

Mitarbeitergewinnung über Social Media

Trotz Fachkräftemangel

Dieser **Schritt-für-Schritt Leitfaden** präsentiert Ihnen eine Strategie, wie Sie automatisiert qualifizierte Bewerbungen erhalten.



Inhalt

1

Ausgangssituation

Aktiv-suchende vs. Passiv-suchende Kandidaten | Das Eisberg-Modell | Was kostet Sie eine langfristig unbesetzte Stelle?

2

Warum Social Media für das Recruiting funktioniert

Hohe Nutzerzahlen in den sozialen Medien | Zielgruppengerichtete Aussendungen | 4 Schritte, wie es funktioniert

3

Fallstudie

Zielsetzung | Lösungsansatz | Ergebnisse



„Mit diesem Leitfaden erhalten Sie einen einfachen und schnellen Einstieg in die Thematik, sodass Sie diese Marketing-Strategie auch in Ihrem Unternehmen etablieren können.“

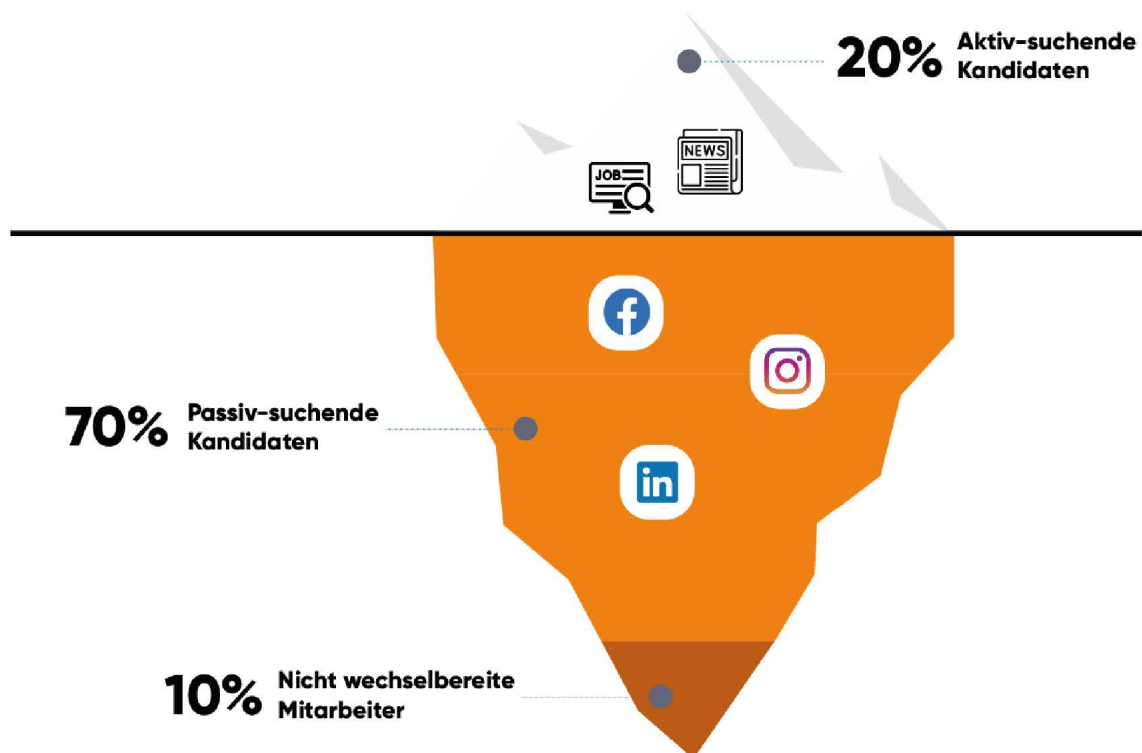
Fabian Erber
Inhaber Devotion IT
Digitalagentur aus LK Günzburg

1 Ausgangssituation

Aufgrund des Fachkräftemangels hat heutzutage jeder, der arbeiten möchte, gute Chancen einen Job zu finden. Während früher deutlich mehr aktive Bewerber auf dem Markt waren, sind es heutzutage vor allem sogenannte **passive Kandidaten, die es zu gewinnen gilt.**

Dabei handelt es sich um Personen, die trotz eines bestehenden Arbeitsverhältnisses generell wechselbereit sind. Aktive Kandidaten erreichen Sie durch konventionelle Methoden wie Zeitungsanzeigen und Online-Jobbörsen. Die Erfolge sind derzeit eher bescheiden.

Die Situation am Arbeitsmarkt wird durch das **Eisberg-Modell** veranschaulicht. Laut Studien sind gerade einmal 20 % der möglichen Kandidaten aktiv auf der Suche nach einer Beschäftigung, wodurch die passiven Kandidaten (70 %) nicht erreicht werden.



Was kostet Sie eine langfristig unbesetzte Stelle?

Ausgangssituation & Zielsetzung

Als Unternehmen achten Sie wahrscheinlich insbesondere auf klassische Kennzahlen wie Umsatz oder Gewinn. Bei Dienstleistungs- oder Produktionsprozessen vermeiden Sie daher gerne sogenannte nicht-wertschöpfende Kosten, wie z.B. Kosten für die Mitarbeitergewinnung. Diese tragen primär nicht zum Umsatzwachstum oder zur Gewinnmaximierung Ihres Unternehmens bei.

Diese Sichtweise ist jedoch falsch.

Dabei werden nämlich die Kosten, die durch die langfristige Vakanz einer wertschöpfenden Position in Ihrem Unternehmen entstehen, übersehen. Diese Kosten lauten Cost of Vacancy: Jeder fehlende Mitarbeiter ist dabei gleichbedeutend mit fehlender Wertschöpfung. (Opportunitätskosten)

Cost of Vacancy = $G / A \times T \times f$

G = Bruttogehalt
A = Anzahl Arbeitstage
T = Zeit für Rekrutierung
F = Wertschöpfungsfaktor

Beispiel: Vertriebsmitarbeiter/in

G = 60.000 €
A = 220 Arbeitstage *
T = 110 Arbeitstage **
f = 1,5 ***

Cost of Vacancy = 45.000 €

- * urlaubsbereinigte Anzahl
- ** lt. Studien ein Durchschnittswert
- *** lt. Studien das 1-3 fache des Gehalts

Fazit

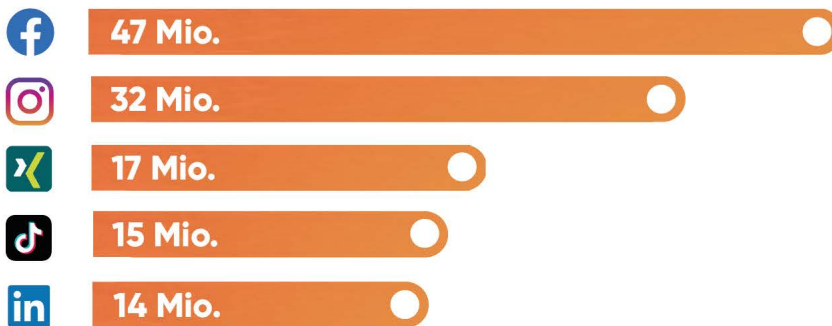
Nach Abzug der Lohnkosten (6 Monaten) hätte der Vertriebsmitarbeiter/in innerhalb der 6 Monaten einen zusätzlichen Gewinn von 15.000 € erwirtschaften können.

2

Warum Social Media für das Recruiting funktioniert

Sie wissen nun, dass Sie passiv suchende Kandidaten erreichen müssen. Doch vielleicht haben Sie noch leichte Zweifel, ob dies wirklich über soziale Netzwerke wie Facebook oder Instagram gelingen kann.

Grundsätzlich verfolgen diese Netzwerke natürlich ein anderes Ziel: mit Freunden zu interagieren. Diese Netzwerke haben jedoch einen riesigen Vorteil: Die große Anzahl an Nutzern.



Eigene Darstellung in Anlehnung an Blog2Social, Stand 2022



Große Reichweite

Während nur ein Bruchteil Ihrer potenziellen Kandidaten Annoncen lokaler Tageszeitschriften sehen, erreichen Sie bei Facebook, Instagram & Co. rund 90 % Ihrer Zielgruppe.



Gezielte Zielgruppenansprache

Facebook, Instagram sammeln besonders gerne die Daten ihrer Nutzer. Diese Datenvielfalt ermöglicht eine zielgruppenoptimierte Ausrichtung von Werbekampagnen. Es können z.B. Anzeigen an Personen ausgesendet werden, die sich für das Thema Softwareentwicklung interessieren.



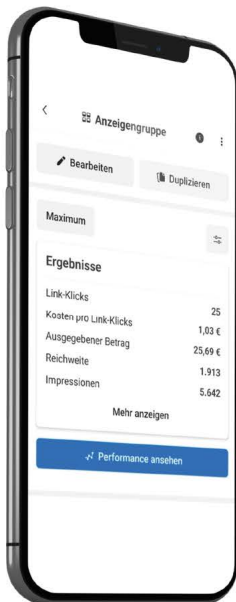
Geringe Kosten

Bei einem Werbebudget von 1.000 Euro erreichen Sie bis zu 200.000 Personen. Die Kosten pro Impression sind im Vergleich zu konventionellen Marketingmaßnahmen preislich unschlagbar.

4 Schritte, wie es funktioniert

01 Moderne Anzeigengraphiken

Damit passive Kandidaten überhaupt Interesse zeigen, müssen die Anzeigen modern und ansprechend sein. Hier kommt es vor allem auf die richtigen Motive und Argumente an, damit die Kandidaten beim Scrollen durch den Feed bei IHRER Anzeige stehen bleiben. Und nicht einfach weiter Scrollen.



02 Einrichtung einer Werbekampagne

Nun muss es Ihr Ziel sein, dass Ihre moderne Anzeigengraphik von möglichst vielen und den möglichst passenden Kandidaten gefunden wird. Hierzu bieten Facebook, Instagram & Co. sogenannte Werbeanzeigenmanager an, mit denen eine Kampagne erstellt werden. Durch verschiedene Möglichkeiten des Targetings, bspw. Standort-Targeting durch Einstellung eines Radius von 30 km um Ihr Unternehmen, investieren Sie Ihr Werbebudget bestmöglich.

4 Schritte, wie es funktioniert

03 Aussagekräftige Stellenbeschreibungen

Nun haben Sie einen großen Schritt geschafft: Sie haben einen potenziellen Kandidaten erreicht und dieser fand Ihre Anzeige so ansprechend, dass er darauf klickt und sich näher mit Ihrem Unternehmen auseinandersetzt. Nun gilt es, den Kandidaten durch eine aussagekräftige Stellenbeschreibung zu überzeugen. Ein Trend im Recruiting ist hier Transparenz: Vermitteln Sie in Ihrer Anzeige, was den Kandidaten genau erwartet und welche Benefits ihn erwarten. Viele Unternehmen nennen direkt eine Gehaltsspanne, die den Interessenten erwartet.



04 Mobil-optimierter Recruiting Funnel

Ein passiv-suchender Kandidat hat wenig Interesse, sich mit Anschreiben und Lebenslauf umständlich bei Ihnen zu bewerben. Er/Sie hat einfach keinen Druck, sich zu bewerben. Machen Sie es daher Ihren Interessenten so einfach wie möglich: Bieten Sie die Möglichkeit, dass man sich bei Ihnen mit wenigen Klicks von einem mobilen Endgerät bewerben kann. Nur so grenzen Sie sich von Ihrer Konkurrenz ab.

3 Fallstudie

Unternehmen

Herzblut.care
Mobiler Pflegedienst
aus Ettenbeuren

Zielsetzung

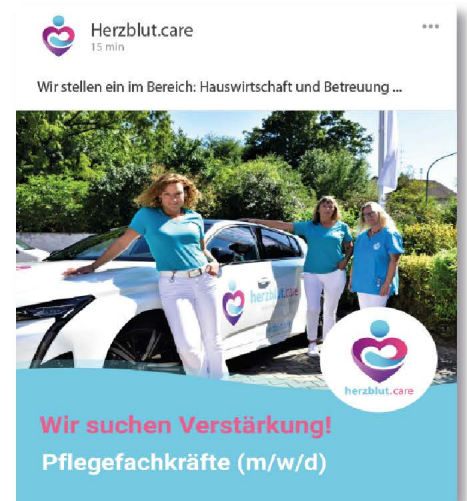
Gewinnen von Pflege-
fachkräften & Hauswirt-
schaftskräften

Zielgruppe

Personen im Umkreis von
20 km; KI-gestützte
Optimierungen nach
bestehender Datenbasis

Ansatz

Einrichtung moderner Anzeigengraphiken, einer
zielgruppenoptimierten Werbekampagne auf Facebook
& Instagram, einer eigenen Landing Page und eines
mobilen Bewerberformulars



Ergebnisse

Erhaltene Bewerbungen

26

Impressionen

76.538

Interessenten

472

Werbudget

238 €

Einstellungen

6

Kosten pro Bewerbung

9,15 €



Nicole Korb Inhaberin, Herzblut.care

"Die Zusammenarbeit verlief super. Trotz Fachkräftemangel bekam ich eine Vielzahl eingehender Bewerbungen und konnte mehrere offene Stellen, bei nur ein paar Hundert Euro Werbebudget, besetzen. Ich kann das Team nur weiterempfehlen."

Über Devotion IT

Wir sind eine Digitalagentur aus Burtenbach (Landkreis Günzburg). Neben klassischen Dienstleistungen wie Webdesign, Webshops und Softwareentwicklung haben wir uns insbesondere auf das Recruiting über die sozialen Medien spezialisiert. Der Grund liegt in der Hand: Es ist die derzeit erfolgreichste Möglichkeit, um Bewerbungen zu erhalten.

Gerne unterstützen wir Sie bei Ihren Vorhaben.

Das **Gesamtpaket** bestehend aus Anzeigengraphiken, einer Werbekampagne, einer eigenen Landing Page und dem interaktiven Bewerberformular erhalten Sie beispielsweise derzeit **für 1.990 € netto**.

Sie haben Interesse an einem kostenfreien und unverbindlichen Erstgespräch?

Jetzt Kontakt aufnehmen



Fabian Erber

fabian.erber@devotion-it.de
0152 03224112