



# Hvordan får vi nye medarbejdere?

**Overvej om det vi gør rent faktisk virker.**

**Tænk over om vi får fat i dem vi gerne vil have kontakt med...**

# Start med et overblik

Har vi fx et ønske om mangfoldighed på arbejdspladsen?

- Så er det en god idé at forholde os til vores demografi.

Med et demografisk overblik kan vi lynhurtigt afkode vores nuværende sammensætning af medarbejdere.

Hvordan er fordelingen fx mellem mænd, kvinder, unge, erfarne, internationale, danske, universitetsuddannede og fagligt uddannede?

Det er kun fantasien, der sætter grænser for hvilke parametre, man kan måle på.

Der er lavet et excelark, som du har downloadet samtidig med dette dokument.

# Hvem vil vi gerne tiltrække?

Når overblikket er på plads, skal I finde frem til, hvem I gerne vil tiltrække.

Måske har I opdaget, at fire af jeres medarbejdere nærmer sig pensionsalderen, og at størstedelen af jeres medarbejdere er mænd af dansk herkomst i alderen 40-65?

Så ved I allerede nu, at I inden for den nærmeste fremtid skal have fundet fire nye medarbejdere. Her kan det være fristende bare at gøre, som man plejer, og ansætte nogle, der minder om de tidligere medarbejdere, men måske er det bedre at prøve noget nyt?

Har I fundet frem til hvilken type medarbejder, I gerne vil have fat i?

# Forskel på målgrupper

Der er stor forskel på, hvordan man tiltrækker forskellige målgrupper:

- Der er et spørgsmål om kanaler – kommer jeres stillingsopslag overhovedet på jeres målgruppes radar?
- Så er der et spørgsmål om sprog – skriver I i et sprog, der er målrettet jeres målgruppe?
- Dertil er der et spørgsmål om vægtfordeling – en 20-årig og en 60-årig bliver tiltrukket af forskellige ting. Det er måske ikke så relevant at fortælle den 60-årige, at I spiller bordfodbold i pauserne, men måske er det lige netop dét, der lokker den 20-årige til.
- Sidst men ikke mindst er der jeres employer brand – altså hvordan I som arbejdsplads bliver opfattet udefra. Tænk over, hvad det er, jeres målgruppe bliver mødt af på jeres hjemmeside, på sociale medier og i word-of-mouth. Taler det til dem?

# Læg en plan

Når vi ved hvilken type medarbejder, vi gerne vil have fat i, så gælder det om at lægge en plan:

- Find ud af, hvor vores potentielle medarbejder befinder sig – fx på sociale medier, messer, internt på arbejdspladsen, uddannelsesinstitutioner, A-kasser, fagforeninger, jobcentre, brancheforeninger.
- Bliv skarpe på, hvordan vi kommunikerer til den potentielle medarbejder – forsøger vi fx at tiltrække en ung medarbejder, kan vi med fordel spørge en ung medarbejder, der er på arbejdspladsen allerede til råds om sprogbrug og vægtfordeling.
- Gør os attraktive med et stærkt employer brand – sørg for at vores "ansigter" (hjemmeside, sociale medier, word-of-mouth) udadtil afspejler de værdier, vi gerne vil have afspejlet.