

dog følgere, før den får en værdi. Det er et langt sejt træk at skaffe følgere til en side. Det kræver bl.a., at der gøres reklame for den andre steder på LinkedIn f.eks. via personlige profiler og grupper. En showcase page skal have en administrator, som sørger for, at siden er aktiv med et par opdateringer om måneden. Det er kun administratoren, der kan lægge indhold på siden, mens alle følgere kan dele, like og kommentere indholdet.

Aabenraa Kommunes LinkedIn-side er forankret i HR-afdelingen og i Kommunikation. HR kan vejlede om brug af LinkedIn i rekrutteringsøjemed. Kommunikation kan vejlede om indhold og om brug af LinkedIn til employer branding.

**Facebook** bruges i dag stort set ikke til rekruttering i Aabenraa Kommune. Ved særlige stillinger kan Kommunikation kontaktes for at få afklaret, om facebook er en mulig kanal.

## Rekruttering

I rekrutteringsprocessen er det vigtigt at gøre et solidt forarbejde, inden man skriver stillingsopslaget og slår stillingen op. Forarbejdet handler hovedsageligt om at finde frem til, hvad de særlige opgaver og det "fede" er i stillingen. Dette skal kobles sammen med fortællingen om afdelingen/KME for at gøre stillingsopslaget skarpt, præcist og interessant.

### Kompetenceafdækning og opgaveafklaring

Bliv helt skarp på, hvilke faglige og personlige kompetencer, der er brug for, hvis den ledige stilling skal besættes med en drømmemedarbejder. Stil jer selv spørgsmål om, hvad der er absolutte krav for at kunne besætte stillingen, og hvad der er ikke krav, men ønsker.

Bliv helt skarp på, hvilke hovedopgaver den nye medarbejder skal løse. Hvis vi skal hente veluddannet, erfaren arbejdskraft fra andre dele af landet, skal der være noget at flytte hertil efter. Generaliststillinger tiltrækker ofte nyuddannede, der skal have noget på cv'et at søge videre på.

HR har et redskab, der kan hjælpe med kompetenceafdækning og opgaveafklaring.

### Hvorfor er denne stilling fed?

Bliv helt skarp på, hvorfor denne stilling er fed! Svaret hænger sammen med de hovedopgaver, der er i stillingen, men kan også handle om stillingens mission eller om særlige funktioner, samarbejdsflader eller et specielt ansvar f.eks.. Ingen stillinger er kedelige. Enhver stilling indeholder altid fagligt guf for den rette ansøger. Det, der kan synes som rugbrødsarbejde for chefen, kan være en kærkommen faglig udfordring for en ny medarbejder. Find det fede frem og placer det højt oppe i stillingsopslaget.

### Fortællingen om afdelingen/KME

Kompetencerne, opgaverne og det fede i stillingen skal kombineres med fortællingen om den afdeling, der skal rekruttere en ny medarbejder, og om KME generelt. Det er i denne kombination, ansøgerne kan mærke arbejdspladsen og derudfra vurdere, om man mener, det er en attraktiv arbejdsplads. Hvis fortællingen f.eks. er, at der arbejdes i et højt tempo, vil ansøgere, der ikke er indstillet på det, sandsynligvis holde sig væk (til glæde for begge parter). Og hvis fortællingen er, at man som medarbejder har et stort ansvar, vil ansøgere med et udviklet selvstændighedsgen sandsynligvis søge stillingen (til glæde for begge parter).

### Stillingsopslaget

Selve stillingsopslaget skal være hurtigt læst, så kort som muligt og mættet med informationer.

Allerede ved første øjekast må ingen være i tvivl om, hvilken fagperson I søger. Det er den titel, man klikker på, når man læser stillingsopslag via nettet, f.eks. "Miljøsagsbehandler til Aabenraa Kommune".

Umiddelbart under titlen skal der være en overskrift, som kommer frem, når man klikker sig ind på opslaget. I dette tilfælde: "Miljø og erhverv skal gå hånd i hånd".

Overskriften skal være fængende og samtidig sige noget sandt og relevant om indholdet i stillingen. I dette eksempel pointerer vi i overskriften, at Aabenraa er erhvervsvenlig. Som erfaren miljøsagsbehandler og potentiel ansøger kan man læse ud af overskriften, at man skal kunne arbejde i et krydspres mellem at være god mod miljøet og finde løsninger for virksomhederne.

Derefter skal det gentages kort og klart, hvilken type fagmedarbejder, I søger. Og umiddelbart derefter foldes en lille fortælling ud om, hvad I som arbejdsplads forventer af jeres nye medarbejder, hvad I er for en arbejdsplads, og enten direkte eller mellem linjerne skal der stå, hvorfor det er en fed stilling.

Så skal de præcise hoved- og evt. biopgaver samt kompetence- og profilkravene listes op.

Frist og kontaktperson skal på. Og så slutter opslaget med at gøre opmærksom på Aabenraa Kommunes tilbud til tilflyttere.

Fra fokusgruppeinterviewet ved vi, at ansøgere sætter pris på superskarpe jobopslag, hvor det er udspecificeret, hvilke særlige opgaver der ligger i stillingen ("det må ikke bare være lidt af det hele").

Værktøjerne og metoderne rekruttering kan findes på den nye Medarbejderportal fra ca. 1. juni 2016.

### **Annoncering**

Alle stillingsannoncer uploades i Aabenraa Kommunes rekrutteringssystem HR Manager. Det skal den ansvarlige afdelingschef selv sørge for.

Alle stillinger offentliggøres automatisk på aabenraa.dk og på jobnet.dk, og derudover har Aabenraa Kommune et samarbejde Jobzonen, hvor alle stillinger også offentliggøres.

Derudover er der mulighed for at annoncere både på tryk og på nettet en lang række steder.

HR og Kommunikation vil i løbet af 2016 få udarbejdet en liste, hvor man kan gå ind og se, hvilke medier og stillingsbetegnelser, der matcher hinanden (helt eller nogenlunde).

Vær opmærksom på, at det er hurtigt og effektivt at annoncere på nettet. Tit er det også billigere end i trykte medier. Der er kortere indrykningsfrister til net-annoncer end til trykte annoncer. Det vil sige, at stillingsannoncen på nettet stort set kan blive offentliggjort fra dag til dag, hvor der kan gå en eller flere uger, før en annonce kommer med i et trykt medie. Dertil kommer, at stort set al jobsøgning i dag foregår elektronisk. Og der er lige så gode muligheder for at nå passivt jobsøgende via diverse net-medier, som der er via annoncer i trykte medier.

Fra fokusgruppeinterviewet med de forholdsvis nyansatte medarbejdere i KME ved vi, at de fleste ser ledige stillinger via jobportaler på nettet.

Det er afdelingschefen selv, der sørger for annoncering ud over den gængse (aabenraa.dk, jobnet.dk og Jobzonen). Kommunikation og HR kan rådgive og i visse tilfælde bistå.