

Auf den Punkt!

HR-Impulse – DAS ARBEITSBLATT

IN 8 SCHRITTEN ZUM PROFESSIONELLEN SOCIAL-MEDIA-RECRUITING VON WEIBLICHEN FACHKRÄFTEN

⇒ VORAB

1. ZIELSETZUNG KLÄREN UND RESSOURCEN ÜBERPRÜFEN

- Was sind unsere konkreten Ziele?
- Wer koordiniert alle Maßnahmen und wie viele Stunden/Woche stehen zur Verfügung?
- Was wird sonst noch benötigt? (Fotografierende, Grafikprofi, Copywriting, Content Creating, etc.)

2. ZIELGRUPPE DEFINIEREN

(MIT BLICK AUF POTENZIELLE WEIBLICHE MITARBEITENDE UND MITARBEITENDE MIT FAMILIÄRER VERANTWORTUNG)

- Wer arbeitet aktuell/durchschnittlich in gesuchter Position?
- Welche Interessen hat die/der potenzielle Mitarbeitende und wie kommuniziert sie/er?
- Was sucht die/der potenzielle Mitarbeitende in einem Job und Arbeitgebenden?

3. BESCHÄFTIGTE MIT EINBEZIEHEN




- Auf Botschafterinnen setzen, um Bewerberinnen zu gewinnen (siehe Telekom Botschafternde)
- Die/Den CEO in die Kommunikation einbeziehen (siehe Herbert Diess, Volkswagen AG; Josef Hinkel, Bäckerei Hinkel)
- Beschäftigte
 - bitten, sich mit dem Unternehmensprofil zu vernetzen
 - bitten, Stellenanzeigen zu teilen
 - sind die beste Quelle für authentischen Content
 - können bei zielgruppengerechter Ansprache helfen








⇒ LET'S GO

4. RELEVANTE PLATTFORMEN ERMITTELN

Plattform-Übersicht:

	Was?	Nutzer	Hauptzielgruppe	Perfekt um...
	Internationales Karrierenetzwerk	DACH: 17 Mio ¹	Hoher Bildungsabschluss	... Netzwerk aufzubauen und zu pflegen ... Kandidierende direkt anzusprechen
	Größtes deutschsprachiges Karrierenetzwerk	DACH: 19 Mio ² D: 16 Mio ²	Oberes Management Gen X und Y (26-56 Jahre) ³	... anzuzeigen, dass man offene Stellen hat ...Stellenausschreibungen zu posten
	Arbeitgebenden-bewertungs-Plattform	> 900.000 Unternehmensprofile ³ > 3.500.000 Bewertungen ³	20-39 Jahre ³	... Unternehmensprofil anzulegen ... auf Bewertungen reagieren zu können

	Größtes soziales Netzwerk der Welt	D: 32 Mio ⁴	30-39 Jahre ³ Erweitert: 20-59 Jahre ³	... Gen X und Y zu erreichen ... Stellenanzeigen zu bewerben ... in relevanten Gruppen zu posten (Jobbörsen, Zielgruppen) ... eigene Jobbörse einzurichten
	Teilen von Fotos und Videos	D: 21 Mio ⁵	16-29 Jahre ³ Erweitert: 16-39 Jahre ³	... Employer Brand zu stärken ... Influencer-Kooperationen einzugehen
	Mikronachrichtendienst	D: 5,2 Mio ⁶	18-34 Jahre ³ Überwiegend Männer ⁶	... auf aktuelle Ereignisse und Trends zu reagieren ... mit Zielgruppe zu interagieren ... Stellenangebote zu twittern
	Kurzvideos	D: 10,7 Mio ⁷ Prognose Ende 2021: 20 Mio ⁷	18-35 Jahre ³	... Gen Z zu erreichen ... Employer Brand zu stärken
	Videoplattform	D: 47 Mio erreichte Nutzer/ Monat ⁸	Alle Altersgruppen ³	... Employer Brand zu stärken ... große Reichweite zu generieren

5. UNTERNEHMENSPROFIL (UND RECRUITING-PROFIL) AUF DEN ERMITTELTEN PLATTFORMEN ERSTELLEN

- Profelfoto und Titelfoto hinzufügen, Kurzinformationen ausfüllen
- 5 Hashtags festlegen
- Mit geschäftlichen Verbindungen, Kundschaft, Mitarbeitenden vernetzen

6. EMPLOYER BRAND AUFBAUEN UND AUSBAUEN

- Corporate Identity, -Culture und -Design verwenden → Wiedererkennungswert beachten und stärken
- Kommunikationsrichtlinien (Social Media Guidelines) definieren und Community Management und allen anderen Beschäftigte mitteilen

7. ACTIVE SOURCING

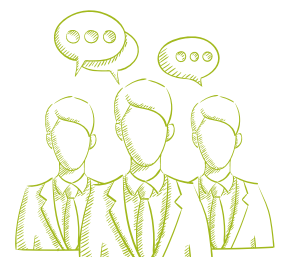
- Aktive Ansprache von potentiellen Kandidierenden sollte persönlich, gezielt und kreativ sein (auch informeller Art möglich)
- Beispiele:
 - „In Ihrem Profil ist mir besonders aufgefallen, dass...“
 - „Ihr potenzielles nächstes arbeitgebendes Unternehmen ist mit der Vision angetreten,... Haben Sie Lust mit dabei zu sein?“
 - „Ihrem Profil konnte ich entnehmen, dass Sie bereits viel Erfahrung im Bereich... aufweisen. Ich bin der Überzeugung, dass Sie perfekt zu unserer offenen Vakanz als... passen würden. Überzeugen Sie sich davon, dass auch wir zu Ihnen passen und hören Sie einmal in unseren Jobcast.“

8. STELLENANZEIGE BEWERBEN

- Foto, (Info-)Grafik oder Video nutzen, welche/s Emotionen weckt
→ auch hier die Zielgruppe der weiblichen Bewerbenden beachten
- Headline und Text festlegen: kurz, spannend, kreativ → Keywords beachten (wonach sucht die Zielgruppe?)
- Hinzufügen: Call to Action („Bewirb dich noch heute!“/ “Klicke auf den Link, um mehr zu erfahren!“)
- Link zur Stellenausschreibung mit Bewerbungsmöglichkeit

VERNETZEN SIE SICH GERNE MIT UNSERER REFERENTIN:

Dr. Marie- Christine Frank - Drei Brueder Kommunikation und Beratung



Quellen und Links

Das Kompetenzzentrum Frau und Beruf wird gefördert vom:

Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION
 Investition in unsere Zukunft
 Europäischer Fonds
 für regionale Entwicklung

in Kooperation mit:



Landeshauptstadt
 Düsseldorf



Kreis Mettmann

Trägerschaft:



ZWD
 Zukunftswerkstatt
 Düsseldorf