

slik skriver du

gode og virkningsfulle  
stillingsutlysninger.



  
randstad

# introduksjon.

I dagens hardt pressede arbeidsmarked er det stadig vanskeligere å tiltrekke, kapre og holde på dyktige og kvalifiserte medarbeidere. Og selv om det finnes mange strategier for å rekruttere medarbeidere, har alle én ting til felles helt i starten: stillingsutlysningen.

stillingsutlysningen og stillingsbeskrivelsen du lager, avgjør hva slags søkere du får. Det betyr med andre ord at kvaliteten på kandidatene gjenspeiler kvaliteten på utlysningen. Stillingsutlysningen er «salgsargumentet» for jobben du rekrutterer til.

Denne veiledningen er laget for å gi ledere som ansetter og HR-medarbeidere et sett med praktiske og taktiske råd om hvordan man skriver gode stillingsutlysninger. Les om hvordan du kan finne rett person til rett stilling på en enklere og mer effektiv måte. Veiledningen tar for seg:

- stillingsutlysninger og hva du vil oppnå med dem
- hva kandidatene ser etter i stillingsutlysninger
- vanlige feil du må unngå i stillingsutlysningen
- seks teknikker som sikrer at du oppnår de ønskede resultatene fra stillingsutlysningen

La oss ta en nærmere titt på hvordan du kan lage gode og effektive stillingsannonser.



# samarbeid med HR om å optimalisere stillingsutlysningen.

Alt for ofte er stillingsutlysningen noe som lages «fort og gæli», siden mange tror det bare handler om å skrive ned noe kjapt om hva dere trenger – men faktisk er formålet med stillingsutlysningen å hjelpe potensielle kandidater med å finne ut om den aktuelle rollen faktisk er relevant for dem, og om de vil passe inn og kunne gjøre en god jobb. Da er det alfa og omega at du som leder som skal ansette noen, sørger for at teksten faktisk fungerer til dette formålet.

Feilansettelser kan ha langvarige – og kostbare – konsekvenser. Forskingen viser at kostnadene ved bare [én feilansettelse](#) kan komme opp i alt fra 170 000 til 2 500 000 kroner – eller enda mer. For å forhindre dette må HR-teamet og lederen som ansetter, samarbeide om å utarbeide detaljerte stillingsutlysninger av høy kvalitet. Dere må tenke grundig gjennom de aller viktigste aspektene ved stillingene dere lyser ut, hva som gjør selskapet deres til et attraktivt sted å jobbe, og hva som kjennetegner den «rette kandidaten».

I tillegg er det lurt å få innspill fra medarbeidere i lignende roller når du skal formulere hva stillingen går ut på. Hvis du skal finne en erstatter til en medarbeider som slutter, kan det være veldig verdifullt å få noen med erfaring fra jobben til å hjelpe deg med å skrive eller revidere stillingsteksten.

«stillingsutlysningen og stillingsbeskrivelsen du lager, avgjør hva slags søkere du får.»



# vanlige feil du må unngå når du skriver stillingsutlysninger.

Det viser seg at moderne jobbsøkere ikke bruker mye tid på å lese gjennom [stillingsutlysninger](#). Ifølge en nylig gjennomført studie har du i gjennomsnitt knappe 14 sekunder på å fange leserens oppmerksomhet. Da må du sørge for at du får potensielle kandidater på kroken så raskt som mulig. Det betyr at du må vekke interessen deres allerede med overskriften, legge de viktigste punktene helt i starten av teksten og bruke et format som er enkelt å lese og få oversikt over.

«kandidatene bruker i gjennomsnitt 14 sekunder på å se på en stillingsutlysning før de bestemmer seg for om den er noe de vil søke på.»

[kilde: LinkedIn](#)

Det er også flere ting du må unngå når du lager stillingsutlysninger. Her er eksempler på noen vanlige feil:

- ✘ man bruker sjargong, slang og akronymer som skremmer vekk potensielle kandidater
- ✘ man kommer med en endeløs strøm av krav og ønsker, fremfor å ha fokus på å skrive en attraktiv annonse der man selger seg inn som arbeidsgiver
- ✘ man kommer med floskler/ klisjeer og selvfølgeligheter (f.eks. «motivasjon er viktig»)
- ✘ man unnlater å nevne attraktive fordeler, som støtte til utdanning, mulighet for fjernarbeid eller sponing av reiseutgifter
- ✘ man prøver å skrive stillingsbeskrivelsen selv, uten støtte fra en HR-kollega eller ekspert
- ✘ man bruker ikke-kjønnsnøytrale begreper, som talsmann eller kontordame

I et arbeidsmarked i stadig utvikling må ansettende ledere og HR-ledere følge med på de siste trendene. En viktig trend i dag er at et stadig større antall jobbsøknader blir sendt inn via mobilen – i USA gjelder det for hele 70 % av søknadene. Noen vanlige feil man gjør i den post-digitale tidsalderen, er:

- ✗ å unnlate å optimalisere stillingsutlysningene for mobilenheter
- ✗ å vektlegge krav til eksisterende ferdigheter fremfor fremtids- og utviklingsrettede ferdigheter
- ✗ å ikke gi informasjon om selskapets ESG-innsats
- ✗ å heller snakke om arbeidsoppgaver enn utviklingsmuligheter og fordeler
- ✗ å ikke være tydelig om selskapets innsats for mangfold og inkludering

Jobbsøkerne selv er i ferd med å bli mer strategiske og datadrevne. Nettplattformer som automatiserer deler av jobbsøkingen – for eksempel ved å bruke kunstig intelligens som matcher CV-er med jobbannonser – er i full fart fremover. Du må også ha en strategisk og datadrevet tilnærming for å lykkes i dette landskapet.

# 5 smarte tips til stillingsannonser som tiltrekker de rette kandidatene.

HR-ledere som identifiserer svakhetene i eksisterende rekrutteringsprosesser og utvikler standardprosedyrer for gode stillingsutlysninger, legger et solid grunnlag for vellykkede ansettelser. Dette er positivt for alle ansettende ledere i organisasjonen og skaper langsiktig verdi for bedriften.

Vi i Randstad har som mål å hjelpe HR og rekrutterende ledere å lykkes med rekrutteringen og fremtidssikre virksomheten. Derfor har vi satt opp en liste med seks smarte tips til hvordan man kan få stillingsutlysningene sett av flest mulig relevante personer, og øke kvaliteten på søknadene man får inn.



# 1. sett ord på nøyaktig hva du ønsker deg.

Stillingsutlysningen skal ikke bare beskrive de formelle tingene du trenger – tenk over ting med tidligere ansatte som ikke har fungert, som kunnskapshull eller at de ikke passet inn i bedriftens kultur. Få ned på papiret hvilke personlige egenskaper og harde og myke ferdigheter som kreves for å lykkes i stillingen.

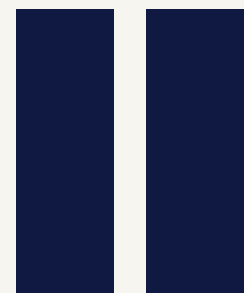
Sørg for at annonsen treffer kandidater som stemmer overens med de fremtidige målene du har for den aktuelle rollen, ikke bare sånn den ser ut akkurat nå.

Denne [ferdighetsbaserte tilnærmingen](#) blir stadig mer utbredt. I stedet for å bare fokusere på utdanning og yrkesbakgrunn tar denne metoden for seg kandidatenes evner og fremtidige potensial. Det krever at man tenker gjennom hvilke ferdigheter man absolutt må ha når man begynner, og hvilke man kan tilegne seg etter hvert.

For eksempel kan du droppe å kreve at kandidatene har erfaring med analyseprogrammene dere bruker, og heller skrive at de f.eks. bør ha ferdigheter i å tolke data og anvende innsikt fra bedriftsanalyser på en god måte. Tross alt er ferdigheter i bruk av spesifikk programvare noe som kan læres,

og på denne måten sikrer du at kandidatpoolen din har akkurat de ferdighetene som kreves – også hvis dere går over til andre analyseprogrammer senere.

Hvis du er usikker på om stillingsutlysningen er tydelig nok på dette, kan du be en kollega eller HR-medarbeider om å se over teksten og gi en tilbakemelding basert på deres egen forståelse av den aktuelle rollen.



## 2. optimaliser stillingsutlysningene for digitale miljøer.

Mange av dagens jobbsøkere er ganske digitalt orientert. De vet hvordan de bruker stillingsportaler og kikker raskt over stillingsannonser til de oppdager noe som kan være interessant. De bruker sjelden tid på å lese gjennom hele utlysningen hvis de oppdager noe i teksten som ikke tiltaler dem.

I tillegg bruker de gjerne en rekke ulike enheter, og hvis jobbannonsen ikke er optimalisert for enheten de bruker der og da, utelukker du potensielt et stort antall potensielle kandidater. På samme måte som bedriften din optimaliserer nettinholdet for å nå ut til målgruppen, må jobbannonsene deres optimaliseres for å nå ut til kandidatene dere er ute etter.

«På samme måte som bedriften din optimaliserer nettinholdet for å nå ut til målgruppen, må jobbannonsene deres optimaliseres for å nå ut til kandidatene dere er ute etter.»

Her er noen enkle tips til å lage leservennlige stillingsutlysninger som kan fange interessen til potensielle kandidater på nettet:

Bruk Google Søketrender/ Google Trends til å opprette jobbtitler. Bruk alltid terminologien og språket de ideelle kandidatene mest sannsynlig vil bruke når de søker etter jobber. Jobbtitlene bør være så presise som mulig

- ✓ bruk punktlistor og nøkkelord som fanger oppmerksomheten og er oversiktlige for folk som skumleser utlysninger
- ✓ bruk store, målbevisste underoverskrifter som kan hjelpe leserne når de skummer gjennom utlysningen din
- ✓ bruk store ord – sparsomt, men på en meningsfylt måte – for å rette oppmerksomheten mot deler av teksten
- ✓ vær kortfattet og presis, og gi bare informasjon som er nødvendig og interessant
- ✓ plasser den mest attraktive informasjonen høyt oppe i teksten
- ✓ ikke bruk sjargong, akronymer, overdreven bruk av store bokstaver eller utbasuneringer av typen «HASTER!» eller «SE HER!».



### 3. få jobben til å fremstå som attraktiv – ikke vær belærende.

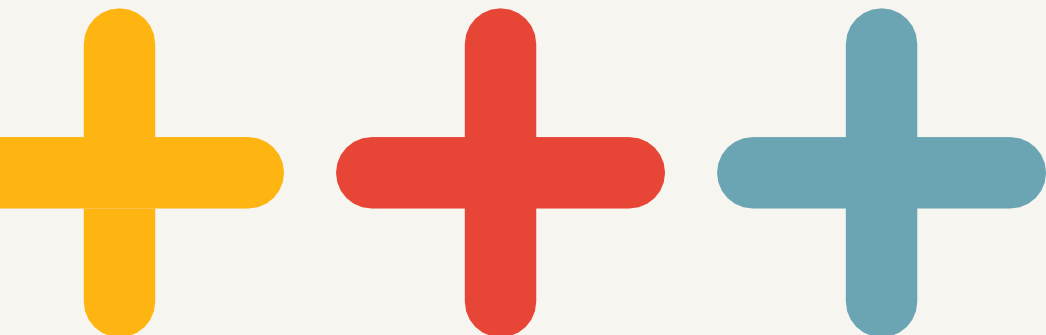
Bruk de første tre linjene i innledningen til å fange leserens oppmerksomhet. Gjør teksten personlig og relevant. Fortell om hvorfor selskapet ditt skiller seg fra konkurrentene, vis empati og gi et kjapt innblikk i bedriftskulturen.

Deretter bør du ikke gå rett over til de formelle kravene til jobben, men heller fremheve mulighetene for utvikling og vekst i rollen og hvorfor det er et godt sted å arbeide. I beskrivelsen av stillingen bør du fortelle kandidatene om verdien de bringer til selskapet og måtene de kan bidra på. Fokuser på de positive aspektene og hjelp kandidatene med å visualisere seg selv i rollen. Forskjellene mellom å liste opp en ren beskrivelse av jobben kontra å fortelle hva den ansatte faktisk bidrar med i det store bildet, er subtile – men viktige.

Gjør en innsats for å fremheve fordelene og godene som følger med jobben, og vær så spesifikk som mulig. Det er ikke nok å bare skrive «attraktiv fordelspakke». Ifølge Randstads [Employer Brand-research](#) er lønn den nest viktigste faktoren når man velger arbeidsgiver. Dagens arbeidstakere legger også stor vekt på jobbsikkerhet og en god balanse mellom jobb og fritid.

Dette er blant topp 10 faktorer dagens ansatte syns er viktigst hos en arbeidsgiver:

-  attraktiv lønn
-  god balanse mellom jobb og fritid
-  jobbsikkerhet
-  godt arbeidsmiljø
-  selskapet har økonomien i orden





## 4. hjelp kandidatene med å finne jobben som er riktig for dem – ikke omvendt.

Noen ganger er den rette jobben for kandidaten et annet sted. Målet ditt må være å finne den rette balansen mellom å få luket bort uønskede kandidater på en god måte og oppmuntre de riktige kandidatene til å fortsette med søknaden.

Skriv alltid en konklusjon som er oppriktig og realistisk, der du oppfordrer folk til å søke, men også etablerer realistiske forventninger til veien videre. Hvis søknadsprosessen er treg og komplisert, kan du skremme vekk både gode og dårlige kandidater.

Skriv en oppfordring til å søke som er skreddersydd til den ideelle kandidaten. Da øker sjansen for at du får napp hos de som faktisk egner seg for stillingen.

## 5. fremhev bedriftens kultur og «employer brand».

Kandidater er ikke bare interessert i å fylle en rolle – de vil samarbeide med et selskap der de kan trives og utvikle seg på lang sikt. Jobbsøkere fokuserer i økende grad på både personlig utvikling og å jobbe for en arbeidsgiver med fokus på samfunnsansvar, en god bedriftskultur og et solid [employer brand](#).

Det å starte i en ny jobb blir litt som å starte et nytt liv. Ved å beskrive livet på innsiden av selskapet kan kandidatene se for seg hvordan det er å være en del av teamet. Det styrker selskapets image som arbeidsgiver og gjør at dere skiller dere ut fra konkurrentene.

Stillingsutlysningen er en mulighet til å virkelig selge deg inn hos mottakerne – ikke kast bort sjansen med en generisk og intetsigende tekst. Sørg for at dere fremstår som det attraktive selskapet dere er for potensielle jobbsøkere.



# kom i gang: legg grunnlaget for suksess.

Selv om det er mye som skal være på plass, er den perfekte stillingsutlysningen nærmere enn du kanskje tror. Bare husk på dette:

1. **vær tydelig:** Skriv en stillingsutlysning som lar kandidatene visualisere seg selv i rollen – der de trives og jobber godt i et team med arbeidsoppgaver som gjør en forskjell.
2. **optimaliser:** Sørg for en brukervennlig opplevelse, uansett hvilken enhet kandidatene bruker når de leser stillingsbeskrivelser og jobbannonser.
3. **fremhev ansattperspektivet:** Formidle hva kandidatene får ut av rollen – ikke hva de «må gjøre». Differensier bedriften med tydelige beskrivelser av fordelene dere tilbyr og andre ting som skiller dere fra konkurrentene.
4. **oppmuntre:** Vær oppriktig og ha en strategisk tilnærming til veien videre, slik at de rette kandidatene oppmuntres til å gå videre med søknaden – og de som ikke egner seg, unnlater å søke. Sørg også for at søknadsprosessen er så enkel og intuitiv som mulig.
5. **visualiser:** Skisser et tydelig bilde av bedriftskulturen. De riktige kandidatene vil føle at bedriftskulturen er i samsvar med sine egne ønsker og verdier, noe som styrker sannsynligheten for en langvarig og produktiv relasjon.

Fremtiden til selskapet ditt avhenger av at dere lykkes best mulig med rekrutteringen. Sørg for at alle stillingsutlysningene deres fungerer som et effektivt markedsføringsverktøy for den aktuelle rollen, teamet ditt og selskapet som helhet. Og fremfor alt: sørg for at de fungerer som en mulighet for personlig utvikling og suksess hos den rette kandidaten.



Kontakt oss i dag for å få flere råd om hvordan du kan lage gode og virkningsfulle stillingsutlysninger, lykkes på HR-feltet eller outsource rekrutteringsarbeidet.

[Kontakt oss her.](#)

