

Social Recruiting Whitepaper

Social Recruiting kann eine effektive Möglichkeit sein, um Fachkräfte für Handwerksbetriebe zu gewinnen. Hier sind einige Schritte, die Unternehmen unternehmen können, um ihre Social-Recruiting-Strategie zu verbessern:

- Zielgruppe definieren: Es ist wichtig, die Zielgruppe zu definieren, die man ansprechen möchte. Hierbei können beispielsweise Berufsgruppen, Altersgruppen oder geografische Regionen berücksichtigt werden.
- Social-Media-Kanäle identifizieren: Unternehmen sollten die Social-Media-Kanäle identifizieren, die ihre Zielgruppe am meisten nutzt. Hierbei können Plattformen wie LinkedIn, Facebook, Instagram oder auch Twitter in Betracht gezogen werden.
- Employer Branding stärken: Durch eine starke Employer Branding-Strategie können Unternehmen ihr Image als Arbeitgeber verbessern und so potenzielle Mitarbeiter auf sich aufmerksam machen. Hierbei können beispielsweise Mitarbeiter-Testimonials, Karriere-Websites oder auch Social-Media-Kampagnen helfen.
- Stellenanzeigen optimieren: Stellenanzeigen sollten so formuliert werden, dass sie die Zielgruppe ansprechen und alle wichtigen Informationen enthalten. Zudem sollten sie auf den Social-Media-Kanälen optimal platziert werden.
- Netzwerke nutzen: Unternehmen können ihre eigenen Netzwerke nutzen, um potenzielle Mitarbeiter zu erreichen. Hierbei können beispielsweise Mitarbeiter oder auch Kunden als Botschafter eingesetzt werden.
- Aktiv bleiben: Um erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen aktiv bleiben und regelmäßig ihre Social-Media-Präsenz pflegen. Hierbei sollten sie auf Fragen und Kommentare von Nutzern reagieren und gegebenenfalls auch Werbung schalten.

Durch die gezielte Nutzung von Social Recruiting können Handwerksbetriebe Fachkräfte gewinnen und ihre Position im Wettbewerb um die besten Mitarbeiter stärken.

Social Recruiting Whitepaper

- 1 Zielgruppe definieren
- 2 Facebook und Instagram als Social-Media-Kanäle auswählen
- 3 Employer Branding stärken
- 4 Stellenanzeigen erstellen
- 5 Kampagne erstellen
- 6 Zielgruppe targeten
- 7 Budget festlegen
- 8 Kampagne starten und optimieren
- 9 Bewerbungen sammeln und Kandidaten auswählen

Social Recruiting Whitepaper

Hier ist ein möglicher Prozess für eine Facebook und Instagram Kampagne, um Fachkräfte für einen Handwerksbetrieb zu gewinnen:

Zielgruppe definieren: Zunächst sollte der Handwerksbetrieb die Zielgruppe für die Kampagne definieren. In diesem Fall könnte es sich um junge Menschen mit einer handwerklichen Ausbildung oder Erfahrung handeln, die in einer bestimmten geografischen Region leben.

Social-Media-Kanäle auswählen: Der Handwerksbetrieb sollte die Social-Media-Kanäle auswählen, auf denen er seine Zielgruppe am besten erreichen kann. Facebook und Instagram sind in diesem Fall wahrscheinlich die besten Optionen.

Employer Branding stärken: Der Handwerksbetrieb sollte seine Arbeitgebermarke stärken, um potenzielle Bewerber anzuziehen. Hierfür könnten Mitarbeiter-Testimonials, Bilder von aktuellen Projekten oder eine Beschreibung des Arbeitsumfelds genutzt werden.

Stellenanzeigen erstellen: Der Handwerksbetrieb sollte Stellenanzeigen erstellen, die auf die Zielgruppe zugeschnitten sind und alle wichtigen Informationen enthalten, wie zum Beispiel die Jobbeschreibung, Anforderungen und Vergütung.

Kampagne erstellen: Der Handwerksbetrieb sollte eine Kampagne erstellen, die aus einer Kombination von Facebook- und Instagram-Anzeigen besteht. Hierbei können beispielsweise Karussell-Anzeigen mit verschiedenen Bildern und Texten genutzt werden, um die Vorteile der Arbeit beim Handwerksbetrieb zu präsentieren.

Zielgruppe targeten: Die Anzeigen sollten an die Zielgruppe angepasst werden, indem bestimmte Merkmale wie Alter, Geschlecht, Interessen und Standort ausgewählt werden, um die Anzeigen gezielt zu platzieren.

Budget festlegen: Der Handwerksbetrieb sollte ein Budget festlegen, das für die Kampagne verwendet werden soll. Hierbei sollte er berücksichtigen, wie viel er für jeden Klick oder jedes Engagement ausgeben möchte.

Kampagne starten und optimieren: Nachdem die Kampagne gestartet wurde, sollte der Handwerksbetrieb die Ergebnisse regelmäßig überwachen und die Anzeigen bei Bedarf optimieren. Hierbei kann er beispielsweise Anzeigen ausschalten, die nicht gut performen, und das Budget auf die Anzeigen verteilen, die besser abschneiden.

Bewerbungen sammeln und Kandidaten auswählen: Wenn die Kampagne erfolgreich war, sollte der Handwerksbetrieb Bewerbungen sammeln und Kandidaten auswählen, die am besten zur Stelle passen. Hierbei sollte er auf eine schnelle und freundliche Kommunikation mit den Bewerbern achten, um ein positives Image als Arbeitgeber zu bewahren.

Dies ist nur ein Beispiel für den Prozess, den ein Handwerksbetrieb durchlaufen kann, um Fachkräfte durch eine Facebook- und Instagram-Kampagne zu gewinnen. Es kann je nach Bedarf und Budget des Unternehmens variieren.