SOCIAL NATIVES

JETZT STELLEN IM MITTELSTAND BESETZEN

Ihr Recruiting-Handbuch mit vielen Praxistipps vom Recruiter

Wer ist Social Natives	3
Was ist gutes Recruiting überhaupt	7
In 5 Schritten zum Recruiting Erfolg	10
Die idealen Recruiting-Kanäle für den Mittelstand	15
Social Media Job Ads	17
Active Sourcing	20
Indeed & Jobportale	23
Mitarbeiterempfehlensprogramm	25
Karriereseite	28
Social-Media-Marketing	31
WhatsApp & Videorecruiting	34
Recruiting – ein Blick in die Zukunft	37
Unsere Checkliste	39
Recruiting im Mittelstand	42

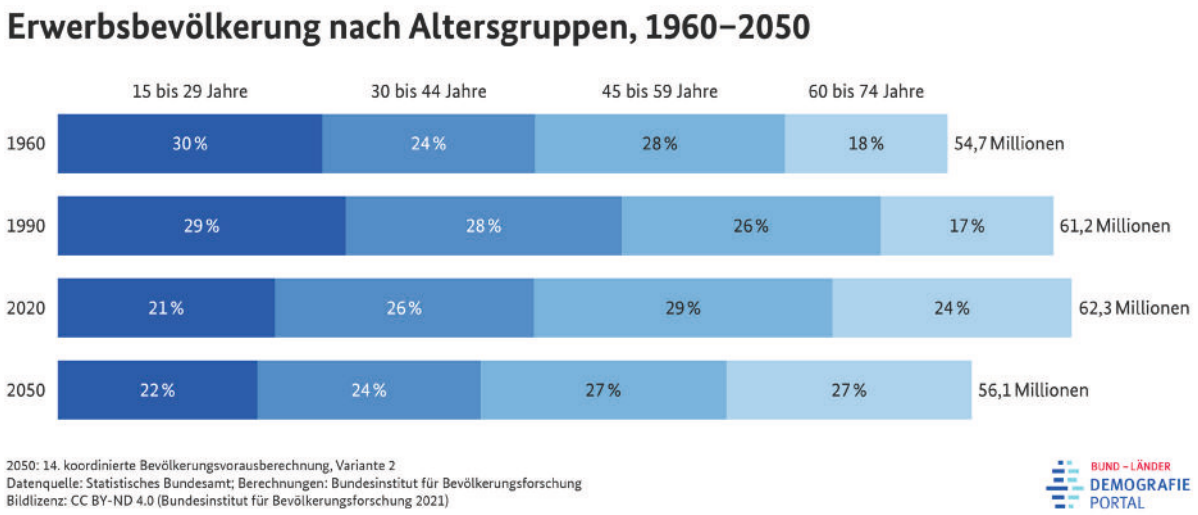
Wer ist SocialNatives?

SocialNatives ist Ihr **Spezialist im Recruiting** mit Fokus auf den Mittelstand. Seit 2017 betreuen wir von drei Standorten aus bundesweit Unternehmen, die zeitgemäße Wege in der Mitarbeitergewinnung gehen wollen. Aus unserer langjährigen Erfahrung kennen wir die Probleme, weshalb klas-sische Methoden im Recruiting scheitern und wissen, wie eine **individuelle Mischung aus Recruiting, Employer Branding und Personalmarketing** diese Probleme löst. Mit unserem Recruiting-Handbuch möchten wir Ihnen viele praxisnahe Tipps mitgeben, wie Sie Ihr Unternehmen für die Zukunft aufstellen und qualifiziertes Personal finden und dauerhaft binden.

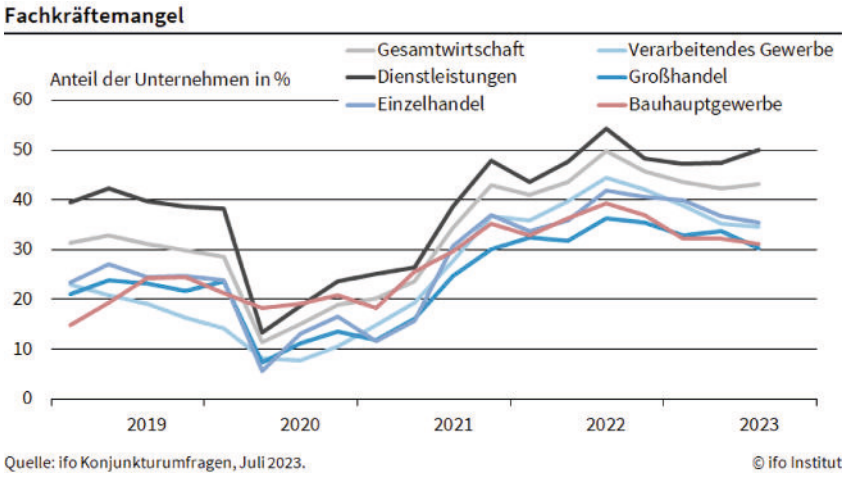
Recruiting im Mittelstand – eine wachsende Herausforderung

Die Gewinnung neuer und qualifizierter Arbeitskräfte wird für Unternehmen aller Größen und Branchen seit Jahren zunehmend schwieriger. Mittelständische Betriebe bekommen die Entwicklungen besonders stark zu spüren. Hierzu einige Fakten und Zahlen:

Der demografische Wandel sorgt für eine schleichende Alterung der Gesellschaft und sorgt für immer mehr Personen im Rentenalter bei immer weniger Erwerbstätigen. Nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes wird die Zahl der Erwerbstätigen in Deutschland zwischen 2020 und 2050 von 62,3 auf 56,1 Millionen sinken. (Quelle: [1])



Nach Auswertung der Bundesagentur für Arbeit liegt die durchschnittliche Vakanzzeit deutscher Unternehmem bei **121 Tagen**, also circa vier Monaten. Die durchschnittlichen Vakanzkosten belaufen sich dabei auf **29.000 Euro** und werden von vielen Betrieben übersehen, da sie als indirekter Verlust nicht wahrgenommen werden.



Ob Industrie, Handel, Gastronomie oder Handwerk, Unternehmen zahlreicher Branchen klagen zunehmend darüber, keine **motivierten Auszubildenden** für ihr jeweiliges Berufsumfeld zu finden. (Quelle: [3]).

Für den Mittelstand kommt bei all diesen Faktoren erschwerend hinzu, dass die finanziellen Möglichkeiten und die Markenidentität großer Firmen fehlen. Qualifizierte Fachkräfte entscheiden sich oft für einen größeren Namen oder ein höheres Gehalt. Alarmierende Zahlen und Entwicklungen, die Sie mit Sicherheit aus Ihrem Unternehmen kennen. Aber: Wenn Sie mit einem durchdachten Recruiting **jetzt richtig handeln**, bewahren Sie Ihr Unternehmen vor den Problemen der Zukunft.

Was ist gutes Recruiting überhaupt?

"Der perfekte Kandidat passt menschlich und fachlich zu Ihrer Firma. Es gibt nicht die eine Wunderstrategie, sondern es bedarf den idealen Recruiting-Mix, Kreativität, datenbasierter Entscheidungen und dies bei jedem Berührungspunkt, damit sich der Kandidat immer stärker mit Ihrer Firma identifiziert und den Wunsch entwickelt, bei Ihnen zu arbeiten."

Valentino Stein, Geschäftsführer SocialNatives GmbH

Für viele Betriebe beschränkt sich Recruiting, also die Gewinnung neuer Arbeitskräfte, auf das Schalten von Stellenanzeigen im Bedarfsfall. Ob in Tageszeitungen oder auf den großen Job-Portalen, mit spontanen und traditionellen Methoden kommen Sie nicht weiter. Um Ihr mittelständisches Unternehmen für Mitarbeitende attraktiv zu machen, müssen Sie Recruiting neu denken:

1. Modernes Recruiting berücksichtigt den **aktiven und passiven Bewerbermarkt**. Viele potenzielle Bewerbende sind aktuell woanders beschäftigt und in ihrer Position unglücklich. Diese gilt es zu erreichen und authentisch von Ihrem Unternehmen zu überzeugen,

2. Modernes Recruiting ist **digital**. Eine nachwachsende Generation junger Arbeitskräfte ist im Internet zu Hause und nutzt primär Social-Media-Kanäle zur Kommunikation. Hier gilt es, präsent zu sein und die Sprache junger Bewerber in einem Medium zu sprechen, dass zur Zielgruppe passt.

3. Modernes Recruiting betont den **Wert Ihrer Marke**. In immer mehr Lebensbereichen entwickeln Konsumenten ein Markenbewusstsein – dies gilt auch für das arbeitgebende Unternehmen. Mit ei-ner klaren Strategie im Employer Branding entwickeln Sie sich zu einer starken Arbeitgebermarke.

4. Modernes Recruiting umfasst **Maßnahmen mit Weitblick**. Niemand möchte spontan eine Vakanz besetzen, um nach der Probezeit wieder suchen zu müssen. Mit einer klaren Strategie und einem frühzeitigen Handeln sorgen Sie für langfristige Zufriedenheit alter und neuer Arbeitskräfte.

In 5 Schritten zum Recruiting-Erfolg

Ziel jeder Recruiting-Strategie ist es, ein oder mehrere Stellen passgenau zu besetzen und qualifizierte Arbeitskräfte für Ihr Unternehmen zu begeistern. Die hierfür notwendigen Schritte sollten systematisch nacheinander angegangen werden. Falls Ihnen die Umsetzung einzelner Schritte schwerfällt, greifen wir Ihnen beim Recruiting im Mittelstand gerne persönlich unter die Arme.

1. Erstellung einer Candidate Persona

Was genau erwarten Sie von Ihrem zukünftigen Mitarbeiter? Welche Erwartungen bringt umgekehrt die Bewerbenden mit? In vielen Fällen fehlt ein klares Profil der idealen Besetzung auf fachlicher und persönlicher Ebene. Das Ergebnis: Eine notgedrungene Vergabe Ihrer Stellen an Bewerbende, die nicht qualifiziert sind oder menschlich nicht zum Charakter Ihrer Firma passen.

Mit einer Candidate Personal definieren Sie den idealen Personentyp, der zum Leitbild Ihrer Stellenausschreibung wird. Der große Vorteil für Sie: Sie werden sich konkret bewusst, was Sie eigentlich vom Bewerbenden erwarten und können Ihre Erwartungshaltung mit der Realität des Bewerbermarktes und geeigneten Arbeitskräften abgleichen.

etac

"Wir können unsere offenen Positionen schnell besetzen, weil wir ausreichend Bewerbungen erhalten und dann sehr schnell sind. Also die Antwortzeiten sind kurz und wir achten auf eine positive Candidate Journey. Geschwindigkeit ist heute im Recruiting besonders wichtig."

Benjamin Kölsch, COO D/A/CH Etac GmbH:

2. Erstellung der Stellenanzeige

Die Candidate Persona jeder Stellenanzeige ist einzigartig. Gleiches gilt für Ihr Unternehmen und das jeweilige Arbeitsumfeld. Warum also die immergleiche Stellenanzeige mit langweiligen Standardsätzen verwenden, die keine echten Benefits für den Bewerbenden vermittelt? Ohne eigene Note und eine individuelle Ansprache werden Sie nur als eine von vielen Firmen wahrgenommen.

Jede erstellte Stellenanzeige sollte einzigartig sein und in Inhalt und Sprache alles umfassen, was Sie durch die Erarbeitung der Candidate Persona erfahren haben. Aufbau und Sprache orientieren sich an der Zielgruppe und dem beruflichen Umfeld, gerne mit Berücksichtigung Ihrer Markenidentität. Ein Aufwand, der Sie von der Masse abhebt.

3. Auswahl der richtigen Recruiting-Kanäle

Ihre individuell gestaltete Stellenanzeige kann alleine dort ihre Wirkung entfalten, wo potenzielle Arbeitskräfte unterwegs sind. Dies ist zunehmend die digitale Welt, mit Plattformen wie Xing und LinkedIn, aber auch anderen Netzwerken wie Facebook, Instagram oder TikTok. Im Idealfall haben Sie bereits beim ersten Schritt ermittelt, wo sich Ihr Wunschpersonal bevorzugt aufhält.

Social Media sind nicht alleine als Plattform zu verstehen, auf der Sie digitale Stellenanzeigen hochladen. Mit einem gepflegten Social-Media-Account und regelmäßigen Beiträgen fördern Sie Ihre Wahrnehmung als Marke und gewähren durch Texte, Bilder und Videos Blicke „hinter die Kulissen". Ideal, um ein echtes Gefühl für Ihr Unternehmen zu bekommen.

"Wir haben beim Recruiting von gewerblichen Fachkräften positive Erfahrungen gemacht, statt über MS Teams oder Zoom, die Vorstellungsgespräche über Whatsapp durchzuführen, da die meisten am Smartphone sind."

Sven Reinholz, Vorstand zapf umzüge AG

4. Auswahl und Durchführung der Interviews

Auf Ihre Stellenanzeige in den richtigen, digitalen Kanälen haben sich attraktive Arbeitskräfte beworben? Dann sollten Sie diese im Auswahlprozess nicht lange warten lassen oder durch unnötige Formalitäten verschrecken! Präsentieren Sie sich als digital sicheres Unternehmen, das die Kommunikation mit Bewerbenden unkompliziert gestaltet und auf Anschreiben und Lebensläufe verzichtet – beispielsweise mit Online-Interviews.

Viele qualifizierte Fach- und Führungskräfte genießen eine größere Auswahl, für welches Unternehmen Sie arbeiten möchten. Wochenlanges Warten auf eine Zusage, Assessment-Center & Co. bremst den Schwung von Bewerbenden nur aus und sorgt für eine Entscheidung gegen Sie. Seien Sie auch hier für neue und direkte Wege offen.

"Wir haben gute Erfahrungen gemacht den Recruiting Prozess zu verkürzen, beispielweise, indem der Teamleiter die Bewerbungen direkt Selbst kontaktiert."

Catherine Weller, Personalleiterin Kliewe GmbH

5. Vertragsabschluss und Onboarding

Viele Firmen unterliegen dem Irrtum, dass das Recruiting im Moment der Unterschrift des Arbeitsvertrags endet. Weit gefehlt: Viele Arbeitskräfte sind nach der Probezeit wieder weg und der Pro-zess geht von vorne los. Die Hauptgründe: Die beim Bewerbenden geweckten Erwartungen haben sich nicht erfüllt, und das Onboarding hat gar nicht oder nur mit wenig Unterstützung stattgefunden.

Lehnen Sie sich deshalb nicht bei einer erfolgreichen Stellenbesetzung zurück. Zeigen Sie aktiv, dass Ihnen Ihr Personal nach fester Anstellung ebenso viel Wert ist. Hierzu gehört ein modernes Onboarding, beispielsweise mit digitalen Kanälen und Informationen, sowie einem authentischen Recruiting, bei dem Sie von Anfang an zeigen, was Ihr Unternehmen wirklich ausmacht.

Die idealen Recruiting-Kanäle für den Mittelstand

Gerade mit Schritt 3 zum Recruiting-Erfolg tun sich viele Unternehmen schwer. Die Digitalisierung des Unternehmens schreitet oft nicht so schnell voran wie gewünscht. Die Einarbeitung in neue Software und Systeme wird gefürchtet, die Schulung des Personals für eine optimale Nutzung der neuen, digitalen Struktur geht im stressigen Arbeitsalltag unter. Oft fehlt auch das Verständnis, wa-rum überhaupt eine Umstellung erfolgen soll und wie dies kurz- und langfristig die Chancen im Recruiting von qualifizierten Arbeitskräften verbessert. Viele moderne Recruiting-Kanäle sind deshalb unbekannt, obwohl gerade Sie das ideale Personal schnell und effektiv ansprechen würden.

Im Folgenden haben wir einige der wichtigsten Kanäle zusammengestellt, die sich gerade für den Mittelstand hervorragend anbieten. Unsere fünf Tipps geben Ihnen praktische Ansatzpunkte, wie Sie die Kanäle schon bei Ihrer nächsten Stellenausschreibung sinnvoll einfließen lassen können.

Social Media Job Ads

Mit Job Ads binden Sie digitale Stellenanzeigen in Social Media ein. Das Spektrum reicht von Anzeigen in Wort und Bild, die zwischen Text- und Bildbeiträgen eingeblendet werden, bis zu Kurzvideos als Einspieler zwischen YouTube-Videos. Über das Werbenetzwerk der sozialen Medien werden die Filme explizit Personen angezeigt, die aufgrund Ihres Nutzungsverhaltens zur Einblendung passen.

Unsere 5 Tipps

» Stellen Sie den werbenden Charakter der Anzeigen nicht zu sehr in den Vordergrund. Storytelling und eine Prise Humor sind die richtigen Stilmittel, mit denen Sie sich von klassischen Stellenanzeigen abgrenzen. Bedenken Sie immer, dass die meisten User sozialer Plattformen die Netzwerke in ihrer Freizeit nutzen. Hierbei ist Expertise wichtig, da Storys und Humor exakt zur Branche und Zielgruppe passen müssen.

» Nicht jedes Anzeigenformat funktioniert auf allen Plattformen gleichermaßen. Instagram benötigt Bildanzeigen, Nutzer von TikTok erwarten kurze Videos usw. Viele Unternehmen schrecken allerdings vor der Medienerstellung zurück oder investieren im Extremfall Tausende von Euro in Equipment, das hausintern nicht fachmännisch genutzt werden kann. Falls das technische Verständnis oder das Know-how fehlen, um die benötigten Formate ins Netz zu stellen, sollte deshalb nicht zurückgeschreckt werden, sondern auf Expertenhilfe vertraut werden.

» Bringen Sie Ihr Gesuch in wenigen Worten oder Sekunden auf den Punkt. Inhalte in sozialen Medien sind schnelllebig, niemand wird sich über Minuten hinweg mit Ihnen befassen wollen. Gerade traditionelle Unternehmen aus Industrie oder Handwerk tun sich schwer, sachliche und komplexe Inhalte in ein solch kompaktes Format zu bringen. Genau dies ist nötig, da nach wenigen Sekunden ohne „Eye-Catcher" sofort auf das nächste Video oder Bild geklickt wird.

» Die ersten Sekunden entscheiden, ob ein Betrachter Ihre Anzeige liest oder weiterscrollt. Die Ansprache oder die ersten Bilder Ihrer Videos müssen deshalb sitzen. Selbst bei erklärungsbedürftigen Produkten muss der erste Aufhänger sitzen, um Lust auf weitere Recherchen und Informationen zu wecken. Wie plakativ, direkt oder humorvoll dies funktioniert, hängt erneut entscheidend von der Candidate Persona ab.

» Ob Fotos oder Videos, eine technisch professionelle Umsetzung der Fotos, Videos und sonstiger Medien in Social Media ist unerlässlich. Ihre Ads im Foto- oder Videoformat werden schließlich neben professionell produzierten Inhalten angezeigt. Wenn die Bild- oder Videoqualität als mangelhaft wahrgenommen wird, fällt dies unbewusst auch auf Ihre Produkte oder Dienstleistungen zurück.

Active Sourcing

"Im Jahr 2023 haben wir 839 Stellen im Mittelstand erfolgreich über Social Recruiting besetzt. Allerdings funktionieren Social Media-Jobanzeigen heute nicht mehr so wie im Jahr 2018. Aufgrund zunehmenden Wettbewerbs und veränderter Algorithmen müssen Anzeigen heute kreativer gestaltet werden, um klar herauszustellen, was den Arbeitgeber einzigartig macht."

Norbert Nagy, SocialNatives GmbH

Beim Active Sourcing gehen Sie die Suche nach geeignetem Personal direkt an. Speziell auf Business Plattformen wie Xing oder LinkedIn ist dies möglich, um über die Suchfunktion Zielgruppen oder einzelne Personen zu ermitteln und zu kontaktieren. Der ideale Ansatz zur Gewinnung von Mitarbeiter, die aktuell nicht selbst suchen, sich aber einen Jobwechsel vorstellen könnten.

Unsere 5 Tipps

» Wirken Sie bei der Ansprache nicht zu aufdringlich und forcieren Sie diese nicht. Es sollte nicht der Eindruck entstehen, dass Sie an einem „harten Abwerben" interessiert sind.

» Portale wie Xing, Indeed oder LinkedIn bieten eine Vielzahl von Suchfunktionen und -filtern, die nur selten genutzt werden. Machen Sie sich technisch mit diesen Suchoptionen vertraut.

» Verzichten Sie auf „Copy & Paste", wenn Sie verschiedene Personen von Interesse gezielt ansprechen. Jedes Profil weist individuelle Inhalte auf, die Sie bei Ihrer Ansprache berücksichtigen sollten.

» Achten Sie auf einen sinnvollen Zeitpunkt, wann die Ansprache erfolgt. Während der vermeintlichen Arbeitszeit interessanter Profile ist die Chance am größten, diesen direkt zu erreichen.

» Zeigen Sie bei der Ansprache direkt konkrete Schritte auf, wie es weitergehen soll. Bieten Sie hierbei mindestens eine Möglichkeit der Kontaktaufnahme jenseits der Sourcing-Plattform.

Indeed & Jobportale

Auch wenn Jobportale nur eine Facette eines guten Recruitings darstellen, sollten Sie bei der Suche geeigneter Arbeitskräfte nicht vernachlässigt werden. Viele User stellen sich hier ausführlich dar und geben Ihnen direkte Anhaltspunkte für eine Kontaktaufnahme. Die Jobschaltung für Arbeitgeber erlaubt eine umfassende und zeitgemäße Präsentation der jeweiligen Vakanzen.

Unsere 5 Tipps

» Jobbörsen wie Indeed sind dynamische Plattformen. Halten Sie deshalb Ihr Profil immer auf dem neusten Stand und werfen Sie regelmäßig einen Blick auf geeignetes Arbeitskräfte.

» Sollten Sie aktuell keine Vakanzen zu besetzen haben, halten Sie dennoch die Augen auf interessante Profile offen. Dies könnte sich in einigen Wochen oder Monaten bezahlt machen.

» Mit der Unternehmensbewertung steht eine Funktion zur Verfügung, mit dem Ihr Charakter als guter Arbeitgeber dargestellt wird. Animieren Sie Ihr Personal zu einer authentischen Bewertung.

» Durch den Gehaltstest von Indeed haben Sie einen klaren Rahmen, welche Vorstellungen an Gehaltszahlungen und Benefits in Ihrer Branche und Region realistisch sind.

» Zeigen Sie bei geschalteten Anzeigen bereits den weiteren Prozess des Recruitings auf. Dieser sollte einfach und schnell ablaufen, um die Hemmschwelle einer Kontaktaufnahme zu nehmen.

Mitarbeiter-empfehlens-programm

Ihr aktueller Mitarbeiterstamm ist das Aushängeschild Ihrer Firma. Dieser wird über den Freundes- und Bekanntenkreis potenzielle Arbeitskräfte kennen, denen die Integration in Ihr Unternehmen durch die vorhandenen Kontakte einfacher gelingen wird. Schaffen Sie Anreize für Ihr Personal, aktiv Bewerber vorzuschlagen und so fernab der großen Portale und Social Media auf kurzem Weg zu spannenden Kandidierenden zu gelangen. Geeignete Profile können Sie offen in der Belegschaft kommunizieren.

Unsere 5 Tipps

» Sorgen Sie für konkrete Anreize, warum Ihnen Ihr aktuelles Personal potenzielle Arbeitskräfte vorschlagen sollte. Hierbei muss es sich nicht alleine um eine Bonuszahlung als Benefit handeln.

» Nehmen Sie zu jedem der vorgeschlagenen Personen Kontakt auf, selbst wenn die Vakanz besetzt wurde. Dies drückt indirekt eine Wertschätzung gegenüber dem Vorschlagenden aus.

» Legen Sie die gleichen Maßstäbe bei der Bewertung des Bewerbers an. Das persönliche Kennen durch die hauseigene Arbeitskraft ist zwar ein hervorragender Einstieg, jedoch noch nicht mehr.

» Halten Sie Ihre Belegschaft regelmäßig auf dem Laufenden, in welchen Bereichen Sie sich eine Erweiterung Ihres Personalstamms vorstellen können und reduzieren Sie dies nicht auf einzelne Vakanzen.

» Zeigen Sie sich bei den Verhandlungen offener bzgl. individuell gewünschter Benefits. Schließlich sparen Sie einen nicht unwesentlichen Teil an Zeit und Mühen beim

Karriereseite

Sofern Sie häufiger Stellen ausschreiben, nutzen Sie mit einer eigenen Karriereseite den idealen Anlaufpunkt für potenzielle Bewerbungen. Parallel zu Ihrer Homepage geführt, können Sie die Inhalte exakt auf Ihre Ansprüche im Recruiting und Employer Branding abstimmen. Hierbei lässt sich ein eigener Prozess für Kontaktaufnahme und Bewerbung integrieren, der zu Ihren Strukturen passt.

Unsere 5 Tipps

» Auch wenn die Karriereseite eine eigenständige Webseite darstellt, sollten Sie sich für ein stimmi-ges Bild in Aufbau und Gestaltung am Corporate Design Ihrer Homepage orientieren.

» Richten Sie die Webseite in Inhalten und Ansprache ausschließlich auf potenzielle Bewerbende aus. Für Business-Kontakte und Ihre Kundschaft sollten eigenständige Webauftritte geschaffen werden.

» Machen Sie über Ihre Karrierewebseite deutlich, wie genau sich der Bewerbungsprozess gestaltet. So schaffen Sie Klarheit und geben zusätzliche Anreize für die Kontaktaufnahme.

» Selbst wenn Sie aktuell keine Stellen ausschreiben, zeigen Sie sich immer offen für eine Initiativbewerbung. So entgehen Ihnen vielleicht nicht die versteckten Potenziale Ihrer Branche.

» Erfassen Sie die Daten jeder Kontaktaufnahme, selbst wenn gerade kein Bedarf für entsprechende Bewerbungen besteht. Dies kann sich innerhalb einiger Wochen oder Monate ändern.

Social-Media-Marketing

Neben dem bereits beschriebenen Schalten von Anzeigen in Social Media sollten Sie das gesamte Potenzial der Netzwerke nutzen. Mit einem gut gepflegten Account, auf dem Sie regelmäßig neue Inhalte rundum das Arbeitsleben präsentieren, geben Sie detaillierte Einblicke ins zukünftige Arbeitsumfeld. So wecken Sie indirekt Lust, für Ihr Unternehmen tätig zu werden.

Unsere 5 Tipps

» Regelmäßigkeit in den Postings ist der Schlüssel, um Interesse auf Social Media zu wecken. Erstellen Sie konkrete Redaktionspläne, damit es stetig zu neuen Inhalten kommt.

» Nicht jedes Medium passt zu jeder Zielgruppe. Analysieren Sie im Vorfeld, ob sich Bewerbende potenziell eher bei Facebook, Instagram, TikTok oder LinkedIn aufhalten.

» Verstehen Sie Social-Media-Marketing nicht als reine Recruiting-Maßnahme. Social Media erlauben Ihnen einen langsamen Markenaufbau, der Sie indirekt als Arbeitgebender interessant macht.

» Animieren Sie Besucher Ihres Social-Media-Accounts aktiv zur Kontaktaufnahme und zu Feedback. So geben Sie sich nahbar und zeigen, dass Sie Nähe zu potenziellen Bewerbenden suchen.

» Stellen Sie sicher, dass ein oder mehrere Personen Ihrer HR-Abteilung einen häufigen Blick auf die sozialen Netzwerke werfen und zeitnah auf Kommentare und Nachrichten eingehen.

WhatsApp & Videorecruiting

WhatsApp ist längst mehr als eine Kommunikations App für private und geschäftliche Kontakte. Mit einem Markenprofil bei WhatsApp und der regelmäßigen Einbindung kleiner Videos bleiben Sie ähnlich wie in Social Media stetig im Hinterkopf potenzieller Bewerber. Die genutzten Videoinhalte sind natürlich auch für YouTube, TikTok oder Ihr Instagram-Reel interessant.

Unsere 5 Tipps

» Machen Sie WhatsApp zu einem zentralen Draht zu Ihrem Unternehmen. Dies ist bereits über Ihre Homepage mit der Integration des WhatsApp-Chats zur unkomplizierten Kontaktaufnahme möglich.

» Selbst bei kleinen Videos und kompakten Mitteilungen ist technische Professionalität entscheidend. Niemand sollte den Eindruck gewinnen, Sie hätten das Video nebenbei mit dem Smartphone aufgenommen.

» Postings und Videos werden nach wenigen Sekunden weggeklickt, wenn Sie nicht das Interesse des Betrachters einfangen. Der Einstieg muss somit direkt zum „Eyecatcher" werden.

» Verzichten Sie auf ein direktes Marketing, um potenzielle Arbeitskräfte zu gewinnen. Eine indirekte Herangehensweise, beispielsweise für Ihren Markenaufbau als Unternehmen, ist wirkungsvoller.

» Stärker als in Social Media wird erwartet, dass auf Nachrichten und Rückmeldungen bei WhatsApp reagiert wird. Stellen Sie hierfür ausreichend Personal aus HR oder Marketing bereit.

Recruiting – ein Blick in die Zukunft

"Die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz werden das Personalwesen verändern. Bereits heute werden Stellenanzeigen mit Chat-GPT optimiert und Schulungsvideos mit KI-Avataren generiert, was Zeit und Ressourcen spart. Bleiben Sie offen für die Potenziale dieser Technologie."

Viet Pham Tuan, Geschäftsführer SocialNatives GmbH

Trends und Technologien im Recruiting-Umfeld entwickeln sich stetig weiter. Hier einige aktuelle Impulse, die vielleicht schon in einigen Jahren das Recruiting im Mittelstand verändern könnten. Zeigen Sie sich auch hier offen und beweisen Sie einer neuen Generation aufstrebender Arbeitskräfte, dass Sie am Puls der Zeit liegen:

Twitch Recruiting

Als eine der bekanntesten Streaming-Plattformen bietet Twitch die Möglichkeit, direkte Einblicke ins Arbeitsumfeld und -leben Ihres Unternehmens zu gewinnen. Kommen Sie zu festen Zeiten mit Zu-schauern ins Gespräch, führen Sie Interviews mit aktuellen Angestellten und vieles mehr.

KI Recruiting

Der Fortschritt der Künstlichen Intelligenz (KI) wird die Wirtschaftslandschaft in den nächsten Jah-ren grundlegend verändern. Intelligente Systeme und maschinelles Lernen werden wertvolle Informationen zur idealen Stellenbesetzung liefern, die Sie im Recruiting Prozess nutzen sollten.

VR Recruiting

Im Rahmen der Virtual Reality (VR) machen Sie Ihr Unternehmen wortwörtlich „greifbar". Plattformen wie das Metaverse könnten zum neuen Umfeld werden, um Bewerbungsgespräche auf virtueller Basis miteinander zu führen oder sogar Arbeitsprozesse digital in der VR abzuwickeln.

Unsere Checkliste – erfolgreiches Recruiting in 22 Punkten

1. **Definieren Sie Ihre Candidate Persona**: Entwickeln Sie ein klares Bild Ihres idealen Kandidaten, sowohl fachlich als auch persönlich.

2. **Gestalten Sie ansprechende Stellenanzeigen:** Ihre Anzeigen sollten einzigartig sein und die Candidate Persona sowie Unternehmenswerte widerspiegeln.

3. **Wählen Sie die richtigen Recruiting-Kanäle:** Identifizieren Sie, wo sich Ihre Zielkandidaten aufhalten, insbesondere in digitalen Medien.

4. **Optimieren Sie Ihre Karriereseite:** Sorgen Sie dafür, dass Ihre Karriereseite ansprechend, informativ und benutzerfreundlich ist.

5. **Nutzen Sie Social Media aktiv:** Veröffentlichen Sie regelmäßig Beiträge, die Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgebenden präsentieren.

6. **Etablieren Sie ein Mitarbeiterempfehlungsprogramm:** Motivieren Sie Ihr aktuelles Personal, qualifizierte Arbeitskräfte zu empfehlen.

7. **Führen Sie Active Sourcing durch:** Suchen Sie proaktiv nach potenziellem Personal auf Plattformen wie LinkedIn oder Xing.

8. **Nutzen Sie Jobportale effektiv:** Halten Sie Ihr Profil aktuell und schauen Sie regelmäßig nach geeigneten Kandidaten.

9. **Fördern Sie Ihr Employer Branding:** Entwickeln Sie eine starke Arbeitgebermarke, die Kandidaten anzieht.

10. **Verwenden Sie moderne Interviewtechniken:** Setzen Sie auf effiziente und kandidatenfreundliche Interviewverfahren.

11. **Optimieren Sie den Bewerbungsprozess:** Gestalten Sie den Bewerbungsprozess so einfach und transparent wie möglich.

12. **Implementieren Sie ein effektives Onboarding:** Sorgen Sie für einen reibungslosen Einstieg neuer Arbeitskräfte in Ihr Unternehmen.

13. **Pflegen Sie Ihre Unternehmenskultur:** Stellen Sie sicher, dass Ihr Unternehmen Neuankömmlinge willkommen heißt und einbindet.

14. **Bleiben Sie flexibel bei Arbeitsmodellen:** Bieten Sie flexible Arbeitszeiten oder Home-Office-Optionen an, um attraktiv zu bleiben.

15. **Bieten Sie Weiterbildungsmöglichkeiten an:** Fördern Sie die berufliche Entwicklung Ihres Personals durch Schulungen und Kurse.

16. **Nutzen Sie Datenanalyse im Recruiting:** Setzen Sie auf datengestützte Entscheidungen, um Ihre Recruiting-Strategien zu optimieren.

17. **Beachten Sie die Candidate Experience:** Sorgen Sie für positive Erfahrungen während des gesamten Bewerbungsprozesses.

18. **Führen Sie regelmäßige Marktanalysen durch:** Bleiben Sie über Trends und Gehaltsniveaus in Ihrer Branche informiert.

19. **Nutzen Sie Videorecruiting und WhatsApp:** Erreichen Sie potenzielle Bewerbende über moderne Kommunikationskanäle.

20. **Bleiben Sie offen für neue Technologien:** Experimentieren Sie mit KI, VR und anderen innovativen Tools im Recruiting.

21. **Feedbackschleifen einrichten:** Sammeln Sie regelmäßig Feedback von Bewerbenden und neuen Arbeitskräften, um Prozesse zu verbessern.

22. **Führen Sie regelmäßige Evaluierungen durch:** Überprüfen und optimieren Sie Ihre Recruiting-Strategien kontinuierlich.

Recruiting im Mittelstand – SocialNatives hilft weiter!

Auch Ihr mittelständisches Unternehmen hat Schwierigkeiten, qualifiziertes Personal zu gewinnen? Die Ursachen liegen nicht alleine im viel zitierten Fachkräftemangel oder demografischen Wandel begründet. Häufig fehlt der richtige Recruiting-Ansatz, mit dem auch Sie sich von direkten Wettbewerbern abheben können und regelmäßig attraktive Bewerbungen zu erhalten.

Sie benötigen hierzu die richtigen Impulse und möchten beim Einstieg ins soziale und digitale Recruiting auf einen Branchenprofi vertrauen? Kommen Sie einfach und unverbindlich auf uns zu! SocialNatives ist Ihr Spezialist für die Entwicklung Ihrer individuellen Arbeitgeberstrategie, für das Recruiting und Marketing über Social Media und in der hochwertigen Content-Produktion. Mit unserem Ansatz und dem idealen Mix dieser Maßnahmen gewinnen auch Sie schnell und effektiv neues Personal

– überzeugen Sie sich selbst!

SOCIAL
NATIVES