

Tschüss Fachkräftemangel !

Warum und wie erfolgreiche Fachkräftegewinnung nur noch über Social Media funktioniert

In diesem Ebook erfährst du meine ganzen Geheimnisse aus über 10 Jahren Recruitingenerfahrung mit allem, was du in 2024 brauchst, damit deine Wunschbewerber endlich bei dir Schlange stehen!

INHALTSVERZEICHNIS

- 1 **WARUM REICHEN KLASSISCHE METHODEN NICHT MEHR AUS?**
- 2 **DIE VORTEILE VON SOCIAL-MEDIA-BEWERBERKAMPAGNEN**
- 3 **UNTERSCHIEDE ZWISCHEN VERSCHIEDENEN SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN**
- 4 **VORTEILE EINES BEWERBERFUNNELS IM VERGLEICH ZU LANDINGPAGES**
- 5 **DAS ENTSCHEIDENDE IM BEWERBERVERFAHREN**
- 6 **EMPLOYER BRANDING**
- 7 **WIE SCHALTE ICH STELLENANZEIGEN AUF SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN?**
- 8 **WARUM GERADE DIE DISPLADS-METHODE ?**



VORWORT

Herzlichen Glückwunsch, dass du den ersten Schritt gemacht in deinem Weg zur erfolgreichen Fachkräftegewinnung in 2024.

In diesem eBook wirst du alles erfahren, was du brauchst, um die besten Fachkräfte für dein Unternehmen zu gewinnen.

Jetzt fragst du dich warum gerade dieses eBook dir den besonderen Mehrwert für deine Mitarbeitergewinnung geben soll?

Ich verrate dir warum:

Während meiner über 10-jährigen Recruitingenerfahrung habe ich mit über 500 Geschäftskunden erfolgreich zusammengearbeitet.

Mit der Zeit erkannte ich, dass traditionelle Methoden der Bewerbergewinnung nicht mehr die Effizienz und Ergebnisse bringen, die Social-Recruiting heute ermöglicht.

Heute sehe ich immer wieder, dass zwar immer mehr Unternehmen versuchen über Social-Media Mitarbeiter zu gewinnen. Es fehlt jedoch häufig die richtige Strategie und ein Partner, der es zielorientiert umsetzt.

Denn genauso wie deine Kunden aus gutem Grund mit dir zusammenarbeiten ist es wichtig in der heutigen Zeit Top-Talente nicht nur auf dich aufmerksam zu machen, sondern auch zu begeistern!

Aus diesem Grund gründete ich Displads, um meine Lösung und Erfahrung in der Bewerbergewinnung zu positionieren. Ersten qualifizierte Bewerbungen wirst du bereits innerhalb von 7 Tagen bekommen.

Auf der nächsten Seiten erhältst du Schritt für Schritt alle Bausteine, die in der heutigen digitalen Welt erforderlich sind um die richtigen Talente zu gewinnen.

LOS GEHT'S!



Vera Bechthold

Warum reichen klassische Methoden nicht mehr aus?

Der Arbeitsmarkt in Deutschland unterliegt einem ständigen Wandel, der die Effektivität von traditionellen Rekrutierungsmethoden extrem senkt.

Die Bereitschaft zum Jobwechsel ist in den letzten Jahren deutlich angestiegen, wobei mehr als ein Viertel der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aktiv oder gelegentlich auf der Suche nach neuen Stellen ist. Insbesondere junge Angestellte kritisieren häufig das Führungsverhalten ihrer Vorgesetzten, während ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mehr aufgrund der Bezahlung den Job wechseln. Zudem spielen eine schlechte Unternehmenskultur, interessante Positionen bei anderen Firmen und private Gründe eine Rolle. Diese Entwicklungen basieren auf einer repräsentativen Umfrage unter 1.555 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in Deutschland.

Trotz der hohen Wechselbereitschaft und der genannten Gründe bleibt die Beschäftigungszahl hoch, und die Arbeitslosenquote liegt nahe ihrem Rekordtief. Viele Unternehmen stehen vor der Herausforderung, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten.

Flexible Arbeitszeitmodelle gewinnen an Bedeutung und werden von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern hoch geschätzt. In bestimmten Branchen besteht weiterhin Bedarf an neuen Fachkräften, obwohl sich das Wirtschaftswachstum verlangsamt hat.

Das Geheimnis erfolgreicher Mitarbeitergewinnung ist das wiederkehrende Umdenken als Arbeitgeber !



Die klassischen Recruiting-Methoden, insbesondere Jobbörsen und Zeitungen, sind angesichts dieser Entwicklungen bei vielen Stellen ineffektiv. Sie erreichen passive Jobsuchende nur bedingt und können teuer sein, ohne die gewünschten Bewerber zu erreichen. Auf Jobportalen sind monatlich über 3,2 Millionen Besucher*innen und 140.000 Stellenanzeigen online, was durchschnittlich nur 23 Besucher:innen pro Stellenanzeige im Monat ergibt.

Hochgerechnet sind nur rund 10-15% der Arbeitnehmer aktiv auf der Suche nach Stellen in absolut überfüllten Jobportalen. Da ist es sehr schwer heraus zu stechen.

Die aktuellen Kennzahlen zum Arbeitsmarkt im Dezember 2023 zeigen, dass die Anzahl der offenen Stellen nahezu konstant geblieben ist, während die Anzahl der aktiv Jobsuchenden im Vergleich zum Vormonat zurückgegangen ist. Die Recruiting-Bedingungen bleiben ähnlich.

Angesichts dessen ist es entscheidend, neue Wege im Recruiting zu gehen und sich an die Digitalisierung anzupassen. Nur so können Arbeitgeber wettbewerbsfähig bleiben und qualifizierte Talente für sich gewinnen.

Die Vorteile von Social-Media-Bewerberkampagnen

Bei einer Bevölkerung von 84,6 Millionen (Stand September 2023) sind davon 46,0 Millionen Personen in Deutschland erwerbstätig . 70,90 Millionen Menschen (Stand Januar 2023) in Deutschland nutzen aktiv Social Media. Somit ist ganz klar ersichtlich, dass nahezu jede Zielgruppe in Social-Media erreicht werden kann.

Denn was nützt dir eine Stellenanzeige, die irgendwo platziert wird wo deine Zielgruppe sich wenig (in Jobportalen und Zeitungen) bis gar nicht aufhält?

Das ist ungefähr so wie als Single auf eine Party gehen wo alle schon in festen Händen sind.

Die gezielte Schaltung der Stellenanzeige auf Social-Media-Plattformen ermöglicht es potenzielle Bewerber anzusprechen, die sowohl aktiv als auch passiv nach neuen beruflichen Möglichkeiten suchen und die Anzeige als attraktiv empfinden.

Dies führt zu einer höheren Resonanzrate und einem größeren Bewerberpool, aus dem qualifizierte Kandidaten ausgewählt werden können.

Bestimmt hast du schon mal z.B. nach einer neuen Waschmaschine gegoogelt und auf einmal bekommst du Waschmaschinen eingeblendet?

Der Algorithmus funktioniert ähnlich. Er analysiert das Verhalten und die Interessen der Nutzer auf Social-Media-Plattformen, um eine maßgeschneiderte Zielgruppe zu erstellen. Anhand dieser Daten wird die Stellenanzeige gezielt an potenzielle Kandidaten ausgespielt werden, die den erforderlichen Qualifikationen und Interessen entsprechen. Diese schlaue Art von Werbung macht möglich , dass die Anzeige von relevanten Bewerbern wahrgenommen wird und führt zu einer viel höheren Erfolgsquote bei den Bewerbungen.

Darüber hinaus bieten Social-Media-Plattformen umfangreiche Analyse- und Optimierungsmöglichkeiten in Echtzeit. Du kannst die Leistung deiner Anzeigen anhand von Kennzahlen wie Klickrate, Conversion-Rate (Verhältnis zwischen Besuchern, Klicks und Bewerbungen) und Kosten pro Bewerbung genau messen und deine Kampagnen entsprechend anpassen, um ihre Effektivität zu maximieren.

Des Weiteren beschleunigen Social-Media-Werbekampagnen den Bewerbungsprozess, indem sie Bewerbungsbuttons oder Kontaktformulare direkt in die Anzeigen integrieren. Dies ermöglicht Interessenten sofort mit dem Bewerbungsprozess zu beginnen, was die Anzahl der Bewerbungen deutlich erhöht.

Es ist jedoch sehr wichtig mit einer ansprechenden Stellenanzeige zu werben .
Hier ein Textbeispiel :

Überlege dir als erstes einen Spruch , der neugierig macht und zu der Stelle bzw. zu deinem Unternehmen passt.

Beispiele: Bau dir jetzt deine Zukunft mit uns!

Handwerker: Fräse/ drehe dir jetzt deine Zukunft

Du hast die Nase voll von Schichtdienst? Nicht mit uns

Bock auf einen neuen Job? Deine Kollegen warten schon!

In deinem Job klempt? Dann lass mal kennen lernen.

Unsere Vorteile für dich:

- Attraktives Gehaltspaket (konkrete Angabe von x-y)
- Spannende Entwicklungsmöglichkeiten und individuelle Weiterbildung
- Innovatives Arbeitsumfeld mit modernster Technologie
- Teamorientierte Unternehmenskultur und offene Kommunikation

Bereit für eine neue berufliche Herausforderung?

Dann bewirb dich jetzt in 2 Minuten ohne Unterlagen.

Wir freuen uns dich kennen zu lernen! 🚀

Es sollte so einfach wie möglich sein. Hebe die Vorteile für potenzielle Bewerber heraus. Die Anforderungsliste ist bewusst kurz gehalten, um möglichst viele Kandidaten von dem Job zu begeistern und den Bewerbungsprozess zu erleichtern.

Was sind die Vorteile/ Benefits als Mitarbeiter*in in deinem Unternehmen?



Beispiele für attraktive Benefits:

- Überdurchschnittliches Gehalt (mit konkreter Gehaltsangabe)
- Vollverpflegung im Betrieb
- Gesundheitsvorsorge mit eigenem Betriebsarzt
- 13tes Gehalt und Urlaubsgeld
- Mehr als 30 Tage Urlaub (31, 32 oder sogar 33 Urlaubstage?)
- Familienfreundlicher Arbeitgeber
- Firmenwagen auch für private Fahrten

Diese ganzen Benefits sind zwar super. Allerdings reichen nur diese nicht aus um wirklich als ein attraktiver Arbeitgeber wahr genommen zu werden.

Bei der Bewerbergewinnung musst du wie bei der Neukundengewinnung vorgehen und dein Stellenangebot ins beste Licht rücken.

Spare dir bitte unbedingt sowas wie: kostenloses Wasser, Obstkorb , planbare Arbeitszeiten, faires Gehalt. Damit kannst du gute Bewerber nicht mehr beeindrucken. In den sozialen Medien lachen Fachkräfte sogar über solche Benefits.

Dazu musst du die Interessenten mit positiven Emotionen catchen. Zeige dazu Gesicht, Humor, dein einzigartiges Team und vor allem , dass deine Mitarbeiter wertgeschätzt werden und Spaß bei der Arbeit haben!

Unterschiede zwischen verschiedenen Social Media Plattformen

LinkedIn eignet sich besonders gut für die Ansprache von Führungskräften und spezifischen Fachkräften .

Es ist ideal für anspruchsvolle Positionen, die einen akademischen Hintergrund erfordern, wie zum Beispiel Mediziner , Ingenieure und auch Fachleute aus dem Steuer- & Rechtswesen. Es ist eher weniger geeignet für Stellen aus Handwerk, Gesundheit und Sozialwesen.

LinkedIn bietet einen Vorteil mit der Möglichkeit, den Algorithmus manuell einzurichten, um die Zielgruppe sehr präzise zu definieren und genau zu wissen, wie viele Personen mit der Anzeige erreicht werden können, bevor diese geschaltet wird.

Diese manuelle Einstellung ermöglicht eine gezielte Ansprache von Führungskräften und spezifischen Fachkräften. Jedoch ist der Algorithmus von LinkedIn weniger anpassungsfähig und KI-gesteuert im Vergleich zu anderen Plattformen.

Der Nachteil von LinkedIn liegt jedoch in den vergleichsweise hohen Bewerbungskosten, die durchschnittlich bei etwa 200 Euro pro Bewerbung liegen und ein Werbebudget von mindestens 1000 Euro erfordern.





Facebook und Instagram sind Plattformen, auf denen bereits für kleine Beträge Bewerbungen erhalten werden können, teilweise sogar unter 5 Euro je nach Stelle. Diese Plattformen eignen sich gut für die Ansprache einer breiten Zielgruppe, insbesondere für Stellen, die nicht unbedingt einen akademischen Hintergrund erfordern.



Bei anspruchsvolleren Positionen können die Kosten pro Bewerbung, bei besonders speziellen Fachkräften höher sein und auch ca. 60 Euro pro Bewerbung betragen (Ingenieure, Elektroniker, Softwareentwickler....)

TikTok, obwohl es sich hauptsächlich an eine jüngere Zielgruppe richtet, darf nicht unterschätzt werden, da auch immer mehr Menschen aus der Generation X und Millennials auf der Plattform aktiv sind. 64% der Tiktoknutzer sind zwischen 20 und 49 Jahren. 11% sogar über 50 Jahre alt.



Nachteil: Die geografische Eingrenzung der Zielgruppe auf TikTok lässt sich im Vergleich zu Facebook und Instagram noch nicht so genau bestimmen. Dennoch wird diese Funktion ständig ausgebaut. Für die meisten Großstädte in Deutschland kann bereits Werbung geschaltet werden.

Die Vorteile eines Bewerberfunnels

Ein Bewerberfunnel bietet eine strukturierte Möglichkeit, Bewerber zu qualifizieren und den Bewerbungsprozess zu optimieren. Im Bewerberfunnel werden bestimmte Fragen geklärt, wie z.B. die Anforderung eines Führerscheins oder bestimmte Erfahrungen mit Maschinen. Dadurch können Bewerber, die nicht den erforderlichen Qualifikationen entsprechen, ausgeschlossen werden, was Zeit spart und die Qualität der Bewerbungen erhöht.

Im Gegensatz dazu gelten Landingpages eher als Formulare, in denen solche spezifischen Fragen nicht eingebaut werden können. Dies führt dazu, dass Bewerber, die nicht den Anforderungen entsprechen, dennoch den Bewerbungsprozess fortsetzen können, was zu ineffizienten Bewerbungen führt.

Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass im Bewerberfunnel der Bewerbungsprozess beschleunigt wird, indem Bewerbungsbuttons oder Kontaktformulare direkt in die Anzeigen integriert werden. Dies erhöht die Conversion-Rate und die Anzahl der Bewerbungen.

Ein entscheidender Nachteil von Landingpages ist, dass Bewerber häufig auf die Karriereseite des Unternehmens verwiesen werden, wo es zu Ablenkungen kommen kann und der Bewerbungsprozess länger dauert. Zudem können diese Bewerbungen häufig nicht getrackt werden, da die Installation eines Pixels nicht immer möglich ist.

Es ist wichtig zu beachten, dass auch einige Job-Plattformen Stellenanzeigen auf Facebook und Instagram schalten, jedoch häufig einfache Anzeigen ohne spezifische Qualifizierungsfragen. Ein Verweis auf Jobbörsen oder Karriereseiten ist besonders problematisch, da dies zu Ablenkungen führt und die Qualität der Bewerbungen beeinträchtigt.

Dein Bewerberverfahren ist entscheidend

Lass uns über dein Bewerberverfahren sprechen. Es ist wichtig, dass du dich in die Bewerber hineinversetzt. Stell dir vor, du bist ein Familienvater mit zwei Kindern, hast eine Ehefrau und ein Haus abzubezahlen. Du bist super beschäftigt und hast wenig Zeit. Da wäre es doch viel einfacher, wenn der Bewerbungsprozess nicht so kompliziert wäre?

Daher ist es eine gute Idee, auf Lebensläufe und Zeugnisse zu verzichten. Das macht den Bewerbungsprozess viel einfacher und weniger abschreckend für wechselwillige Bewerber. Über 80% springen deshalb ab!

Außerdem ist es wichtig, schnell mit Bewerbern zu kommunizieren. Überleg mal, du bist bei der Arbeit und kannst nicht ans Telefon gehen?

Und selbst wenn du es könntest, dann soll natürlich Niemand mitbekommen, dass du dich woanders beworben hast?



Deshalb ist WhatsApp eine gute Möglichkeit, flexibel zu kommunizieren und Termine für weitere Gespräche zu vereinbaren. Vielleicht könntest du sogar eine Sprachnachricht schicken, um einen Termin für ein erstes Telefonat zu vereinbaren.

Employer Branding

Employer Branding über Social Media ist für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, um Talente anzusprechen und das Unternehmensimage zu gestalten. Es ist wichtig, authentische und ansprechende Inhalte wie Reels und Videos zu teilen, um einen Einblick in den Arbeitsalltag und die Unternehmenskultur zu geben. Dabei sollten langweilige Produktbilder und Standard-Benefits vermieden werden. Stattdessen ist kreativer und unterhaltsamer Content gefragt, der auch Humor integriert.

Um eine aktive und ansprechende Präsenz aufrechtzuerhalten, empfiehlt es sich, regelmäßig Reels und Beiträge zu posten und dafür einen Social Media Content Manager einzustellen. Humorvolle Inhalte können dazu beitragen, Sympathie bei der Zielgruppe zu wecken und eine positive Beziehung aufzubauen.

Durch gezieltes Employer Branding auf Social Media kannst du die Attraktivität deines Unternehmens für Talente und Kunden steigern und eine positive Wahrnehmung fördern.

Vor allem erreichst du damit eine langfristige emotionale Bindung zu deiner Marke und zu deinem Unternehmen und wirst somit krisensicher wettbewerbsfähig sein!

Wie schalte ich Stellenanzeigen auf Social-Media-Plattformen?

Muss man auf den Social-Media-Plattformen aktiv sein und ein Profil aufbauen, um Stellenanzeigen zu schalten?

Die Antwort ist: Es ist empfehlenswert, langfristig präsent zu sein. Wenn du jedoch dringend Bewerber benötigst, kannst du vorerst darauf verzichten und dich später darum kümmern. Du wirst deshalb nicht unbedingt weniger Bewerber bekommen, da deine Anzeige dennoch deiner Zielgruppe ausgespielt wird.

Bevor du eine **Werbekampagne auf Social-Media-Plattformen** startest, ist es ratsam, einen **vertrauenswürdigen Partner** zu finden, der **bereits Erfolg** auf diesem Gebiet vorweisen kann. Das Aufsetzen einer Kampagne erfordert Kenntnisse über den Bewerberfunnel, die Erstellung von attraktiven Stellenanzeigen, die Installation vom Pixel und die richtige Strukturierung der Kampagne. Es ist kompliziert und eher nicht für Anfänger geeignet.

Besonders wenn du als Unternehmen weniger als zehn Stellen pro Jahr zu besetzen hast, macht es wenig Sinn, dass deine Personalabteilung lernt, wie man diese Werbekampagnen schaltet. Die unregelmäßige Schaltung solcher Kampagnen ist auf Dauer uneffektiv (wie ein Profifußballer, der plötzlich nur noch 2 x im Monat trainiert)

Für größere Unternehmen mit Bedarf an über 50 verschiedenen Stellen pro Jahr kann es hingegen durchaus lohnenswert sein, internes Know-how aufzubauen. Durch entsprechende Schulungen und Ausbildungen kannst du lernen, wie du diese Kampagnen selbstständig aufsetzen und verwalten kannst.

Bei der Auswahl einer Werbeagentur für deine Social-Recruiting-Kampagnen ist es entscheidend, dass die Kampagne vielfältige Anzeigen, Texte und gegebenenfalls Videos enthält. Es sollte regelmäßig überprüft werden, wie gut diese bei der Zielgruppe ankommen und welche Bewerberqualität sie generieren. Basierend auf dieser Auswertung sollten nur die Anzeigen und Videos weiter geschaltet werden, die am besten funktionieren.

Leider vernachlässigen viele Social-Recruiting-Agenturen die kontinuierliche Pflege und Optimierung der Kampagnen. Stattdessen setzen sie die Kampagne einmal auf und lassen sie unbeaufsichtigt. Das führt oft zu hohen Werbekosten und einer höheren Quantität an Bewerbern.

Daher ist es wichtig, eine Agentur zu wählen, die deine Kampagne erfolgsbasiert optimiert.

Zudem solltest du nicht nur auf Kosten schauen, sondern vor allem auf die Qualität der Leistung. Manche Agenturen verlangen möglicherweise erneut den gleichen Preis für eine wiederholte Kampagne, obwohl Stellenanzeigen und Bewerberfunnel bereits erstellt wurden. Es ist wichtig, einen Partner zu finden, der transparente Preise und eine qualitativ hochwertige Leistung bietet.

Warum gerade die Displads-Methode ?

Während meiner zehnjährigen Tätigkeit als Stellenanzeigenberaterin habe ich persönlich mit über 50.000 Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen gesprochen. Dabei habe ich hautnah miterlebt, welche Schwierigkeiten bei der Personalgewinnung auftreten und worauf es bei erfolgreichen Stellenanzeigen und der Bewerberansprache ankommt.

Über 90 Prozent der Unternehmen setzen häufig auf Job-Plattformen, wo sich viele überschneiden, und schalten nach dem Gießkannen-Prinzip. Sie investieren viel Geld in Zeitungsanzeigen, Plakatwerbung, Radiowerbung und Co. Wenn sie dann mal etwas Neues ausprobieren, wie zum Beispiel Social-Recruiting und es nicht sofort funktioniert, gehen sie häufig einen Schritt zurück und fangen wieder mit Zeitungs- und Jobbörsenanzeigen an, die kaum zielführend sind.



Ich habe beobachtet, wie traditionelle Methoden gerade in den letzten 2 Jahren häufig zu keinen Ergebnissen geführt haben. Viele meiner Kunden haben mir erzählt, dass sie nun vermehrt auf Social-Media-Werbung und Bewerberfunnels setzen. Diese Erkenntnisse habe ich in meiner Arbeit berücksichtigt und bin daher bestens darauf vorbereitet, dich als Arbeitgeber zu verstehen und deine spezifischen Herausforderungen zu lösen.

Ein weiteres Problem ist das häufig sehr komplizierte Bewerberverfahren vieler Unternehmen, bei den kaum über die Vorteile gesprochen wird, was es bedeutet dort zu arbeiten. Es ist wichtig, potenziellen Bewerbern klar zu kommunizieren, welche Vorteile und Entwicklungsmöglichkeiten sie bei dir erwarten können.

Meine Displads-Methode ist darauf ausgerichtet, in den sozialen Medien die richtige Zielgruppe zu erreichen und sie von deinem Stellenangebot zu überzeugen. Besonders mit meiner Kurzvideospezialisierung kannst du über 300% mehr Bewerber begeistern als mit Bildanzeigen.

Wenn du Unterstützung bei der Schaltung von Werbekampagnen benötigst oder Fragen hast, stehe ich dir gerne zur Verfügung. Mit der Displads-Methode wirst du garantiert innerhalb von 7 Tagen, die ersten qualifizierten Bewerber bekommen.

Buche dazu gerne dein Wunschtermin-Telefonat für eine 20 Minuten kostenfreie und unverbindliche Bewerberanalyse mit mir über diesen Link.

