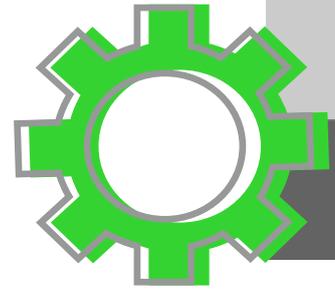


Social Recruiting



Die Suche nach den passenden Kandidaten

ist für viele Unternehmen eine komplexe und zeitintensive Aufgabe. Heute reicht es nicht mehr aus, die Stellenausschreibungen in den Printmedien zu inserieren. Besonders die jungen, gefragten Kandidaten lesen kaum noch Zeitschriften. Soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, TikTok und Co. sowie Business-Plattformen wie XING oder LinkedIn dagegen sind allgegenwärtig.

Warum also nicht die sozialen Netzwerke für die Personalbeschaffung nutzen?

Viele Unternehmen besitzen für ihr internes Marketing ein Social-Media-Profil. Dieses kann auch für das Social-Recruiting zur Veröffentlichung von Stellenanzeigen genutzt werden.

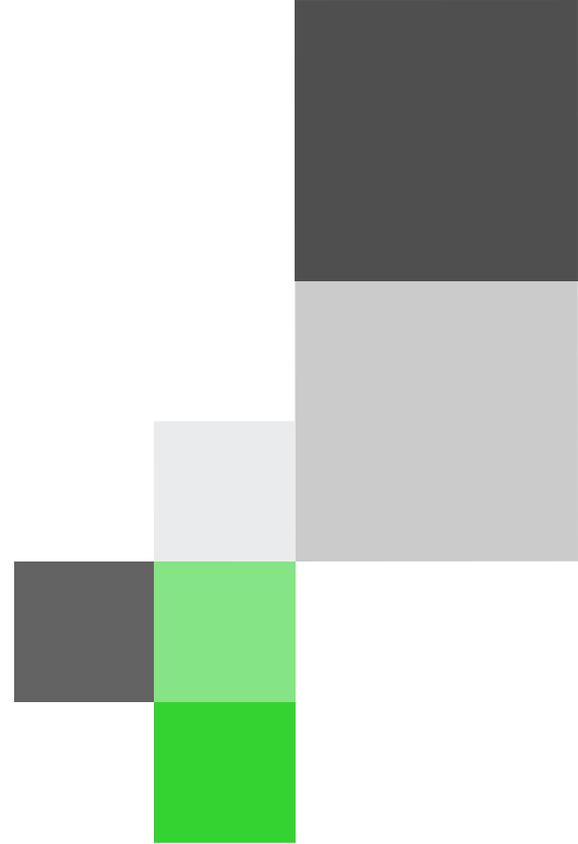
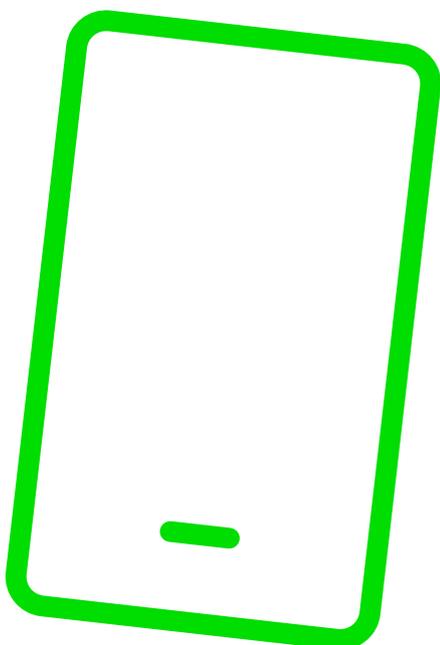
Das Business-Netzwerk Xing bietet eigene stark frequentierte Stellenmärkte. Die nativen Anzeigen werden auf der Startseite der User/-innen platziert. Der XING AdManager ermöglicht dabei die zielgruppengenaue Veröffentlichung von Stellen- und Werbeanzeigen. Bei der Zielgruppenerstellung stehen dafür demografische und profilspezifische Targeting-Optionen zur Verfügung. So werden Kandidatinnen und Kandidaten anhand Ihrer Profildaten adressiert.

Für Facebook gibt es zahlreiche Apps, um einen eigenen Stellenmarkt zu kreieren. Ein klassischer Job-Post ist schnell erstellt. Die Anzeigen werden im Newsfeed von Nutzer/-innen angezeigt und es können demografische und interessenabhängige Targeting-Funktionen genutzt werden. Des Weiteren kann bei den Stellenanzeigen ein responsives Design für Handy, Laptop, Tablet und Desktop berücksichtigt werden. Diese Posts haben zudem den Vorteil, dass sie von anderen



Nutzern in den eigenen Netzwerken weiterverbreitet werden können – die Reichweite der Stellenanzeige potenziert sich damit um ein Vielfaches. Bei den Facebook-Ads kann zwischen Lead-Ads und Instant Experiences, welche sich ideal für das Storytelling eignen, unterschieden werden.

Facebook-Ads haben exakt die gleichen allgemeinen Einstellungen. Ein wesentlicher Unterschied bei den Lead-Ads ist jedoch, dass nach dem Klick auf die Werbeanzeige, eine Abfolge von vier individuell gestalteten Formularseiten geöffnet wird. Der große Vorteil dabei ist die Generierung konkreter Kontaktdaten potentieller Bewerber/-innen (z.B. E-Mail oder Rufnummer). Storytelling-Ads wiederum ermöglicht dem Unternehmen eine Geschichte zur Stellenausschreibung zu erzählen. Nach dem Klick auf die Werbeanzeige öffnet sich eine mobile Landingpage, die mit Bildern & Videos individuell angepasst werden kann. Dadurch kommt es zu deutlich besseren Interaktionsraten.



Facebook und Instagram-Ads sind in einem Atemzug zu nennen, da diese innerhalb des gleichen Systems erstellt und veröffentlicht werden. Eine separate Schaltung ist aber dennoch möglich. Die nativen Beiträge werden in den Stories, im Feed oder im Explore ausgespielt. Dabei sind die Anzeigen selbstverständlich immer im responsiven Design, egal ob für Laptop, Handy, iPad o.Ä. Der Zeitraum und die Häufigkeit der Ausspielung ist dabei ebenfalls budgetabhängig. Mit dem Business Manager gibt es die Möglichkeit separate Konten für Kundinnen und Kunden zu erstellen.

LinkedIn-Ads sind besonders zur Ansprache aktiv und passiv suchender Kandidatinnen und Kandidaten geeignet. Bei diesem Business-Netzwerk sind ca. 80% der Mitglieder offen für neue Karrierechancen.

Die Anzeigen werden als Sponsored-Content im Feed (Single Image Ad, Text Ad, Video Ad, Carousel Ad, Lead Ad) veröffentlicht.

Dabei wird das demografische und profil-spezifische Targeting genutzt. Die Kampagnen sollten aufgrund des Business-Umfeldes qualitativ und hochwertig gestaltet werden.

Social-Recruiting und Employer Branding

Eine weitere Möglichkeit von Social-Media-Recruiting ist die Präsentation als attraktives Unternehmen (Employer Branding). Durch Marketing in den sozialen Medien können Unternehmen Einblicke in den Arbeitsalltag geben, um so zielgruppengerecht auf Augenhöhe zu kommunizieren.

Mittlerweile legen aktuelle Generationen weniger Wert auf Top-Gehälter. Viel wichtiger ist ein soziales Miteinander, gutes Betriebsklima und flache Hierarchien.

Social Recruiting und Active Sourcing

Active Sourcing: ein wichtiger Punkt im Social Recruiting. Die Möglichkeit, selbstständig auf die Suche nach potentiellen Kandidaten/-innen zu gehen und diese direkt anzusprechen. Recruiter/-innen können aufgrund der Interessen und den Profilangaben der User/-innen herausfinden, ob diese Person in das eigene Unternehmen passen könnte. Netzwerke bieten oftmals Suchfunktionen an, mit denen man nach bestimmten Kriterien (Ortsangaben, Schlagwörtern) filtern kann.



Ihr Ansprechpartner:

Michael Volosinovszki
Teamleiter Vertrieb

T +49(0) 341-25 66 98 21

F +49(0) 341-25 66 98 30

michael.volosinovszki@schnellestelle.de

Sie möchten sich gern individuell beraten lassen? Kontaktieren Sie uns.

Hinweis: Allein aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde hier auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten im Beitrag für beide Geschlechter.