Karriereassistent

Semantic web based match making Portal zur automatisierten Personalberatung

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 3. Ausschreibung	**Status**	abgeschlossen
Projektstart	15.02.2017	**Projektende**	14.08.2018
Zeitraum	2017 - 2018	**Projektlaufzeit**	19 Monate
Keywords	eRecruiting, digital HR, semantic match making platform, automated HR, digital headhunting		

Projektbeschreibung

Jedes Unternehmen steht heute im globalen Wettbewerb, in dem der Faktor Zeit essenziell für den operativen Erfolg ist. Zum Beispiel soll ein neues Produkt in den Markt eingeführt werden – dem Unternehmen fehlt aber ein Produkt Manager. In solch einer Situation wird üblicherweise das klassische Personalberatungsinstitut damit beauftragt, schnellstmöglich passende Kandidaten zu finden. Traditionelle Personalberater benötigen dafür viel Zeit, der Prozess ist wenig bis gar nicht automatisiert, die Kandidaten dann oftmals mangelhaft qualifiziert, trotzdem muss aber der Aufwand des Beraters entgolten werden – und dies nicht zu knapp. Schnell den richtigen Kandidaten zu finden und dies alles zu einem möglichst klar kalkulierbaren Preis - das ist eine der klassischen Aufgabenstellungen, denen Unternehmen gegenüberstehen. JobRocker tritt als innovativer und moderner Dienstleister in der Personalberatung auf dem österreichischen, deutschen und schweizer HR-Markt auf. Dieser Markt ist derzeit von einem starken Wandel geprägt. JobRocker stützt und optimiert die klassische Prozesse in der Branche durch modernste Online- Tehcnologien und entwickelt ein innovatives und modernes Portal zur automatisierten Personalberatung (www.jobrocker.com). Durch automatisierte Selektion und Filterung sowie semantischen Datenabgleich der Jobbeschreibungen der Unternehmen (zahlende Kunden) mit den Lebensläufen der KandidatInnen werden die Suche, Bewertung, Selektion und Zusammenführung von KandidatIn und Arbeitgeber nach entsprechend eindeutigen Kriterien automatisiert; ein sog. „semantic web based match making“. Der dadurch erzielte langfristig wirksame technologische Wettbewerbsvorteil ermöglicht JobRocker eine Effizienzsteigerung im Wertschöpfungsprozess und die Kostenführerschaft auf dem Markt, ohne Abstriche bei der Qualität der BewerberInnen machen zu müssen. JobRocker ist in der DACH Region aktiv und kann auf erste namhafte Referenzen verweisen (Roxcel, Paysafe, Arval und viele andere mehr). Dieser bisherige Erfolg war durch die konsequente Optimierung diverser Vermarktungs-Channels möglich: entsprechend dem in dieser Branche (Stichwort: verdeckter Stellen Markt) eminent hohen Wert von Diskretion und der Notwendigkeit das geschenkte Vertrauen durch optimale Resultate zu würdigen, ist die Empfehlung in Unternehmenskreisen das wohl wichtigste Vermarktungsinstrument. Darauf aufbauend ist die Public Relations Strategie von entscheidender Bedeutung unsere Marke möglichst breit zu positionieren (Brand Marketing). Zuletzt soll hier noch die Direktansprache als allgemeiner operativer Vermarktungsansatz genannt werden. JobRocker baut auf die hochperformante Kombination von Mensch (JobRocker Fachberater) und Maschine (Job Engine). Die Automatisierung des Geschäftsprozesses setzt auf die Interaktion von JobRocker, KandidatInnen und suchendem Unternehmen. Sowohl für KandidatInnen, als auch suchende Unternehmen ist

ein performanter Prozess, der schnell gute Ergebnisse bringt, ein entscheidender Treiber die JobRocker Lösung zu nutzen. Das Entwicklungsziel des Projektes ist die Optimierung der bestehenden Technologie, speziell des Bewerbercockpits (Career Rank Feature). Auf der kaufmännischen Ebene zielt das Projekt darauf ab, neue Märkte zu erschließen und dort erste KundInnen zu gewinnen sowie die Performance in Österreich (2016: 486.000€ Umsatz aus Stellenbesetzungen) zu optimieren. Wesentlich dazu beitragen soll dabei die Konsolidierung der Marktposition in Österreich sowie eine Intensivierung der operativen Tätigkeiten im DACH Raum mit Fokus Deutschland und Schweiz. Letztlich schlägt sich ein solcher Erfolg messbar in Job Placements nieder – der kritische KPI für die Bemessung und Bewertung der operativen Ergebnisse bei JobRocker: im Projektzeitraum sollen 950 Stellen besetzt und damit ein Umsatz von 4,5 Mio. € erreicht werden.

Abstract

In our time each and every enterprise is affected by global competition, highlighting the resource time as key to operational success. Example given, a new market is about to be introduced to the market – but there is no Product Manager to get the job done. Usually a traditional personnel service provider is tasked to find a fitting candidate for the job. However, traditional personnel service providers therefore need a lot of time as they don’t apply automation approaches. Often the resulting candidates are not sufficiently qualified for the job, however, as time is key a decision is taken and the service provider needs to be paid – usually a significant sum. In perspective of the enterprise it’s all about quickly finding the right man at a reasonable cost to do so.

JobRocker has taken up a market position as an innovative and modern service provider in the field of personnel services, covering the markets of Austria, Germany and Switzerland.

At present this market is experiencing considerable change. JobRocker’s approach is to support the traditional process by automation on base of a portal for digitalized personnel services (www.jobrocker.com). Job descriptions of companies and CVs of candidates are filtered and sorted, resulting in the automation of candidate search, evaluation, selection and match-making, defined as: “semantic web based match making”. It is the applied digital technique to efficiently manage the value chain that provides JobRocker a significant and long-term effective competitive advantage as well as cost leadership in the market.

JobRocker is operational in the DACH-area dealing with high profile customers as there are Roxcel, Paysafe or Arval. This success is based on the consecutive optimization of a mix of marketing channels. As this industry is characterized by the value of discretion and the need to achieve top results in exchange for the trust of the customer in being able to get the best man, the word of mouth is the most important instrument of marketing. Taking this into consideration, the public relations strategy has a decisive role in spreading the word of mouth and executing the brand marketing. Besides that, the main operational marketing approach is cold calling / direct contact.

JobRocker relays upon an effective combination of human (JobRocker HR consultants) and machine (Job Engine). The main driver to use the JobRocker solution and execute this interaction is the effective process resulting in quick and high quality results.

In perspective of the technical development the objective of the project is the optimization of the present state of development, especially the candidate portal (career rank feature).

In perspective of the business development the objective of the project is the consolidation of the existing market in Austria (turnover 2016 was 486.000€) and the entry of new markets in the DACH region (Germany, Switzerland). The consolidation of the market position in Austria and the scaling up of operational activity in the other two countries will achieve measurable improvments of KPIs as job placements. In the course of the project 950 job placements shall be accomplished, creating

turnover of 4.5 Mio. €.

Projektpartner

- JobRocker International GmbH