

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung

2. Wie nutze ich Social Media im Recruiting?

3. Social Recruiting: Wie gelingen Facebook Ads?

4. Daten und Fakten zum Social Media Recruiting

Einleitung

Haben Sie sich auch schon einmal gefragt, wie Sie Social Media im Recruiting nutzen können? Was genau bedeutet es, soziale Netzwerke für das eigene Recruiting zu verwenden?

In diesem E-Book möchten wir Ihnen einen Überblick darüber geben, welchen Nutzen Social Media im Recruiting hat.

Themen im E-Book:

- Wie nutze ich Social Media im Recruiting?
- Social Recruiting: Wie gelingen Facebook Ads?
- Daten und Fakten zu Social Media Recruiting

Wie nutze ich Social Media im Recruiting?

Haben Sie sich auch schon einmal gefragt, wie Sie Social Media im Recruiting nutzen können? Was genau bedeutet es, soziale Netzwerke für das eigene Recruiting zu verwenden?

In diesem Artikel möchten wir Ihnen einen Überblick darüber geben, welchen Nutzen Social Media im Recruiting hat.



In Zeiten des Fachmangels ist es nicht mehr so einfach geeignete Bewerber zu finden. Der Arbeitsmarkt hat sich in den letzten Jahren gravierend verändert. Noch im Jahr 2005 bestand in Deutschland eine Arbeitslosenquote von 12 %. Dies hatte zur Folge, dass der Kandidat ein aktiv suchender Kandidat war, der auch einen umständlichen Bewerbungsprozess auf sich genommen hat, um einen Job zu finden. Inzwischen herrscht eine Arbeitslosenquote von nur noch 4 %. Dies bedeutet, dass sich auch das Verhalten des Kandidaten geändert hat. Der Kandidat von heute ist meist nicht aktiv suchend. Daher müssen Recruiter inzwischen auch auf neue Wege der Rekrutierung zurückgreifen.

Soziale Medien werden längst nicht mehr nur als private Kommunikationskanäle genutzt, sondern sind auch beliebte Recruiting Plattformen für Unternehmen. Allgemein bedeutet Social Media im Recruiting die Personalgewinnung in sozialen Netzwerken. Sie können jegliches soziales Netzwerk nutzen. Das bedeutet Business Netzwerke wie Xing und LinkedIn, aber auch Kanäle wie Facebook, Youtube oder teilweise auch Twitter.



Social Media Kanäle bieten den Unternehmen vielfältige Möglichkeiten, mit ihrer Zielgruppe zu kommunizieren und somit die eigene Marke zu stärken und bekannter zu machen. Im Vergleich zu klassischen Jobbörsen mit Stellenanzeigen gibt es im Social Media Recruiting einen direkten Kontakt zum Bewerber und eine wechselseitige Interaktion. Kandidaten können beispielsweise auf eine Stellenanzeige oder ein Jobangebot direkt reagieren oder Fragen stellen.

So dient Ihnen Social Media dazu eine Verbindung zwischen dem Unternehmen und dem Kandidaten aufzubauen, die den Interessenten in einem ersten Schritt an das Unternehmen binden. Außerdem erreichen Sie auch die Kandidaten, die grade nicht aktiv auf Jobsuche sind. Gerade hier bietet Social Media Recruiting ein großes Potenzial. Beispielsweise können Sie bei der Erstellung von Werbeschaltungen genau auswählen und filtern, wem diese Ad angezeigt werden soll. So können Sie passive Kandidaten gut erreichen. Sehen Sie hier wie Sie [Facebook Ads](#), [Xing Ads](#) oder [LinkedIn Ads](#) schalten können.

Mit Talention können Sie auswerten, welche der Social Media Kanäle für Sie die geeigneten sind und von welchen Kanälen sich die geeigneten Kandidaten beworben haben. So lernen Sie für zukünftige Rekrutierungen und bauen wertvolles Know-How auf. Sie müssen nicht jedes Mal wieder bei Null beginnen.

Social Recruiting: Wie gelingen Facebook Ads?

Haben Sie es schon einmal mit Facebook Ads als Recruiting Maßnahme versucht, um passive Kandidaten zu erreichen?

Denn inzwischen können nicht nur Google Ads geschaltet werden, sondern auch Facebook Ads. Social Media Recruiting im Allgemeinen und Facebook Recruiting im speziellen sind gute Kanäle und Maßnahmen, um passive Kandidaten mit neuen Jobs und Stellenangeboten anzusprechen.

In diesem Artikel möchten wir Ihnen zeigen, was Sie bei der Erstellung von Facebook Ads beachten müssen, damit Sie mit diesen auch wirklich die gewünschten Top-Kandidaten überzeugen.

Mit aktuell über 25 Millionen Mitgliedern in Deutschland, einer rund 50%igen täglichen Mitglieder-Login-Rate und einer Verteilung über unterschiedliche Berufe bildet Facebook eine gute Basis für Rekrutierungsmaßnahmen. Durch seine weiträumige Abdeckung ist es auch sehr gut möglich, gelernte Recruiting-Ansprachen in andere Regionen und Zielgruppen zu übertragen.

Durch gezielte Werbeanzeigen kann über Facebook eine hohe Anzahl an Kandidaten schnell erreicht werden. Außerdem kann genau gesteuert werden, wer erreicht werden soll. Bei der Erstellung von Facebook Ads sollten Sie folgende Punkte beachten:

The screenshot shows a Facebook interface with a search bar at the top. The left sidebar contains navigation options like 'News Feed', 'Messenger', and 'Marketplace'. The main content area displays a sponsored post from 'MUCKENHAUPT & NUSSELT' with the text: 'Kollege gesucht! Sie haben wie wir Spaß am Kabel und entwickeln gerne mit und für den Kunden Lösungen? Sie verwandeln Potenziale in konkrete Aufträge? Sie sind im Herzen Mittelständler?'. Below the text is a photo of a man with a beard in a white shirt. The job title is 'Key Account Manager im technischen Vertrieb für Spezialkabel (m/w)'. The ad is sponsored by 'MUNU-KARRIERE.DE'. To the right, there are two more sponsored ads: 'Historische Bilder aus Wuppertal' and 'Talention'.

Screenshot: Beispiel für eine Facebook Ad als Social Recruiting Maßnahme

1. Relevanz für die Zielgruppe

Auf Facebook sind die Menschen in Ihrer Freizeit unterwegs und möchten währenddessen nicht mit der unpassenden Werbung belästigt werden. Es ist also wichtig, dass dem Kandidaten nur relevante Werbung angezeigt wird. Die Facebook Ads haben den Vorteil, dass sie sich sehr genau filtern lassen, beispielsweise nach Wohnort, Alter, Geschlecht, Interessen oder "Gefällt mir"-Angaben.

Nutzen Sie diese Filtermöglichkeit. Denn wenn dem Kandidaten ein für ihn relevanter Job durch eine Facebook Ad angezeigt wird, ist die Wahrscheinlichkeit viel höher, dass er darauf klickt, als wenn der Job nicht passt.

2. Mehrwert ersichtlich

Es sollte direkt ersichtlich sein, was den Kandidaten erwartet. Der Kandidat ist privat auf Facebook unterwegs und wahrscheinlich nicht gezielt auf der Jobsuche. Er muss also schnell davon überzeugt werden, warum er auf das Jobangebot klicken sollte. Nennen Sie also in der Anzeige bereits den Mehrwert Ihres Unternehmens und was Sie von den Wettbewerbern unterscheidet. Dem Kandidaten muss ein Umstand geboten werden, der ihm beispielsweise bei seinem derzeitigen Arbeitgeber nicht gegeben wird.

3. Klare Handlungsaufforderung

Die Handlungsaufforderung, also CTA sollte eindeutig sein und den Kandidaten ansprechen. Eine solche Aufforderung darf nicht fehlen, damit der Kandidat auch tatsächlich auf die Anzeige klickt.

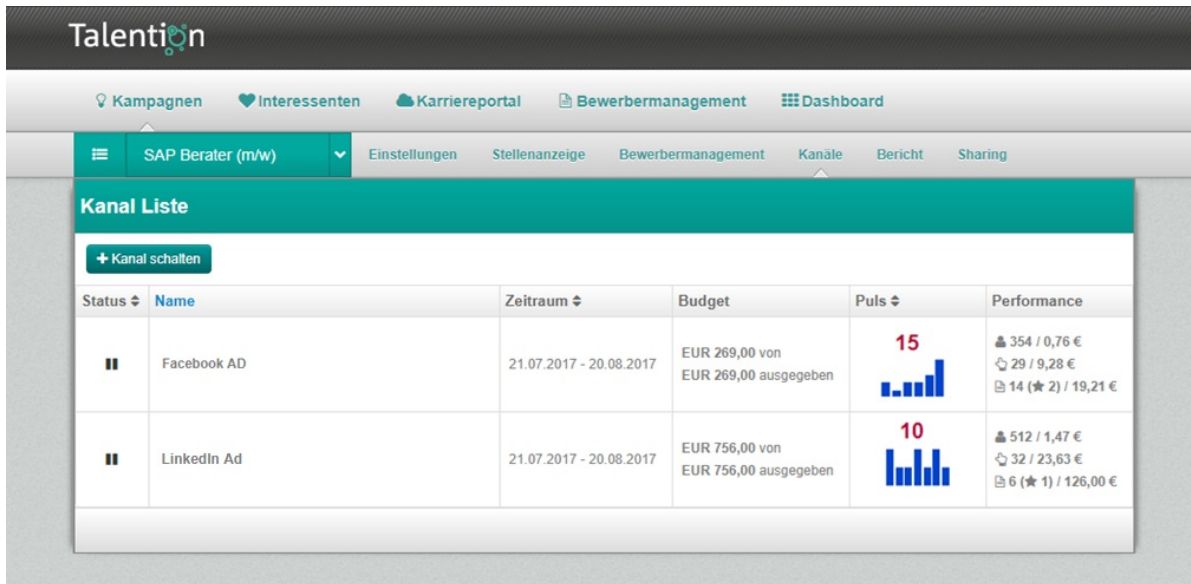
4. Überzeugendes Bild und Text

Sowohl das Bild, als auch der Text sollten der jeweiligen Zielgruppe entsprechen und darauf ausgerichtet sein, diese anzusprechen und zu erreichen.



Die Erstellung von Facebook Anzeigen spielt im Social Recruiting also eine wichtige Rolle, da Sie eine ausführliche Filterfunktion haben, mit der Sie genau die passenden Kandidaten anfiltern können.

5. Tracking und Analyse

Sie sollten für jede Anzeige eine individuelle Tracking ID verwenden. Nur so können Sie im Nachhinein verstehen, wie viele Kandidaten Ihnen die Maßnahme gebracht hat und welcher Kanal sich am besten für Recruiting eignet.



The screenshot shows the Talention user interface. At the top, there is a navigation bar with options like 'Kampagnen', 'Interessenten', 'Karriereportal', 'Bewerbermanagement', and 'Dashboard'. Below this, a secondary navigation bar shows 'SAP Berater (m/w)' and other menu items. The main content area is titled 'Kanal Liste' and contains a table with two rows of advertising data.

Status	Name	Zeitraum	Budget	Puls	Performance
II	Facebook AD	21.07.2017 - 20.08.2017	EUR 269,00 von EUR 269,00 ausgegeben	15 	354 / 0,76 € 29 / 9,28 € 14 (★ 2) / 19,21 €
II	LinkedIn Ad	21.07.2017 - 20.08.2017	EUR 756,00 von EUR 756,00 ausgegeben	10 	512 / 1,47 € 32 / 23,63 € 6 (★ 1) / 126,00 €

Talention bietet Ihnen die Möglichkeit die jeweiligen Kanäle auszuwerten. So erfahren Sie, welche Anzeigen erfolgreich sind und bei den potentiellen Kandidaten gut ankommen. Außerdem können Sie genau erkennen, welche Kanäle welche Kosten verursacht haben und woher die passenden Kandidaten kommen.

Daten und Fakten zum Social Media Recruiting

Die Universität Bamberg führt gemeinsam mit Monster jährlich eine Studie zum Thema "Recruiting Trends" durch. Zu den Befragten dieser Studie gehören die Top-1.000-Unternehmen, 1.000 Unternehmen des Mittelstands, sowie die Top-300-Unternehmen aus der IT-Branche aus Deutschland, sowie 3400 Kandidaten. Haben Sie sich auch schon einmal gefragt, ob Sie Social Media im Recruiting nutzen können? Was genau bedeutet es, soziale Netzwerke für das eigene Recruiting zu verwenden?

Der Recruiting Prozess hat sich in den letzten Jahren weiter entwickelt. Zum einen gibt es viel weniger aktiv suchende Kandidaten, sondern der Großteil der qualitativen Kandidaten befindet sich in einer festen Anstellung.

Zum anderen hat die Digitalisierung dazu geführt, dass sich das Berufsbild des Recruiters grundlegend verändert hat. Der Recruiter von heute muss eine Vielzahl von Methoden beherrschen und eine benötigt neue Technologien, um erfolgreich rekrutieren zu können. Dazu zählt unter anderem Social Media Recruiting.

In diesem Artikel möchten wir Ihnen einige Daten und Fakten zum Social Media Recruiting erläutern, damit sie deren Wichtigkeit erkennen.



Es beurteilen 36,6 % der mittelständischen Unternehmen den Einsatz von XING, Facebook und Co. als positiv. Außerdem sind zwei Drittel der Kandidaten davon begeistert, wenn Unternehmen Social-Media-Anwendungen in der Personalbeschaffung einsetzen.

Gerade für die junge Generation wird Social Media im Recruiting eingesetzt: Unter den Top-1.000- Unternehmen sind zwei Drittel der Meinung, dass es notwendig ist, verstärkt in Social Media präsent zu sein, um Kandidaten aus der Generation Y (Jahrgänge 1981-1998) rekrutieren zu können. In dieser Generation finden es 72,9 % gut, wenn Unternehmen Social-Media-Anwendungen einsetzen.

Social Media Recruiting scheint sich inzwischen also entwickelt zu haben, so haben bereits 27,3 % der Top-1.000-Unternehmen eine explizite Strategie für den Einsatz von Social Media in der Personalbeschaffung entwickelt.

Social Media Kanäle werden für unterschiedliche Aufgaben verwendet: Stellenausschreibung, Imagewerbung bzw. Employer Branding, Active Sourcing und die Suche nach Informationen über bereits identifizierte Kandidaten. Doch welche Kanäle werden hierfür genau verwendet?

Schaltung von Stellenanzeigen

Der beliebteste Kanal für die Schaltung von Stellenanzeigen ist Xing, dieser liegt mit 25 % weit vorne. An Platz zwei steht LinkedIn mit 11 % und an dritter Stelle steht Facebook mit 6,1 %.

Imagewerbung/Employer Branding

Der beliebteste Kanal, um Employer Branding zu betreiben ist Facebook mit 25,3 %. An zweiter Stelle steht Xing mit 22,2 % und auf Platz drei steht LinkedIn mit 16,5 %.

Active Sourcing

Um Kandidaten aktiv anzusprechen liegt Xing an Platz eins mit 22,2 %. An zweiter Stelle steht LinkedIn mit 9,2 %. Den dritten Platz belegt hier Facebook mit 2 %.

Suche nach Informationen über bereits identifizierte Kandidaten

Der bevorzugte Kanal, um Informationen über bereits identifizierte Kandidaten zu erlangen, ist Xing mit 16,5 %. Auf Platz zwei steht hier LinkedIn mit 11,2 %. Den dritten Platz belegt Facebook mit 6,1 %.

Sie sehen also, dass Social Media im Recruiting inzwischen eine große Rolle spielt. Sie erreichen vor allem auch die Kandidaten, die grade nicht aktiv auf Jobsuche sind. Beispielsweise können Sie bei der Erstellung von Werbeschaltungen genau auswählen und filtern, wem diese Ad angezeigt werden soll. So können Sie passive Kandidaten gut erreichen. Sehen Sie hier wie Sie [Facebook Ads](#), [Xing Ads](#) oder [LinkedIn Ads](#) schalten können.

Mit Talention können Sie auswerten, welche der Social Media Kanäle für Sie die geeigneten sind und von welchen Kanälen sich die geeigneten Kandidaten beworben haben. So lernen Sie für zukünftige Rekrutierungen und bauen wertvolles Know-How auf. Sie müssen nicht jedes Mal wieder bei Null beginnen.

Gerne zeigen wir Ihnen in einer kostenlosen Demo, wie die Umsetzung für Ihr Unternehmen aussehen kann. [Hier können Sie eine kostenlose Demo anfordern.](#)