturen och rekrytering. Vår personal trivs med att arbeta på Consid. Vi har mycket kompetenta kollegor, spännande projekt och har väldigt kul tillsammans. Genom att visa det attraherar vi nya medarbetare som gärna stannar kvar.”*

### **Anita Beslic**

HR- & Rekryteringschef, Consid AB



# Ta på dig säljhatten!

## Rekryterare igår = säljare idag

De flesta företag har en tydlig bild av vad de erbjuder sina kunder och är bra på att sälja sin produkt utåt, men vikten av att definiera och presentera det interna värdet för de anställda förbises ofta. Eftersom företagen tidigare haft makten att välja sina anställda måste vi därför aktivt ställa om denna tankeprocess.

Idag är sanningen att alla företag som har anställd personal behöver visa vad de kan göra för sina nya kandidater utöver lön och arbetsuppgifter, och introducera det unika erbjudandet som arbetsgivaren ger sina arbetstagare för att lyckas med sin rekrytering.

Det är helt enkelt en fråga om utbud och efterfrågan: bristen på kompetens gör att de kompetenta kandidaterna får fler erbjudanden än de kan acceptera, vilket innebär att de kommer välja det bästa erbjudandet från det bästa företaget. Och det ska så klart bli ditt företag!

## Börja sälja innan första intervjun

För att lyckas få in nya topptalanger behöver du ta fram ett tilltalande helhetserbjudande för framtida och nuvarande anställda, och presentera detta till kandidaten redan vid första kontaktpunkten för att kunna locka dem till att vilja komma på intervju.

## Employer Branding

Detta flirtande med potentiella kandidater kallas employer branding, och innefattar allt som företaget står för. Detta marknadsförs mot både kunder och kandidater, och ger er en chans att på ett subtilt och tydligt sätt berätta för världen vilka ni är och vad ni gör. Här kan också nyfikna kandidater lära sig om företaget på egen hand.

Det finns två kraftfulla verktyg som du kan använda för att kommunicera företagets personlighet effektivt: storytelling & EVP, Employee Value Proposition.

## Detta behöver en passiv kandidat:

- **Uppsökande och kontinuerlig rekrytering:** tänk storskalig headhunting för hela ert rekryteringsbehov idag och på sikt, inte bara för öppna roller just nu.
- **Tydlig kommunikation före intervju + uppföljning:** skicka gärna en peppande påminnelse innan varje intervju och följ upp med att tacka för ett bra möte.
- **Att arbetsgivaren säljer in rollen och företaget:** kom ihåg, du säljer in företaget till kandidaten, inte tvärtom.
- **Rätt timing + en snabb process:** när kandidaten blir tillgänglig behöver du vara top of mind och agera snabbt: de har förmodligen flera erbjudanden samtidigt.
- **Ett tilltalande Employee Value Proposition (EVP)** som gör att ni sticker ut.



# EVP & Storytelling

## EVP-triangeln

Employee Value Proposition är det sammanfattade erbjudandet som du som arbetsgivare ger dina anställda. Att tydligt definiera företagets EVP är ett effektivt sätt att precisera vad ni erbjuder på alla nivåer och kan också vara avgörande för vilken typ av kandidater du attraherar, vilket i sin tur hjälper er fortsätta vara ett konkurrenskraftigt företag med god tillväxt.

De tre nivåerna i EVP-triangeln talar om för kandidaten vilka fördelar just ditt företag har, och delas upp som följande:

### Botten: kontraktuella fördelar

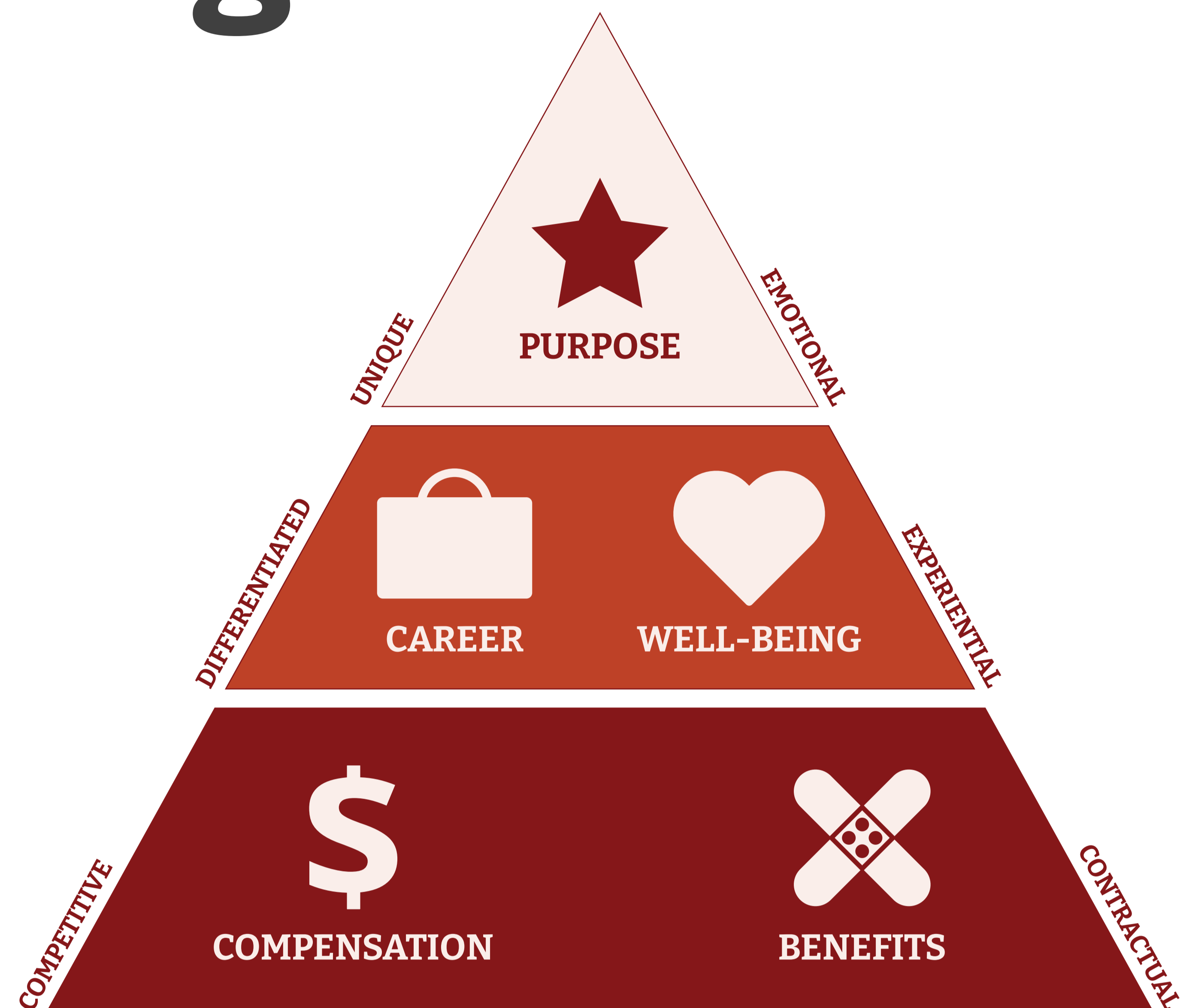
Det du på papper erbjuder dina medarbetare, såsom lön och förmåner. Dessa är viktiga och behöver vara konkurrenskraftiga, men är inte längre det som får en drömkandidat att tippa över och börja jobba hos er.

### Mitten: upplevelsemässiga fördelar

Hur är upplevelsen av att jobba hos dig? Som arbetsgivare kan du bidra med en stimulerande arbetsmiljö och utveckling både i karriären och personligt.

### Toppen: emotionella fördelar

Det som gör din arbetsplats unik. Det här är kanske det viktigaste du vill sälja in till kandidaten. Varför ska de välja dig framför andra arbetsgivare? Vad får dina medarbetare att känna syfte? Vad har du för vision eller uppdrag och vad är det som gör att dina medarbetare känner att de arbetar mot ett gemensamt mål? För de flesta är detta den enskilt största faktorn för att få långsiktigt engagerade medarbetare.



## Storytelling

Storytelling innefattar alla former av kommunikation mellan er som företag och kandidaterna. Här ingår ert EVP, er värdegrund och allt ni står för. Det talar om vilka ni är, och genom detta kan kandidaterna lära känna er.

Vid alla kontakttillfällen bör detta vara sammanhängande, internt och externt i alla relevanta kanaler. Det är också hälsosamt att inte se det som något statiskt, utan som något som kan utvecklas och förfinas under tidens gång i takt med att ni växer och förändras.

## Universella behov

Oavsett vilka preferenser ditt företag väljer att fokusera på bör du komma ihåg att de tre saker som nästan alla behöver för långsiktigt engagemang är:

**Autonomi:** att få bestämma över sig själv och ha kontroll över sin arbetssituation.

**Utveckling:** att utvecklas kontinuerligt, genom nya roller eller nya kompetenser.

**Delaktighet:** att vara en del av en helhet.



# Kartlagda preferenser ökar träffsäkerheten

## ... det har vi bevisat!

Under de senaste 10 åren har vi på Worko haft kontinuerliga dialoger med över 70 000 kandidater. På vägen har vi fångat upp de vanligaste önskemålen hos passiva kandidater och översatt dem till tio överskådliga preferenser som kan få dem att vilja byta jobb.

Genom vår samlade data har vi fått en god bild av vad företagen kan göra för att locka till sig sina hetaste teamplayers – en approach som vi tror att vi är ensamma om i rekryteringsbranschen. Vi har själva byggt vårt system och är väldigt stolta över resultaten vi sett med vårt arbetssätt.

## Nyckeln till fullträffen

Erbjudandet mot kandidaterna bör gå i linje med de preferenser som bäst beskriver rollen, avdelningen och företaget i sin helhet. På det sättet blir sannolikheten större att du hittar kandidater som trivs på jobbet och blir engagerade medarbetare.

**Tidigare i detta dokument** visar vi på fördelningen mellan preferenser, där vi tydligt ser en väldigt stor spridning mellan dem.

Vill du veta mer om just era kandidaters preferenser? **Hör av dig och boka en kostnadsfri konsultation!**

## Workos tio kandidatpreferenser:

- **Personal development:**  
möjlighet till personlig utveckling, både yrkesmässigt och som person
- **Culture & Purpose:**  
företagets arbetskultur och syftet med verksamheten
- **Projects:**  
att få jobba med spännande projekt
- **Salary & Benefits:**  
en attraktiv lön och goda förmåner
- **Specialist environment:**  
att få vara en del av ett riktigt kompetent team
- **Job security:**  
att känna anställningstrygghet
- **Public welfare & Sustainability:**  
att bidra till samhällsnytta och hållbarhet
- **Remote:**  
att kunna välja själv varifrån man jobbar
- **Customers:**  
att få jobba med intressanta kunder
- **Growth companies:**  
att få jobba på ett företag som är i ett tillväxtstadie



# Att intervjua en passiv kandidat

## Fråga mindre, intressera mera

När du lyckats locka en passiv kandidat till att träffa dig bör du ha i åtanke att denne inte aktivt sökt jobbet. Fråga därför inte: "varför sökte du det här jobbet?" Kandidaten har ju inte sökt jobbet alls, utan blivit headhuntad och bjuden till intervju.

Se istället ert första möte som en chans att lära känna varandra. Lägga tid på att skapa dig en bild av kandidaten och dennes unika situation, och identifiera potentiella smärtpunkter i deras nuvarande roll som kan locka dem till att byta arbetsgivare. När du tar reda på vilka behov de har som inte bemöts idag får du en extra bra chans att ge dem det de saknar och vässa ditt erbjudande.

Undvik att ställa klassiska intervjufrågor tills ett verkligt intresse har fastställts mellan båda parter. Var lyhörd och besvara kandidatens frågor ärligt, så säljer du sakta men säkert in dig som arbetsgivare. Målet är att få kandidaten att känna sig uppvaktad, men inte jäktad.

## Definiera er hiring bar

Ett strukturerat och beprövat sätt att lyckas anställa passiva kandidater är att först och främst skapa ett intresse hos kandidaten, och att samtidigt bekräfta kandidatens lämplighet mot er interna hiring bar: arbetsgivarens målbild som beskriver vilken typ av kandidat som är av intresse för företaget.

Er hiring bar nämns inte nödvändigtvis för kandidaten, men den definierar vilken roll kandidaten bör identifiera sig med. Den fungerar ungefär som en intern checklista för rekryteraren, där kandidatens bakgrund, meriter, och mjuka såväl som hårda kompetenser kollas av. Här kan du med fördel utgå från nuvarande anställda som representerar vad du eftersöker, så att du håller stadig kurs i intervjuprocessen och kan ta relevanta anteckningar.

## Tydlighet i alla led

Genom att veta tydligt vad du söker och vad du erbjuder blir det lättare att ställa rätt typ av frågor till kandidaten, som ger dig svar på om denne passar in i den rollen du söker. Med rätt hiring bar kan du slappna av i samtalet och anpassa din kommunikation efter kandidaten. Använd er storytelling för att berätta om er som företag och vad som gör er unika: lyft er företagskultur, era möjligheter för utveckling och era förmåner, och kommunicera dem på ett kraftfullt sätt.

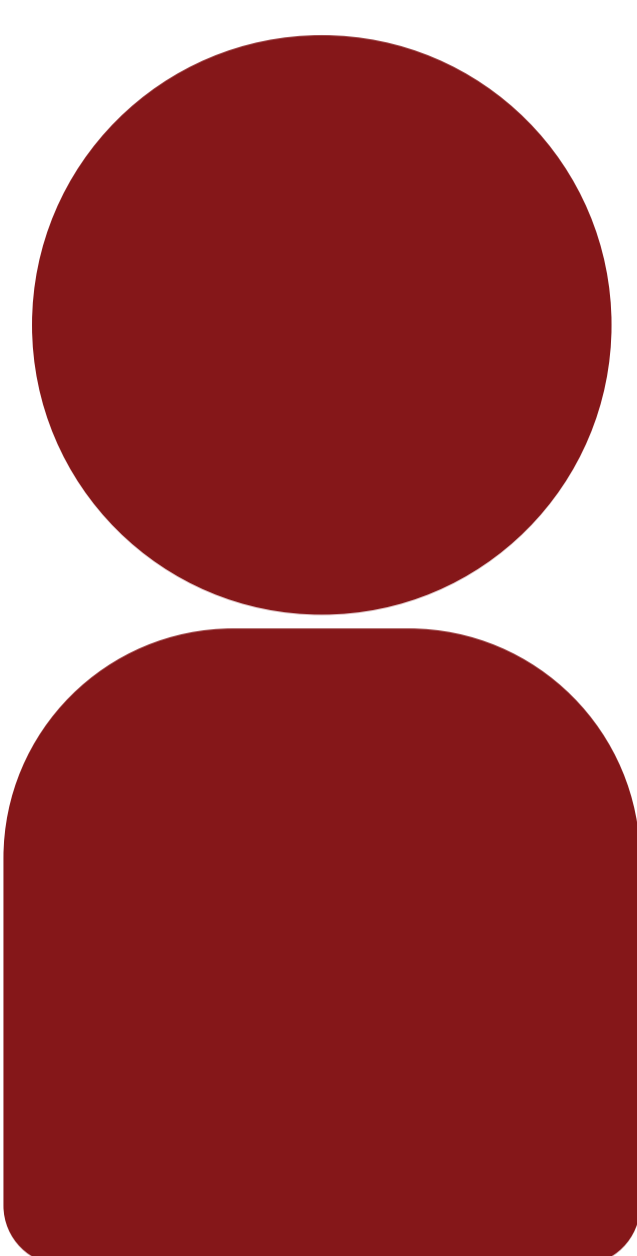
## Kandidaten intervjuar dig lika mycket som du intervjuar dem

Att byta jobb är ett stort beslut, inte minst för den kandidat som fram tills nyligen inte ens sökte jobb. Därför behöver du inledningsvis ge personen tid att tänka över erbjudandet, så att denne hinner ta in informationen och väga den. Men när kandidaten väl visat intresse gäller det att inte dra ut på processen. Återkoppla snabbt, och vinn den passiva kandidaten!



# INTERVJUPROCESSEN

En passiv kandidat som du sökt upp och kontaktat kräver en annorlunda approach i intervjuprocessen än en aktiv kandidat som själv sökt jobbet. Så här rekommenderar vi att du lägger upp intervjuprocessen för att på bästa sätt konvertera passiva kandidater till engagerade medarbetare:

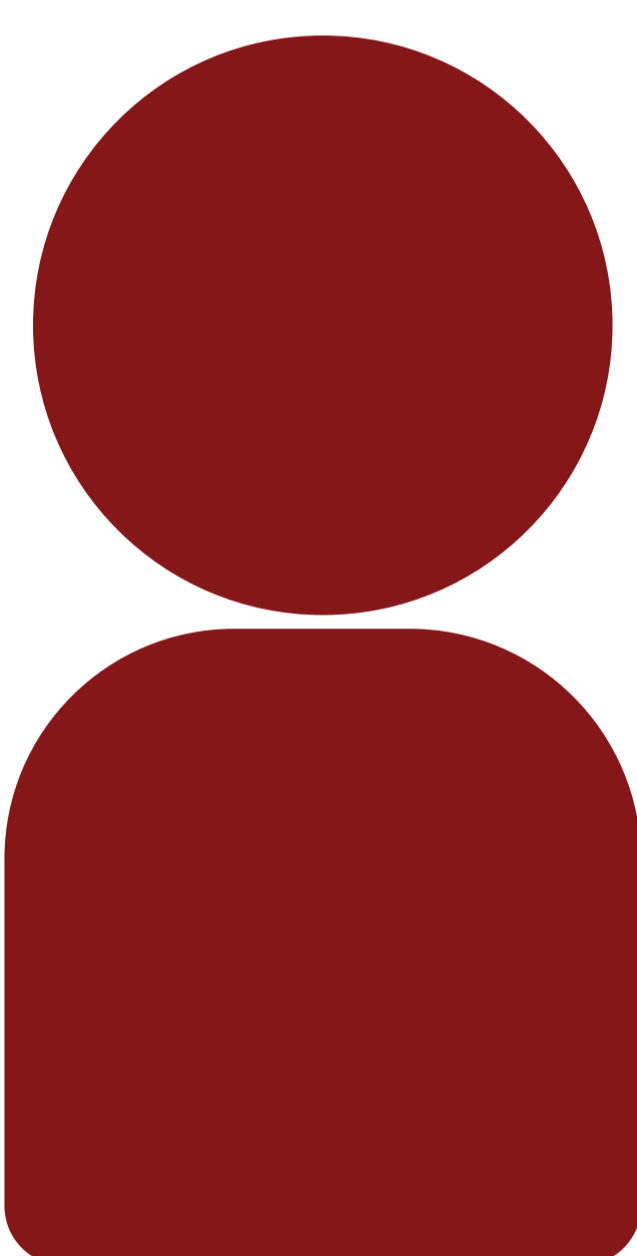
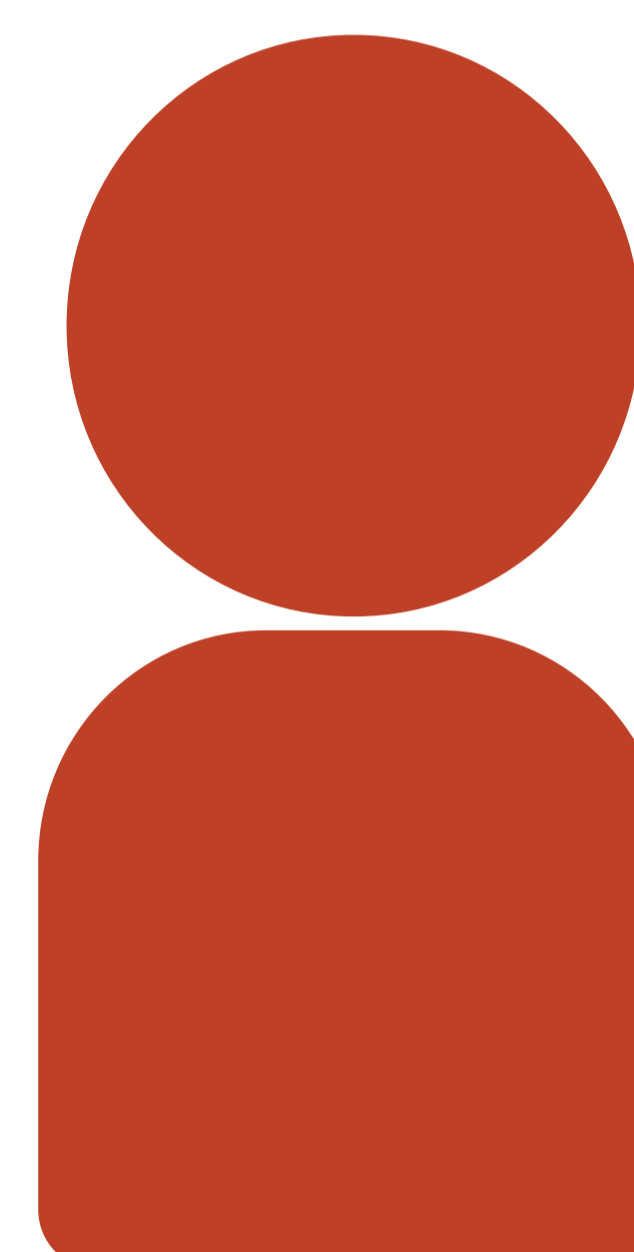


## INTERVJU 1: SALES INTERVIEW

Du som arbetsgivare säljer in rollen, avdelningen och företaget till kandidaten med hjälp av er framtagna storytelling. Fokus här ligger på att få kandidaten att bli intresserad av att jobba hos er.

## INTERVJU 2: EVALUATION

Kandidaten berättar mer om sig själv, och svarar på arbetsgivarens frågor. Här ligger fokus på att ta reda på om kandidaten matchar med företagets preferenser genom att jämföra deras svar med er definierade hiring bar.

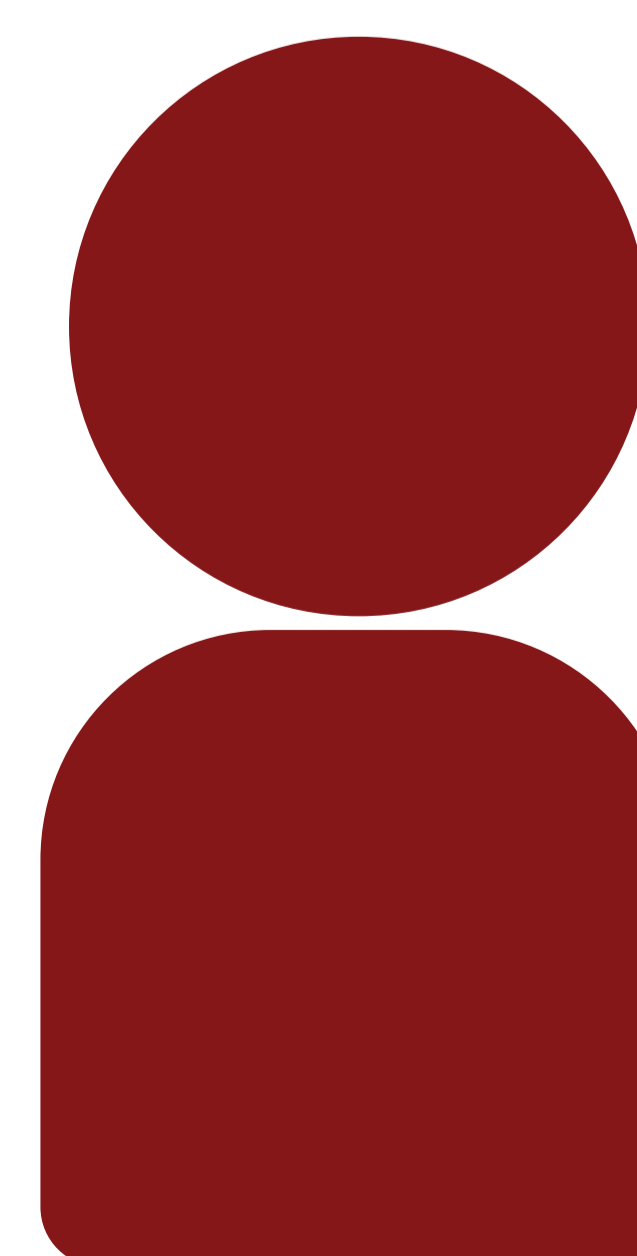


## INTERVJU 3: OFFERING

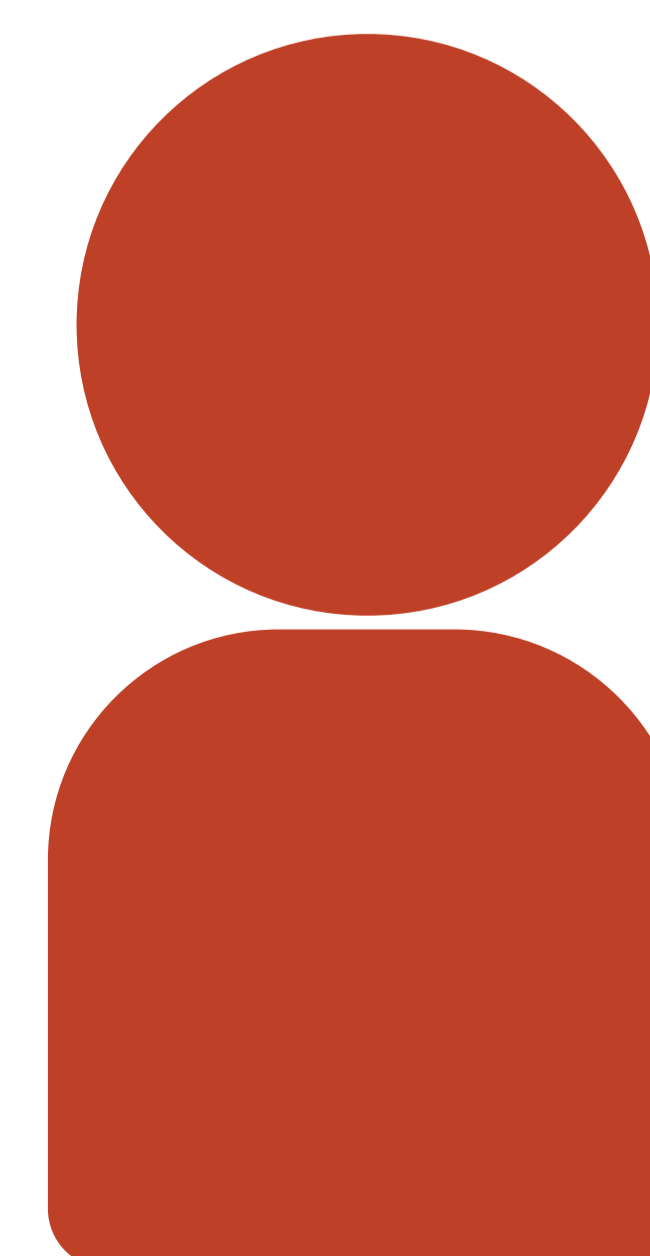
Nu börjar det närma sig att stänga rekryteringsaffären! I detta möte presenterar arbetsgivaren ett erbjudande och lägger fram vilka villkor som gäller för kandidaten om den börjar jobba på företaget, och kandidaten får betänketid.

## CLOSING

Arbetsgivaren och kandidaten är överens! Anställningskontraktet skrivs på och pre-boarding kan börja. Välkomna kandidaten genom att skicka ut välkomstmail, lägg till dem på LinkedIn, bjud in till AW och se till att alla arbetsverktyg och liknande finns på plats till startdatumet.  
Grattis till rekryteringen!



För att få en så effektiv rekrytering som möjligt bör du även säkerställa resurser för själva rekryteringsarbetet och jobba proaktivt med vad vi kallar strategisk kompetensförsörjning.





# Planera & resurssätt

## Storskalig rekrytering kräver mer

Idag har många företag interna rekryteringsteam som förstår kärnverksamheten på djupet och vet vilken kompetens som behövs, vilket ofta räcker för rekrytering i mindre skala. Men för företag som planerar att växa mycket kan det bli ett större arbete än det finns tid och resurser till internt.

För att nå aggressiva mål behöver personalstyrkan nästan alltid utökas. Detta gäller särskilt alla typer av konsultföretag som hyr ut personal, men också andra verksamhetstyper. Rekrytering i stor skala kräver stora resurser: en stor databas, ett brett nätverk, långsiktighet, effektiv och kontinuerlig kommunikation, och mycket information och insikter om kandidaterna är av största vikt.

## Interna eller externa resurser?

I takt med att rekrytering gått från att titta igenom en hög CV:n från sökande kandidater till att aktivt söka upp dem själv har även rekryterarna ofta gått från en eller två personer till en hel avdelning som jobbar med rekrytering på heltid. Att rekrytera en stor mängd människor är komplicerat, eftersom det sällan går att anställa vem som helst,

när som helst. Därför krävs ett mer systematiskt arbete. I räkneexemplet nedan kan du se hur stora resurser som krävs för att nå anställningsmålet.

## Kombinera för bästa resultat

Den interna TA-avdelningen sitter på värdefull kunskap om det egna företaget och tjänsterna som ska fyllas, men ofta är den mest lyckade lösningen en kombination av interna och externa resurser, där de interna sköter intervjuerna och själva anställningen, och de externa gör grovjobbet med att gallra, kontakta och ibland över längre tid hålla kontakt med kandidaterna, boka möten och göra uppföljningar.

Tillsammans med professionella rekryterare kan företaget börja arbeta mer långsiktigt och proaktivt genom att säkra ett kontinuerligt inflöde av relevanta, intresserade och tillgängliga kandidater. På så vis kompletteras företagens expertis med rekryteringsbolagets enorma kontaktnät och kandidat-data. Företaget kan nu börja med strategisk kompetensförsörjning, som fokuserar på proaktiv och långsiktig rekrytering, så att du kan få rätt kompetens på plats lagom tills behovet uppstår.

Ett företag med 100 anställda som vill växa 20% och har en årlig personalomsättning på 20% behöver anställa 40 personer. I snitt krävs 6 kandidater per anställning:

$6 \times 40 = \mathbf{240}$  **förstaintervjuer**

För varje förstaintervju kontaktas 13 kandidater\*:

$240 \times 13 = \mathbf{3120}$  **kandidater att kontakta**

Varje kontaktad kandidat har sedan i snitt 5 kontaktpunkter\*:

$3120 \times 5 = \mathbf{15\ 600}$  **kontaktaktiviteter totalt**

**3120 kandidater +  
15 600 kontaktaktiviteter  
= 40 nyanställda**

\*Enligt Workos data från hundratals projekt och mer än 10 års erfarenhet. Kontaktpunkter kan vara email, SMS och telefonsamtal.



# Rekrytera genom strategisk kompetensförsörjning

## Rekrytering som den alltid varit

En klassisk rekryteringsresa startar med en trigger: plötsligt uppstår ett resursbehov när någon säger upp sig, och en ersättare behöver komma på plats snabbt. Kanske avdelningschefen får sammanställa en kravprofil, äska en budget, hålla i intervjuprocessen och när en passande kandidat väl hittats, vänta ut uppsägningstiden.

Som anställande chef känner du nog igen dig: rekryteringen verkar alltid släpa efter, och du behöver ofta fatta beslut under stress. Detta är långt ifrån optimala förutsättningar för att få de mest lämpade kandidaterna ombord.

## Strategisk kompetensförsörjning

Genom att skifta från ett reaktivt till ett proaktivt rekryteringssätt ökar chansen att du får in den bästa möjliga kandidaten – inte bara den som är tillgänglig just nu.

Dessutom får du in dessa kandidater löpande i takt med att behoven uppstår, istället för flera månader för sent. Det är inte ovanligt att det hinner gå nio månader från det att behovet av rekrytering uppstår tills kandidaten kommit på plats, oavsett hur bra TA-funktion företaget har.

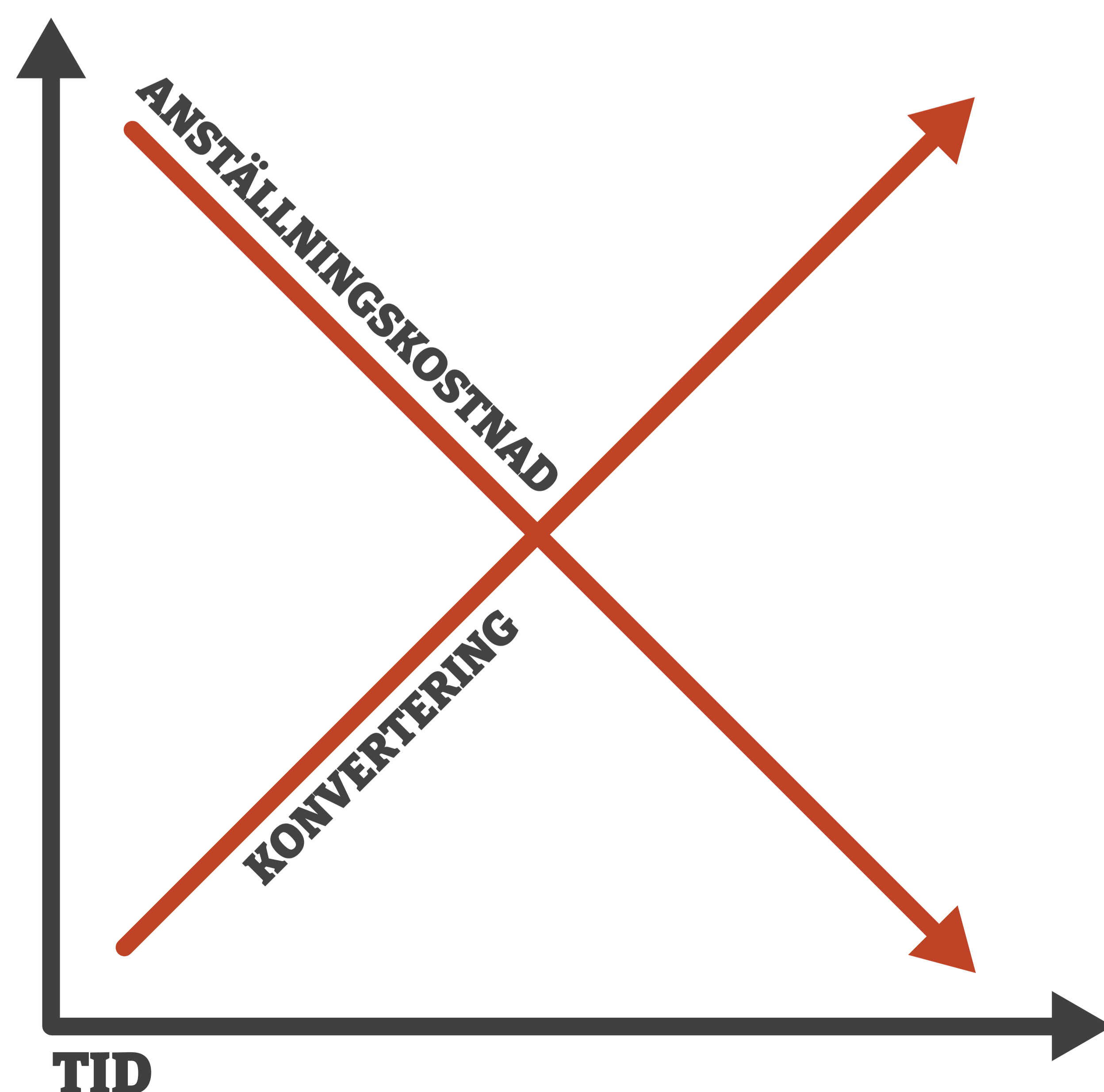
Gör därför en strategisk analys över hela det kommande året, kalkylera det totala kompetensbehovet och rekrytera sedan löpande genom en pipeline av passiva kandidater.

## Bygg en kandidatpipeline

När du börjar din resa mot att rekrytera strategiskt rekommenderar vi att du börjar med att göra ett första urval av kandidater baserat på roll, kompetens och erfarenhet, och sedan kontaktar ett stort antal kandidater som inte aktivt söker jobb. En stor pipeline är nödvändig eftersom kandidaternas tillgänglighet varierar i tid, och på detta sätt bygger du en bank av potentiella kandidater med rätt kompetens, som över tid kommer finnas tillgängliga när du behöver dem.

## Stressfri rekrytering

Att jobba proaktivt och långsiktigt med rekrytering har nästan bara fördelar. Med tiden blir du sannolikt bättre och bättre på att hitta och intervjua passiva kandidater, och får därmed högre konvertering från kandidat till anställd. Det innebär att du kommer kunna anställa i högre takt och till lägre kostnad på lång sikt med högre träffsäkerhet – utan stress.





# KANDIDATPIPELINE

## INPUT

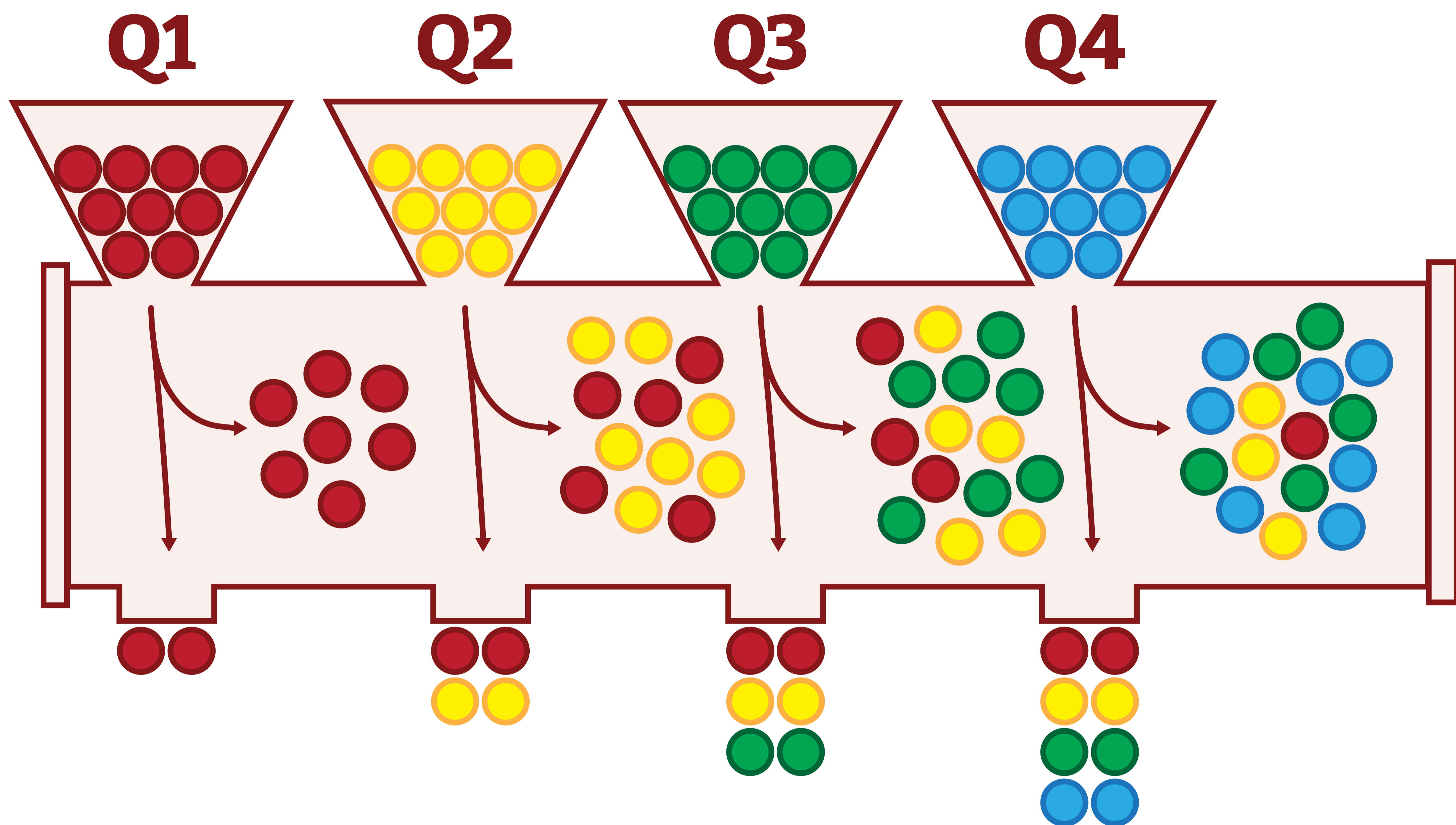
Aktiv uppsökning av kvalificerade kandidater med rätt kompetens som kan bli intresserade eller tillgängliga i framtiden.

## OUTPUT

Kvalificerade kandidater som är redo att komma på intervju och ta en ny anställning på ditt företag när du behöver ny personal.

## LÅNGSIKTIGT RESULTAT

Efter en tid har du en stor pool av kandidater som är redo att konverteras till intervjuer och anställningar.



## Vikten av en stor pipeline

Vi på Worko jobbar med att gradvis bygga upp en kandidatpipeline genom att kontinuerligt hitta och hålla kontakt med passiva kandidater för att skapa intresse, samla data och få timingen rätt. Detta arbete gör att vår totala output av kvalificerade, intresserade och framförallt tillgängliga kandidater ökar över tid. Med en intervjuprocess som är anpassad för passiva kandidater konverteras sedan kandidaterna till högpresterande och engagerade medarbetare på våra kunders företag.

Eftersom majoriteten av kandidaterna sitter i projekt idag varierar deras tillgänglighet över tid. Långsiktigheten är nödvändig eftersom det kan ta upp till 12 månader från första kontakt tills kandidaten är öppen för en intervju.

## Hur?

Arbeta löpande med att bygga upp en pipeline av kandidater med rätt kompetens för er verksamhet, så att den blir gradvis större med tiden. Genom att behålla kontakten med kandidaterna, vässa er storytelling och samla in kandidatpreferenser säkerställer ni sedan intresse och matchning mot er hiring bar.

I figuren ovan har vi illustrerat hur vi jobbar med vårt kandidatflöde. De som kommer in i första kvartalet kan bli tillgängliga när som helst på året: vissa är redo att anställas direkt, och andra väntar i pipelinen i mer än ett år. Fördelen med en långsiktig pipeline är att du har full koll på kandidater med relevant kunskap, och de finns tillgängliga när du behöver dem.



# Strategisk kompetensförsörjning på under 100 ord

För att summera hur du lyckas med dina affärs- och rekryteringsmål på dagens kandidatmarknad: det handlar om proaktivitet, långsiktighet, kontinuerlig kommunikation med kandidaterna och en rekryteringsprocess anpassad efter dagens hårda marknad.

Du behöver arbeta mer uppsökande och du behöver sälja företaget, avdelningen och rollen istället för att jobba utifrån en kravprofil. Verktögen för detta är ert EVP, storytelling och en strukturerad och anpassad intervjuprocess.

## Några ord från nöjda kunder

Vi på Worko har hjälpt hundratals företag att nå sina rekryteringsmål sedan starten 2011. Här kan du läsa om ett urval kunder som är nöjda med samarbetet med Worko!

“Vi är otroligt nöjda med de rekryteringar vi gjort tillsammans med Worko. De har bra förståelse för vår verksamhet och vårt behov, är alltid tillgängliga och snabba.”

**Margareta Gelius**  
Business Unit Manager, Sweco



“Snabbare tillväxt är absolut det största värdet vi fått av att jobba med Worko. De har levererat helt rätt kandidater, både kompetensmässigt och med de personliga egenskaper vi vill ha.”

**Torbjörn Berglund**  
Konsultchef, Knowit



“Jag gillar långsiktiga relationer. Vi har lärt känna personalen på Worko och det största värdet är att få jobba så nära rekryterarna. De vet vad vårt företag efterfrågar.”

**Patrik Arengård**  
VD, Partnex AB





# Det här är Worko

## Vår story

Worko AB grundades år 2011. De första åren jobbade vi på det sätt som de flesta andra i rekryteringsbranschen fortfarande gör, genom att fylla en specifik roll med en tydlig formell kravspecifikation.

Men arbetsmarknaden skiftade från att vara arbetsgivarens marknad till arbetstagarens, och vi insåg att vi behövde skifta fokus från att gallra och göra urval bland en stor mängd potentiella kandidater som ansökt om jobbet, till att försöka attrahera passiva kandidater – en svårare grupp att nå, eftersom de passiva kandidaterna oftast redan sitter på ett tryggt jobb och har väldigt många valmöjligheter.

Vi på Worko löser detta problem genom att vara proaktiva, långsiktiga och kontinuerliga i vår rekrytering. Efter mer än 10 år i branschen ser vi att detta är en framgångsfaktor, inte minst inom byggbranschen och inom IT och tech.

## Så jobbar vi

På många företag uppstår situationer där det behövs personal på plats väldigt snabbt. Det innebär att de måste anställa under tidspress och bara kan välja bland de kandidater som är tillgängliga just för tillfället, snarare än att anställa den person som faktiskt är bäst lämpad för jobbet. Istället för att dra igång en rekryteringsprocess när behovet uppstår hjälper vi våra kunder att vara mer strategiska i sin rekrytering, genom att jobba långsiktigt, datadrivet och kandidatcentrerat.

Vi tar löpande kontakt med de bäst lämpade kandidaterna för just er arbetsplats, och vet precis när de mest intressanta kandidaterna är i en position där de kan tänka sig att byta jobb.

Låter det intressant? Kontakta oss och **boka in en kostnadsfri konsultation**, så hjälper vi er att lyckas fylla ert rekryteringsbehov, och därmed nå era tillväxtmål!

**Boka en konsultation idag – vi finns även i Norge!**

[www.worko.com](http://www.worko.com)  [www.worko.no](http://www.worko.no)

+46 8 598 514 00  +47 413 06 223

info@worko.com  info@worko.com

