



**WIR BRINGEN MENSCHEN &
UNTERNEHMEN ZUSAMMEN**

DIGITAL EMPLOYER BRANDING

**WIE DIGITALE MITARBEITERGEWINNUNG
TROTZ FACHKRÄFTEMANGEL
ERFOLGREICH FUNKTIONIERT**

& SOCIAL RECRUITING GUIDE

Digital Employer Branding

Ein paar Jobposts hier, eine lieblos gepflegte Karriereseite da. Digital Employer Branding steckt bei den meisten kleinen und mittelständischen Unternehmen noch in den Kinderschuhen. Und das, obwohl bereits mehr als jede 2. Jobsuche auf Google beginnt.

Oft spiegelt der Online-Auftritt nicht authentisch wieder, wofür das Unternehmen als Arbeitgeber steht und was es wirklich ausmacht. Wer es verpasst, seine eigene Arbeitgebermarke digital zu positionieren, lässt das größte Potential im modernen Recruiting ungenutzt.

Social Recruiting

Der Begriff Social Recruiting umfasst alle Maßnahmen der Mitarbeitergewinnung über soziale Netzwerke. Personalberater beispielsweise nutzen Karriereplattformen schon lange für die Direktansprache.

Neu ist aber ein hoch spannender Ansatz, der es jedem Unternehmen unabhängig von Branche, Größe und Standort ermöglicht, den Algorithmus & die Möglichkeiten von Google, Facebook, LinkedIn & co für erfolgreiches Recruiting zu nutzen.

Die nächsten Seiten zeigen Ihnen einen Gamechanger für Ihr Recruiting

mit dem Sie...

- die richtigen Kandidaten für Ihre offenen Positionen zielsicher erreichen
- Ihre offenen Stellen leicht und schnell mit Top-Kräften besetzen
- große Reichweite für Ihre Jobangebote erhalten (überwiegend kostenlos)
- zum bevorzugten Arbeitgeber Ihrer Branche werden und einen Talentepool aufbauen

Viel Freude & Inspiration beim Lesen,



Reinhard Krechler

Autor: Reinhard Krechler

Gründer Beraterkreis®

- Zertifizierter Unternehmensberater mit 21 Jahren Erfahrung in Employer Branding & Recruiting
- Über 120 zufriedene Kunden in der digitalen Mitarbeitergewinnung
- Großes Netzwerk an internationalen HR-Experten



Inhalt	Seite
1. Vorwort	4
2. Fallstudie: 3 x mehr Bewerber	5-6
3. Hintergründe	7-10
4. Ist Ihr Unternehmen bereit?	11
5. Der neue Weg: 3 Erfolgsfaktoren in der digitalen Mitarbeitergewinnung	
#1 Sichtbarkeit	12
#1.1 Karriereseite	13-14
#1.2 Story	15
#1.3 Video	16
#2 Reichweite	17
#2.1 Jobsuchmaschinen	18
#2.2 Social Media	19-21
#2.3 Zielgruppen-Hotspots	22
#2.4 Jobbörsen	23
#3 One Click System	24-26
6. Das Wichtigste auf einen Blick	26/27
7. Kundenstimmen	28
8. Warum wir?	29/30
9. Team & Ansprechpartner	31
10. Linksammlung & Quellenangabe	32

Keine Bewerber mehr?

"Hilfe, wir haben alles versucht, aber wir bekommen einfach keine Bewerber mehr!". Diese oder ähnliche Worte hören wir immer wieder zu Beginn der Zusammenarbeit mit unseren Kunden.

Vom Handwerk zum Bauunternehmen, von der Steuerberatungskanzlei über die Arztpraxis, von der Hotelerie über den IT Dienstleister bis hin zum Pflegedienst... nahezu alle kleinen und mittelständischen Unternehmen tun sich schwer, ihre offene Stellen rasch und sicher mit passenden Kandidaten zu besetzen.

Die Situation am Arbeitsmarkt hat sich innerhalb der letzten 15 Jahre, also schon längst vor der Pandemie, drastisch verändert - und sie wird es weiterhin in noch rasanterem Tempo tun. Das trifft auf Arbeitgeber und Bewerber zu.

Zukunftsforscher prophezeien, dass 2030 ein Viertel der Jobs, die es heute gibt, nicht mehr existieren werden. Gleichzeitig werden - auch in Ihrem Unternehmen - neue Berufsbilder entstehen, von denen wir heute noch nicht wissen, wie diese aussehen und welche Kompetenzen für deren optimale Besetzung nötig sein werden.

Arbeitgebermarkt statt Arbeitsmarkt

Bewerber können sich ihren Arbeitgeber heute leichter denn je aussuchen. Sie lernen ihn anonym per Mausklick kennen und machen sich ein erstes Bild über eine mögliche Passung, lange bevor sie sich für oder (meist) gegen eine Bewerbung entscheiden. Dazu kommt, dass ein überwiegender Anteil an passenden Kandidaten aktiv überhaupt nicht auf Jobsuche ist, aber in naher Zukunft mehrere Angebote von Recruitern und Headhuntern in der Tasche haben wird.

Aus diesen Gründen funktioniert der "alte Weg" in der Mitarbeitergewinnung mittels Schalten von Stellenanzeigen über Arbeitsmarktservice und klassische Jobbörsen von Jahr zu Jahr schlechter. Viele Unternehmen erzielen damit unbefriedigende bis gar keine Ergebnisse mehr und suchen dringend nach Alternativen im Recruiting.

In diesem Report werden wir in komprimierter Form darstellen, wie Sie Ihr Unternehmen aus der Unsichtbarkeit holen zum bevorzugten Arbeitgeber für Ihre Wunschkandidaten machen.

Wir werden einen "neuen Weg" in der digitalen Mitarbeitergewinnung skizzieren, der auch für Ihr Unternehmen zum Gamechanger im Recruiting wird - unabhängig von Branche oder Unternehmensgröße.

Digitale Mitarbeitergewinnung in einem chronischen Mangelmarkt

Ausgangslage:

Mobiler Pflegeanbieter, 33 Mitarbeiter, 4 offene Positionen, kostenpflichtige Jobinserate in div. Jobbörsen, Ergebnis: 0-2 Bewerber pro Monat. Digitaler Status: Keine Karriereseite, Keine Arbeitgeberbewertungen auf kununu, Facebookseite ohne Postingstrategie, Youtubekanal, persönliches LinkedIn Profil des Inhabers.

Obwohl das Unternehmen im Vergleich zum Mitbewerb ein sehr attraktiver Arbeitgeber ist und sehr viel für seine Mitarbeiter tut, ist das Unternehmen in der Zielgruppe unbekannt.

Zielsetzung:

4 neue Mitarbeiter möglichst rasch einstellen.

"Zu Beginn war ich zunächst skeptisch, ob digitale Mitarbeitergewinnung in unserer Branche funktioniert. Gerade in der mobilen Pflege war es noch nie einfach, gute Leute zu finden, die unsere Anforderungen erfüllen.

Das Beraterkreis Konzept hat mich durch die strukturierte Herangehensweise und die Professionalität in der Beratung überzeugt.

Besonders hilfreich waren die Vorlagen für das Videoskript und die Stelleninserate, die uns viel Zeit erspart haben."



Horst Leimberger, MBA
Geschäftsführer MİK OG

Ergebnis:

Nach 3 monatiger SetUp-Phase für die Ausarbeitung der Strategie, Videoproduktion und kreativer Text- und Bildgestaltung gingen wir an den Start. Ergebnis Innerhalb des ersten Monats: 6 passende Bewerber OHNE zusätzliche Kosten für Inserate in Jobbörsen.

Herausforderung:

Schon in absoluten Zahlen gibt es zu wenig qualifizierte Pflegekräfte für den ständig steigenden Bedarf. Die Arbeitsbedingungen in der mobile Pflege kamen in diesem Fall erschwerend hinzu. Klassische Stelleninserate brachten keine Bewerber mehr.

Was wir gemacht haben:

Die Basis war unser Employer Branding & Social Recruiting Paket:

1. Ausarbeitung der digitalen Kommunikationsstrategie basierend auf den größten Schmerzpunkten der Bewerberzielgruppe (Dienstplan, Arbeitszeiten, Teamkultur, Entgelt).
2. Einrichten einer bewerberspezifischen Karriereseite mit ansprechenden Bildern, Grafiken und Texten
3. Produktion Employer Branding Video
4. Einrichtung 1 Klick-Bewerbung-System (eRecruiting Software) und mobiler Quizfunnel
5. Optimierung der Social Media Kanäle Facebook und Instagram
6. 1 Monat Social Media Betreuung beider Kanäle inkl. 10 kreativer Jobposts (siehe Beispiel)
7. Übergabe und Einschulung aller Systeme an den Kunden

Beispiel aus der Social Recruiting Kampagne

Eines der zahlreichen Social Media Creatives (Facebook) mit dahinterstehendem Bewerber-Quiz. Die Mitarbeiter des Pflegeanbieters halfen, die Posts in wichtigen Gruppen zu teilen und sorgten auf diese Weise für kostenfreie Reichweite.

Christian liebt es, regelmäßig 6 Tage durchgehend frei zu haben. Und Sie?
Ihr neuer Job als DGKP ist nur 1 Klick entfernt...



MIK-OG

Scannen Sie den QR-Code um das Bewerber-Quiz anzusehen...



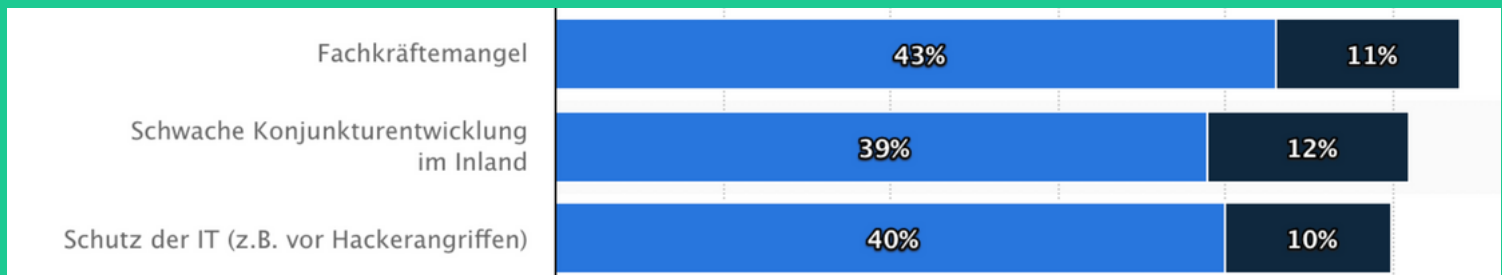
...oder direkt auf das Bild klicken

Fachkräftemangel ist die größte Herausforderung für kleine & mittelständische Unternehmen

54% aller mittelständischen Unternehmen beklagen den Fachkräftemangel als aktuell große oder sogar größte Herausforderung. Egal ob Produktion oder Dienstleistung: stehen nicht ausreichend Personalkapazitäten zur Verfügung erleidet das Unternehmen Verluste durch entgangene Aufträge und Kosten durch Mehrarbeit und Fluktuation.

Fakt ist: Unbesetzte Stellen gefährden die Zukunft jedes Unternehmens.

Top 3 Herausforderungen für klein- und mittelständische Unternehmen



Quelle: Statista Studie 2021. [Hier klicken, um direkt zur Studie zu kommen](#)

Gibt es wirklich einen Fachkräftemangel?

Gibt es den Fachkräftemangel wirklich oder ist das Unwort des Jahres 2019 bloß beliebte Ausrede dafür, dass die Gewinnung geeigneter Mitarbeiter für viele Unternehmen immer mehr zur Suche nach der Nadel im Heuhaufen wird?

Von einzelnen berufspolitischen Ausnahmen (wie z.B. im Pflegebereich) abgesehen liegt es eher an anderen Gründen, warum viele Unternehmen nicht mehr ausreichend Bewerber für ihre offenen Stellen finden. Diese wollen wir auf den Folgeseiten in Kürze darstellen.

Die Hintergründe liefern das Verständnis dafür, warum es vielen Unternehmen so schwer fällt, die richtigen Mitarbeiter zu finden. Rasch wird klar, warum es jetzt höchste Zeit ist, Mitarbeitergewinnung neu zu denken und auf digital Employer Branding und Social Recruiting zu setzen.

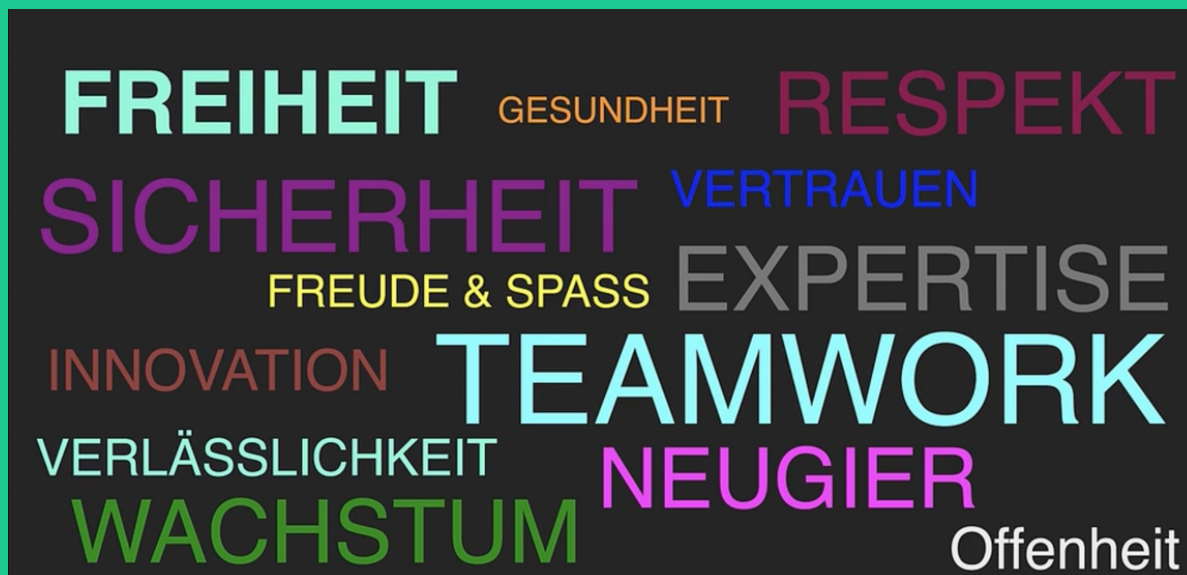
1. Gesellschaftliche Veränderungen

Wertesystem: Wenn der "Biss" fehlt...

Viele Unternehmen, gerade aus Handwerk und Produktion beklagen mangelnde Motivation („Biss“) unter den jüngeren Mitarbeitenden. Babyboomer und Ältere haben rasch eine Erklärung dafür parat, die so oder so ähnlich lautet: „Die Jungen von heute taugen zu nichts...“ oder „...die gehen lieber stempeln als arbeiten...“.

Ein Blick in die Geschichte macht rasch klar, dass diese Ansicht bereits 3000 v. Chr. vorherrschte, dokumentiert und „in Stein gemeißelt“ in einer Tontafel der Sumerer. Diese Argumente zählen einfach nicht.

Junge Menschen haben andere Prioritäten als die Generationen davor. Das ist ganz normal. Heute sind sinnstiftende Arbeit, eingebettet in ein harmonisches Teamgefüge mit flachen Hierarchien, größtmöglicher persönlicher Freiheit und ausgewogener Work-Life Balance wichtiger als Karriere, Geld und Status.



Wertewandel:

Junge Menschen ticken anders als die Generation davor. Sie haben eine andere Sicht auf die Welt. Daraus resultiert eine andere Bedürfnis- und Motivationslage.

Für digitale MA Gewinnung und Employer Branding bedeutet das:

Unternehmen müssen umdenken - weg von Human Resources als möglichst kosteneffiziente Einkaufsabteilung der „Ware Mensch“ hin zu echter Auseinandersetzung mit der gewünschten Bewerberzielgruppe und (digitaler) Kommunikation auf Augenhöhe.

2. Demografischer Wandel

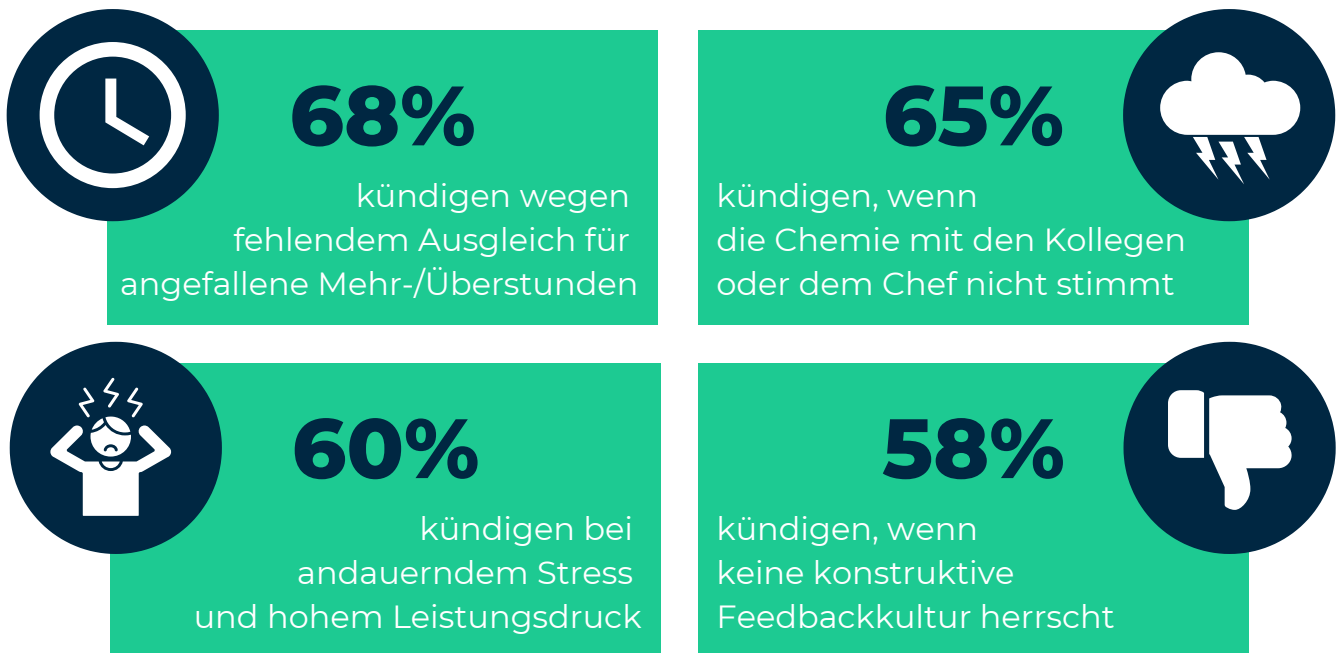
Zukunftsforscher prophezeien, dass innerhalb der kommenden 10 Jahre ca 30% der benötigten Arbeitskräfte fehlen - weil sie entweder nicht hierzulande geboren wurden oder nicht zugewandert sind.

Jeder Zweite zieht Jobwechsel in Erwägung

Die Prognose der Zukunftsforscher geht einher mit der Tatsache, dass mehr als jeder 2. Arbeitnehmer bereit wäre, seinen Arbeitsplatz zu wechseln. Dabei geht es in den wenigsten Fällen um mehr Entlohnung, sondern um Work-Life Balance und echte Wertschätzung.

Gelingt es Ihnen, passende Antworten auf diese "Schmerzpunkten" potenzieller Bewerber anzubieten und zu kommunizieren, heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab.

Warum Mitarbeiter Ihren Job kündigen



Quelle: kununu

Für digitale MA Gewinnung und Employer Branding bedeutet das:

Unternehmen müssen verstärkt Kandidaten ansprechen, die aktiv gar nicht auf Jobsuche sind. Diese neue Zielgruppe liest keine Stelleninserterate, ist nicht arbeitssuchend gemeldet, hat demnach andere Bedürfnisse und will daher anders angesprochen und „abgeholt“ werden als mit einem klassischen Stelleninserat.

3. Verändertes Bewerber-Verhalten

Sicher haben auch Sie schon online eingekauft. Heute ist es zur Normalität geworden, eine Reise, eine Konzertkarte, Kleidung, das Mittagsmenü... online zu kaufen. Der Grund liegt auf der Hand: Es ist einfach und bequem - jederzeit und überall mit dem Smartphone möglich.

Die wichtigsten Erfolgskriterien sind die richtige Aufbereitung der Produkte (Infos mit Bildern oder Video), aussagekräftige Rezensionen und vor allem eine perfekte Customer Experience während des Onlineeinkaufs.

Große online Reiseplattformen und Onlineversandhändler leben es uns längst erfolgreich vor. Das gleiche gilt für die digitale Mitarbeitergewinnung.



Candidate Experience

Bewerber von heute erwarten von ihrem zukünftigen Arbeitgeber die gleiche angenehme Erfahrung wie beim Online-Einkauf: Einen einfachen Bewerbungsprozess ohne digitale Hürden.

Sie sind nicht mehr bereit, einen aufwändigen Email-Bewerbungsprozess mit angehängtem Motivationsschreiben und Lebenslauf auf sich zu nehmen (probieren Sie das einmal selbst mit Ihrem Handy aus, dann wissen Sie, was ich meine ;)).

Für digitale MA Gewinnung und Employer Branding bedeutet das:

Eine positive Candidate Experience ist Pflicht, schließlich können sich Bewerber ihren künftigen Arbeitgeber leichter aussuchen denn je.

Die Frage ist: Ist Ihr Unternehmen dafür schon bereit? Wer es seinen Bewerbern für ein erstes Kennenlernen nicht so einfach macht wie möglich, wird sie an seine Mitbewerber verlieren - egal, wie vielversprechend das dahinterliegende Jobangebot sein mag.

Bevor es losgeht...

Auf den nächsten Seiten werden wir nun die wichtigsten Erfolgsfaktoren in der digitalen Mitarbeitergewinnung aufzeigen.

Zuvor möchte ich anmerken, dass eine besondere Herausforderung den Erfolg in der digitalen Mitarbeitergewinnung trotz dem Einsatz von hochwirksamen Strategien zunichte machen kann: Die Unternehmenskultur.

„Culture eats strategy for breakfast“ - wissen wir vom Managementprofi Peter Drucker schon seit über einem halben Jahrhundert.

Ist Ihr Unternehmen bereit?

Wenn die Unternehmenskultur (also die interne Employer Brand) noch nicht bereit dazu ist, nach außen kommuniziert zu werden, ist es zunächst sinnvoll, nach „innen“ zu arbeiten.

Wir nennen das „die eigenen Hausaufgaben“ machen.

Prüfen Sie zunächst die aktuelle Stimmung in Ihrem Unternehmen:

- Wie stehen Ihre bestehenden Mitarbeiter zum Unternehmen?
- Würden Sie es Ihren Freunden/Bekannten weiterempfehlen?
- Wenn nein, was müsste zunächst am Dringendsten getan werden?

Die Strategien in der digitalen Mitarbeitergewinnung sind umso erfolgreicher, je mehr sie von Ihrem Team unterstützt werden.

Das gilt für vor allem für Social Media.

Es wäre doch schade, wenn die neuen Strategien nicht von der eigenen Mannschaft mitgetragen werden, oder?

Unternehmenskultur & interne Employer Brand

Wie stehen die Mitarbeiter zu Ihrem Unternehmen?



Auch die beste digitale Strategie in der Mitarbeitergewinnung wird scheitern, wenn die nach außen kommunizierten Inhalte nicht der gelebten Wahrheit im Unternehmen entsprechen.

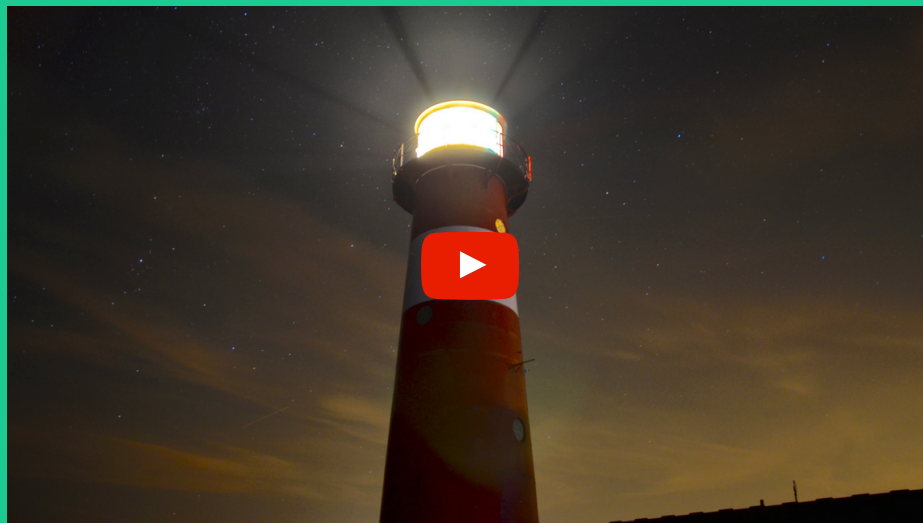
3 Erfolgsfaktoren in der digitalen Mitarbeitergewinnung

Erfolgsfaktor #1 Sichtbarkeit

Um Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren muss zuerst an der Sichtbarkeit gearbeitet werden.

Stellen Sie es sich am besten vor wie einen Leuchtturm. Er steht an exponierter Stelle und ist für alle von weitem sichtbar.

Werden Sie zum digitalen Leuchtturm in Ihrer Branche, um die passenden Bewerber anzuziehen.



Dieses Video zeigt Lösungen und Praxisbeispiele, mit denen auch Ihr Unternehmen sich durch eine starke Arbeitgebermarke von Mitbewerbern absetzt, um heute und in Zukunft schnell und sicher die richtigen Mitarbeiter finden.

[**Zum Video >**](#)

Die digitale Sichtbarkeit Ihrer Arbeitgebermarke besteht aus:

1. Der eigenen Karriere-Webseite mit den offenen Jobpositionen (z.B. als Unterseite Ihrer Webseite, auffällig verlinkt im Headermenü)
2. Der bewerbenspezifischen Vorstellung Ihres Unternehmens auf der Karriereseite mit...
3. einem Employer Branding Video
4. Unternehmensdarstellung auf Social Media
5. Indizierung der offenen Jobpositionen in den wichtigsten Jobsuchmaschinen

Warum Sie eine eigene Karriereseite brauchen

Obwohl die meisten klein- und mittelständischen Unternehmen den Mangel an qualifizierten Bewerbern beklagen, weisen nur 17% eine eigene Karriereseite auf.

Das bedeutet, dass Ihr Unternehmen als Arbeitgeber digital unsichtbar ist. Das gilt sowohl für potentielle Bewerber als auch für Jobsuchmaschinen (Google Jobs, indeed...).

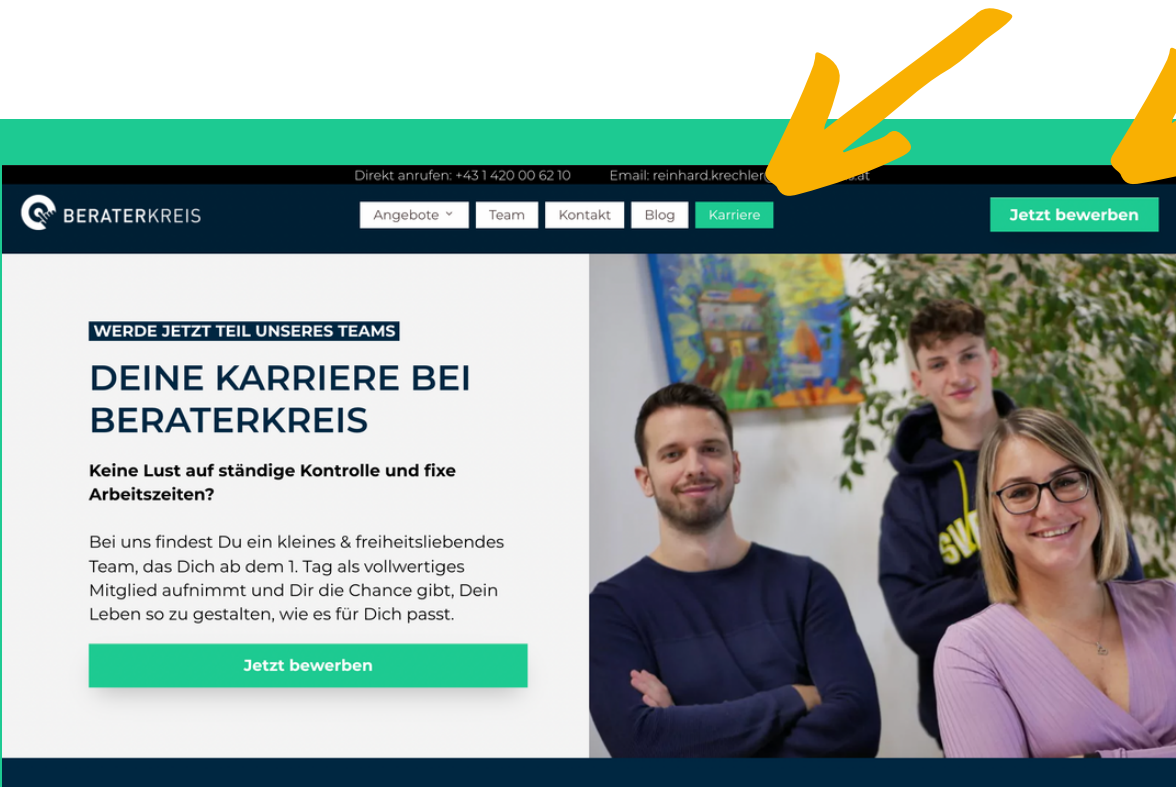
Jeder Webseitenbesucher könnte ein potentieller Bewerber sein

...oder Menschen kennen, auf die das zutrifft. Schade, wenn Ihr Unternehmen und die Stellenausschreibungen aber digital nicht auffindbar sind.

Deshalb ist eine eigene Karriereseite Pflicht. Diese muss ansprechend gestaltet sein, die richtigen Inhalte aufweisen, schnell laden und mobiloptimiert sein.

Gerade bei der Bewerberansprache machen viele Unternehmen einen entscheidenden Fehler: Sie sprechen viel von sich selbst und denken nicht an ihre Bewerber. Ein Imagevideo ist hier fehl am Platz.

Im Vordergrund steht die Antwort auf die Frage: Warum soll jemand in Ihrem Unternehmen arbeiten (und nicht beim Mitbewerb um die Ecke)?



The screenshot shows the top part of the Beraterkreis website. The header is dark blue with the company logo on the left and navigation links (Angebote, Team, Kontakt, Blog, Karriere) in the center. A green button labeled 'Jetzt bewerben' is on the right. Two yellow arrows point to the 'Karriere' link and the 'Jetzt bewerben' button. The main content area has a white background with the heading 'WERDE JETZT TEIL UNSERES TEAMS' and 'DEINE KARRIERE BEI BERATERKREIS'. Below this is a subheading 'Keine Lust auf ständige Kontrolle und fixe Arbeitszeiten?' and a paragraph of text. A green button labeled 'Jetzt bewerben' is at the bottom of this section. To the right of the text is a photo of three people (two men and one woman) smiling. On the far right, there is a green sidebar with white text.

Jede 2. Jobsuche beginnt heute auf Google.

Gestalten Sie einen auffälligen Button im Headermenü Ihrer Webseite mit dem Text „Karriere“, "Jetzt bewerben" oder „Jobs“.

Eine Karriereseite sollte die folgenden Inhalte aufweisen:

1. Motivierende Bilder echter Menschen, die im Unternehmen arbeiten (keine Stockbilder)
2. Einblicke ins Team, Mitarbeiterstimmen... am besten mit einem Employer Branding Video
3. Einen „Über uns Text“, der neugierig macht
4. Den Stellenmarkt mit allen offenen Positionen mit der Möglichkeit zur 1 Klick-Bewerbung
5. Informationen über den weiteren Bewerbungsprozess
6. Benefits für die Mitarbeiter im Unternehmen

Achtung:

Schnell kann der Karrierebereich zu überladen sein. Übertreiben Sie es nicht! Ein zu viel an Information bringt nichts, im Gegenteil. Ein zu Viel an Informationen führt zur Verwirrung Ihrer Besucher und ist kontraproduktiv.

Auf mobilen Endgeräten führt eine Gliederung des Karrierebereichs imit Untermenüs (zB Arbeiten bei uns, unsere Werte, offene Stellen...) eher zum Absprung als zur Bewerbung.

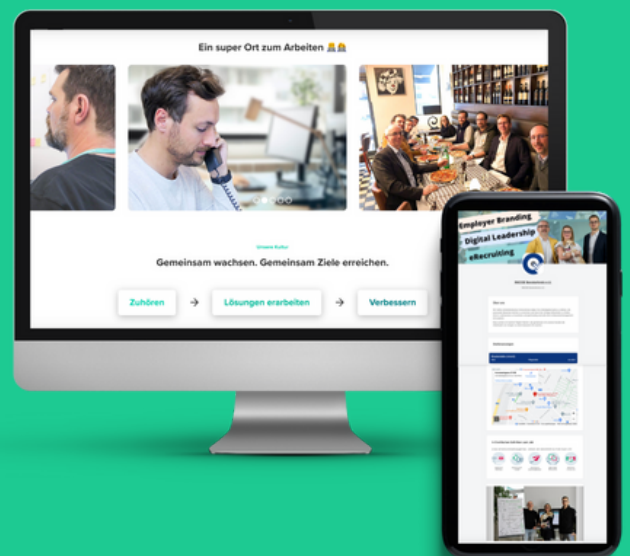
Wichtig: Sorgen Sie für klare Informationen, gut sichtbarem Bereich mit den offenen Jobpositionen, mobiloptimierte Darstellung und schnelle Ladezeiten.

Vorlage zum Download

Hier finden Sie die Blaupause für eine optimale Karriereseite zum Download.

Weiter >

Geben sie die Blaupause Ihrem Websupport zur Einrichtung auf Ihrer Unternehmenswebseite.



Die Vorstellung Ihres Unternehmens aus Sicht der Bewerber

Ihre Karriereseite sollte Bewerber ansprechen und Lust auf mehr machen. Dieses "mehr" ist zunächst die Information: Warum soll ich hier arbeiten (und nicht beim Mitbewerber um die Ecke).

An dieser Stelle passieren die meisten Fehler. Imagevideos, die Gründungsgeschichte des Unternehmens, wie Sie Ihre Kunden bedienen und welche Zertifizierungen Ihr Unternehmen spielen hier eine untergeordnete Rolle. Ihre potenziellen Bewerber wollen wissen, was Sie sich von Ihnen als Arbeitgeber erwarten können, wie ein Arbeitstag aussieht, wie die Kollegen ticken, welche Karrieremöglichkeiten es gibt, wie die Work-Lifebalance aussieht etc.

Sprechen Sie weniger von sich

Sprechen Sie auf Ihrer Karriereseite bitte weniger von sich, sondern holen Sie Ihre Bewerber zielgruppenspezifisch ab. Was erwartet ihn in Ihrem Unternehmen? Im Mittelpunkt steht die Antwort auf die Frage: „Warum soll jemand in Ihrem Unternehmen arbeiten?“

Bevor wir uns an die Umsetzung von Employer Branding oder Social Recruiting Kampagnen für unsere Kunden machen werfen wir einen Blick auf bereits erfolgte Bewertungen am Arbeitgeberbewertungsportal kununu.com

Sie geben in der Regel ein rasches Bild darüber, wie ein Unternehmen nach innen „tickt“ und liefern potenziellen Bewerbern einen schnellen ersten Eindruck.

Ihre Karriereseite soll die folgende Fragen beantworten

- Was macht Ihr Unternehmen aus?
- Wofür steht es, wofür nicht?
- Wen suchen wir? (Werte, Qualifikation...)
- Wo halten sich diese Menschen auf?
- Was interessiert sie?
- Was schmerzt sie in ihrem derzeitigen Job?
- Wie können Sie diese Schmerzpunkte lösen?
- Was haben Sie anzubieten?

Tipp:

Befragen Sie Ihre bestehenden Mitarbeiter.

So erhalten Sie nicht nur Antworten, sondern erkennen auch, ob die Unternehmenskultur bereit dafür ist, nach außen kommuniziert zu werden oder ob zuerst „interner“ Handlungsbedarf besteht.

[Hier können Sie einen Fragebogen dazu downloaden.](#)

[zum Download >](#)

Employer Branding Video

Mit einem Employer Branding Video lassen sich bewerbberspezifische Informationen wirksam und authentisch darstellen und durch die Algorithmen von Social Media wesentlich mehr Menschen erreichen als ohne.

Die Antwort auf die Frage „Warum soll jemand in Ihrem Unternehmen arbeiten“ lässt sich in einem 1-3 min. Video optimal beantworten und bleibt beim Betrachter viel besser in Erinnerung als bei geschriebenem Text.

Deshalb ist ein Video mit Eindrücken über den künftigen Arbeitsplatz, die Kollegen, die Teamkultur... in der digitalen Mitarbeitergewinnung Pflicht.

Wird das Employer Branding Video auf YouTube hochgeladen und in die eigene Karriereseite eingebettet, bringt das zusätzliche Vorteile für die Sichtbarkeit auf Google. Darüber hinaus fällt beim Videodreh neben dem fertig produzierten Video üblicherweise zusätzliches Bild- und Videomaterial an, das sich hervorragend für zusätzlichen Social Media Content eignet.

Holen Sie Ihre Mitarbeiter ins Boot

Für ein erfolgreiches Employer Branding Video empfehlen wir, die Mitarbeitenden in den Vordergrund zu stellen und sie zu unternehmensrelevanten Themen zu befragen wie z.B. zum Arbeitsklima, was sie am Unternehmen besonders schätzen, was neue Kollegen sich erwarten dürfen... zu befragen. So liefert Ihr Video echte Einblicke und bleibt authentisch.



Aufmerksamkeitsfaktor 60.000 : 1

Wussten Sie, dass unser Gehirn bewegte Bilder bis zu 60.000 x rascher aufnimmt als geschriebenen Text?

Es gibt keinen besseren Weg, echte Einblicke in Ihr Unternehmen zu geben. Auch die Klickraten auf Social Media sind bei Videos um ein vielfaches höher als bei bloßem Text.

So könnte auch Ihr Employer Branding Video aussehen:

[**Beispiel ansehen >**](#)

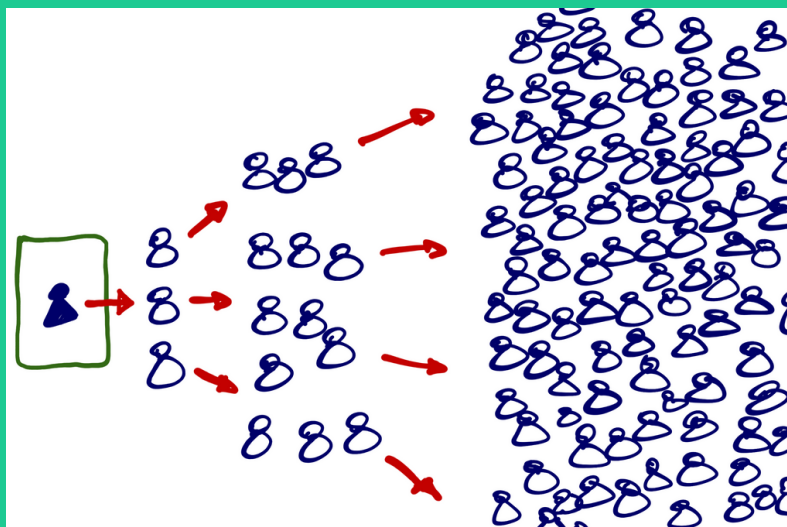
Sind die Voraussetzungen für die digitale Sichtbarkeit als attraktiver Arbeitgeber erfüllt, geht es darum sicherzustellen, dass Ihre Jobangebote die richtige Bewerberzielgruppe erreichen.

Erfolgsfaktor #2: Große spezifische Reichweite

Der alte Weg im Recruiting war, ein Stelleninserat in Printmedien oder Jobbörsen zu veröffentlichen in der Hoffnung, dass es die richtige Bewerberzielgruppe erreicht und anspricht.

„Post & Pray“ (Veröffentlichen und beten) war bis vor einigen Jahren die Hauptpraxis in der Mitarbeitergewinnung der meisten Unternehmen. Auch wenn Stelleninserate immer noch wichtig sind, funktionieren sie aus den genannten Gründen jedoch immer schlechter.

Doch heute gilt genauso wie früher: Je größer die Reichweite, desto mehr Bewerber. Je spezifischer die Reichweite, desto höher die Qualität der Bewerber. Wie wäre es mit großer UND spezifischer Reichweite...?



4 Wege zu großer spezifischer Reichweite für Ihre Stelleninserate

1. Jobsuchmaschinen
2. Social Media
3. Zielgruppen-Hotspots
4. Jobbörsen

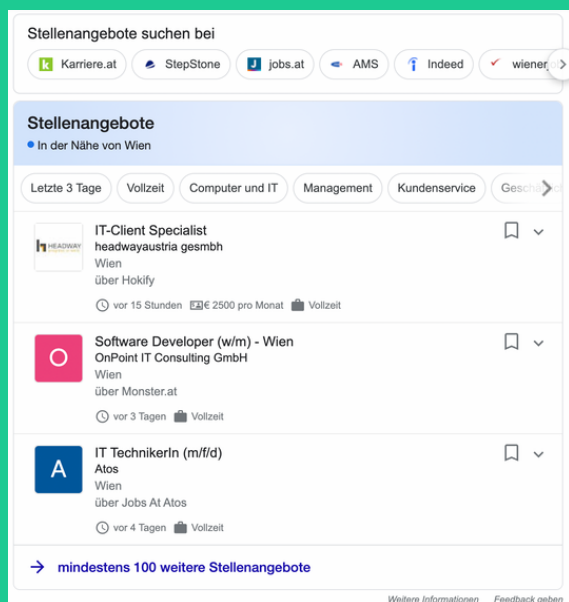
Auf den folgenden Seiten gehen wir näher auf jeden der 4 Wege zu großer Reichweite ein.

Stelleninserate werden nicht nur von Menschen gelesen

Wussten Sie, dass mehr als jeder 2. Besuch einer Karrierewebseite nicht von potentiellen Bewerbern erfolgt, sondern von Jobsuchmaschinen - allen voran Google Jobs dicht gefolgt von indeed und einigen weiteren wie z.B. talent.com?

Jobsuchmaschinen lesen automatisiert Stelleninserate aus und zeigen sie ihren jobsuchenden Nutzern basierend auf unterschiedlichen Algorithmen an. Und das überaus erfolgreich.

Heute beginnt bereits jede 2. Jobsuche auf Google. Wechselwillige Techniker und iT Fachkräfte durchstöbern gerne auch indeed. Deshalb ist es von entscheidender Bedeutung, dass Ihre Stellenausschreibungen über diese Jobsuchmaschinen auch gefunden werden.



Tipp:

Googlen Sie doch einfach mal nach jobs in Ihrer Stadt (z.B. Jobs iT Wien) und sehen Sie sich die Ergebnisse an. Werden Ihre Stelleninserate angezeigt?

Um zu überprüfen, ob Ihre Stellenanzeigen über GoogleJobs zu finden sind, können Sie auch Jobs und ihren Firmennamen eingeben. (Siehe links, Kasten mit blauer Überschrift, Suchworte: "Jobs iT Wien")

So stellen Sie sicher, dass Google & co Ihre Stellen korrekt auslesen und Jobsuchenden anzeigen:

Achten Sie darauf, dass Ihre Stellenausschreibungen neben ansprechenden Bildern und kreativen Texten die wichtigsten Eckdaten enthalten (Passender Jobtitel und Position, Branche, Arbeitsort, Arbeitszeit, Entgelt).

Veröffentlichen Sie Ihre offenen Positionen niemals als pdf Datei (für Google nicht lesbar), sondern am besten mit geeigneter Recruiting-Software. Diese stellt sicher, dass alle nötigen Inhalte für Google & co richtig aufbereitet sind für die automatische Auslese. Gerne helfen wir Ihnen bei der Auswahl geeigneter Recruiting-Software für Ihr Unternehmen.

1,8 Mrd. Menschen weltweit nutzen Facebook täglich, in DACH hat jeder 2. ein Profil, jeder 4. ist auf LinkedIn. Je nach Alters- und Zielgruppe werden unterschiedliche Plattformen genutzt, doch die Hauptbotschaft lautet:

Statistisch gesehen ist (fast) jeder potenzielle Bewerber auf Social Media.

Aus diesem Grund liegt Social Recruiting (die Nutzung von Social Media im Recruiting) voll im Trend und bietet tatsächlich vielversprechende Möglichkeiten.

Aber Achtung: Kaum jemand surft auf Facebook, Instagram, tiktok und co, weil er oder sie aktiv auf der Suche nach einem neuen Job ist. Niemand möchte „platt“ umworben werden und unerwünschte Direktnachrichten auf Xing und LinkedIn bringen meist nicht den gewünschten Erfolg.



Social Recruiting So wählen Sie den richtige Kanal

Die Antwort auf die Frage, welcher Kanal der richtige für Ihr Unternehmen ist ergibt sich aus der Auseinandersetzung mit Ihrer Zielgruppe.

Für Vertrieb, kaufmännischen Umfeld oder für Führungspositionen eignen sich LinkedIn und Xing.

Für Handwerk, Logistik, Pflege, Hotellerie eignen sich Facebook und Instagram.

Für Azubis könnte TikTok der passende Kanal sein.

Social Recruiting: 2 Strategien

Zwei Wege stehen Ihnen für das Erreichen Ihrer Bewerberzielgruppe offen.

- a) Nutzung kostenloser Reichweite
- b) Schaltung bezahlter Anzeigen (Ads)

Jeder hat seine Vor- und Nachteile, auf die wir im folgenden näher eingehen werden.

Nutzung kostenloser Reichweite

Um die kostenlose Reichweite von Social Media zu nutzen, muss die Ansprache mittels Bild, Text und Handlungsaufforderung („Call to act“) perfekt sitzen. Dafür bedarf es wie schon erwähnt die Auseinandersetzung mit der bevorzugten Bewerberzielgruppe.

Mit einem oder zwei Postings wird es nicht in der Regeln kaum gelingen, den gewünschten Effekt zu erzielen. Auf Social Media Kanal ist ein Post nach einigen Stunden bereits "alt". Ständig müssen neue Inhalte erstellt und veröffentlicht werden.

Es braucht kontinuierliche Aktivität.

Um Ihr Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber auf Social Media zu positionieren eignet sich am besten das regelmäßige Posten kurzer Stories (Video, Bilder). Wenn die bestehenden Mitarbeiter zB 3x/Woche über den Spaß in der täglichen Arbeit, die bewältigten Herausforderungen, die neuen Kollegen, das letzte Grillfest... berichten, lässt sich eine eigene Community aufbauen, die ab und an mit einem klaren Jobangebot bespielt werden kann.

Binden Sie Ihre Mitarbeiter ein.

Sind die Mitarbeiter des Unternehmens in die Content-Erstellung eingebunden, werden sie den Social Media Arbeitgeber-Auftritt des Unternehmens durch liken, kommentieren und teilen unterstützen und so für große spezifische Reichweite sorgen.

Vorteile kostenloser Reichweite:

Aktive Markenpflege, Aufbau einer eigenen Talent-Community, keine Kosten für Werbung und Stelleninserate.

Nachteile:

Zeitintensives Vorhaben, das interne Ressourcen für Contenterstellung und Communitymanagement benötigt, langsame Zielerreichung.

Beispiel: Facebook Post



Schaltung kostenpflichtiger Anzeigen (Ads)

Bei Social Recruiting Ads kreieren wir Werbeanzeigen mit bewerbenspezifischen Video-, Bild und Textbotschaften und nutzen die Werbe-Tools und Algorithmen der Plattformen, um die Anzeigen an die bevorzugte Zielgruppe auszuspielen.

Nur Personen in dieser ausgewählten Zielgruppe bekommen z.B. in ihrem Facebook Newsfeed die Anzeigen zu sehen.

Wir schreiben einen kreativen Stellenanzeigen-Text, kombinieren diesen mit einem Bild oder Video und Facebook/Instagram/LinkedIn... zeigt diese Anzeige nun Personen in der von uns ausgewählten Zielgruppe - und zwar genau dann, wenn diese Person gerade auf aktiv ist.

Ist die Ansprache richtig gewählt ist diese Art der Werbung unaufdringlich und sie taucht zwischen anderen Beiträgen von Freunden und Bekannten im Newsfeed auf.

Hervorragend bewährt haben sich Social Recruiting Ads in Form eines mobilen Recruiting-Funnels inkl. Bewerber-Quiz.

Sehen Sie dazu das Fallbeispiel auf Seite 6.

Vorteile von Social Recruiting Ads:

Die schnellste und kostengünstigste Möglichkeit, die richtige Bewerberzielgruppe punktgenau zu erreichen. Das macht den Bewerbern Spaß und bietet Unternehmen die Möglichkeit einer smarten Vorselektierung der Kandidaten. Exakte Performancedaten sind sofort erkennbar.

Nachteile:

Die genaue Targetierung der Zielgruppe braucht viel Erfahrung und Fingerspitzengefühl. Die Algorithmen und Konditionen von Social Media Plattformen ändern sich schnell, was die Aktualisierung bestehender Kampagnen und die laufende Auseinandersetzung mit dem Thema Werbeanzeigen an sich erforderlich macht.

Beispiel: Social Recruiting Ads

Geotargetierte Anzeige im Umkreis von 70 km rund um den Standort.



!! Bitte nur lesen, wenn Du Dir was zutraust !!

Als Führungskraft schockiert ... Mehr anzeigen

Ich kann diese Abteilung so aufbauen, wie **ich** das will.

TRANSGOURMET

JOBS.TRANSGOURMET.AT
Dein Team wartet...
Jetzt in 1 Minute bewerben

JETZT BEWERBEN

Zielgruppen Hotspots zu nutzen ist eine hervorragende Möglichkeit, Ihre Zielgruppe direkt anzusprechen. Als "Guerilla Recruiting" Maßnahme funktioniert sie am besten, wenn die Ansprache für die Bewerberzielgruppe unerwartet erfolgt und eine Überraschung bereithält.

Folgende Überlegungen müssen vorgenommen werden:

Wo hält sich Ihre bevorzugte Bewerberzielgruppe online und offline auf?
In welcher Situation/Stimmung sind sie gerade, wenn sie sich dort aufhalten?
Und wie lässt sich das nutzen?



Ein Beispiel:

Ein Elektrikerbetrieb suchte dringend neue Mitarbeiter für die Erweiterung eines Standorts im ländlichen Bereich. Zu Beginn unserer Zusammenarbeit fragten wir den Inhaber: Wo halten sich Ihre Elektriker auf, wenn sie während der Arbeitszeit gerade nicht in der Firma oder auf der Baustelle sind?“

Die Antwort war schnell gefunden: Sie fahren immer wieder zum Baumarkt, wenn Kleinmaterial wie z.B: Kabelbinder, Klemmschuhe... auf der Baustelle fehlt.

Ein kleiner Job-Flyer unter den Kabelbindern mit dem Spruch „Genug von kalter Baustelle? Wir suchen Elektriker für den Innendienst“ mit QR-Code zum Stelleninserat kostete fast nichts, brachte aber innerhalb eines Monats 28 Bewerbungen. Die offenen Stellen konnten rasch besetzt werden.



Tipp

Die Kombination aus Offline-Standorten (Schulen, Unis, Restaurants, Tankstellen, Shops...) in Verbindung mit QR-Code (Link zum Stelleninserat) ist eine kostengünstige Möglichkeit in der Mitarbeitergewinnung.

Fragen Sie Ihre bestehenden Mitarbeiter doch einmal nach ihren bevorzugten Aufenthaltsorten. Wo sind sie digital (z.B. in welchen Foren, Blogs, Social Media Gruppen...) und offline unterwegs? Wofür interessieren sie sich in genau diesem Moment (z.B. Stau, Tankstelle...?). Mit etwas Recherche lassen sich bestimmt Aufenthaltsorte und die passende Ansprache für potenzielle Kandidaten finden.

Wer Anfang 2000 in Österreich einen Job suchte, der kaufte sich eine Samstags-Ausgabe der Tageszeitung Kurier. Der Stellenmarkt war damals so dick wie eine reguläre Ausgabe der Zeitung an einem anderen Wochentag.

Heute, 20 Jahre später, ist der Samstags-Kurier unbedeutend. Kaum jemand liest die wenigen Stellenanzeigen. Das gleiche Schicksal wird die Online-Jobbörsen ereilen - auch sie werden immer unwichtiger. Wenn Sie die vorigen Inhalte aufmerksam gelesen haben, wissen Sie warum.

Jobbörsen verlieren ihre Relevanz

Dennoch schalten fast alle Unternehmen ihre Stellenausschreibungen immer noch auf online Jobbörsen wie karriere.at, stepstone und co. Das ist auch ok, vor allem, weil es...

1. für einige Berufsgruppen immer noch gut funktioniert (z.B. im Admin Bereich) und
2. Reichweite und die Indizierung auf Google Jobs bringt.

Wenn Sie Jobbörsen erfolgreich für Ihre Stelleninserate nutzen wollen, dann achten Sie darauf, sich möglichst von ihren Mitbewerbern zu unterscheiden. Das tun Sie, indem Sie auf kreative Bildsprache und Texte setzen und indem Sie folgende typische Fehler vermeiden:

Typische Fehler beim Schalten in Jobbörsen

- Unklarer Jobtitel (z.B. Customer Success Manager)
- Nicht aussagekräftiges Standard-Sujet ohne Bilder mit Eindrücken vom Unternehmen
- Nur über das Unternehmen sprechen statt über die aktuelle Situation des Bewerbers
- Viele Bulletpoints bei Aufgabenbeschreibung, Anforderungsprofil und Jobangebot
- Typische Buzzwords wie motiviert, erfahren, belastbar, flexibel...
- Keine Infos über den Verlauf des Bewerbungsprozesses geben
- Bewerbung über eine allgemeine Email-Adresse (z.B. bewerbung@mustermann.at) ohne Angabe von Name/Tel. Nr. eines Ansprechpartners
- Fehlende Verlinkung zum Stelleninserat auf der eigenen Karriereseite



7 von 10 Menschen informieren sich vorab online über Ihr Unternehmen, bevor sie sich bei Ihnen bewerben. Sind die Grundvoraussetzungen dafür durch die Erfolgsfaktoren #1 und #2 geschaffen, fehlt noch ein entscheidender letzter Schritt. Die technische Voraussetzung dafür, sich mit nur einem Klick in Ihrem Unternehmen zu bewerben.



1 Click Bewerbung

Wie im Onlinemarketing ist es auch in der digitalen Mitarbeitergewinnung entscheidend, den Besuchern Ihrer Karriereseite und Ihrer Stelleninserate ein positives Erlebnis zu ermöglichen (positive Candidate Experience) und sie klar zum Handeln aufzufordern (Call to act).

Je besser das gelingt, desto höher die Wandlungsquote (Conversion). Je höher die Conversion, desto effizienter ist der digitale Recruiting-Prozess und desto niedriger sind die Kosten pro Bewerber, falls Sie in Jobbörsen schalten oder Social Recruiting ADs einsetzen.

Machen Sie es Ihren Bewerbern leicht

Ähnlich wie in der Kundengewinnung wollen wir auch im Recruiting die Möglichkeit zur ersten Kontaktaufnahme so einfach als möglich gestalten.

Nicht jeder Bewerber passt als Mitarbeiter - soviel ist klar. Viele Unternehmen wollen daher ihre Kandidaten schon während des Bewerbungsprozesses vorselektieren, um sich den internen Aufwand mit „den falschen Bewerbern“ zu ersparen.

Das ist zwar verständlich, doch irgendwie neben der aktuellen Realität, oder? Komplizierte Onlineformulare mit Vorab-Registrierung und vielen Pflichtangaben sind nicht nur kontraproduktiv, sondern halten auch gute Kandidaten von einer Bewerbung ab und kosten Sie somit unnötig Zeit und Geld.

Die Selektion der Kandidaten erfolgt erst nach eingegangener Bewerbung, am besten mit einem digitalen Bewerbermanagementsystem.

Recruiting ist Marketing

Sehen Sie Tipps und Strategien für Ihr Recruiting in diesem Interview, das ich mit dem Rudi Bauer, dem vormaliger CEO von stepstone, führen durfte.

Die Inhalte sind aktueller denn je, obwohl wir das Interview bereits 2019 aufgezeichnet haben.



Klicken Sie direkt auf das Bild oder hier: <https://youtu.be/9kujsKHZWGo> um das Video zu sehen.

Bye bye Excel & Email im Bewerbungsprozess

Können Sie es sich wirklich leisten, auf Bewerber zu verzichten? Was wäre wenn Ihr perfekter Kandidat sich nur deshalb nicht bei Ihnen bewirbt, weil er gerade am Handy keinen Lebenslauf dabei hat?

Nutzen Sie stattdessen zeitgemäße Technik, die Ihnen dabei hilft, Ihre Bewerber rasch und einfach zu managen.

Nutzen Sie Recruiting-Software

... statt Email, Excel und co. Die Absage eines unpassenden Bewerbers dauert damit weniger als 10 Sekunden (inklusive Dokumentation) und Sie sparen wertvolle Zeit im Bewerbermanagement.

"Du weißt nie, wer sich nicht bei Dir bewirbt"

Die conversionoptimierte Candidate Experience hat zum Ziel, dass sich möglichst viele Besucher Ihrer Karriereseite dann auch tatsächlich in Ihrem Unternehmen bewerben. Ähnlich wie beim Einkaufen in einem Onlineshop sollen es interessierte Menschen so einfach als möglich haben, in Ihrem „Universum“ anzudocken.

Die Zahl jener, die nicht auf den „Jetzt bewerben“ Button klicken ist in der Regel um ein Vielfaches höher als die Anzahl derer, die sich bewerben. Aus diesem Grund ist es entscheidend, es potenziellen Bewerbern so einfach wie möglich zu machen.

Wichtig: Halten Sie die erste Hürde für die erste Kontaktaufnahme in Ihrem Bewerbungsprozess so niedrig wie möglich. Fragen Sie wenige Pflichtangaben ab und verzichten Sie auf Lebenslauf und Motivationsschreiben.

JETZT BEWERBEN



Dieser Bewerber hat den Status
#2 Bewerber ist gesichtet worden

Bewerber weiterbewegen:

#3 Bewerber kommt in die engere Auswahl

Bewerbung ablehnen

Tip: Welche Recruiting Software einsetzen?

Setzen Sie auf cloudbasierte Software. Das spart nicht nur eigene Serverkapazitäten, sondern bringt im Bezug auf Datenschutz den Vorteil, dass Sie keine Bewerberdaten mehr auf Ihren lokalen Rechnern speichern.

Gerne beraten wir Sie bei der Auswahl geeigneter Recruiting Software oder mobiler Recruiting-Funnels für Ihr Unternehmen.

[Buchen Sie hier einen Termin für eine unverbindliche Online-Demo.](#)

[Zum Demotermin >](#)

Digital Employer Branding & Social Recruiting bringt

-  Positionierung und Bekanntheit als attraktiver Arbeitgeber
-  Aufbau eines eigenen Talente-Pools (auch für Azubis)
-  Unabhängigkeit von Jobbörsen
-  Kürzere Besetzungszeiten (time to hire)
-  Reduktion der Recruiting-Kosten (cost per hire)
-  Bis zu 3 x mehr Bewerber in nur 30 Tagen

Wie helfen wir Ihnen dabei?

Wir entwickeln in Absprache mit Ihnen die passende Erfolgsstrategie für Ihre Branche und Zielgruppe und setzen alle Schritte termintreu für Sie um.

Auf Wunsch beraten, coachen und trainieren wir gerne Ihre HR-/Recruitingabteilung.

Die 3 Erfolgsfaktoren

Hier in Kürze die wichtigsten Faktoren für erfolgreiche digitale Mitarbeitergewinnung als grafische Übersicht. Sie sind die Grundvoraussetzung dafür, dass Ihr Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber digital von den passenden Bewerbern wahrgenommen wird mit dem Ziel, die offenen Jobpositionen rasch und sicher zu besetzen,



Vorarbeit zahlt sich aus

Ihr bisheriger Recruiting Einsatz - egal ob Schaltung von Stelleninseraten, Direktansprache und Social Media, Mitarbeiterempfehlungen... wird sich um ein Vielfaches auszahlen.

Der beste Startzeitpunkt

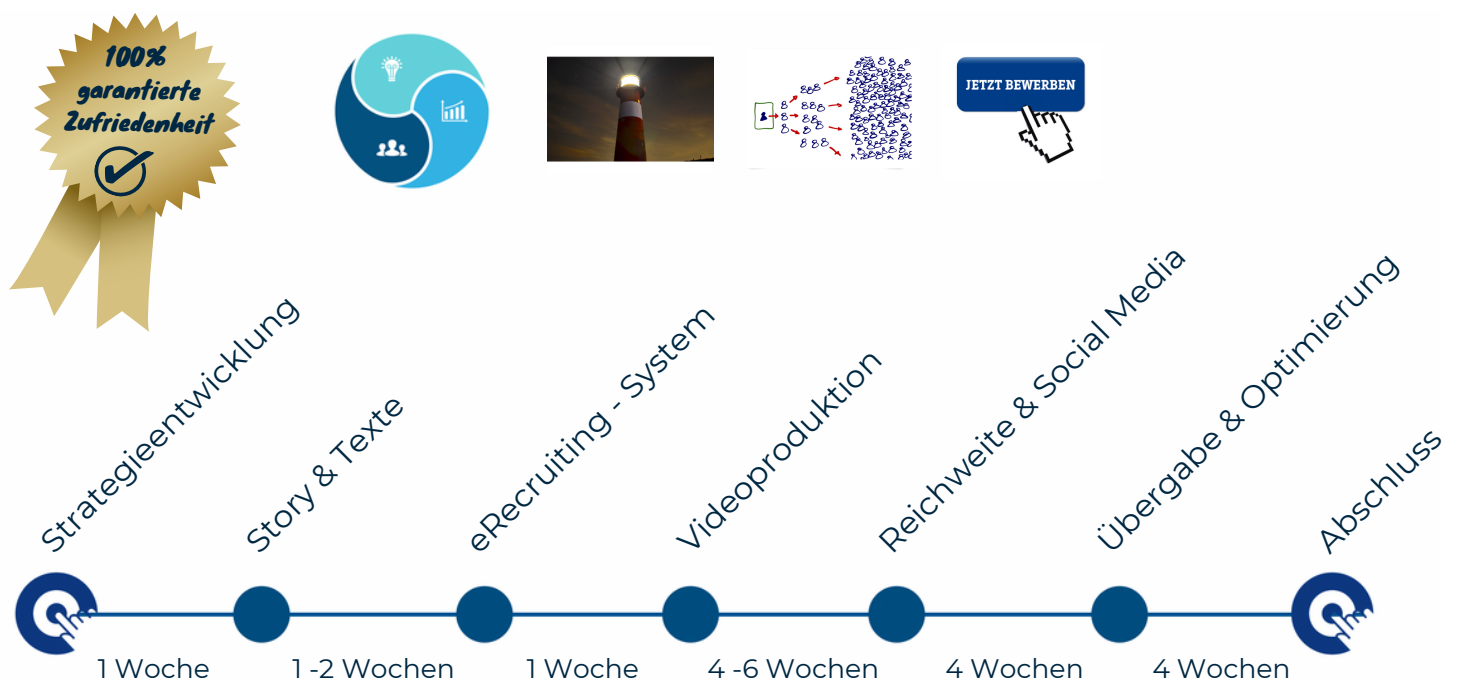
Während Digital Employer Branding & Social Recruiting für Großkonzerne bereits selbstverständlich sind, haben die meisten klein- und mittelständischen Betriebe noch keine digitale Strategie für ihre Mitarbeitergewinnung. Starten Sie jetzt und sichern Sie sich Ihren Vorsprung und die besten Kandidaten vor Ihren Mitbewerbern.

Das Beraterkreis Social Recruiting & Employer Branding Paket mit Erfolgsgarantie

Unser beliebtestes Kombipaket beinhaltet alles, was Sie für ein solides Fundament in der erfolgreichen digitalen Mitarbeitergewinnung brauchen.

Sie sparen wertvolle Zeit durch erprobte Prozesse und zahlreiche Vorlagen (Textbausteine, Videoskripte...) und genießen unsere einzigartige Erfolgsgarantie.

So könnte unsere Zusammenarbeit aussehen:



Erhalten Sie Ihre Arbeitgebermarken-Analyse inkl. Tipps & Empfehlungen für Ihr Recruiting kostenlos

Wählen Sie Ihren Wunschtermin für eine kostenlose und unverbindliche Analyse Ihres Arbeitgebermarkenauftritts.

In ca 45 min. betrachten wir Ihre Arbeitgebermarke aus Sicht Ihrer bevorzugten Bewerber und Sie erhalten wertvolle Tipps für Ihre digitale Recruiting-Strategie.

Scannen Sie dazu den QR-Code oder klicken Sie jetzt hier.



Ein kleiner Auszug unserer Kunden...



...und ihren Erfahrungen

"Das Team von Beraterkreis hat die von uns gestellten Erwartungen zur vollsten Zufriedenheit erfüllt. Wir schätzten die Kompetenz und die Flexibilität in der raschen Umsetzung. Gerade durch die langjährige Erfahrung in der Organisationsentwicklung und im Recruiting können wir Hrn. Krechler und sein Team für die Durchführung eines solch komplexen und unternehmensrelevanten Geschäftsprozesses, wie das Recruiting weiterempfehlen." - Matthias Weber, BA - Personalleiter SO/Vienna

"Das Engagement ist sehr hoch - vor allem, wenn es um zeitliche oder inhaltliche Anpassungen während der Projektumsetzung geht. Die Zusammenarbeit zeichnet sich durch Professionalität in Beratung aus. Unsere Erwartungen wurden mehr als erfüllt. Beraterkreis steht uns auch weiterhin als Umsetzungspartner in unserem eRecruiting-Projekt zur Seite." - Mag. Margarete Venz - Recruiting ERGO Versicherung

Wir sind ein sehr erfahrener und kompetenter Beratungs- und Umsetzungspartner im Bereich digitale Mitarbeitergewinnung und -entwicklung. In unserem 5-köpfigen Team arbeiten wir täglich daran, Unternehmen dabei zu helfen, leichter und schneller die richtigen Mitarbeiter zu finden.

Wir coachen, beraten und verwirklichen einzelne Leistungen und komplexe Employer Branding & Social Recruiting Gesamtprojekte für unsere Kunden, um folgende Ziele für Sie zu erreichen:

- Mehr von den richtigen Bewerbern
- Ihr Unternehmen wird als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen
- Sie sparen wertvolle Zeit & Geld durch rasche Stellenbesetzung

Hierzu wenden wir das in über 20 Jahren aufgebaute und ständig aktualisierte Praxis-Wissen an, das wir mit den besten Experten-Tipps in Kombination mit modernsten Techniken verbinden. Termintreue in der Zusammenarbeit ist für uns selbstverständlich.



Der alte Weg funktioniert nicht mehr

Wenn Jobbörsen und Personalvermittler keine befriedigenden Ergebnisse mehr bringen, braucht es neue Wege im Recruiting.

Mit unseren Strategien konnten wir bereits über 120 klein- und mittelständischen Unternehmen dabei helfen, ihre offenen Positionen rasch mit den passenden Kandidaten zu besetzen.

Was uns von anderen Anbietern unterscheidet

- Einzigartige Kombination aus langjähriger Praxis in Personalberatung, Onlinemarketing und Videoproduktion
- Erprobte Vorlagen und Abkürzungen sparen wertvolle Zeit für Text- & Videoproduktion
- Alles aus 1 Hand: Beratung, Story, Karriereseite, Texte, Videoproduktion, Grafiken, Social Media, Recruiting Ads

Neue Herausforderungen bei der Suche nach den besten Talenten brauchen neue Lösungen. Schnell kann man dabei die Übersicht verlieren.

Erfolgreiche digitale Mitarbeitergewinnung ist eine Kombination aus vielen Detailbereichen wie Onlinemarketing, Storytelling, Videoproduktion, Webdesign, Social Media Management... und natürlich der Auswahl der passenden Tools für die jeweilige Herausforderung und Branche.

Hier sind 7 gute Gründe für die Zusammenarbeit mit Beraterkreis

1. Einzigartige Kombination aus langjähriger Praxis in Personalberatung, Onlinemarketing und Videoproduktion
2. Sofort messbare Ergebnisse durch KPI, digitale Tools und erprobte Prozesse
3. Alles aus 1 Hand: Beratung, Story, Karriereseite, Texte, Videoproduktion, Social Media
4. Made in Austria
5. Zeitersparnis durch erprobte Vorlagen und Prozesse
6. Fester Zeitplan und fixe Paketpreise ohne verdeckte Zusatzkosten
7. Einzigartige Erfolgsgarantie

Sie wollen Ihre digitale Mitarbeitergewinnung mit uns auf Erfolgskurs bringen?

So gehen Sie am besten vor:

- 1) Sie buchen einen Termin für ein kostenfreies Erstgespräch. Scannen Sie dazu den QR-Code oder klicken Sie jetzt hier.
- 2) Beim Erstgespräch analysieren wir in einem ca 45 min. Onlinemeeting Ihren Arbeitgebermarken-Auftritt und Sie erhalten wertvolle Tipps für Ihre digitale Recruiting-Strategie.
- 3) Am Ende des Gesprächs entscheiden Sie sich, ob Sie diese Strategie alleine oder mit unserer Hilfe weiter ausarbeiten und umsetzen wollen.





Reinhard Krechler

Inhaber und Gründer von Beraterkreis

Der WKO- zertifizierte Unternehmensberater ist Experte für digitale Mitarbeitergewinnung und Employer Branding. Er bringt langjährige Erfahrung in Beratung, Führung und sein umfassendes Praxiswissen in der Organisationsentwicklung in unsere Kundenprojekte ein.



Sebastian Hochleitner

Videoproduzent

Der Videoproduzent und Content Marketing Experte entwickelt Performance-orientierte Onlinemarketing Kampagnen mit Schwerpunkt Video. Als Digital Native, durch sein Interesse an Technologie & seiner Erfahrung bei der Videoproduktion stellt er sicher, dass alle Projekte problemlos und fristgerecht ablaufen.



Julia Hochleitner

Social Media Managerin

Kommt ursprünglich aus der Hotellerie und bringt daher vielseitige Erfahrung aus den Bereichen Veranstaltung, Organisation, Service und Gästebetreuung mit. Als Social Media Managerin ist Julia für die Betreuung von unseren eigenen Social Media Kanälen und für das erste SetUp der Kanäle unserer Kunden verantwortlich.



Andreas Kruisz

Online Marketing Manager

Andreas bringt die notwendige Kreativität in die Sprache unserer Kunden. Egal ob Stelleninserat, Creatives, Landingpages oder Newsletter... seiner Meinung nach kommt es auf die richtige Kombination aus Bild + Text an, damit ein Bewerber weiterklickt und die Bewerbung erfolgreich abschließt.



Andreas Nagy

Digital Content Creator

Befindet sich derzeit in der Ausbildung zum Medientechniker, aber konnte es nicht erwarten endlich die Kamera in die Hand zu nehmen und Videos zu produzieren. Er unterstützt uns bei Videodrehen, Fotoshootings und bei der kreativen Nachbearbeitung des Videomaterials.



Abby

Happiness Managerin

Unsere Abby schaut gerne Katzenvideos auf Youtube und fordert uns zum Streicheln oder Spielen auf. Ab und zu liegt Sie auch in Ihrem Bett und träumt vom Gassi gehen und vom Wandern.

Online Recruiting Selbst-Check:
<https://akademie.beraterkreis.at/>

Anfrage: <https://www.beraterkreis.at/kontakt/>

Blaupause Karrierewebsite:
<https://drive.google.com/file/d/1SsmaLAFNdoRWF2pmwcuZkc0neajoH1g/view?usp=sharing>

Mitarbeiterbefragung zur Unternehmenskultur:
https://drive.google.com/file/d/1A6AkT_ahZExZBzvPZo7Nbn4QPCuh4md9/view?usp=sharing

Video Insider Strategie in der digitalen
Mitarbeitergewinnung: <https://www.beraterkreis.at/insider-strategie-mitarbeitergewinnung/>

Statista Studie (Herausforderungen Unternehmen):
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/152891/umfrage/auswirkungen-der-wirtschaftsreise-auf-die-unternehmen/>

kununu/Randstedt: - Warum MA kündigen
<https://engage.kununu.com/de/blog/warum-deine-besten-mitarbeiter-kuendigen-wollen/>

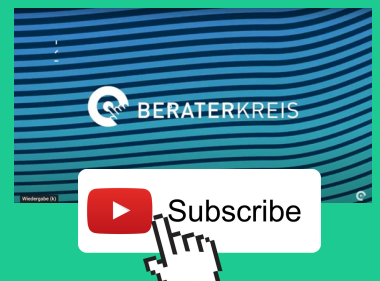
Universität Bamberg - Recruiting Trends:
<https://www.uni-bamberg.de/isdl/chris/recruiting-trends/>

Onlinetraining "Recruiting Mindset":
Der perfekte Einstieg für Ihre Organisation ins Thema
digitale Mitarbeitergewinnung .
<https://academy.myleadershipcircle.com/s/leadershipcircle/recruiting-mindset-onlinekurs/payment>

Geben Sie am Bestellformular den Gutscheincode ein:
RMS50% und sparen Sie 50%

Tipp:

Abonnieren Sie
unseren Youtube
Kanal und erhalten
Sie regelmäßige
Strategien und Tipps
für Ihren Recruiting-
Erfolg



-50% Aktion -50%

Onlinetraining
"Recruiting Mindset":

Der perfekte Einstieg
ins Thema für mit
Schritt für Schritt
Anleitungen und
Praxisbeispielen

Kaufen >

