

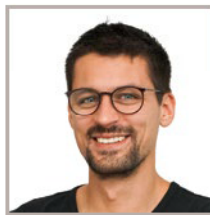
Personal gewinnen

SOCIAL MEDIA verspricht großes Potenzial bei der Personalgewinnung und darf in keiner modernen Recruiting-Strategie fehlen. Stellenanzeigen auf Social Media sind für Tagespflegen beispielsweise eine Möglichkeit, sich qualifizierte Bewerbungen zu sichern.

TEXT: GIOVANNI BRUNO

Das Social Web gewinnt immer mehr an Bedeutung in der Personalbeschaffung. Zwei Drittel aller Jobsuchenden begrüßen den Einsatz von sozialen Medien. Schließlich ist Social Media für viele Menschen allen Alters mittlerweile zu einem festen Alltagsbegleiter geworden. Auch auf der Seite der Unternehmen wird die Relevanz des Social Recruiting immer ernst genommen. Kein Wunder, bietet doch kaum ein anderes Medium einen so großen Output bei vergleichsweise geringem Einsatz. In der Realität berücksichtigt der Großteil aller Pflegebetriebe Social Media aber leider noch nicht konsequent in der Recruiting Strategie. Wer hier ansetzt, hebt sich vom Wettbewerb ab und sichert sich große Chancen im War of Talents.

Social-Media-Recruiting meint die Personalbeschaffung über soziale Netzwerke. Um jedoch Erfolg mit dieser modernen Methode im Recruiting zu haben, muss man die Hintergründe verstehen. Spätestens als die Generation Y das arbeitsfähige Alter erreicht hatte, war der Siegeszug des Internets in der Personalgewinnung unvermeidbar. Dabei ergeben sich aus unternehmerischer Sicht Vorteile. Denn über die sozialen Medien holt man Kandidat:innen direkt dort ab, wo Sie sich gerne bewegen: nämlich online. Ist das Interesse



GIOVANNI BRUNO

Geschäftsführender
Gesellschafter fokus
digital GmbH,
fokus-d.de

erstmal geweckt, ermöglicht Social Media eine einfache Kommunikation auf beiden Seiten. Jobsuchende können schnell den Erstkontakt zum Unternehmen herstellen und dieses kann ebenso zügig reagieren. Das senkt Bewerbungshürden signifikant ab, was gerade in der Pflege von großer Bedeutung ist.

Effektives Targeting

Dazu müssen Ihre Stellenanzeigen natürlich erstmal in die sozialen Medien kommen. Wichtig dabei: Aufgrund der großen Massen, die sich täglich auf Social Media bewegen, sollten Ihre Vakanzen gezielt die für Sie relevanten User:innen ansprechen. Damit bewegen Sie sich weg vom Gießkannenprinzip und hin zu einem effektiven Targeting. Genau zu diesem Zweck können Sie bezahlte

Werbeanzeigen schalten, die auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet sind und auch nur diesem Personenkreis angezeigt werden. Das ist über das so genannte „Social Profiling“ möglich. Denn Plattformen wie Facebook und Co. sammeln Daten ihrer Nutzer:innen wie etwa Wohnort, Alter, Beruf oder Interessen. Als Unternehmen können Sie mit dieser Datensammlung arbeiten.

Suchen Sie beispielsweise eine examinierte Pflegefachkraft in Ulm, legen Sie diese Kriterien mit wenigen Klicks beim Erstellen Ihrer Anzeige fest und schon haben Sie Ihre Zielgruppe definiert. Relevante Personen werden dann auf Ihren Betrieb aufmerksam, indem ihnen Ihre Werbung in ihrem Newsfeed angezeigt wird.

Die Nutzer:innen müssen Ihrem Kanal dazu nicht folgen. So bekommen übrigens auch Personen, die aktuell nicht aktiv auf Jobsuche sind, Ihre Werbeanzeige zu Gesicht und können sich bei Interesse bewerben. Das ist ein großer Vorzug gegenüber herkömmlichen Jobbörsen wie Indeed. Heißt im Klartext: Mit Social-Media-Recruiting erreichen

Mit Stellenanzeigen auf Social Media bewegen Sie sich weg vom Gießkannenprinzip und hin zu einem effektiven Targeting.



Mit Social-Media-Recruiting erreichen Sie genau die Menschen, die Sie auch erreichen wollen.

Sie genau die Menschen, die Sie auch erreichen wollen.

Grundsätzlich eignen sich alle gängigen Kanäle für die Personalgewinnung über Social Media. Am häufigsten werden die Social Networks Facebook, Instagram, TikTok und YouTube sowie die Business Networks LinkedIn und Xing verwendet. Für Ihre Auswahl kommt es auf Ihre Ziele an. Suchen Sie beispielsweise Auszubildende, greifen Sie besser auf Instagram oder TikTok zurück. Zu besetzende Führungspositionen laden auch zur Bespielung von LinkedIn und Xing ein. Die Erstellung eines idealen Kanalmixes ist eine

wichtige Aufgabe im zeitgemäßen Personalmarketing.

Die perfekte Werbeanzeige gestalten

Damit Ihre Werbeanzeigen von Erfolg gekrönt sind, ist es in einem ersten Schritt wichtig, die Zielgruppe zu definieren. Legen Sie fest, wen Sie erreichen wollen und machen Sie sich Gedanken, wie sich Personen aus dieser Gruppe angesprochen fühlen könnten. Dazu können Sie einen Alias (Person A) als Stellvertreter Ihrer Zielgruppe definieren:

- In welcher beruflichen Situation befindet sich Person A aktuell?

- Was erwartet Person A von einem Arbeitgeber?
- Von welchem Wording fühlt sich Person A angesprochen?

Des Weiteren sollten Sie bedenken, dass die Nutzer:innen meist im privaten Kontext in den sozialen Medien unterwegs sind. Nur die wenigsten öffnen Facebook mit der Absicht, dort gezielt nach einem Job zu suchen. Sie benötigen daher ein Konzept, um dennoch auf sich als Tagespflege und Arbeitgeber aufmerksam zu machen. Das gelingt am besten, indem Sie Ihr Vorhaben unterhaltsam angehen und Ihr Anliegen schnell auf den Punkt bringen.

Überlegen Sie außerdem, welchen Anfahrtsweg Mitarbeitende maximal auf sich nehmen wollen. So können Sie Ihre Anzeige zum Beispiel auf 20 Kilometer um Ihren Standort herum eingrenzen. In finanzieller Hinsicht können Sie ein Tagesbudget festlegen und auch die Laufzeit lässt sich im Vorfeld bestimmen. Sind im gewünschten Zeitraum jedoch nicht genügend Bewerbungen eingegangen, ist eine Verlängerung problemlos möglich. ✨

Ein Whitepaper des Autors zur „Digitalstrategie in der Tagespflege“ steht im Download-Bereich für registrierte TP-Abonnent:innen zur Verfügung: tp-tagespflege.net/downloads.

DAS MAXIMUM AUS WERBEANZEIGEN HERAUSHOLEN

Entwerfen Sie für eine Werbeanzeige immer verschiedene Versionen. Beispielsweise können Sie den Text in einer längeren und einer kürzeren Fassung zur Verfügung stellen, mehr oder weniger Emojis verwenden. Ebenso können Sie Bilder austauschen oder zwischen einem Einzelbild und einer Slideshow wechseln. Oder wagen Sie doch mal den Versuch, Ihre Anzeige mit einem Video auszustatten, das einen exklusiven

Einblick in Ihr Unternehmen erlaubt. Die Algorithmen hinter den Plattformen erkennen, welche Ihrer Versionen die größte Interaktion und den meisten Traffic verspricht. In der Folge wird automatisch die beste der Varianten ausgespielt, die Sie zur Verfügung gestellt haben. So holen Sie das Maximum aus Ihren Werbeanzeigen heraus und erhöhen wiederum die Chance auf qualifizierte Bewerbungen.