

## Stillingsannonser

- Resultatorientert gjennomfører søkes

Ole I. Iversen (Dr. BA)  
[oii@assessit.no](mailto:oii@assessit.no)  
 Twitter: @OIiverzen  
[www.assessit.no](http://www.assessit.no)

Transparentene kan lastes ned fra [www.oleiversen.no](http://www.oleiversen.no)




---

---

---

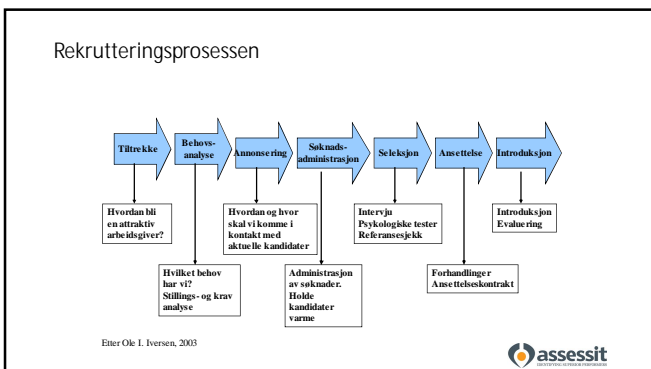
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

### Hensikten med stillingsannonsen?

- Skal være selgende og tiltrekke seg kandidater
- Husk at målgruppen er kandidatene – ikke egen virksomhet
- Skal også selekttere kandidater slik at det er de riktige kandidatene som søker
- Brukes av mange som en kravspesifikasjon
- Kriteriene i annonsen skal vektlegges ved seleksjon
- Generelle annonser gir flere søkere, men ikke nødvendigvis flere kvalifiserte søkere





---

---

---

---

---

---

---

---

### Krav til ledere i norske stillingsannonser

- Mange stillingsannonser er «svulstige»
- Er egenskapene som etterspørres egentlig relevante?
- Finnes egenskapene?
- Er de normalfordelt?
- Er det mulig å måle dem?
- Angis motstridende krav?




---

---

---

---

---

---

---

---

### Fremgangsmåte

- Litteraturstudie av lederstillinger utlyst i Aftenposten torsdag og søndag over 3 måneder
- Ledere med personalansvar
- 162 annonser
- Totalt 200 egenskaper listet opp




---

---

---

---

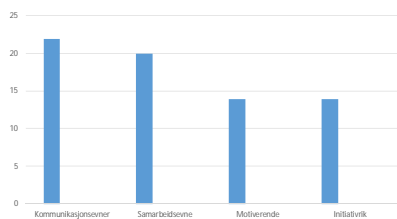
---

---

---

---

### De mest etterspurte




---

---

---

---

---

---

---

---

## Gode kommunikasjonsevner?



- Evne til å presentere foran en forsamling?
- Evne til å håndtere innvendinger og overbevise andre?
- God på en-til-en samtaler
- Evne til å uttrykke seg muntlig eller skriftlig?
- God lytter?




---



---



---



---



---



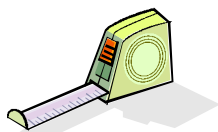
---



---

## Og hvordan måle dette?

- Søknad?
- Intervju?
- Verbal evnetest?
- Personlighetstest?
- Arbeidsprøver?
- Referanser?




---



---



---



---



---



---



---

## Gode målinger forutsetter

- At det vi måler er relevant
- Gode definisjoner av de begrepene (egenskapene) som skal måles
- Gode målemetoder som måler det vi ønsker å måle
- Det må være mulig (og lovlig) å samle inn dataene




---



---



---



---



---



---



---

### Andre eksempler

- Kompetent
- Moden
- Gode personlige egenskaper
- Personlig egnethet
- Nettverksspiller
- Raus
- Engasjert
- Lederegenskaper
- Dyktig til å lede andre
- Effektiv
- Evne til å begeistre
- Integritet
- Trygg
- Tydelig
- Imøtekommende




---

---

---

---

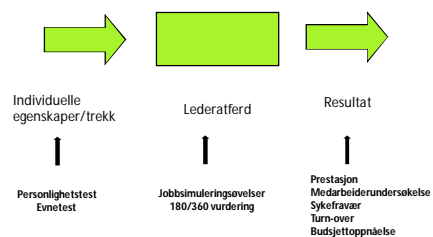
---

---

---

---

### Hva kjennetegner gode ledere?




---

---

---

---

---

---

---

---

### Personlige egenskaper og ledereffektivitet

- Tilstrekkelig smart (IQ)
- Jevnt, stabilt og godt humør (emosjonell stabilitet)
- Planmessig, samvittighetsfull, ambisiøs
- Tilstrekkelig utadvendt
- Tilstrekkelig støttende og omsorgsfull
- Selvinnsikt



Kilde: Salgado, J 1997; Furnham, A 2000; Maritzsen, Ø 2013

ole.liverson@bi.no




---

---

---

---

---

---

---

---

### Personlige egenskaper og ledereffektivitet

- Tilstrekkelig smart (IQ) (7)
- Jevnt, stabilt og godt humør (emosjonell stabilitet) (1)
- Planmessig, samvittighetsfull, ambisiøs (3)
- Tilstrekkelig utadvendt (7)
- Tilstrekkelig støttende og omsorgsfull (0)
- Selvinnstikt (0)



Kilde: Salgado, J 1997; Furnham, A 2000; Martinsen, Ø 2013

ole.liversen@bi.no




---

---

---

---

---

---

---

---

### Konklusjon

- Mange stillingsannonser fanger i liten grad opp egenskaper som er viktige for en stilling
- Mange stillingsannonser er for generelle, med utydelige krav
- Dette gjør det vanskelig å måle egenskapene og sammenligne kandidater mot hverandre
- Dette øker sjansene for feilansettelser




---

---

---

---

---

---

---

---

### Noen tips

- Bruk sosiale media aktivt i merkevarebyggingen
  - Hvordan presenterer virksomheten seg på Facebook?
  - Hvordan omtales egne ansatte på Twitter og Facebook?
  - Hvordan brukes LinkedIn?
- Er søknadsprosessen tilrettelagt for folk på farten?
  - En økende andel kandidater ønsker å søke jobb via mobil og nettbrett, Søknadsprosessen må legges til rette for dette
  - Undersøkelser viser at jobbannonser leser annonser på reise, i restauranten, på toalettet, under møter, i senga, på jobben osv.
- Velg dine ord med omhu
  - Undersøkelser viser at en arbeidsgiver benytter under 10 sekunder på å skimme en CV. Mange kandidater bruker enda kortere tid på å skimme en annonsetekst




---

---

---

---

---

---

---

---

### Annonsetekster

- Generelle annonsetekster gir flere søker, men ikke nødvendigvis flere kvalifiserte søkere. Måltrettede kandidater skremmes bort
  - Følgende variable har betydning
  - Informasjon om virksomheten
  - Informasjon om jobben
  - Informasjon om arbeidssituasjonen
- Dette påvirker
  - Oppfatning av selve annonsen
  - Hvorvidt jobben sees på som passende/relevant for kandidaten
  - Hvorvidt kandidatene faktisk søker på jobben




---

---

---

---

---

---

---

---

### Hva ønsker potensielle kandidater informasjon om?

- Arbeidsoppgaver og ansvar
- Virksomhetens verdier
- Arbeidsmiljø og organisasjonskultur
- Utviklingsmuligheter
- Work-Life balance
- Fleksibilitet
- Avlønning




---

---

---

---

---

---

---

---

### Avsluttende råd

- Gjør en god jobbanalyse
  - Vær oppmerksom på potensielle feilkilder
- Kravene i stillingsannonsen må speile jobbanalysen
  - Må krav vs ønskelige krav
- Ikke vær redd for å fortelle kandidatene hva dere er på utkikk etter
- Ta utgangspunkt i en anerkjent kompetansemodell
- Fokuser på det viktigste
- Baser kravene på kunnskap, ikke synsing
- Bruk tid på utarbeidelse av stillingsannonsen
- Ikke lov mer enn du kan holde




---

---

---

---

---

---

---

---

## Spørsmål, synspunkter egne erfaringer?

Ole I. Iversen (Dr. BA)

[oii@assessit.no](mailto:oii@assessit.no)

Twitter: @OIIversen

Mob: 992 36 296

[www.oleiversen.no](http://www.oleiversen.no)



---

---

---

---

---

---

---

---