

LDD®

TALENT- GEWINNUNG

via soziale Netzwerke

6 Erfolgsfaktoren im Social Recruiting

ALS ÖSTERREICHS NUMMER EINS IM DIALOGMARKETING WISSEN DIE EXPERT:INNEN VON LDD COMMUNICATION EXAKT, WIE ERFOLGREICHE MITARBEITER:INNENGEWINNUNG ÜBER SOCIAL-MEDIA-KANÄLE FUNKTIONIERT.

Revolution im Recruiting: Unternehmen bewerben sich bei Kandidat:innen

Der akute Fachkräftemangel trifft alle Branchen im Land. Gesucht werden neue Mitarbeitende quer durch alle Alters- und Berufsgruppen: von Future Talents bis hin zu erfahrenen Professionals, Blue Collar Worker wie White Collar Worker. LDD Communication hat diese Entwicklung frühzeitig erkannt und bietet Recruiter:innen bereits seit einigen Jahren mit maßgeschneiderten digitalen Dialogkampagnen kompetente Hilfestellung bei der Suche nach qualifizierten Arbeitskräften.

Vorteile von sozialen Netzwerken in der Mitarbeiter:innen-Suche

- Detaillierte Zielgruppendefinition
- Selektiv, kosteneffizient, messbar
- Effektive Generation von Kontaktanfragen durch neue Technologien
- Zusatznutzen Community Content
- Direkte Interaktionsmöglichkeiten für Unternehmen und potenzielle Bewerber:innen
- Kurze Produktionsdauer

Perfekte Bewerber:innen finden

Auf welchen Social-Media-Channels bewirbt man sich als Arbeitgeber? Das hängt maßgeblich von der Zielgruppe ab. Robert Lacher, MBA, Head of Digital Services bei LDD Communication GmbH, erklärt das Erfolgsprinzip: „Wir holen potenzielle Mitarbeiter:innen jeder Branche punktgenau dort ab, wo sie sich aufhalten. Auch jene, die nicht oder nur passiv nach einem neuen Job suchen und keine Stellenangebote lesen. Dabei nutzen wir die Vielfalt der Social-Plattformen und liefern geballtes **Know-how aus einer Hand**: von der **strategischen Kampagnenplanung** über **maßgeschneiderte Kreationen** bis hin zur **präzisen Werbewirkungsmessung.**“

6 Erfolgsfaktoren im Social Recruiting

1. Zielgruppendefinition & -bearbeitung

Um potenzielle Mitarbeiter:innen bestmöglich erreichen zu können, ist das Wissen über die Zielgruppe das Um und Auf. Beispiel Lehrlingsrecruiting: Wie tickt die Gen Z? Welche Werte, welche Benefits sind jungen Menschen wichtig? Dazu zählen laut Lacher u. a. flexible Arbeitszeiten (Gleitzeit, Homeoffice, mobile Working, 4-Tage-Woche), Auszeit (Sabbaticals, unbezahlter Urlaub), Weiterbildungsmöglichkeiten, Mobilität (Klimaticket, E-Dienstfahrzeuge), Gesundheit und Wohlbefinden (Altersvorsorge, Essensgutscheine, gratis Fitnessangebote) sowie das Thema Community (Unternehmensevents).

2. Channel-Auswahl

„Potenzielle Lehrlinge erreichen wir gezielt auf dem Instant-Messaging-Dienst Snapchat, der Video-Trendplattform TikTok sowie dem Audio-Streaming-Dienst Spotify, während deren Eltern auf Facebook und Instagram angesprochen und von einer Ausbildung überzeugt werden können. Diese beiden Kanäle gelten ebenso für die Suche nach Fachkräften. Das Business-Netzwerk LinkedIn eignet sich wiederum perfekt für die Ansprache von Business Professionals“, erläutert Lacher.

3. Kombination aus Organic- & Paid-Media

Organische Social Media (Posten von kostenlosen Inhalten) und Paid Social Media (bezahlte Ads) verfolgen unterschiedliche Ziele. „Basierend auf dem Werbewirkungsprinzip (A-I-D-A Modell) konzentrieren sich Paid-Ads primär auf den ersten Berührungspunkt (Attention) mit potenziellen Kandidat:innen, wohingegen organische Inhalte mit einer meist umfangreicheren Beschreibung bereits die nächste Ebene (Interest) ansprechen und weiterführende Inhalte liefern“, so der Experte.

4. Optimierte Candidate Experience & Candidate Journey

Selbstverständlich sind auch bei der digitalen Kandidat:innensuche das positive Bewerbererlebnis im Rahmen des Bewerbungsprozesses bzw. der Weg, den potenzielle Mitarbeitende vom ersten Kontaktpunkt mit einem Unternehmen bis hin zum Abschluss des Bewerbungsverfahrens zurücklegen – aus Sicht des Kandidaten –, von zentraler Bedeutung. Dazu meint Lacher: „Vergleichbar zum Sales-Bereich gilt es auch im Recruiting, einen Funnel zu schaffen. Einerseits soll dabei abgesichert werden, dass Interessent:innen einen schlüssigen Prozess durchlaufen; andererseits erhalten ausschreibende Unternehmen dadurch die Möglichkeit, in einzelne Prozessschritte einzugreifen, diese auszuwerten und zu optimieren.“

5. Authentizität & Kreativität in der Kommunikation

Damit Ads überzeugen und die gewünschte Wirkung erzielen, müssen diese perfekt auf die Zielgruppe und den jeweiligen Channel abgestimmt werden. Lacher: „Demzufolge könnten Karriere-Schaltungen auf LinkedIn und beispielsweise TikTok unterschiedlicher nicht sein. Jedoch gilt eines für alle Netzwerke gleichermaßen: eine authentische und kreative Darstellung. Dies begünstigt darüber hinaus die Stabilität des neuen Mitarbeitenden.“

6. Verschiedene & interaktive Werbeformate

Multi-Channeling als Erfolgsbringer. „Um nur eine Case Study zu nennen: Im Rahmen der umfassenden Lehrlingskampagne für die WKÖ Bundessparte Handel beschränkten wir uns nicht nur auf Social-Kanäle, sondern setzten überdies eine Landingpage, eine Audio-Kampagne auf Spotify, einen Print-Folder sowie einen Messestand um“, verrät der Social-Media-Profi von LDD. Sein Fazit: „Eine einheitliche Kommunikation über möglichst viele On- und Offline-Kanäle verstärkt die Werbewirkung deutlich.“

LDD: Zertifizierter Werbepartner am Puls der Zeit

„Die Tatsache, dass LDD als **offizieller Werbepartner von Instagram, Facebook, LinkedIn, Snapchat, TikTok, Spotify und weiteren Netzwerken** agiert, untermauert unser Know-how auf diesem Gebiet und garantiert unseren Kund:innen, dass wir auch in Sachen Social Recruiting immer up to date sind“, so Robert Lacher abschließend.

Rückfragen & Kontakt

Robert Lacher, MBA

Head of Digital Services LDD Communication GmbH

E-Mail: robert.lacher@ldd.at

Tel.: +43 699 150 365 30



Robert Lacher, MBA, LDD

Über LDD Communication GmbH – ldd.at

LDD Communication, die Nummer 1 im Dialog*, zählt mit über 30 Jahren Erfahrung, über 30 Mitarbeiter:innen und 3 Standorten in Gmunden, Salzburg und Wien zu den größten Multi-Channel-Dialog-Agenturen Österreichs. Von passgenauer, hocheffizienter und messbarer Kommunikation aus einer Hand profitieren nationale wie internationale Unternehmen aller Größen und Branchen.

*LDD Communication ist Gewinner des medianet xpert.award 2023 in der Kategorie Dialogmarketing-Agenturen.

Fotocredits

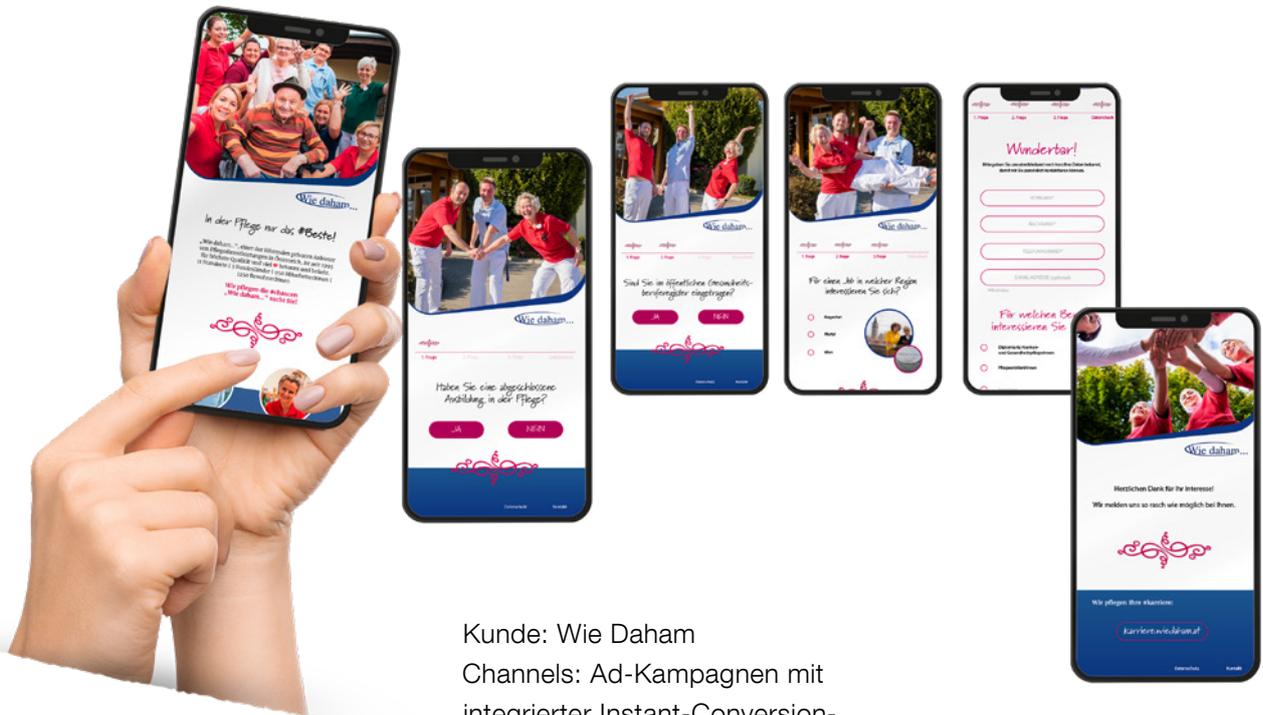
Foto Robert Lacher, MBA, Head of Digital Services bei LDD Communication: LDD Communication GmbH



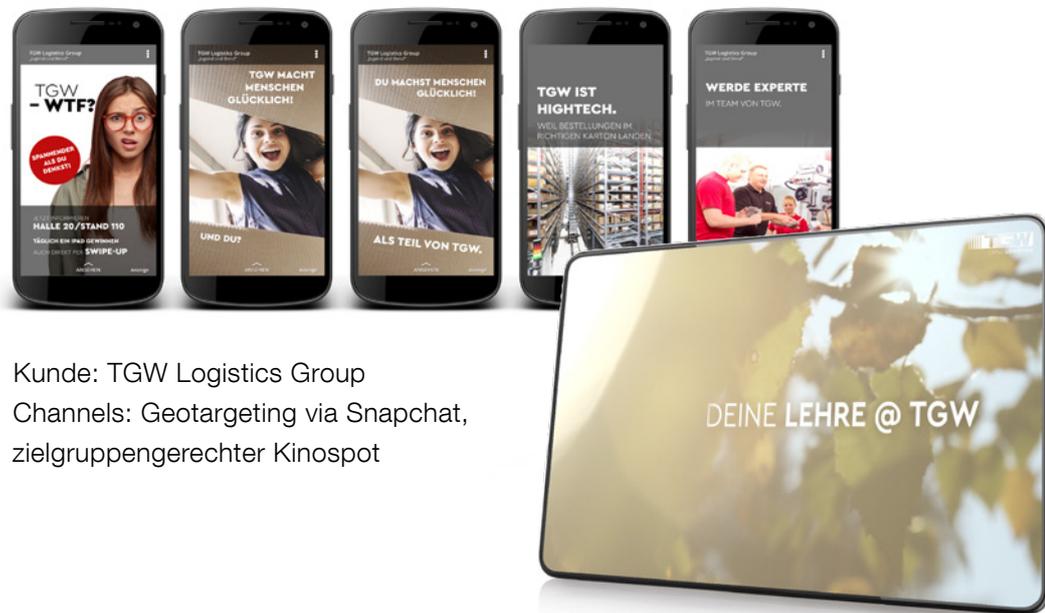
Kunde: Miba Bearings
 Channels: Employer-Branding-Kampagne
 in den USA via facebook und Instagram



Kunde: WKO Sparte Handel
 Channels: Cross-mediale Kampagne:
 Snapchat Ads, Landingpage, Messe-
 stand, Broschüren, Spotify Ads und
 vieles mehr



Kunde: Wie Daham
 Channels: Ad-Kampagnen mit integrierter Instant-Conversion-Landingpage via facebook / Instagram



Kunde: TGW Logistics Group
 Channels: Geotargeting via Snapchat, zielgruppengerechter Kinospot