

# Personalbeschaffung 2.0

Recruiting-Prozesse erfolgreich optimieren



## **Impressum**

Copyright Wiley-VCH GmbH,  
Boschstraße 12,  
69469 Weinheim, Germany

Email: [info@wiley-vch.de](mailto:info@wiley-vch.de)

Jobcluster Deutschland GmbH,  
Fuldaer Straße 13, 36124,  
Eichenzell, Germany

Email: [info@jobcluster.de](mailto:info@jobcluster.de)

## **Redaktion**

Michael Reubold (V.i.S.d.P.)

## **Stellenmarkt & Mediaberatung**

Thorsten Kritzer  
[thorsten.kritzer@wiley.com](mailto:thorsten.kritzer@wiley.com)

Recruiting-Trends 2021: Prozesse optimieren	4 – 5
Mehr Bewerber durch optimierte Karriereseiten	6 – 7
Wie Kennzahlen das Recruiting optimieren	8 – 9
Zielgruppenspezifische Kampagnen mit Facebook, Instagram und Google Ads	10 – 11

**Alexander Baumann**, Geschäftsführer,  
Jobcluster Deutschland GmbH, Eichenzell  
Tel.: +49 6659 98 600 50  
[info@jobcluster.de](mailto:info@jobcluster.de)  
[www.jobcluster.de](http://www.jobcluster.de)



*Jobcluster Deutschland dient Unternehmen als Werkzeug für die webbasierte Personalbeschaffung. Arbeitgeber können ihre Angebote gezielt in regionalen Jobbörsen oder Branchencluster veröffentlichen. Das Jobcluster Netzwerk gewährleistet ihnen dabei eine hohe Präsenz und Reichweite der Angebote für Fach- und Führungskräften, Ausbildungsstellen und Praktika sowie eine spezifische und nachhaltige Präsentation der Arbeitgebermarke in Deutschland, Europa oder der Welt.*

## Recruiting-Trends 2021: Prozesse optimieren

In Zeiten von Corona verlagert sich das Recruiting noch stärker in den digitalen Raum. Laut der „Recruiting Trend Studie 2020“ der Universität Bamberg betreiben Unternehmen jetzt schon einen Großteil ihrer Recruiting-Prozesse im Internet. Jedoch geben vier von zehn Firmen an, dass die publizierten Stellenanzeigen im Web wenig effektiv sind. Ein Grund hierfür: Oft wählen Unternehmen nicht die richtigen Recruiting-Kanäle oder nutzen diese nicht effektiv. Abhilfe hierfür bieten Kennzahlen – sie bringen Licht ins Dunkel und zeigen, welche Recruiting-Kanäle ihr Geld wert sind. Zudem sollten Recruiter im Blick haben, dass moderne Karriereseiten

mehr und mehr die Online-Stellenbörsen ablösen und Social-Media-Kanäle dabei helfen, die Zielgruppen immer besser zu erreichen.

### Kennzahlen getriebenes Recruiting

In der täglichen Arbeit mit unseren Kunden stellen wir fest, dass sich modernes Recruiting immer mehr an Kennzahlen (KPIs) orientiert. Moderne Recruiting-Tools wie der One-Click-Recruiter liefern hier die notwendigen Vergleichskennzahlen (z.B. Cost per Application) für alle Recruiting-Kanäle. Dadurch erkennen Sie, welche Kanäle sich überhaupt lohnen.



©WrightStudio - stock.adobe.com

## Hoher Bewerberrücklauf dank SEO-optimierter Karriereseiten

Die Karriereseite Ihrer Website ist das zentrale Einfallstor für Bewerber. Daher ist es sehr wichtig, dass diese professionell aufgebaut und nutzerfreundlich gestaltet ist. Die Recruiting-Kennzahlen eines Dax-Konzerns haben uns gezeigt, dass eine SEO-optimierte Karriereseite einen überdurchschnittlich hohen Bewerberrücklauf generiert und damit einer der zentralen Faktoren ist, der zum Recruiting-Erfolg eines Unternehmens beiträgt. Insbesondere neue Karriereportal-Technologien (z.B. das Karriereportal-Plugin von Jobcluster) optimieren Karriereseite in kürzester Zeit.

## Social-Media- und Google-Kampagnen – ernstzunehmende Wettbewerber

Auf der Basis zahlreicher Kundenerfahrungen haben wir gelernt, dass

Social-Media- und Google-Kampagnen ernstzunehmende Wettbewerber von herkömmlichen Online-Stellenbörsen sind. Unterstützt wird dies durch eine Studie der Uni Bamberg: Sechs von zehn Bewerbern sehen den Einsatz von Social-Media-Kanälen beim Recruiting als positiv an. Zudem sind diese Kanäle preislich eine sehr gute Alternative zu Schaltungen auf Online-Stellenbörsen. Auch können Sie die Kampagnen auf Ihre Zielgruppen zuschneiden.

Moderne Recruiting-Tools sind heute nicht mehr wegzudenken, wenn es darum geht, Personalbeschaffungsprozesse zu optimieren. Die Bewerberansprache durch SEO-optimierte Karriereseiten steht im Wettbewerb zu den Online-Stellenbörsen. Die Social-Media-Welt hat den Zugang zu Bewerbern gefunden. Doch nur mithilfe der richtigen Kennzahlen optimieren Sie alle Recruiting-Maßnahmen erfolgreich.

■ [www.one-click-recruiting.de](http://www.one-click-recruiting.de)

## Mehr Bewerber durch optimierte Karriereseiten

Laut der „Social Media Personalmarketing Studie 2018“ schauen sich 84 % der Kandidaten zuerst die Karriereseite an, um sich über ein Unternehmen zu informieren. Je nachdem, welchen ersten Eindruck Ihre Karriereseite auf einen Bewerber hinterlässt, bildet sich dieser eine Meinung über Ihr Unternehmen. Eine überzeugende Karriereseite entscheidet darüber, ob sich ein Kandidat bewirbt. Folgende Parameter sind unabdingbar für eine gute und moderne Karriereseite:

### Suchmaschinenoptimierung (SEO = Search Engine Optimization)

Sie sollten Ihre Karriereseite für Suchmaschinen optimieren. Denn wird diese nicht in der Ergebnisliste auf den ersten

Seiten der Google-Suche angezeigt, wird sie von Bewerbern nicht wahrgenommen.

### Nutzerfreundlichkeit

Gelangt ein Bewerber auf Ihre Karriereseite, sollte sich dieser möglichst schnell zurechtfinden. Egal, ob der potenzielle Mitarbeiter nach Informationen oder nach Stellenangeboten auf der Karriereseite sucht. Generell gilt: Spätestens nach dem dritten Klick wird ihm diese präsentiert.

### Bewerberorientierte Informationen

Überlegen Sie sich, welche Zielgruppen unternehmensrelevant sind und wie Sie diese mit Ihrer Karriereseite ansprechen. Präsentieren Sie nur solche Informa-



tionen, die Ihrer Zielgruppe einen Mehrwert bieten und die Sie veranlassen, sich in Ihrem Unternehmen zu bewerben. Hier geht es vor allem um die Alleinstellungsmerkmale und was der Bewerber davon hat, wenn er bei Ihnen arbeitet.

Stellen Sie sicher, dass Ihre Jobangebote exakt beschrieben sind und ein durchgängiges Corporate Design haben. Beschreiben Sie priorisiert die Aufgaben und den Verantwortungsbereich. Vergessen Sie nicht Initiativbewerber mit einer klaren Kommunikation zu berücksichtigen.

### Kommunikation im Bewerbungsprozess

Lassen Sie Ihre potenziellen Kandidaten bei ihrer Bewerbung nicht allein. Geben Sie ihnen frühestmöglich Feedback, indem Sie Sie ihnen zum Beispiel den aktuellen Status des Bewerbungsprozesses mitteilen. Zudem sollten Sie Bewerbern die Möglichkeit bieten, bei Rückfragen mit ihnen interaktiv zu kommunizieren.

### Moderne Karriereportal-Technologien

Nutzen Sie moderne und vor allem suchmaschinenoptimierte Karriereportale. Durch die Einbindung solcher Technologien auf der Karriereseite erfüllen diese die oben genannten Parameter im Handumdrehen. Der Entwicklungsaufwand entfällt. Die Nutzung erfolgt nahezu in Echtzeit.

### Die Zukunft der Karriereseite im Recruiting

Moderne und bewerberorientierte Karriereseiten entscheiden darüber, ob Sie im „War for Talents“ eine Rolle spielen. SEO verbessert die Sichtbarkeit und somit die Auffindbarkeit Ihrer Karriereseite über Suchmaschinen. Entscheiden Sie eigenständig, wie Sie Stellenangebote ohne Umweg an Ihre Bewerber adressieren und damit den Bewerberrücklauf selbst in die Hand nehmen. Ihre Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber wird dadurch maßgeblich bestimmt.

■ [www.one-click-recruiting.de](http://www.one-click-recruiting.de)

## Wie Kennzahlen das Recruiting optimieren

Nutzen Sie Kennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) für Ihr Recruiting? Wenn nein, dann wird es Zeit! Laut der „Recruiting-Studie 2018“ erheben sechs von zehn Unternehmen bereits Kennzahlen in der Personalbeschaffung. 40% kennen diese nicht, obwohl das Wissen darüber erheblichen Einfluss auf die Personalbeschaffung hat. Kennzahlen helfen insbesondere dabei, die Recruiting-Kanäle zu optimieren, sowohl zielgruppenspezifisch als auch monetär.

### KPI-Strategie

Die richtigen Kennzahlen helfen Unternehmen, Recruiting-Prozesse zu optimieren. Diese sollten jedoch mit Bedacht ausgewählt werden und sich an den Un-

ternehmens- und Recruiting-Zielen orientieren. Folgende Punkte sollten Sie bei der Kennzahlenerhebung beachten:

#### ■ Ist-Situation analysieren

Erzielen Sie mit Ihren aktuellen Recruiting-Maßnahmen einen ausreichenden und qualitativ hochwertigen Bewerberrücklauf? Die Klärung dieser Frage ist zwingende Voraussetzung für alle weiteren Maßnahmen.

#### ■ Ziele formulieren

Definieren Sie Ziele, die Sie mit dem Tracking der Kennzahlen in der Personalbeschaffung verfolgen. Überlegen Sie sich auch Zwischenziele, um frühzeitig festzustellen, ob Maßnahmen greifen.



©sitthiphong - stock.adobe.com



## ■ **Auswertung**

Sammeln und werten Sie nun die Recruiting-Kennzahlen aus. Anhand der Daten sehen Sie, welche Kanäle sich für das Recruiting eignen.

### Wesentliche Kennzahlen

Folgende Kennzahlen helfen Unternehmen, ihre Personalbeschaffung zu verbessern. Diese lassen präzise Rückschlüsse über die Effektivität von Recruiting-Maßnahmen zu.

## ■ **Kosten pro Einstellung (Cost per Hire)**

Das sind die durchschnittlichen Kosten, die pro Stellenbesetzung im Unternehmen entstehen. Sie errechnen sich, indem die Summe aus internen und externen Recruiting-Kosten durch die Anzahl der Neueinstellungen in der Firma dividiert werden.

## ■ **Kosten pro Bewerbung (Cost per Application)**

Die Kosten, die für Unternehmen entstehen, um eine bestimmte Anzahl an Bewerbungen zu generieren.

## **Quelle der Einstellung (Source of Hire)**

Welche Kanäle sind erfolgreich? Dazu zählen Stellenbörsen, Social Media, unternehmenseigene Karriereseite usw. Hier wird klar, ob das Unternehmen seine Zielgruppen effektiv erreicht.

### Recruiting-Tools

Moderne Recruiting-Tools erheben solche Kennzahlen auf Knopfdruck. Sie zeigen u.a. Kennzahlen wie Aufrufe und Interessenten für Stellenanzeigen auf den unterschiedlichsten Recruiting-Kanälen an. Anhand der Kennzahlen erkennen Sie, welche Recruiting-Kanäle ihr Geld wert sind.

Kennzahlen sind das Salz in der Suppe, um Recruiting-Prozesse zu optimieren. Überlegen Sie sich deshalb genau, welche Kennzahlen wichtig sind und Ihnen bei der Personalbeschaffung weiterhelfen. Umso mehr Kennzahlen Sie erfassen, desto mehr Technik bedarf es. Was Sie nicht messen können, können Sie möglicherweise auch nicht managen. Performance basiertes Recruiting wird zum Erfolgsfaktor.

■ [www.one-click-recruiting.de](http://www.one-click-recruiting.de)

## Zielgruppenspezifische Kampagnen mit Facebook, Instagram und Google Ads

Suchen Sie nach neuen und vielversprechenden Recruiting-Kanälen? Dann könnten Facebook-, Instagram- und Google-Ads-Kampagnen interessante Alternativen sein. Diese bieten Ihnen die Möglichkeit, Wunschkandidaten zielgruppenspezifisch und mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis anzusprechen. Sie bieten eine Alternative zu bestehenden Online-Stellenbörsen, auf denen Ihre Jobangebote oft im Anzeigenschwungel untergehen. Potenzielle Bewerber werden an neuen interessanten Touchpoints im Internet erreicht. Beispielsweise erscheinen Ihre Jobangebote in der Timeline von Facebook und

Instagram, oder auch in der Google-Suche.

Auf Facebook und Instagram erreichen Sie Kandidaten dort, wo sie sich in Ihrer Freizeit online aufhalten. Es besteht eine große Chance passiv wechselwillige Kandidaten zielgruppenspezifisch (z. B. Wohnort, Alter, Interessen) zu adressieren. Suchen Sie bspw. einen promovierten Chemiker, könnte Ihre Zielgruppe als Interesse „Chemie“ angegeben haben. Insbesondere lohnt es sich, aktuell Facebook- und Instagram-Anzeigen zu schalten, da große Organisationen wie SAP und Coca-Cola wegen der Coronakrise ihre Werbeanzeigen aussetzen. Dies führt zu erheblich besseren Werbean-



©Aleksej - stock.adobe.com

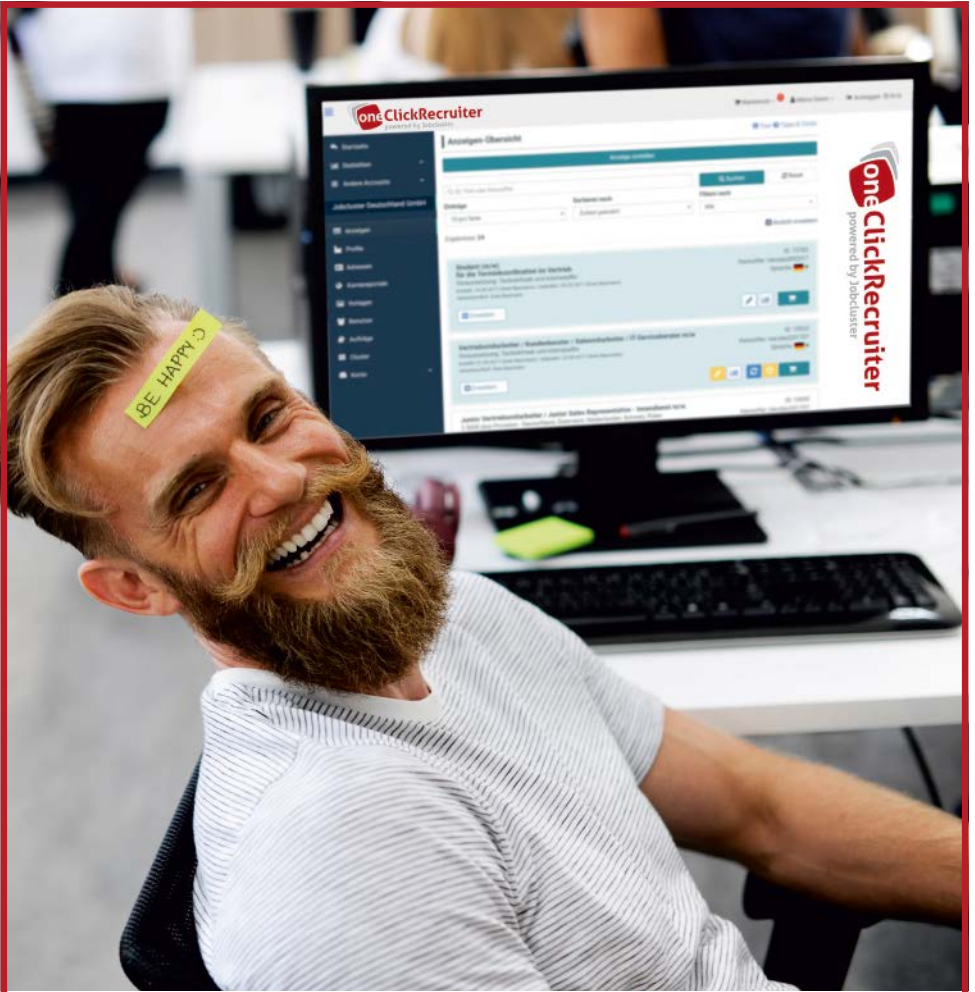
zeigenpreisen sowie zu höheren Reichweiten. Mit Facebook- und Instagram-Kampagnen erreichen Sie unterschiedliche Altersgruppen. Auf Facebook sind alle Altersgruppen vertreten, wohingegen Sie auf Instagram insbesondere die jüngere Generation finden.

Die eigenen Stellenanzeigen via Google Ads zu schalten, bietet ebenfalls viele Vorteile. Eine Besonderheit der Google Werbefunktion ist, dass Ihre Stellenangebote nicht von Ihren Bewerbern in den Tiefen von Jobbörsen gesucht werden müssen. Vielmehr werden Ihre Stellenangebote Nutzern durch die Eingabe von bestimmten Keywords bei der Google-Suche prominent als erstes Suchergebnis angezeigt. Dadurch können Sie mit der richtigen Auswahl von passenden Keywords Stellenangebote an die gewünschte Zielgruppe adressieren. Suchen Sie z.B. Pharmareferenten, dann sollten Sie Schlüsselwörter wie „Jobs

Pharma“ für Ihr Keyword-Set verwenden. Zuschneiden können Sie Ihre Kampagnen auch auf geografische Räume und Tageszeiten.

Bei der Einstellung Ihrer Facebook-, Instagram- oder Google-Ads-Kampagnen sollten Sie professionellen Support hinzuziehen, sofern Sie über kein eigenes Know-how verfügen. Oft verpuffen falsch eingestellte Kampagnen und führen dann nicht zum gewünschten Bewerberrücklauf. Moderne Recruiting-Tools machen es möglich, mit nur wenigen Klicks Facebook-, Instagram- oder auch Google-Ads-Kampagnen zu schalten. Kennzahlen spielen dabei eine wesentliche Rolle. Anhand der Kennzahlen erkennen Sie, inwiefern sich Ihre Online-Kampagnen im Vergleich zu anderen Recruiting-Kanälen wie Stellenbörsen überhaupt lohnen.

■ [www.one-click-recruiting.de](http://www.one-click-recruiting.de)



[www.one-click-recruiting.de](http://www.one-click-recruiting.de)



Recruiting so einfach wie möglich

