



3 Schritte für die Personalsuche in sozialen Medien

Dieser Ratgeber hilft Ihnen, Top-Kandidaten zu finden.



Einleitung:

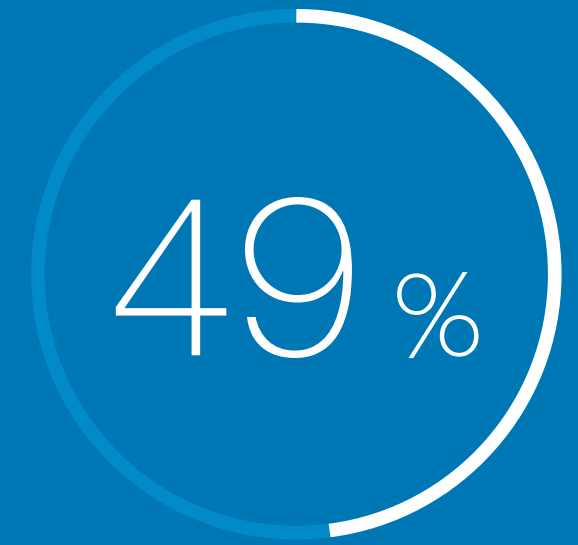
Was ist Social Recruiting und warum ist es relevant?

Der Kandidatenmarkt von heute ist stark umkämpft. Deshalb müssen Sie präsent sein, wo Kandidaten sind – im Netz, auf Mobilgeräten und in den sozialen Medien. Setzen Sie auf Social Recruiting und entwickeln Sie mit einer starken Strategie eine authentische Arbeitgebermarke. So können Sie leichter mit potenziellen Kandidaten in Kontakt kommen und sich mit ihnen austauschen.

Bei **Social Recruiting geht es um den Aufbau von Beziehungen zu Menschen** – lange bevor sie sich für eine Position in Ihrem Unternehmen interessieren und sich bei Ihnen bewerben. Im Grunde steckt dahinter das Bestreben, persönliche Kontakte zu nutzen, um geeignete Kandidaten für freie Stellen zu finden.

Social Recruiting ist heute nicht mehr nur eine optionale Strategie, die Sie vielleicht einmal ins Auge fassen sollten. Social Recruiting ist inzwischen vielmehr ein Muss und sollte in keinem Personalbeschaffungsplan fehlen.

Einer der größten Vorteile dieser Methode ist der Kostenfaktor. Bei Social Recruiting benötigen Sie kein Budget, um Ihre Inhalte mit einer großen Anzahl von Top-Kandidaten zu teilen.



der Bewerber folgen
Unternehmen in sozialen
Netzwerken



sagen, dass LinkedIn bei
ihrem letzten Jobwechsel eine
entscheidende Rolle gespielt hat

Effektives Social Recruiting in 3 Schritten

Social Recruiting ist weitaus mehr als nur Präsenz auf Online-Plattformen. Dieser Ratgeber vermittelt Ihnen die Grundlagen.

Präsenz auf zentralen Plattformen aufbauen

Für Ihre Social Media-Präsenz bietet die digitale Landschaft von heute eine Vielzahl von Plattformen. Damit stellt sich für Sie die Frage, wo Sie Ihre Zeit und Energie investieren möchten. Bedenken Sie, dass eine Plattform, die kaum oder gar nicht gepflegt wird, schädlicher für Ihre Marke sein kann als gar keine Präsenz zu haben. Überlegen Sie also ganz gezielt, welche Mittel Ihnen zur Verfügung stehen, und planen Sie entsprechend.

Wählen Sie Plattformen, um Top-Kandidaten zu erreichen

	LINKEDIN	TWITTER	FACEBOOK	YOUTUBE	PINTEREST
VORTEILE	Führendes Business-Netzwerk der Welt mit mehr als 500 Millionen aktiven Nutzern Häufig für die Jobsuche genutzt	Hohe Viralität und dialogorientiert Retweets können die Glaubwürdigkeit eines Arbeitgebers erhöhen	Unterhaltsame Plattform, auf der die informelle Seite des Unternehmens präsentiert werden kann, z. B. mit witzigen Fotos vom Sommerfest	Geeignet, um Mitarbeiter und ihre Erfahrungen authentisch zu präsentieren Richtig gute Videos können sich schnell viral verbreiten	Schwerpunkt im visuellen Bereich: Bilder, Diagramme und Grafiken, die Ihre Marke lebendig wirken lassen
EINSCHRÄNKUNGEN	Stärker auf bestimmte Branchen zugeschnitten Beschränkt auf aktive berufliche Netzwerke	Kein berufsbezogener Fokus; viel „Lärm“ Zeichenbeschränkung Interaktion über das Twittern von Jobangeboten hinaus erforderlich	Soziales, aber kein berufsbezogenes Netzwerk – viele Menschen achten darauf, zwischen privaten und beruflichen sozialen Netzwerken zu trennen	Produktion von Videos kann sehr aufwändig und teuer sein Setzt regelmäßige Produktion von Videos und häufiges Aktualisieren von Videos voraus	Keine berufsbezogene professionelle Plattform Begrenzte Zielgruppe (hauptsächlich Frauen zwischen 18 und 34)



Präsentieren Sie Ihr Unternehmen auf LinkedIn

Wir sind in dieser Hinsicht natürlich nicht ganz objektiv, aber wir sind davon überzeugt, dass LinkedIn der richtige Ort für die Gestaltung Ihrer Arbeitgebermarke ist. Auf LinkedIn steht Ihnen eine Reihe kostenloser und kostenpflichtiger Tools zur Verfügung, mit denen Sie Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber präsentieren können.

Gehen Sie mit Ihrem Profil als gutes Beispiel für Ihre Mitarbeiter voran

Nachdem Sie sich mit Kandidaten vernetzt haben (vielleicht per InMail), ist Ihr Profil für sie die erste Anlaufstelle. Ihr Profil bietet also eine hervorragende Branding-Chance für Ihre Marke. Ihr Profil sollte klar zum Ausdruck bringen, was Sie im Unternehmen tun und warum Sie gerne dort arbeiten. Gestalten Sie Ihr eigenes Profil so, dass es als Vorlage für die anderen in Ihrem Team dienen kann.

PROFI-TIPP: Profilberatung für Ihre Kollegen

Vermitteln Sie anderen Personalentscheidern in kurzen Infoveranstaltungen in der Mittagspause, wie sie mit LinkedIn einen guten ersten Eindruck auf Kandidaten machen können. Zeigen Sie Beispiel-Updates und geben Sie Anregungen, wie sich die Tipps langfristig umsetzen lassen.

Professionelles, freundliches Bild

Wer würde nicht gerne mit Stacy zusammenarbeiten?

Links

zu Zielwebseiten der Marke

Überzeugende Zusammenfassung

In der ersten Person geschrieben und voller Enthusiasmus

Stacy Takeuchi
Director of Talent Acquisition
bei Worldwide Technical Institute

Vernetzen 277 Kontakte

Webseiten Wir suchen Verstärkung! »
WTI Careers YouTube Channel »
Take a Tour of Our Home Office »

www.linkedin.com/stacytakeuchi/ Kontaktdaten

HINTERGRUND

ZUSAMMENFASSUNG

Hier bei WTI wollen wir das Leben der Menschen verändern und ihnen helfen, ihren Traumjob zu finden. Das ist unser Antrieb – dafür arbeiten wir. Die Arbeit bei WTI ist anspruchsvoll und bringt immer wieder Neues mit sich. Aber wir haben die Möglichkeit, das Leben anderer Menschen und auch unser eigenes Berufsleben wirklich zu verändern.

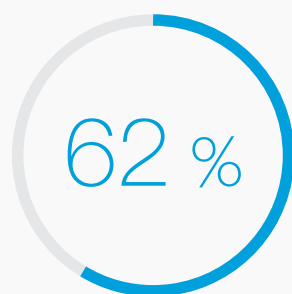
Aussagekräftiger Profil-Slogan,
der mehr als nur Ihre Position nennt



Überarbeiten Sie Ihre Unternehmensseite

Nachdem alle Mitglieder Ihres Teams ihre Profile aktualisiert haben, sollten Sie Ihre Aufmerksamkeit auf die offizielle Präsenz Ihres Unternehmens richten. Mit Ihrer Unternehmensseite sollten Sie genau die Kandidaten ansprechen, die Sie erreichen möchten, und diesen dabei eine einheitliche Erfahrung bieten.

Da viele der monatlichen Zugriffe auf LinkedIn über mobile Anwendungen erfolgen, sind die LinkedIn Unternehmensseiten jetzt auch für Mobilgeräte optimiert.



der Mitglieder, die einer Unternehmensseite folgen, antworten mit **62 %iger Wahrscheinlichkeit** auf eine InMail.

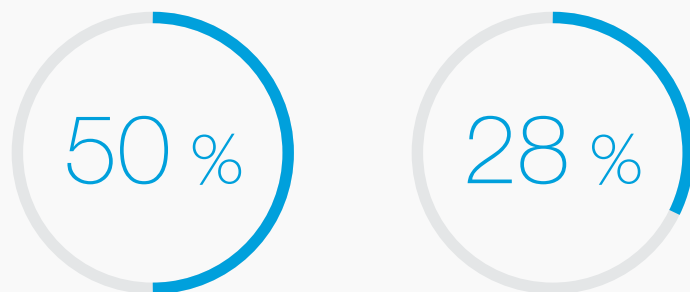
5 Tipps für Ihre Unternehmensseite

1. Stimmen Sie die Strategie für die Gestaltung der Seite mit dem Marketingteam ab.
2. Verwenden Sie aussagestarkes Bildmaterial, das einladend auf Besucher wirkt und Ihre Marke repräsentiert.
3. Veröffentlichen Sie Status-Updates, um Unterhaltungen mit Interessenten anzustoßen.
4. Stellen Sie Produkte oder Dienstleistungen vor, die Ihr Unternehmen anbietet. Zeigen Sie sich offen und bitten Sie um Feedback. Dies kann interessierte Kandidaten motivieren, Sie zu kontaktieren und sich mit Ihnen zu vernetzen.
5. Erwähnen Sie Gruppen, die potenzielle Kandidaten besuchen, und laden Sie neue Personen dazu ein, Ihrer Seite zu folgen.

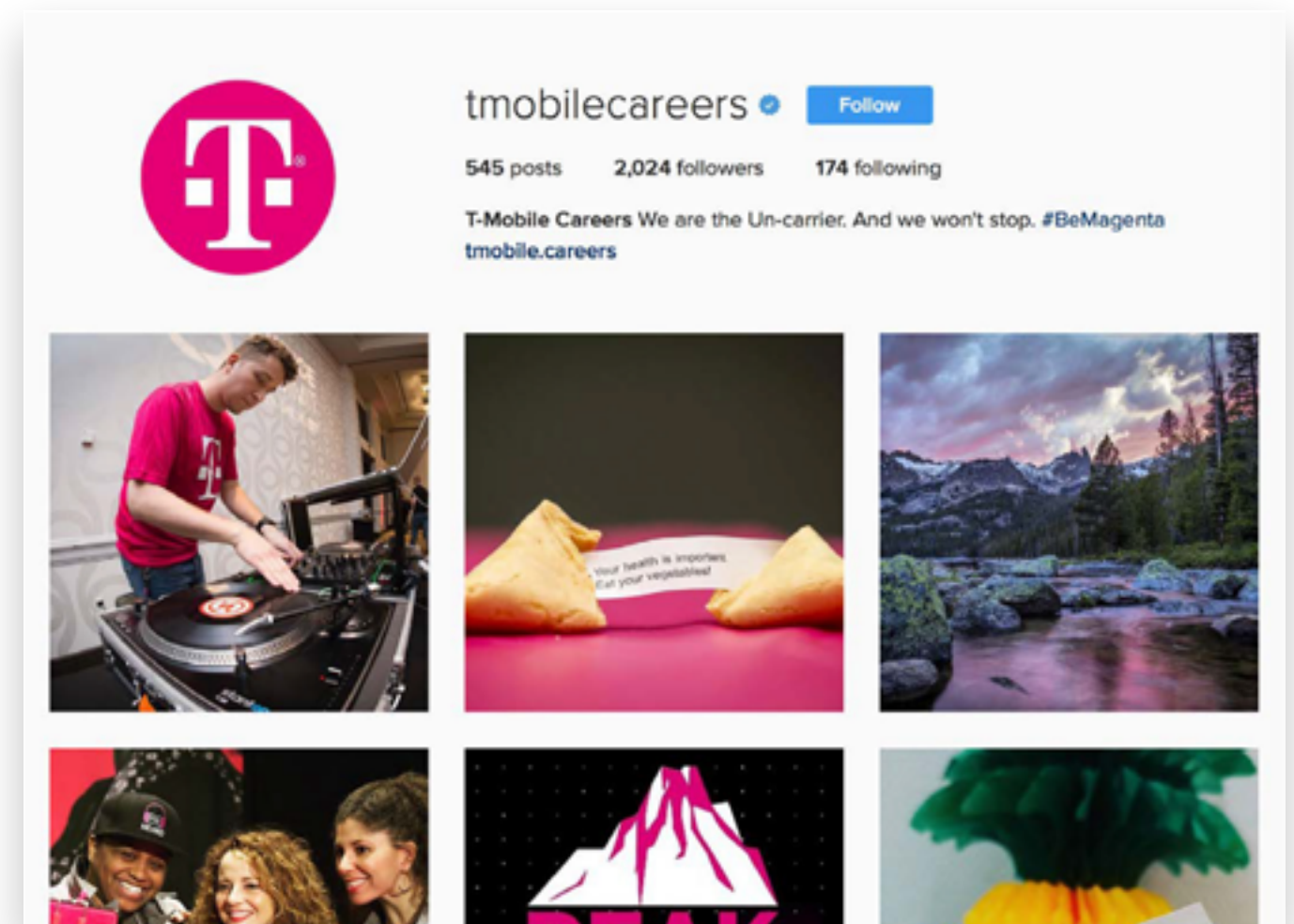
Ihre Marke in sozialen Netzwerken stärken

Je nach Netzwerk können Sie auf vielfältige Weise aktiv werden. Sie können Inhalte teilen, Updates veröffentlichen, andere Personen taggen, twittern, Beiträge mit „Gefällt mir“ markieren oder Beiträge fixieren.

Bevor Sie aber freie Stellen massenhaft auf verschiedenen sozialen Plattformen veröffentlichen, sollten Sie strategisch planen und auch überlegen, welche Zielgruppen Sie über welche Plattformen mit welchen Botschaften ansprechen möchten. Machen Sie sich stets bewusst, dass alles, was Sie tun, im Einklang mit den Zielen und Werten Ihres Unternehmens stehen muss.



Zahlen, die für eine starke Arbeitgebermarke sprechen:
bis zu **50 % weniger Kosten pro Einstellung** und
28 % weniger Mitarbeiterfluktuation.



FALLSTUDIE: T-Mobile

Die Strategie von T-Mobile geht auf: Das Unternehmen setzt bei der Gestaltung seiner Unternehmensseite und seiner Social Media-Kanäle auf auffallende Farben und Hashtags. Das Unternehmen wirkt dadurch einladend und dynamisch.



8 Tipps zur Stärkung Ihrer Marke in sozialen Medien

Mit diesen Maßnahmen können Sie Ihre Arbeitgebermarke in sozialen Medien positiv präsentieren (und schützen):

1

Präsentieren Sie Ihre Unternehmenskultur

Es geht nicht nur um Ihre Jobs. Stellen Sie Ihre Mitarbeiter und deren Erfahrungen und Emotionen in den Mittelpunkt.

2

Mit gezielten Botschaften ankommen

Je relevanter Ihre Botschaft für eine bestimmte Zielgruppe ist, desto größer ist ihre Wirkung.

3

Dynamik zählt sich aus

Folgen Sie Unternehmen, die Sie schätzen, und nutzen Sie deren Feed als Anregung.

4

Ein Blick in den Spiegel

Stellen Sie sicher, dass das, was Sie tun (oder nicht tun), etwas ist, woran sich Ihre Kollegen ein Beispiel nehmen können.

5

Auf eine gute Optik achten

Plakative und farbenfrohe Bilder, Grafiken, Diagramme und Videos lassen Ihre Marke lebendig werden.

6

Das Management informieren

Nutzen Sie Daten, um Unterstützung zu erhalten, Bedenken zu mildern und die Wahl der Plattformen zu erläutern.

7

Klein anfangen

Sorgen Sie zunächst dafür, dass Ihre Maßnahmen auf einer Plattform skalierbar und zufriedenstellend sind, bevor Sie eine andere Plattform in Betracht ziehen.

8

Bitten Sie Mitarbeiter, es weiterzusagen

Wenn Sie Ihre Kollegen entsprechend anleiten und motivieren, können diese eine nützliche Quelle für neue Kandidaten sein.



3. SCHRITT

Potenzielle Kandidaten ansprechen



Wenn Sie eine Markenpräsenz auf LinkedIn und anderen sozialen Plattformen haben, können Sie Ihr Netzwerk wissen lassen, dass Sie Mitarbeiter einstellen. Dabei können Sie kreativ werden. Überlegen Sie, ob und wie eine Mischung verschiedener Kommunikationskanäle zu mehr Top-Kandidaten führen kann. Stimmen Sie Ihre Botschaft aber in jedem Fall stets auf den jeweiligen Kanal und die Zielgruppe ab.

Nutzen Sie Ihr Netzwerk, um Top-Kandidaten zu finden



Eine persönliche Note zählt sich aus. Wenn Sie freie Stellen in sozialen Medien veröffentlichen, markieren Sie Kontakte, die gut für den Job geeignet sein könnten, und fügen Sie auch hinzu, was Ihnen an der Position gefällt.



Bitten Sie Ihre Kontakte, Ihre Jobangebote mit potenziellen Kandidaten zu teilen.



Stellen Sie Informationen zur Position bereit, die Ihre Kontakte teilen können. Und vergessen Sie nicht, sich auch bei diesen für die Unterstützung zu bedanken.



Gestalten Sie jede E-Mail so persönlich wie möglich. LinkedIn Recruiter zeigen Ihnen in InMails (der E-Mail-Plattform von LinkedIn) sofort gemeinsame Kontakte und Gruppen an. Mit diesen Informationen können Sie Ihre Nachrichten gezielt anpassen.



Sie sind sich nicht sicher, wen Sie kontaktieren sollten? Infrage kommen Kollegen, Branchenvertreter und Kandidaten, mit denen Sie in der Vergangenheit bereits zu tun hatten. Je diversifizierter die Gruppe ist, desto besser.



Sprechen Sie mit jeder Nachricht Top-Kandidaten an

Über das Netzwerk Ihrer sozialen Plattformen sollten Sie aus einem Pool verschiedener potenzieller Kandidaten schöpfen können. Auf LinkedIn können Sie Top-Kandidaten per InMail kontaktieren. Fragen Sie sich vor dem Senden jeder Nachricht aber immer, ob sie für Kandidaten ansprechend genug ist. Würden Sie diesen Text öffnen, lesen oder beantworten? Wenn nicht, dann gestalten Sie die Nachricht persönlicher.

Checkliste: Das sollten Sie vor dem Senden unbedingt beachten

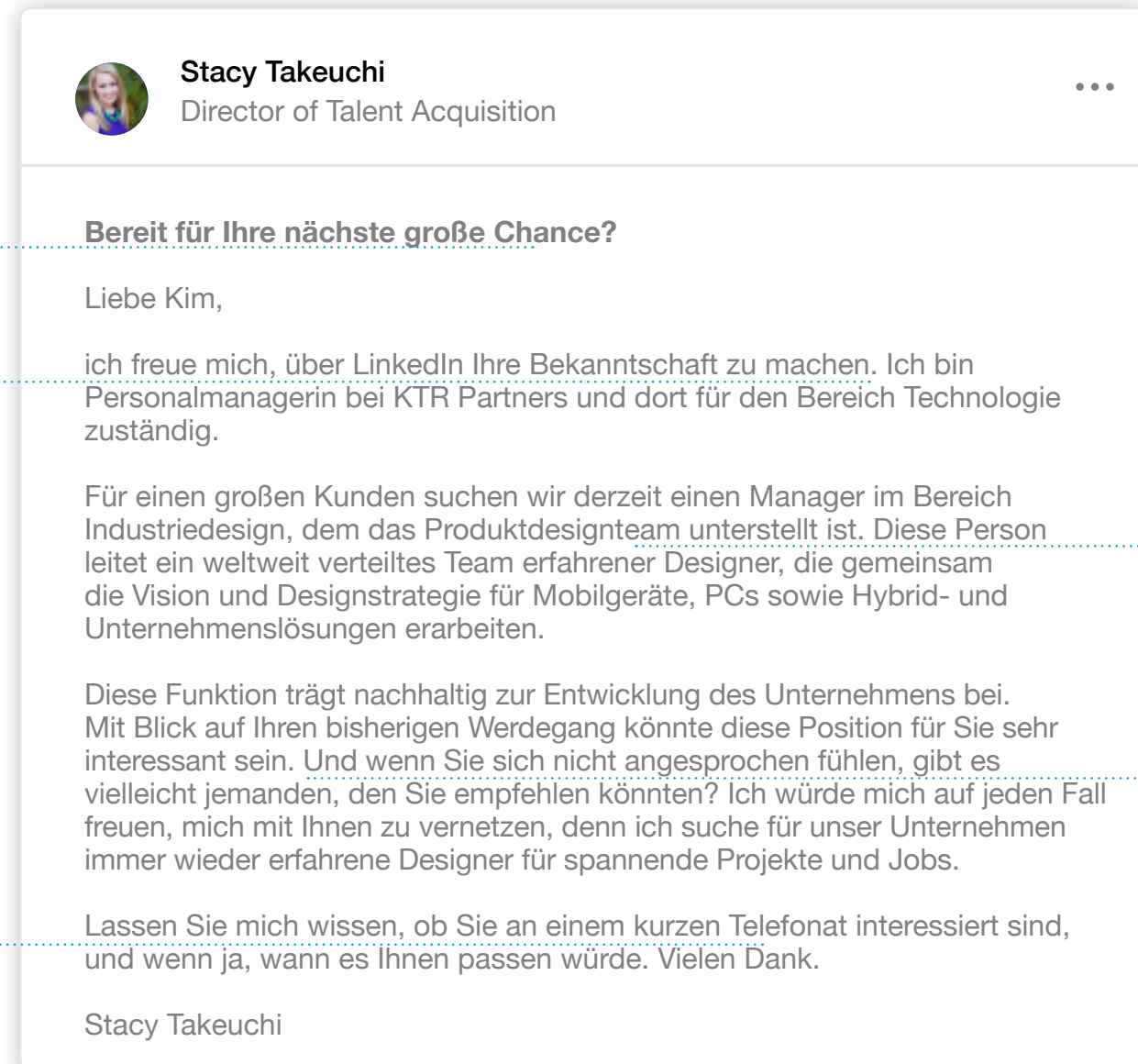
- 1 Kein aggressiver Betreff
- 2 Persönliche Note
- 3 Hinweis darauf, was die Kandidaten erwarten können
- 4 Kurz und auf Mobilgeräte abgestimmt
- 5 Hervorheben von Kenntnissen und Berufserfahrung der Kandidaten
- 6 Klarer Handlungsaufruf zum Schluss

1

2

4

6



3

5



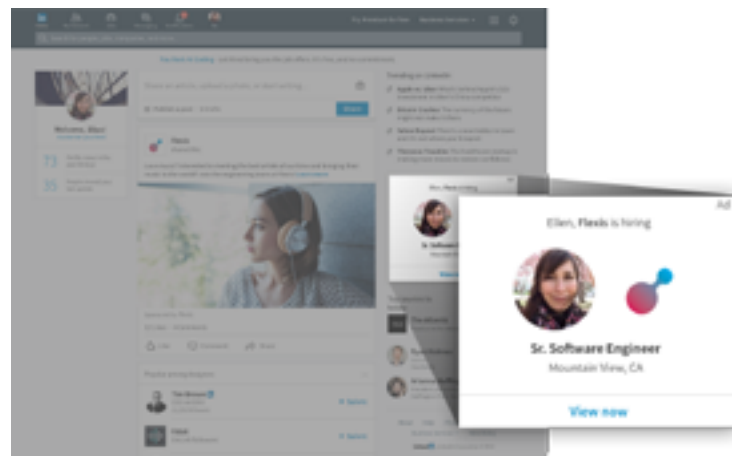
Bleiben Sie auf LinkedIn aktiv

Die LinkedIn Personalbeschaffung bietet Ihnen verschiedene Tools, mit denen Sie Ihre Social Media-Strategie sinnvoll umsetzen können. Für den Einstieg eignen sich beispielsweise die folgenden Produkte:

„Wir stellen ein“-Anzeigen

Die LinkedIn Profile Ihrer Kollegen eignen sich hervorragend, um Top-Kandidaten anzusprechen. Mit „Wir stellen ein“-Anzeigen können Sie jeder Person, die ein Profil Ihrer Kollegen besucht, automatisch freie Stellen anzeigen.

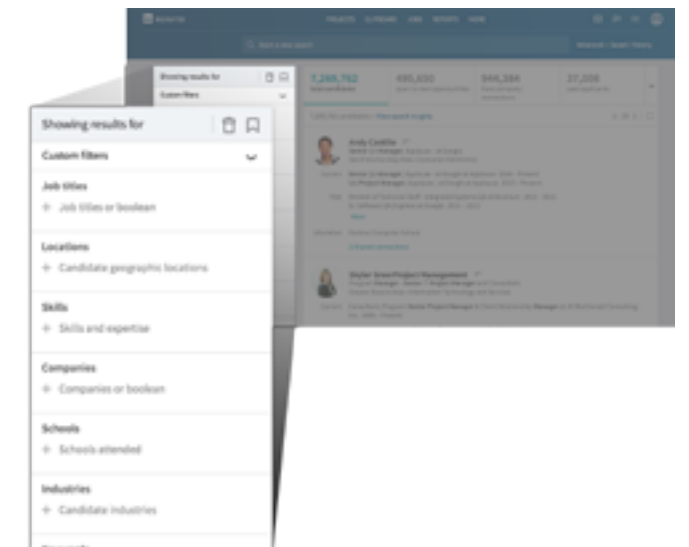
- Nutzen Sie die Anzeigenflächen auf den Profelseiten Ihrer Kollegen. So bietet sich Ihnen ein Anknüpfungspunkt, wann immer sich ein potenzieller Kandidat mit einem Ihrer Kollegen vernetzt.
- Die angezeigten Jobs sind persönlich auf jeden Besucher abgestimmt und bringen Ihnen mehr Zugriffe auf Ihre Jobanzeigen und Ihre Karriereseite.



LinkedIn Recruiter

Recruiter ist eine Lösung, mit der Sie schneller und kostengünstiger geeignete Kandidaten finden und ansprechen können. Ermitteln Sie gezielt die Personen, die Ihre InMails mit großer Wahrscheinlichkeit beantworten werden.

- Sie haben ein Kontingent von bis zu 150 InMail-Nachrichten pro Monat, mit denen Sie Mitglieder kontaktieren können.
- Teilen Sie die Profile interessanter Kandidaten mit Ihren Kollegen und verwalten Sie die Kontaktaufnahme über ein gemeinsam genutztes Dashboard.
- Kontaktieren Sie mehr Kandidaten schneller mit InMail-Vorlagen für Nachrichten an viele Empfänger.





Messen, beobachten und anpassen

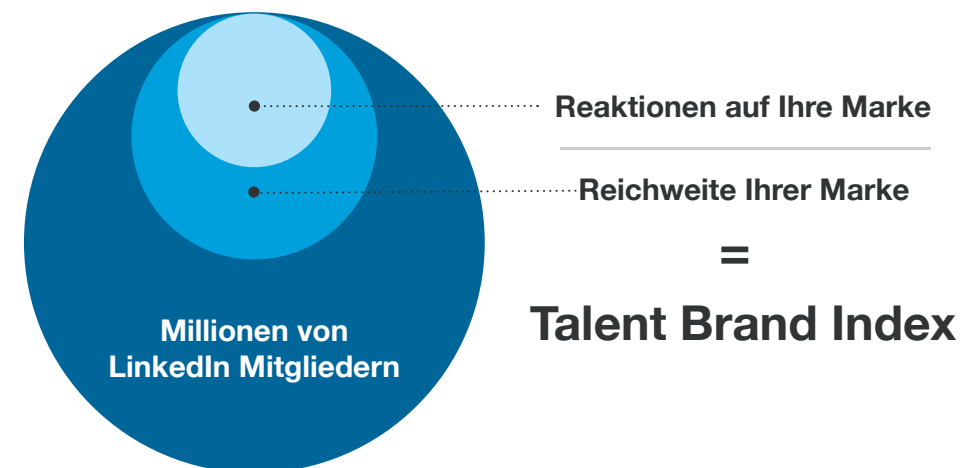
Jetzt ist es an der Zeit zu prüfen, woher Ihre besten Leads kommen. Dies ist natürlich ein fortlaufender Prozess. Möglicherweise kommen Sie zu dem Schluss, dass eine Plattform, von der Sie überdurchschnittliche Ergebnisse erwartet haben, doch nicht die gewünschten Resultate liefert. In diesem Fall sollten Sie Ihre Zeit und Ihre Aufmerksamkeit in eine andere Plattform investieren.

So erzielen Sie bessere Ergebnisse:

- Verfolgen Sie, wer Ihr Profil besucht, auf Ihre Updates reagiert hat und Beiträge veröffentlicht hat.
- Sehen Sie sich Ihre Follower-Statistiken an und finden Sie heraus, wo Sie mit der Zahl Ihrer Profilbesucher stehen.
- Verfolgen Sie die Interaktion mit Inhalten und die Zahl qualifizierter Bewerbungen.
- Ermitteln Sie einen Vergleichswert, verfolgen Sie Veränderungen und passen Sie die Strategie gegebenenfalls an.
- Seien Sie offen für neue Maßnahmen, ohne dabei Ihre Strategie zur Wirkungsmessung aus den Augen zu verlieren.

PROFI-TIPP

Der LinkedIn **Talent Brand Index** verrät Ihnen, wo Ihr Unternehmen verglichen mit anderen in Ihrer Branche steht, wenn es um die Präferenzen der Kandidaten geht. Je höher Ihr Wert, desto leichter fällt es Ihnen, die richtigen Kandidaten für Ihre Positionen zu finden.



Zusammenfassung: Gehen Sie wie ein Marketingexperte an die Akquise heran

Social Marketing kann dazu beitragen, dass qualifizierte Kandidaten auf Jobs aufmerksam werden, für die Sie Mitarbeiter suchen. Den meisten Kandidaten wird auffallen, dass Sie in den sozialen Medien präsent und aktiv sind – und sie werden anhand dieser Präsenz entscheiden, ob sie an einer freien Stelle bei Ihnen interessiert sind.

Mit LinkedIn stehen Ihnen viele Tools und Experten zur Verfügung, die Sie beim Aufbau einer starken Marke in sozialen Medien unterstützen. Verbessern Sie zunächst Ihr LinkedIn Profil und helfen Sie Ihren Kollegen dabei, auch ihre Profile zu überarbeiten. Danach setzen Sie Ihre Social Media-Strategie auf Ihrer Unternehmensseite und in jeder InMail um, die Sie an potenzielle Kandidaten senden.

Steigern Sie Ihren Erfolg: Erstellen Sie hochwertige Inhalte und erreichen Sie dadurch authentischere Interaktionen – so gewinnen Sie das Vertrauen potenzieller Kandidaten. Dieser Ratgeber hilft Ihnen, die richtige Strategie zu finden und unterstützt Sie auf Ihrem Weg durch die Social Media-Landschaft.

[Demo anfordern](#)

LinkedIn
Talent Solutions

Die LinkedIn Personalbeschaffung bietet eine breite Palette an Recruiting-Lösungen, die Unternehmen jeder Größe dabei unterstützen, die besten Kandidaten zu finden und anzusprechen.

LinkedIn wurde 2003 gegründet. Unser Ziel ist es, Fach- und Führungskräfte auf der ganzen Welt miteinander zu vernetzen, um sie produktiver und erfolgreicher zu machen. LinkedIn zählt weltweit mehr als 500 Millionen Mitglieder und ist damit das größte Business-Netzwerk der Welt.

LINKEDIN IN SOZIALEN MEDIEN



Vernetzen Sie sich mit uns auf LinkedIn