

Rekrytering med kompass

En guide för dig som vill styra med data – inte magkänsla



Innehåll

- Vilka är vi?
- Vad är en KPI och varför ska du bry dig?
- Din första kompass – tre enkla KPI:er att börja med
- Att mäta och förstå – siffror som visar vägen
- Storm eller medvind – KPI:er och verkligheten
- Miniworkshop: Din första KPI-plan
- Så kommer du igång med rekryterings-KPI:er
- Bonuskapitel: Fler KPI:er som faktiskt säger något



Vilka är vi?

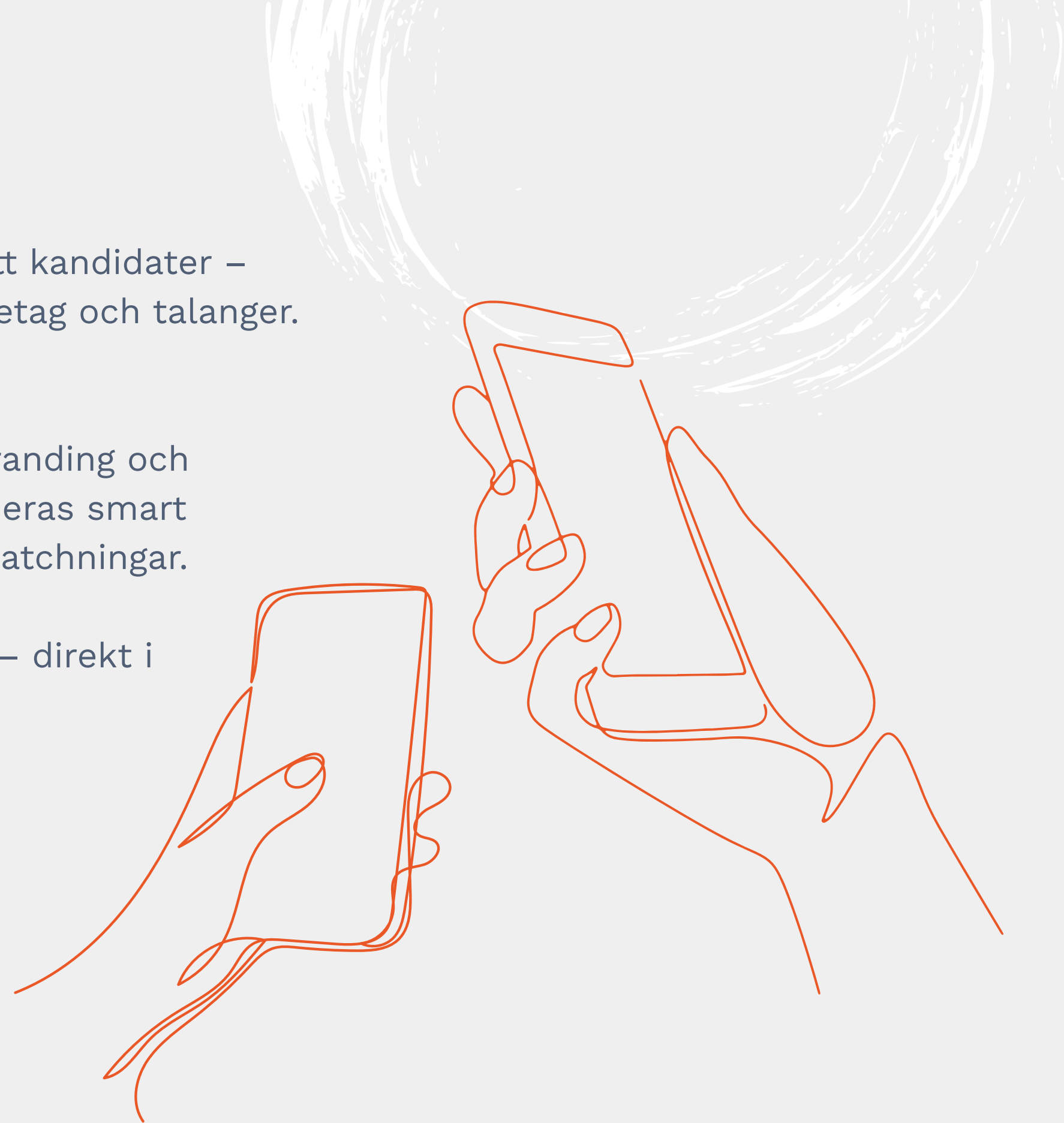
Higher föddes ur frustration. Vi såg hur svårt det blivit att nå rätt kandidater – och hur föråldrade rekryteringssystem stod i vägen för både företag och talanger. Så vi byggde något nytt.

Higher är en helhetslösning för modern rekrytering, employer branding och bemanning – framtagen med kandidatresan i fokus. Här kombineras smart teknologi, video och AI för att skapa snabbare, mer träffsäkra matchningar.

Hos oss möts kandidater och företag på ett mer mänskligt sätt – direkt i mobilen, med minimalt krångel och maximalt resultat.

- 300+ kunder
- Grundat 2019
- Resultat som märks

Vi har hjälpt många inom olika branscher:

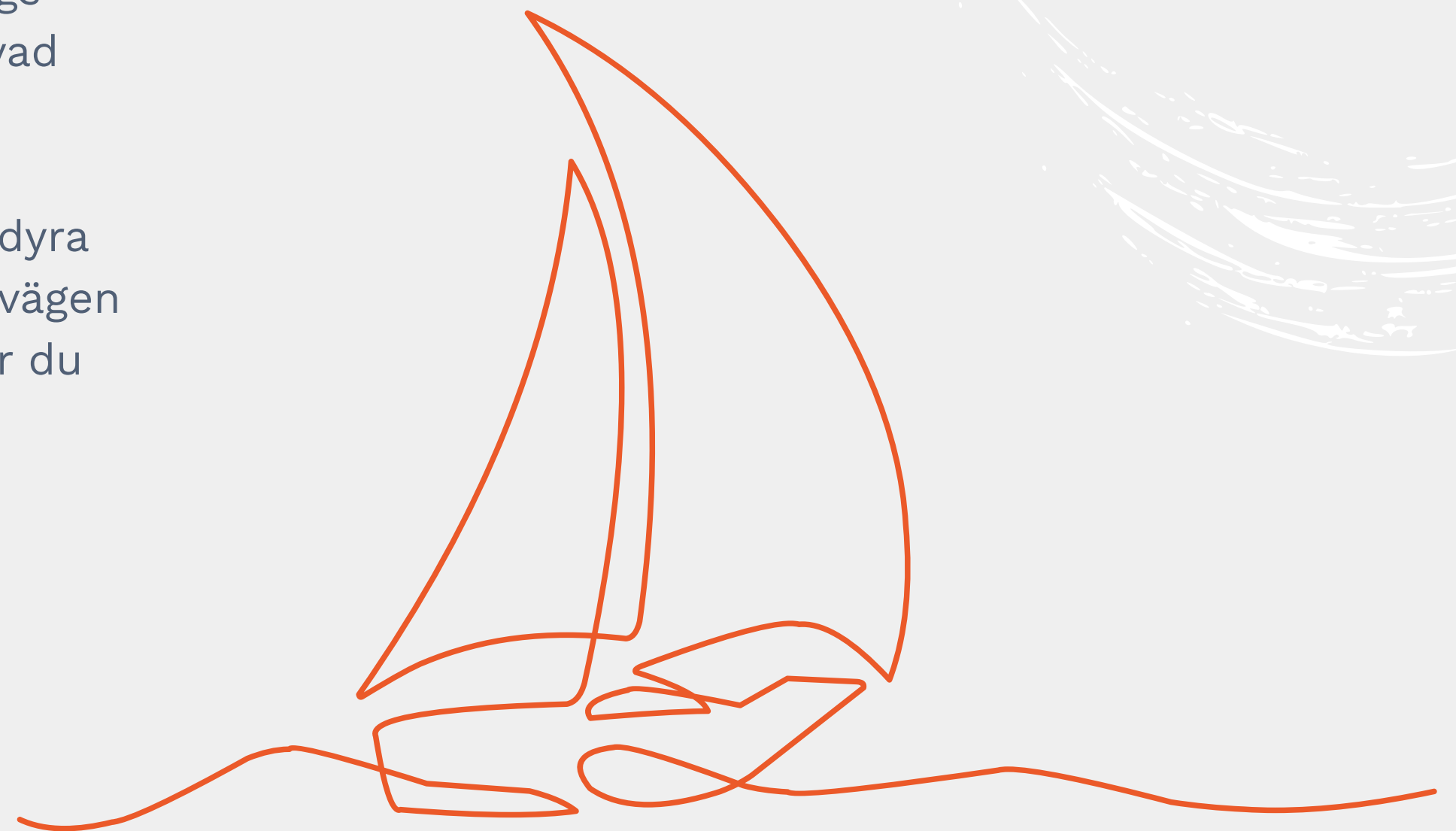


Vad är en KPI och varför ska du bry dig?

Tänk dig att du ska segla till en ö du aldrig varit på. Skulle du gå på magkänsla eller ta med kompass, karta och GPS?

KPI:er (*Key Performance Indicators*) är din rekryterings-GPS. De hjälper dig att styra, förbättra och förklara vad som faktiskt funkar i din rekrytering.

Utan KPI:er famlar du i mörkret. Du vet inte om din dyra annons gav resultat, om kandidaterna hoppar av på vägen eller om det tar evigheter att anställa. Med KPI:er får du koll, kontroll och chans att justera i tid.



Din första kompass – tre enkla KPI:er att börja med

För nybörjaren kan det räcka med att börja med tre grundläggande mätpunkter. Tänk på dem som flytväst, sjökort och en fungerande kompass – du kan ge dig ut utan dem, men du tar dig både tryggare och smartare fram med dem ombord.

1. Tid till anställning (Time to Hire)

Vad säger det? Hur snabbt ni lyckas gå från första annons till påskrivet avtal. Ju längre det tar, desto större risk att bra kandidater försvinner på vägen.

2. Antal ansökningar per annons

Vad säger det? Intresset för jobbet. Om du får få ansökningar kan det bero på att annonsen är svår att förstå, fel riktad, eller att jobbet är oattraktivt.

3. Avvisningsgrad tidigt i processen

Vad säger det? Om många kandidater sällas ut i ett tidigt skede kanske ni behöver förtydliga kravprofilen eller anpassa urvalsverktygen.

Det finns fler, men dessa tre är lätta att börja med.



Att mäta och förstå – siffror som visar vägen

Du behöver inte vara Excel-proffs för att börja mäta din rekrytering. Det viktiga är att komma igång, och att förstå vad siffrorna faktiskt säger dig. Här är tre enkla sätt att börja:

1. **Använd verktyget du redan har:** De flesta rekryteringsverktyg har statistik inbyggd. Utforska fliken för "Rapporter", "Statistik" eller "Dashboard".
2. **Börja med ett kalkylark:** Skriv ner varje jobb – hur många dagar det tog att tillsätta, hur många som sökte, hur många ni intervjuade. Du ser snabbt mönster.
3. **Ställ frågor till datan:** *Varför tog ett jobb 60 dagar och ett annat bara 20? Varför klickade många – men få ansökte?*

Att mäta är en sak. Att förstå är en annan. Om du till exempel får många ansökningar men få kvalificerade kandidater, kanske du lockar fel målgrupp. Om det tar lång tid att rekrytera, kan det bero på flaskhalsar i beslutsfattandet eller ineffektiv annonsering.

Och viktigast av allt – siffror visar inte bara vad som inte fungerar. De visar också vad du gör rätt. Kanske får en viss typ av rubrik fler klick. Då vet du att du är på rätt spår.



Storm eller medvind – KPI:er och verkligheten

Tänk på KPI:erna som väderrapporter. De säger något om förutsättningarna – men inte allt. En låg svarsfrekvens kan bero på yttre faktorer, som säsong eller branschens konkurrensläge. **Därför ska du alltid tolka dina siffror i sitt sammanhang.**

Och precis som du inte ställer in seglingen för att det blåser, ska du inte ge upp för att ett nyckeltal ser dåligt ut. Det är ett tecken på att något går att förbättra – och du har verktygen att göra det.



Från mätning till handling – små steg med stor effekt

Du behöver inte ha full koll på allt från början. Välj 1–2 KPI:er och följ dem konsekvent. Det är som att börja jogga – du mäter inte för att jämföra dig med andra, utan för att se din egen utveckling.

Att mäta är att bry sig. Om kandidaterna. Om teamet. Om tid och pengar. Och om att bli lite bättre för varje gång. Men det viktiga är inte bara att mäta – utan vad du gör med informationen. Här är några sätt att använda KPI:erna:

- **Se trender över tid:** Hur såg det ut för tre månader sedan? Vad har förändrats?
- **Testa nytt:** Använd siffrorna som grund för att A/B-testa rubriker, kanaler eller urvalsfrågor.
- **Kommunicera internt:** Visa chefer och kollegor hur arbetet går – och var det behövs resurser.

Med KPI:erna som underlag blir du mer trovärdig och strategisk i din roll. ***Du jobbar inte längre bara på känsla – du jobbar med data.***



Miniworkshop: Din första KPI-plan

Mål med rekryteringsarbetet (vad vill du förbättra?)

Exempel: snabbare rekrytering, fler rätt kandidater, bättre kandidatupplevelse

Vilka 1–3 KPI:er vill du börja mäta?

Exempel: antal ansökningar, tid till intervju, avhopp i ansökan

KPI 1: _____


KPI 2: _____

KPI 3: _____

Hur och var kommer du mäta det?

Exempel: i Excel, direkt i ert ATS, i ett veckomail

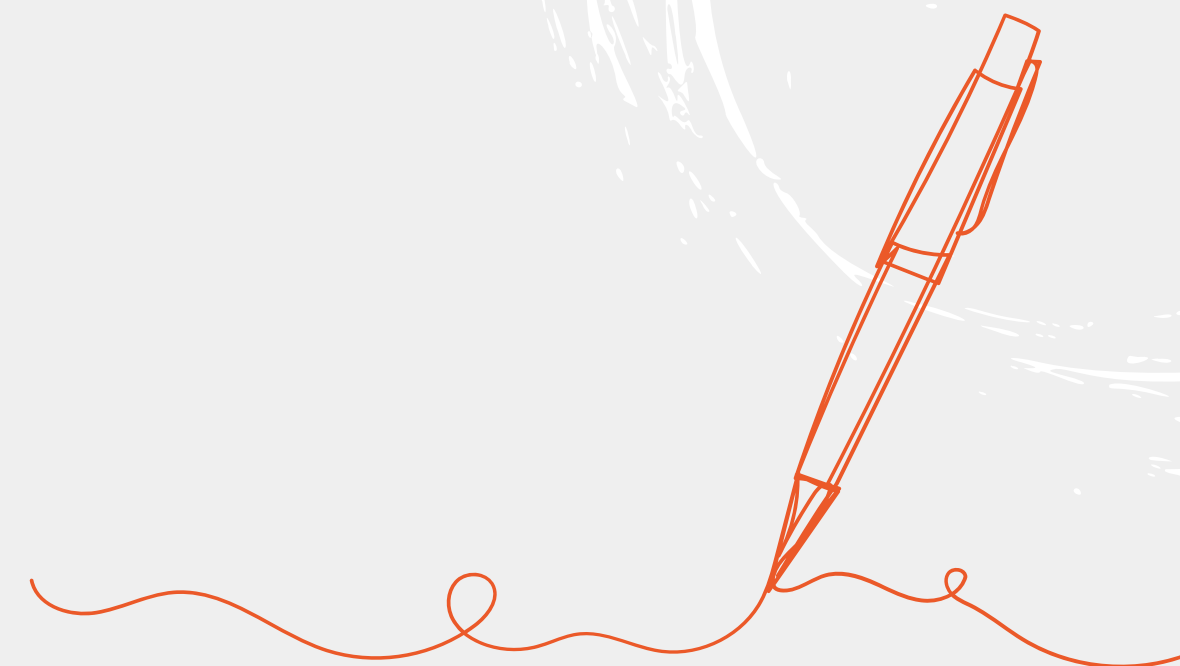
När ska du börja mäta?

 Datum: _____

När ska du utvärdera?

 Datum: _____

Tips: sätt en återkommande kalenderpåminnelse



Så kommer du igång med rekryterings-KPI:er

Du har läst om varför det är viktigt, vad du kan mäta och hur du tolkar det. Nu är det dags att börja. Tänk på det här som din packlista innan avfärd – med allt du behöver för att få koll på kursen.

- ✓ **Välj max 3 KPI:er att börja med**

Exempel: *Antal ansökningar, Tid till anställning, Avvisningsgrad tidigt i processen.*

- ✓ **Sätt ett enkelt mål för varje KPI**

Exempel: *Minst 30 ansökningar inom två veckor, max 25 dagar till anställning.*

- ✓ **Välj var du samlar siffrorna**

Excel, Google Sheets, Notion eller ett rekryteringsverktyg – välj det som känns smidigast.

- ✓ **Mät varje gång du publicerar ett jobb**

Gör det till rutin. Skriv ner siffrorna direkt, så bygger du upp jämförelsedata.

- ✓ **Utvärdera en gång i månaden**

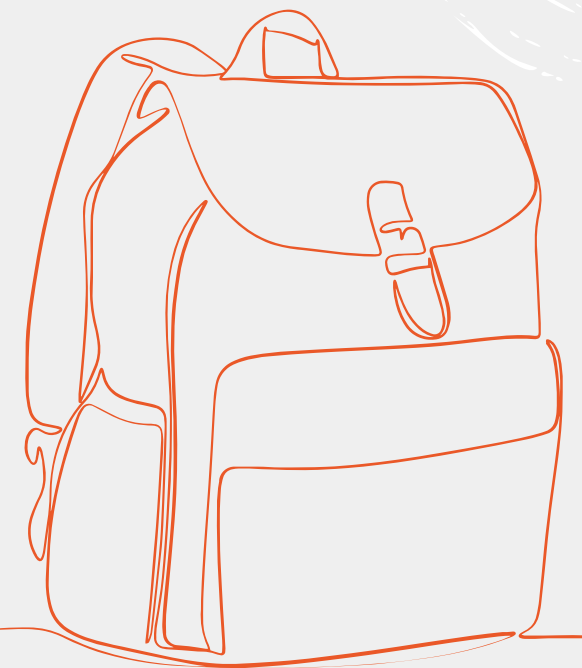
Sätt av 30 min för att reflektera: Vad gick bra? Vad kan justeras?

- ✓ **Dela med någon**

En kollega, chef eller HR-grupp – dela dina siffror och insikter. Det ökar förståelsen för ditt arbete.

- ✓ **Lägg till nya KPI:er först när du är varm i kläderna**

När grunderna sitter, kan du börja mäta t.ex. kostnad per anställning eller kvalitet på kandidater.



Bonuskapitel: Fler KPI:er som faktiskt säger något

När du har koll på grunderna kan du börja mäta mer detaljerat. **Här är några KPI:er som inte bara är mätbara – de ger också värdefulla insikter:**

- 1. Kostnad per anställning:** Hur mycket varje rekrytering kostar – från annonskostnader till tid för intervju och administration.
- 2. Kvalitet på kandidater:** Om din annons lockar rätt typ av personer.
- 3. Kanalprestanda:** Vilka plattformar som faktiskt levererar. Kanske får du många ansökningar via Facebook – men de bästa kommer från LinkedIn? Får du många klick men få ansökningar via en plattform och vad säger det dig?
- 4. Kandidatupplevelse:** Hur kandidaterna uppfattar din process – viktigt både för ditt employer brand och för framtida rekryteringar.
- 5. Drop-off rate:** Om själva ansökningsformuläret är för krångligt eller avskräckande.

Genom att följa dessa KPI:er får du inte bara siffror – du får riktning, förståelse och verktyg att ständigt bli bättre. Som en riktig kapten över din rekryteringsresa.

