



## Social Media Recruitment – DOs & DON'Ts

### DOs

- **Langfristig planen.** Die Strategie für soziale Medien muss in ein Gesamtkonzept des Bewerbermarketings eingebunden sein und sollte nicht als einmalige kurzfristige Aktion geplant werden. Allen Social-Media-Kanälen, welche Sie betreiben, müssen Sie regelmäßig Aufmerksamkeit schenken und die Inhalte stets auf aktuellstem Stand halten.
- **Dieselbe Botschaft über alle Kanäle senden.** Gehen Sie strategisch vor und überlegen sich ein ganzheitliches Bewerbermarketingkonzept, sodass (potentiellen) BewerberInnen ein einheitliches Bild Ihres Unternehmens präsentiert wird.
- **Authentisch bleiben.** Die Darstellung des Unternehmens sowie der Stellenanzeigen sollte stets realistisch bleiben. Binden Sie beispielsweise Ihre MitarbeiterInnen ein und fragen diese, was sie an Ihrem Job besonders mögen. So erhalten Sie glaubhafte Werbebotschaften von authentischen Menschen.
- **Bewerberorientierung.** Orientieren Sie sich an den Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppe: Wo suchen potentielle BewerberInnen nach Stellenangeboten? Sorgen Sie dafür, dass diese dort auf Ihr Unternehmen aufmerksam werden. Was sind die Entscheidungskriterien potentieller BewerberInnen? Werben Sie damit, was sie als attraktiver Arbeitgeber zu bieten haben.
- **Kommunikationsfreude signalisieren.** Kommunizieren Sie stets auf Augenhöhe und handeln serviceorientiert. Antworten Sie beispielsweise persönlich auf individuelle Anfragen und stellen Sie sicher, dass potentielle BewerberInnen Sie auf den Kanälen erreichen können, über die diese üblicherweise kommunizieren. Überlegen Sie sich sinnvolle Mitmachaktionen, um die Interaktionsmöglichkeiten zu steigern.

### DON'Ts

- **Infospam ohne Nutzwert für die Zielgruppe.** Stellen Sie sicher, dass sie nur hochwertige und relevante Informationen verbreiten, um potentielle BewerberInnen für Ihr Unternehmen zu begeistern. Gestalten Sie Ihre Unternehmenswebsite als übersichtliche und nutzerfreundliche „Erlebniswelt“. Schlecht sortierte oder fehlende Informationen sowie geschönte Werbebotschaften erzielen einen gegenteiligen Effekt.
- **Amateurhafte Designs und unprofessionelles Auftreten.** Vermeiden Sie zu viel Text und setzen Sie stattdessen auf kurze, aussagekräftige Botschaften, unterstützt durch Bilder, welche die Emotionen ansprechen. Reagieren Sie immer empathisch auf Anfragen, niemals pampig, rücksichtslos, gemein oder unfair.
- **Zeit und Ressourcen verschwenden.** Verzichten Sie auf Kundenzeitschriften, altmodische Broschüren und Stellenanzeigen in Printzeitungen. Positionieren Sie Ihr Unternehmen stattdessen dort, wo potentielle BewerberInnen auch suchen.