

PRAXIS REPORT



**Qualifizierte Fachkräfte
für Ihre Praxis in nur 3
Monaten einstellen**

Fallstudien:

- Bucher Physio Team aus Nürnberg stellt innerhalb 19 Tagen eine Fachkraft ein
- Praxis aus Neuss bekommt mit der 3P-Matching-Methode 8 Bewerber innerhalb von 3 Monaten



Mit Hakan Kadir
Experte für
Recruiting im Heil-
und Pflegebereich



HP Service

Heil- und Pflegepersonal Service

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	1
ÜBER MICH	2
SCHWIERIGKEITEN	3
DIE 3P-MATCHING-METHODE	5
META PIXEL	6
PRAXISBEISPIELE	8
RESULTATE	10
KUNDENFEEDBACK	11

ÜBER MICH

BACKGROUND

Mein Name ist Hakan Kadir, und ich verfüge über 3,5 Jahre Erfahrung im Marketing. Diese Erfahrung habe ich bei einer der führenden Agenturen im DACH-Raum gesammelt, die sich auf die Bauindustrie spezialisiert hat. Als ich in die Agentur eintrat, war sie bereits ein Jahr am Markt. Während meiner Zeit dort konnte ich aktiv zum Aufbau und Wachstum der Agentur beitragen.

Meine Arbeit umfasste die Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien, die den Kunden helfen, ihre Marktposition zu verbessern. Diese Erfahrungen haben mir tiefgehende Einblicke in die Bedürfnisse spezialisierter Branchen verschafft und meine Expertise im zielgerichteten Marketing gestärkt.

Mit diesem Wissen habe ich meine eigene Agentur gegründet. Heute unterstütze ich Physiopraxen dabei, qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen und ihre Praxis erfolgreich im Markt zu positionieren.



SCHWIERIGKEITEN

Die gesamte Branche beziehungsweise das ganze Land leidet unter einem Fachkräftemangel. Dieser Mangel an qualifizierten Arbeitskräften ist ein zentrales Thema für die deutsche Wirtschaft und hat sowohl kurzfristige als auch langfristige Auswirkungen auf Unternehmen und den Arbeitsmarkt insgesamt.

Demografischer Wandel:

Deutschland steht vor einer alternden Bevölkerung, was bedeutet, dass viele erfahrene Fachkräfte in den nächsten Jahren in den Ruhestand gehen werden. Gleichzeitig rückt eine kleinere Anzahl junger Menschen in den Arbeitsmarkt nach, was das Angebot an qualifizierten Arbeitskräften verringert.

Steigende Anforderungen:

Ein weiteres Problem ist die Sichtbarkeit in der Region. Praxen müssen eine gezielte Reichweite und Präsenz aufbauen, um in der lokalen Gemeinschaft wahrgenommen zu werden. Ohne eine effektive Sichtbarkeitsstrategie riskieren sie, in der Flut von Stellenangeboten unterzugehen.

Mangel an Ausbildungsabsolventen:

Es gibt in bestimmten Berufen weniger Auszubildende als benötigt. Vor allem handwerkliche Berufe und die Pflegebranche sind hiervon betroffen. Viele Jugendliche entscheiden sich eher für akademische Laufbahnen, was zu einem Mangel an Absolventen in den Ausbildungsberufen führt.

Regionaler Unterschied:

Der Fachkräftemangel zeigt sich besonders stark in ländlichen Regionen, während Ballungsgebiete oft noch besser aufgestellt sind. Dies verschärft die Problematik, da Unternehmen in strukturschwächeren Gebieten größere Schwierigkeiten haben, qualifiziertes Personal zu gewinnen.

SCHWIERIGKEITEN

Die Gesundheitsbranche kämpft mit einem Fachkräftemangel, da viele Top-Talente bereits gebunden sind. Unternehmen müssen ihre Arbeitsbedingungen verbessern und attraktive Angebote machen, um qualifizierte Bewerber zu gewinnen und zu halten.

Fachkräftemangel:

Die Gesundheitsbranche sieht sich einem erheblichen Mangel an qualifizierten Fachkräften gegenüber, was die Rekrutierung und Sicherstellung von kompetentem Personal erschwert.

Gebundene Talente:

Die besten Fachkräfte sind häufig bereits in bestehenden Positionen engagiert oder fest an andere Arbeitgeber gebunden, was ihre Verfügbarkeit stark einschränkt.

Unternehmens- optimierung:

In einem solchen Wettbewerb um Talente ist es entscheidend, das Beste aus den eigenen Ressourcen und dem bestehenden Team herauszuholen. Dies beinhaltet die Verbesserung der Arbeitsbedingungen, der internen Prozesse und der Mitarbeiterbindung, um die Effizienz und Attraktivität des Unternehmens zu steigern.

Attraktive Angebote:

Um dennoch qualifizierte Bewerber zu gewinnen, müssen Unternehmen wettbewerbsfähige und ansprechende Angebote machen. Dazu gehören nicht nur attraktive Gehälter, sondern auch zusätzliche Benefits wie flexible Arbeitszeiten, Weiterbildungsmöglichkeiten und eine positive Unternehmenskultur, die potenzielle Mitarbeiter anspricht und langfristig bindet.

DIE 3P-MATCHING-METHODE

Die 3P-Matching- Methode kombiniert traditionelle Prozesse mit moderner KI-Technologie, um die Bedürfnisse der Praxis präzise zu erfassen, das Angebot optimal zu präsentieren und gezielt qualifizierte Kandidaten zu erreichen.

PRÄZISE ZIELGRUPPENANSPRACHE DURCH KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Profil:

HERAUSFINDEN, WAS DIE PRAXIS SICH WÜNSCHT UND WELCHE SPEZIFISCHEN ANFORDERUNGEN SIE AN DIE NEUEN MITARBEITER HAT.

Potenzial-Analyse:

ANALYSIEREN, WAS DIE PRAXIS BIETET, EINSCHLIESSLICH IHRER STÄRKEN UND ALLEINSTELLUNGSMERKMALE, UM DIESE IM RECRUITING-PROZESS HERVORZUHEBEN.

Platzierung:

AI-ALGORITHMEN NUTZEN, UM GEZIELTE WERBEANZEIGEN ZU SCHALTEN. DIESE ANZEIGEN WERDEN AUF BASIS VON DATENANALYSEN UND ZIELGRUPPENINSIGHTS OPTIMIERT, UM DIE BESTEN UND KOMPATIBELSTEN MITARBEITER ANZUSPRECHEN.

META PIXEL

Der letzte und wichtigste Schritt ist die Platzierung bzw. der Einsatz unseres Meta Pixels.

PRÄZISE ZIELGRUPPENANSPRACHE DURCH UNSEREN INTEGRIERTEN META-PIXEL:

Ein entscheidender Faktor für den Erfolg unserer Werbekampagnen ist der Einsatz des Meta Pixels. Vielleicht kennen Sie den Meta Pixel bereits – es handelt sich dabei um ein leistungsstarkes Werkzeug, das tiefgreifende Einblicke in das Verhalten Ihrer potenziellen Bewerber bietet.

Jeder von uns hinterlässt einen digitalen Fußabdruck, das heißt, unser Verhalten im Internet wird aufgezeichnet. Wenn ich zum Beispiel neue Schuhe benötige, erfährt das gesamte Internet davon, und ich werde mit Werbung für passende Schuhe angesprochen. Ähnlich, aber noch präziser funktioniert der Meta Pixel. Wenn jemand in Ihrer Region heimlich nach einer neuen Stelle sucht, erkennt der Pixel dieses Verhalten und zeigt gezielte Werbung für Ihre Stellenangebote dieser Person an. Diese potenziellen Bewerber sind oft nicht auf traditionellen Jobplattformen wie StepStone oder anderen gelistet.



VORTEILE DES META PIXELS:

- 1. Präzise Zielgruppenansprache:** Der Meta Pixel sammelt Daten über das Verhalten von Nutzern, die Ihre Anzeige gesehen oder darauf reagiert haben. Dadurch können wir die Zielgruppenansprache immer weiter verfeinern, sodass Ihre Anzeigen nur denjenigen Personen angezeigt werden, die wirkliches Interesse haben oder ideal für Ihre offenen Positionen geeignet sind.
- 2. Kontinuierliches Lernen:** Mit jeder Interaktion lernt der Meta Pixel dazu. Er erkennt Muster und Vorlieben Ihrer Zielgruppe und passt die Ausspielung der Anzeigen entsprechend an. So erreicht die Werbung genau die Personen, die am ehesten auf Ihr Angebot reagieren.
- 3. Schnellere Ergebnisse:** Durch die ständige Optimierung der Zielgruppenansprache verkürzt sich die Zeitspanne, bis die ersten Ergebnisse sichtbar werden. Das bedeutet für Sie: schneller qualifizierte Bewerber und weniger Streuverluste.
- 4. Effizientere Budgetnutzung:** Da der Meta Pixel Ihre Anzeigen immer gezielter ausspielt, wird Ihr Werbebudget effizienter genutzt. Sie investieren weniger in unproduktive Anzeigen und erhalten mehr qualifizierte Leads.



BUCHER PHYSIOTEAM

In der Zusammenarbeit mit dem Louis von Bucher Physioteam hat sich gezeigt, wie effektiv der Einsatz des Meta Pixels sein kann. Innerhalb von nur 19 Tagen konnte mit einem Werbebudget von lediglich 300 Euro eine geeignete Fachkraft eingestellt werden.

Diese schnellen Ergebnisse sind unter anderem dem Meta Pixel zu verdanken, der die Zielgruppe präzise ansprach und die Kampagne kontinuierlich optimierte.



PRAXISBEISPIELE

WERBEANZEIGEN IM FOKUS

Werbeanzeigen sollten immer klar und deutlich sein. Es muss auf den ersten Blick erkennbar sein, worum es geht und für wen die Anzeige gedacht ist.

In der heutigen Zeit ist die Aufmerksamkeitsspanne der Menschen durch die Technik stark zurückgegangen. Daher muss eine Anzeige nicht perfekt sein, sondern die potenziellen Bewerber so ansprechen, dass sie nicht einfach weiter scrollen.

Wichtig ist, die Benefits des Unternehmens anzugeben. Der Standort und die Information, ob es sich um eine Vollzeit- oder Teilzeitstelle handelt, können ebenfalls erwähnt werden, sind aber kein Muss. Dabei sollte darauf geachtet werden, die Anzeige nicht zu überladen. Der aktuelle Trend geht hin zu einem minimalistischen Design. Hier gilt: Weniger ist mehr.

Man könnte denken, dass jeder eine solche Anzeige schalten kann. Doch sie richtig zu positionieren – das ist die wahre Kunst.



PRAXISBEISPIELE

BEWERBUNGS- FUNNELS: SCHNELL, EINFACH, EFFEKTIV

Der Funnel sollte ebenfalls nicht mit zu vielen Fragen und zu viel Text überladen sein. Stellen Sie sich vor, ein Bewerber sitzt gerade in der Bahn oder im Bus, auf dem Weg zur oder von der Arbeit. Die Aufmerksamkeitsspanne ist in solchen Momenten so gering, dass bei zu viel Text die Gefahr besteht, dass die Person abschaltet und den Bewerbungsprozess abbricht. Um dies zu vermeiden, gestalten wir unsere Funnels mit wenig Text und wenigen Fragen, sodass möglichst wenig Reibung entsteht und die Bewerbung innerhalb von Sekunden abgeschlossen werden kann.

Nach der Eingabe der Kontaktdaten landet der Bewerber in unserem System, und wir kontaktieren ihn, mit seiner Erlaubnis, telefonisch erneut. So stellen wir sicher, dass der Bewerber, den wir Ihnen vermitteln, wirklich qualifiziert ist und Ihren Anforderungen entspricht.



RESULTATE

Erfolgreiche Projekte: Mitarbeiter- und Kundengewinnung



**Louis Helmreich
aus Nürnberg**

Louis von Bucher beauftragte uns mit der Aufgabe, qualifizierte Mitarbeiter für seine Physiotherapiepraxis zu gewinnen. Innerhalb von nur 19 Tagen konnten wir vier qualifizierte Bewerber generieren, von denen schließlich einer erfolgreich eingestellt wurde.

Dieser Erfolg zeigt, wie effektiv unsere maßgeschneiderten Kampagnen in der Ansprache und Gewinnung von Fachkräften sind, selbst in einem wettbewerbsintensiven Markt wie der Physiotherapie.



**Leon Funkel
aus Neuss**

Für Leon Funkel setzten wir eine dreimonatige Kampagne zur Mitarbeitergewinnung um. In diesem Zeitraum gelang es uns, acht qualifizierte Bewerber zu gewinnen. Leon war in der Lage, seine Belegschaft effizient zu erweitern, was ihm ermöglichte, sein Unternehmen weiter auszubauen und zu stärken.

Unsere zielgerichteten Strategien stellten sicher, dass die Bewerber nicht nur fachlich geeignet waren, sondern auch gut zu den individuellen Bedürfnissen des Unternehmens passten.

KUNDENFEEDBACK

LOUIS HELMREICH: BUCHER PHYSIOTEAM

1 Bewertung auf ProvenExpert.com

5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT

Neueste zuerst

Alle (1)

5 Sterne (1)

4 Sterne (0)

3 Sterne (0)

2 Sterne (0)

1 Stern (0)

5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT



Empfehlung

Innerhalb kurzer Zeit hatten wir die ersten zwei Bewerbungen. Alle Erwartungen wurden erfüllt oder übertroffen. Super Zusammenarbeit und Einsatz.

Qualität	★★★★★	5,00
Nutzen	★★★★★	5,00
Leistungen	★★★★★	5,00
Umsetzung	★★★★★	5,00
Beratung	★★★★★	5,00

✓ Kundenservice
SEHR GUT (5,00)

✓ Preis / Leistung
SEHR GUT (5,00)

Erfahrungsbericht & Bewertung zu:
Heil- und Pflegepersonal Service

Weniger anzeigen

17.06.2024 15:03 | Louis H.

[E-Mail an Bewerter](#) | [Kommentar verfassen](#) | [Bewerter um Überarbeitung bitten](#) | [Bewertung melden](#)

[Bewertung teilen](#)

“Innerhalb kurzer Zeit hatten wir die ersten zwei Bewerbungen. Alle Erwartungen wurden erfüllt oder übertroffen. Super Zusammenarbeit und Einsatz.”

DANKE!

Vielen Dank für Ihre Zeit und Aufmerksamkeit. Wenn Sie bis hierhin gelesen haben, gehe ich davon aus, dass Sie Bedarf an Mitarbeitern haben und Interesse an unseren Dienstleistungen. Selbst wenn es nur darum geht, offene Fragen zu klären, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Unter folgendem Link:
<https://calendly.com/hundpservice/erstgesprach?month=2024-08>

können Sie einen Termin buchen, bei dem ich auf all Ihre Fragen eingehe und Sie unverbindlich berate. Das Gespräch ist für Sie völlig kostenlos.

KONTAKT

HELENENSTR.20A
30519 HANNOVER
TEL: +49 176 2359 4340
E-MAIL:
HAKAN_KADIR@OUTLOOK.DE



Onlineversion:
Hier klicken, um einen Termin zu vereinbaren

