

RECRUITING NEU GEDACHT

So finden Sie passende Mitarbeiter in wenigen Wochen



„Fachkräftemangel erreicht laut Statistik erst 2036 seinen Höhepunkt, d.h. es wird jedes Jahr schwerer Ihre Zielgruppe zu erreichen.“

Wer also jetzt schon Probleme beim Besetzen seiner Stellen hat, sollte daher so schnell wie möglich anfangen sich damit zu beschäftigen, denn es wird sonst Jahr zu Jahr sicher nicht leichter.

Diese **Checkliste** wird Ihnen dabei helfen, Ihren Recruiting-Prozess deutlich zu verbessern und wieder **Leichtigkeit** in das Thema zu bringen.

Recruiting kann nämlich auch in herausfordernden Zeiten **Spaß** machen, wenn man das richtige **Know-how** hat.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen nun viel Spaß mit unserer Checkliste.

Unsere Ziele



Bewerber effektiv ansprechen



Mehr Bewerber generieren



Stellen schneller besetzen



Bewerberqualität steigern

Checkliste Schritt I

Definieren Sie Ihre klare Wunschzielgruppe



Konkrete Zielgruppe definieren:

Ein Ingenieur mit 20 Jahren Erfahrung oder ein Berufseinsteiger macht einen sehr großen Unterschied.



Desto klarer die **Zielgruppe** definiert ist, desto passender kann man diese ansprechen und **emotional abholen**.



Haben Sie Mut, Ihren Wunschkandidaten zu definieren.

Checkliste Schritt II

Erarbeiten Sie Ihr Wertversprechen



Was ist Ihr Wertversprechen mit dem Sie Ihre Traumkandidaten abholen wollen?



Schreiben Sie einen Satz auf, der den Bewerber näher an Sie heran holt. Warum soll er sich für Sie entscheiden?



Erfahrungsgemäß sind 90% von dem, was Ihnen zuerst in den Sinn kommt, heutzutage **bereits selbstverständlich**. Versuchen Sie das noch genauer heraus zu arbeiten. Was ist an Ihnen, an Ihrem Job einzigartig (Ihr USP)?

Checkliste Schritt II

Erarbeiten Sie Ihr Wertversprechen



Werden Sie sich bewusst, **es sind keine Bewerber, es sind INTERESSENTEN**. Die haben die Wahl! Was ist so interessant an Ihnen/ Ihrem USP? Womit können Sie aus der Masse herausstechen? Welche Punkte sind für den Bewerber tatsächlich relevant?



Verstehen Sie Ihre Zielgruppe wirklich? Wer genau ist Ihre Zielgruppe? Lernen Sie diese richtig kennen und nehmen Sie sich Zeit dafür z.B. durch Recherchen, Umfragen, Interviews der gleichen Zielgruppe im eigenen Betrieb, etc..

Checkliste Schritt II

Erarbeiten Sie Ihr Werteversprechen



Was genau ist für Ihre Zielgruppe wichtig? (Beispiel von CFO Orizon, Alexander Schürer, für ein Werteversprechen: „Bei uns kannst du arbeiten, wann, wo und was du willst.“).
Bitte beachten Sie dabei: Ihr Werteverprechen muss natürlich auch leistbar sein und der Wahrheit entsprechen.



Die klassische Aufteilung und Struktur von Stellenanzeigen ist: „Deine Aufgaben – Das bringst Du mit – Dein Profil – Über uns – Vorteile für Dich“.
Was holt einen Interessenten hier ab? Nichts, das macht nämlich jeder!
Deshalb ist es so wichtig, dass Sie Ihr Werteverprechen glasklar haben, von vornherein nennen und sich von der Masse abheben.

Checkliste Schritt II

Erarbeiten Sie Ihr Wertversprechen



In den ersten 50% der Anzeige sprechen Sie nur über Ihr Wertversprechen!

Stellen Sie Ihre Benefits in den Vordergrund: „Wenn Du bei uns arbeitest, profitierst Du von a, b, c, d, etc.“. Über die Benefits transportieren Sie auch die Beschreibung Ihres Unternehmens, aber gehüllt in Vorteilskommunikation.



Damit holen Sie Interessenten emotional ab und erzeugen eine Sogwirkung!

Checkliste Schritt II

Merke zum Werteversprechen

Ein Werteversprechen ist UNGLEICH Werbeversprechen!

Denken Sie nicht, man muss etwas anderes darstellen als man ist. **Seien Sie authentisch!** Stellen Sie den Kern Ihrer Firma dar.

Warum arbeiten die jungen, hippen Leute in Ihrer Firma? Damit kann man sehr authentisch diese Geschichten in den Vordergrund stellen. „Warum hast Du hier angefangen? Warum bist Du hier? Was ist Dein Antrieb?“ Das kann bereits mit simplen Kameras und einfachen Mitteln festgehalten und präsentiert werden.

Checkliste Schritt II

Unsere Tipps für Sie

Weil es so wichtig ist, nochmals:
Beschäftigen Sie sich aktiv mit der Zielgruppe!

Reden Sie also öfter mal mit den Leuten und finden Sie so Ihr **authentisches Werteversprechen**, das Sie auch halten können.

Authentizität is king!

Dieser Zeitinvest wird sich doppelt und dreifach lohnen.

Wenn Sie es schaffen, dass Sie damit **Resonanz** erzeugen, dann haben Sie eine unfassbar große **Hebelwirkung**.

Checkliste Schritt III

Bauen Sie Ihren ultimativen Bewerbermagnet auf



70% aller Arbeitnehmer sind unzufrieden in ihrem Job, aber nicht aktiv auf Jobsuche. Nutzen Sie das als enormen Vorteil, den Sie damit aufbauen können.



Etwa **90%** aller Arbeitgeber präsentieren sich auf StepStone, Indeed, etc..



Nur **5%** der Arbeitnehmer sind auf solchen Plattformen unterwegs.



Wie können Sie nun diese Leute erreichen?
Über **Social Media!**

Checkliste Schritt III

Bauen Sie Ihren ultimativen Bewerbermagnet auf



Welche Social Media-Kanäle sind für Sie bzw. Ihre Zielgruppe die richtigen?

Snapchat, TikTok, BeReal, YouTube, Instagram, Facebook, (LinkedIn)?



Machen Sie sich klar: **Wen wollen Sie erreichen?** Berufsanfänger? Berufserfahrene? Ingenieure? ...



Wie bauen Sie das nun auf? Am besten ist es auf dem (richtigen!) Social Media-Kanal eine Brand aufzubauen um **Reichweite** zu **generieren**. Mit viel Zeit kann man das über Content erreichen.

Checkliste Schritt III

Bauen Sie Ihren ultimativen Bewerbermagnet auf



Wenn Sie jedoch das Geld anstatt in gewöhnliche Werbung (StepStone, Indeed, etc.) für **Social Media-Werbeanzeigen** verwenden, und zwar genau auf der Plattform, auf der in einem bestimmten lokalen Umkreis **genau Ihre Zielgruppe** unterwegs ist, diese gerade genervt von ihrer Arbeit heim kommt und nun in Social Media entspannt, das gekoppelt mit einem **top Werteversprechen** und einem **Hin-zu-Sog**, da Sie genau deren **Wünsche und Träume** ansprechen, dann ist das eine **riesige Resonanzchance!**

Checkliste Schritt III

Bauen Sie Ihren ultimativen Bewerbermagnet auf



Potenzielle Arbeitnehmer sollten auch im nächsten Klick nicht wieder ausgebremst werden, sondern sich **direkt vom Smartphone aus in 2 Minuten bewerben** können. **Es ist extrem wichtig, die Hürde so gering wie möglich zu halten.**



Das heißt, **keine PDFs oder umständliche Bewerbungsvorgänge** mit Einreichung eines Bewerbungsschreibens und Lebenslaufs, sondern **100% Smartphone optimierte Anzeigen!**



Dazu brauchen Sie ein **sympathisches/ansprechendes Bild auf der Frontseite mit einem ersten Wertversprechen**, wie z.B. „Du willst Arbeitszeiten, die zu Deinem Leben passen? Werde Teil unserer Firmenfamilie!“

Checkliste Schritt III

Bauen Sie Ihren ultimativen Bewerbermagnet auf



Dann geht es mit **Benefits** weiter, die in die Firmenvorstellung integriert sind:
„**Das darfst Du von uns erwarten**“.



Darauf folgt eine weitere Seite mit **Benefits**.



Die **Firmenvorstellung** ist ebenfalls mit **Benefits** verpackt.



Wenn der Interessent dann **emotional** bereits **voll abgeholt** ist, dann können Sie **auf die Aufgaben eingehen**.



Nutzen Sie **Simplifizierungen**, um Interessenten zu **Bewerbern** zu machen.

Checkliste Schritt III

Unsere Tipps für Sie

Konzentrieren Sie sich von Ihrer Ausrichtung her **auf** die aktiven Mitarbeiter (also **den Markt von 70% unzufriedenen Mitarbeitern**, die noch in ihrem Job sind) anstatt auf die Arbeitssuchenden.

Setzen Sie auf Plattformen, die Ihre Wunschkan-
didaten im Alltag nutzen.

Überdenken Sie Ihren **Bewerbungsprozess** und machen Sie ihn **so einfach wie möglich.**

Bei **wenig Reichweite**: Arbeiten Sie mit **Werbean-**
zeigen.

Checkliste Schritt IV

Werden Sie als Top-Arbeitgeber in Ihrer Region sichtbar



Von der Zielgruppe für die Zielgruppe Content produzieren lassen. (Zu diesem riesigen Themenfeld gibt es in unseren Coaching-Sessions exakte Anweisungen.)



Fokussieren Sie sich auf Ihre Zielgruppe.



Fokussieren Sie sich auf nur einen Werbe-Kanal, max. zwei Kanäle!

Man verzettelt sich sonst schnell. Wenn ein Kanal gut läuft, dann kann man den nächsten anpacken.

Checkliste Schritt IV

Werden Sie als Top-Arbeitgeber in Ihrer Region sichtbar



Bringen Sie **Inhalte, die relevant für Ihre Wunschkandidaten sind**. Was ist für sie ein interessanter Mehrwert? Das kann in Form von Inspiration, Unterhaltung oder Content passieren.



No go: Weihnachtsfeier, Büro-Hund, Teamvorstellung, Sommerausflug.
Das sind keine relevanten Inhalte, die Ihre Zielgruppe abholen. Keiner folgt Ihnen wegen sowas!



Welche Formate und Inhalte sind interessant, z.B. auch Alltagseinblicke bieten.

Checkliste Schritt IV

Unsere Tipps für Sie

Zielgruppendefinition

Zielgruppenanalyse

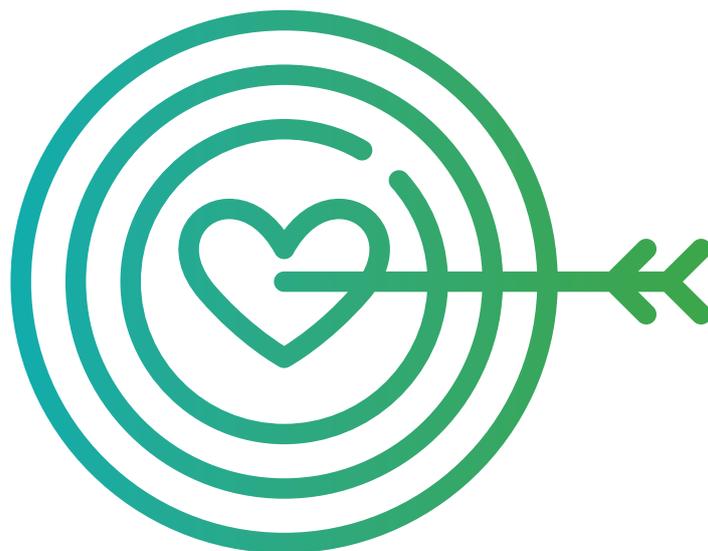
Entwicklung der Inhalte

Wahl der Kanäle (Fokus)



Das Wichtigste: ANFANGEN! Schmeißen Sie die Perfektion über Board. Nichts zu tun, weil es noch nicht 100% perfekt ist, bereitet Ihren Mitstreitern einen Vorsprung, aber nicht Ihnen.

Wer diese Schritte beherzt umsetzt und wirklich ins **DOING** kommt, hat gegenüber seinen Mitstreitern die Nase vorn und kann sich erfolgreich positionieren.



Sie wollen erfahren, wie Sie so schnell wie möglich Ihre Stellen besetzen können?

Dann melden Sie sich jetzt für eine **kostenlose Strategie-Session** an und wir sehen uns in **30 Minuten** an, wie Sie **deutlich mehr Bewerbungen in kurzer Zeit** bekommen.

Vereinbaren Sie jetzt Ihre kostenlose Strategie-Session auf:

matchnext.de/strategie-session

