

# Gjør det enklere å rekruttere med ChatGPT

Jobbsøkerne har brukt det lenge. Men visste du at også du som rekrutterer kan ha nytte av ChatGPT? Her får du tipsene du trenger for å komme i gang.

Tekst: LISA EKELI  
redaksjonen@hrmagasinet.no

Tid er mangelvare når en ledig stilling skal fylles. Resultatet er ofte gjenbruk av gamle stillingsannonser, og standard tilbakemeldinger på e-post. Det er ingen suksessformel, verken for å tiltrekke seg de rette kandidatene, eller bygge virksomhetens merkevare, mener Camilla Hager. Hun er leder i tekstbyrået HvabeHager, og holder kurs- og foredrag både om hvordan du kan skrive gode stillingsutlysninger, og hvordan du kan bruke ChatGPT på smarte måter.

– Bruker du ChatGPT som assistent, kombinert med din egen kompetanse og en god dose fornuft, kan det faktisk bidra til at du treffer enda flere relevante søkere.

## ChatGPT som assistent

Kunstig intelligens er en av de åtte største HR-trendene i 2024, ifølge Forbes. Samtaleroboten ChatGPT er en av flere slike verktøy. Mens søkemotorer som Google er nyttige for å finne informasjon, kan du bruke ChatGPT på en helt annen måte:

– Nøkkelen er å gi den all informasjonen den trenger for å kunne hjelpe deg. Jeg tror mange har prøvd å bruke ChatGPT en gang eller to, men gikk opp når de ikke ble fornøyd med svaret. Da går de glipp av mange muligheter, sier Hager.

Du må nemlig ta deg tid til å skrive inn tydelige kommandoer, og gå noen runder med presiseringer hvis den misforstår.

– Be den om å forklare ting på en enklere måte, og still oppfølgings-spørsmål helt til du er fornøyd. Gjør du det, er det nesten bare fantasien som setter grenser, mener Hager.

Når du skal rekruttere, kan du nemlig få hjelp av ChatGPT til alt fra å samle inn-sikt om målgruppen, sprite opp utlysningsteksten, forberede intervju, foreslå caseopp-

gaver, til å formulere avslag som gjør at kandidatene likevel sitter igjen med et godt inntrykk av selskapet.

## Hvem skal du treffe?

Når en stilling skal lyses ut, velger mange å fortelle lenge og vel om jobben og sin egen virksomhet. Men skal du nå de rette søkerne, må du vinkle utlysningen på en måte som appellerer til dem, råder Hager.

– Hvem er drømmekandidatene? Hva er de opptatt av? Hva savner de, som du kan tilby? Alt dette kan ChatGPT hjelpe deg med å finne ut. Roboten har nemlig tilgang til ekstremt mye data. Den vet blant annet hva folk snakker om i chatteforum, og den kan hente informasjon i artikler, statistikk, forskning og leserinnlegg, forklarer Hager.

Også kandidatenes motforestillinger kan være nyttige å få på bordet, slik at du kan svare på dem i utlysningsteksten. Blir de avskrekket av en lang kravliste? Forstår de hva tittelen betyr? Tror de at jobben innebærer noe annet enn den egentlig gjør?

Selv om svarene du får når du sparrer med ChatGPT ikke er noen fasit, opplever Hager ofte at denne prosessen gir nyttige innspill som kan gjøre utlysningsteksten mer relevant for de rette kandidatene.

## Spritt opp språket

Mange stillingsutlysninger er skrevet i samme stil, og noen tenker at det er slik det «skal være». Men du bør tenke på utlysningsteksten som en salgstekst, råder Hager.

– Folk liker å lese noe originalt som de ikke har lest hundre ganger før. Finn ut hva som skal til for at kandidater som ellers ikke ville stoppet opp ved denne annonsen, gjør det likevel. Det du trenger er en stoppeeffekt.

Hvilken tittel gir det lille ekstra? Hvilke grep kan du ta for at annonsen kan skille seg ut på FINN?

– Med de rette kommandoene, kan ChatGPT gi deg nye ideer til hvordan du kan skrive på en mer kreativ måte, som matcher personligheten til bedriften. I stedet for å skrive at dere har et hyggelig arbeidsmiljø, kan du bruke konkrete eksempler. Er dette et sted der folk digger Crocs og Cola, eller er det mer slips og salat?

## God kommunikasjon

Etter hvert som rekrutteringsprosessen går videre, kan ChatGPT gi deg forslag til relevante spørsmål, eller caseoppgaver som passer for akkurat denne stillingen. Med litt inspirasjon, kan du også live opp de mange e-postene som skal sendes ut med informasjon, og ikke minst avslag. Her er det mange arbeidsgivere som har en del å hente, mener Hager.

– Mange sender ut e-post med standardtekster som er så generiske at de bidrar til å avslutte prosessen på en negativ måte. Spesielt kan det oppleves tungt å få et kort avslag, etter å ha brukt mye tid på søknaden, sier Hager.

Hun mener mangel på tid ikke er noen unnskyldning for dårlig kommunikasjon med kandidatene.

– Bruk denne muligheten til å vise frem selskapet fra sin beste side. Be ChatGPT om hjelp til å skrive noen maler med et tydelig språk, formidlet på en hyggelig måte. Så kan du tilpasse dem slik du ønsker. Når du formidler budskapet på en tydelig, menneskelig måte, kan de som får avslag likevel sitte igjen med et godt inntrykk, sier Hager.

## Bruk sunn fornuft

Selv om det er mange oppgaver du kan bruke ChatGPT til, er det også

viktig å vite hva du ikke skal bruke den til.

For å være på den sikre siden, bør du ikke dele noen sensitive opplysninger. Informasjonen du skriver inn kan brukes som treningsgrunnlag, slik at roboten kan utvikle seg videre. Det er også klokt å ha en kritisk sans til det ChatGPT foreslår. For selv om den blir stadig mer treffsikker, har den fortsatt en tendens til å finne på ting og fremstille det som fakta.

Som rekrutterer har du kanskje lest noen søknader som helt tydelig var skrevet av ChatGPT? Da er sannsynligheten stor for at du ble lite imponert. Det samme vil kandidatene tenke hvis utlysningsteksten oppleves som robotgenerert.

– Jeg vil ikke anbefale å bruke ChatGPT til å skrive tekster for deg. Den kjenner ikke konteksten din godt nok. Dessuten er den trent på stillingsannonser som er veldig like, og som er skrevet på en bestemt måte, uten at det nødvendigvis er noe å trakte etter. Mye av det er også amerikansk materiale, som ikke matcher norske verdier og kultur. Ta forslagene du får som et utkast, og jobb videre for å gjøre det til «ditt».

## Fakta > 7 tips til kommandoer for ChatGPT

● Dette er noen eksempler på instruksjoner som gir ChatGPT det den trenger for å hjelpe deg i rekrutteringsprosessen. Juster og tilpass til dine behov!

### Bli bedre kjent med drømmekandidaten

● Ta rollen som [beskriv drømmekandidaten i form av kompetanse, erfaring, nåværende yrke/tittel/industri/ sektor etc.]. Fortell meg om utfordringene du møter og hva du føler om dagens jobbsituasjon, inkludert både fysisk og emosjonelt ubehag. Beskriv spesifikke eksempler som har vært utfordrende eller givende. Hva ser du etter i bedriftskulturen i en ny rolle, hvilke vekstmuligheter ønsker du, og hva er det som kan friste deg til å bytte til en jobb som [yrke] i [industri/ sektor]?

### Finne ut hva de lurer på

● Jeg skal skrive en stillingsutlysning for en [beskriv stillingen] i [selskap]. Generer spørsmål kandidaten vil stille seg selv, som er relevant å svare på i utlysningsteksten.

### Adresser motforestillinger og myter

● List opp de mest relevante motforestillinger [beskriv drømmekandidaten] opplever når det kommer til å søke jobb som [stillingstittel] / bytte jobb fra [bransje/ stilling/ virksomhet] til [bransje/ stilling/ virksomhet], og eventuelt vanlige misforståelser og myter. Sett opp i tabell sammen med gode motsvar som kommer

motforestillingene i forkjøpet.

● **Tips:** Følg gjerne opp svarene du får med «Helt konkret, hvordan kan jeg bruke dette i stillingsutlysningen min?»

### Skap stoppeeffekt

● Jeg ønsker å starte stillingsutlysningen min med relevante spørsmål eller eventuelt en påstand som fanger oppmerksomheten til de aktuelle kandidatene. Målet er å få dem til å stoppe opp og bli nysgjerrige på å lese mer. Jeg ønsker noe originalt eller kreativt, men ikke store ord, klisjeer eller et altfor selgende språk. List opp forslag til ulike måter jeg kan starte utlysningsteksten min på. Her er info om stillingen: [lim inn stillingsutlysning/ utkast]

### Forbered jobbintervjuet

● Hvilke spørsmål kan jeg stille for å finne ut hvordan en kandidat for en kundeservice-stilling håndterer vanskelige kunder?  
● Hjelp meg med å utforme case-oppgaver: Jeg rekrutterer til en stilling som [stillingstype] i [bransje/ industri], og vi leter etter kandidater med følgende ferdigheter: [list opp nødvendige ferdigheter]. Målet med case-oppgavene er å evaluere [nevne spesifikke ferdigheter eller kompetanseområder, som kreativ tenkning, problemløsning, teknisk kunnskap etc.].

### Forbered kandidaten før intervjuet

● Hjelp meg med e-posten til intervjukandidaten, hvor jeg informerer om hva de kan forvente under intervjuet for stillingen som [beskriv stilling og selskap/ bransje/ industri]. Inkluder informasjon om intervjuformatet, hvem de vil møte, og eksempler på typen spørsmål de kan bli stilt. Her er mine notater: [lim inn notater]

### E-post med avslag

● Lag en vennlig, personlig og oppmuntrende avslags-e-post for kandidater som ikke kom videre til intervju for stillingen som [beskriv stilling og selskap/ bransje/ industri]. Teksten skal takke dem for interessen for selskapet og tiden de brukte på søknaden, samtidig som den formidler beslutningen på en måte som etterlater et positivt og profesjonelt inntrykk av virksomheten vår. (Ev. oppmuntre gjerne til å søke igjen senere.)  
● **Tips:** Legg gjerne til denne setningen: «Skriv det på en [beskriv stil og tone, f.eks. muntlig og vennlig] måte.»

Camilla Hager kommer med gode råd om hvordan du kan bruke ChatGPT når nye medarbeidere skal rekrutteres.