

Social Networks



Chance: Social Media für HR und Recruiting

Im Zeitalter der Digitalisierung gibt es für Ihr Recruiting neue Möglichkeiten. Sehen Sie Social Media als zusätzliche Chance, potenzielle Kandidaten für Ihr Unternehmen zu finden, noch besser, von ihnen auf virtuellen Kanälen gefunden zu werden, für Ihr Employer Branding und zur Unternehmenskommunikation.

Positionieren Sie Ihr Unternehmen virtuell so, dass Sie Bewerber, Fachkräfte und Auszubildende magisch anziehen! Ich empfehle Ihnen, bestehende Jobanzeigen auf Jobscout, Stepstone, Stellenanzeigen, Recruiting auf Messen, Monster & Co mit Aktivitäten im Social Network zu kombinieren. Dazu gehören Unternehmensseiten, Aktivitäten in Gruppen, die Moderation eigener Gruppen. Durch die Kombination der Kommunikation mit Bewerbern mit dem Schalten von Jobanzeigen lässt sich ein viraler Effekt schaffen.

Welche Vorteile werden Ihnen Aktivitäten in den sozialen Netzwerken bringen?

- Sie sind dort, wo Ihre Bewerber sind.
- Sie können mit ihnen schnell und unkompliziert kommunizieren.
- Sie signalisieren, dass Ihr Unternehmen ein Trendsetter ist.
- Sie bauen Vertrauen zu den Bewerbern auf.
- Sie werden Bewerbungen bekommen, die eine höhere Qualität haben.
- Sie erreichen digital orientierte Mitarbeiter.
- Sie erreichen mehr Sichtbarkeit für Ihr Unternehmen.
- Sie stärken Ihre Unternehmensmarke.

Wichtig zu wissen

Social-Media-Plattformen sind Kommunikationskanäle, um mit Menschen ins Gespräch zu kommen. Menschen kommunizieren mit Menschen, besser gesagt, in diesem Bereich mit Bewerbern, Fachkräften und Auszubildenden. Kommunikation geht immer von Person zu Person und nicht von Unternehmensseite zu Unternehmensseite, und aus diesem Grund empfehle ich Ihnen, so viel wie möglich Mitarbeiter in Ihre Aktivitäten im Social Network einzubeziehen.

Nicht jeder Mitarbeiter wird dafür offen sein. Beziehen Sie Mitarbeiter ein, die digital orientiert sind und die Spaß und Freude an virtueller Kommunikation haben.

Sehen Sie das Social Web wie einen großen Marktplatz oder eine Messe, wo Sie mit Menschen ins Gespräch kommen.

Wie können Sie starten?

- Verschaffen Sie sich einen Überblick über eine engere Auswahl an Plattformen, um dann zu entscheiden, welche Sie für Ihr Unternehmen nutzen möchten. Je nach Zielgruppe werden diese für verschiedene Unternehmen unterschiedlich sein. Welche können das sein? XING, LinkedIn, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube oder eine der anderen rund 240 Möglichkeiten.
- Erstellen Sie in diesen Medien Profile und Unternehmensseiten. Dafür benötigen Sie Bildmaterial und Grafiken, die Ihr Employer Branding fördern.
- Finden Sie in den Social-Media-Plattformen bestehende Gruppen, in denen Sie sich einbringen können.

- Erstellen Sie eigene Gruppen, in denen Sie mit Interessenten kommunizieren können.
- Seien Sie auf den Plattformen nicht nur Sender, sondern auch ein sehr guter Zuhörer und Mehrwertstifter.
- Erstellen Sie eine Content-Strategie.
- Binden Sie Mitarbeiter mit in Ihre Strategie ein.
- Schaffen Sie personelle Kapazitäten, um langfristige Kontinuität zu gewährleisten.
- Verknüpfen Sie Ihre digitalen Aktivitäten mit Ihren bisherigen Aktivitäten in HR und im Recruiting.
- Verknüpfen Sie Ihre Social-Media-Kanäle mit Ihren bisherigen Internetpräsenzen.
- Überlegen Sie, wie Sie erfolgreiche bisherige Aktivitäten aus dem Recruiting in die digitale Welt holen können.
- Erwarten Sie nicht in der nächsten Führungskräftekonferenz die ersten Ergebnisse.

Da für gewöhnlich der Blick von außen und aus Expertensicht immer ein anderer ist, holen Sie sich eine(n) Experten/in mit ins Boot. Die Umsetzung empfehle ich immer intern zu leben. Denn Networking sollte gelebt werden, und das können nur Personen, die täglich in Ihrem Unternehmen integriert sind.

Was ist zu beachten?

- Jede Social-Media-Kommunikation hat einen anderen Kommunikationsstil: So ist die Anredeform in Medien wie XING und LinkedIn „Sie“ und eher förmlich und in Medien wie Facebook und Instagram lockerer und „Du“.
- Sie können für einige Plattformen Tools wie Buffer und Hootsuite nutzen, um die Kanäle zu bedienen. Ich empfehle Ihnen jedoch, nicht zeitgleich in allen Medien den gleichen Content zu bringen. Facebook bietet auf Unternehmensseiten auch selbst die Möglichkeit, Ihre Beiträge vorzuplanen.
- Liefern Sie Ihren Fans, Followern und Kontakten einen Mehrwert.
- Nutzen Sie soziale Medien nicht als Werbekanal, sondern zur Kommunikation.
- Erstellen Sie einen Redaktionsplan und legen Sie fest, welcher Mitarbeiter welche Kanäle bedient.
- Klären Sie die Admin- und Redaktionsrechte auf den Kanälen.
- Prüfen Sie die Einstellungen der Social-Media-Plattformen. Wer darf was sehen, wer muss was freigeben usw.?
- Denken Sie daran, dass alle Social-Media-Kanäle bei gewerblicher Nutzung eine Impressumspflicht haben.
- Machen Sie sich von keiner digitalen Plattform abhängig. Ihr Ziel sollte immer sein, in die persönliche Kommunikation zu gehen und die InteressentInnen „in Ihre Datenbank zu bekommen“.

Wie können Sie Ihren Fans Content anbieten?

Sie können den Content auf verschiedene Art und Weise veröffentlichen. Grundsätzlich empfehle ich Ihnen, wichtigen Content in Ihrem Blog zu platzieren und dann als Verlinkung auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen zu teilen.

Mögliche Formate sind u.a. Text, Bild, Grafik, Video und Audio. Im Zuge der Informationsflut von heute werden Bilder, Videos und Audios am besten wahrgenommen. Das Motto „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ trifft auch auf Videos und Audios zu.

Mit welchem Content können Sie Mehrwert bieten?

- Erstellen Sie Tipps für Bewerbungsverfahren.
- Geben Sie Karrieretipps für Bewerber.
- Geben Sie Ihren Fans einen Blick hinter die Kulissen.
- Stellen Sie Ihr Social-Media-Team vor.
- Lassen Sie Mitarbeiter zu Wort kommen.
- Stellen Sie neue Mitarbeiter vor.
- Erzählen Sie von Events und Aktivitäten im Unternehmen.
- Präsentieren Sie Arbeitsplätze für zukünftige Bewerber.
- Veröffentlichen Sie Zitate, die Bewerber ansprechen.
- Erstellen Sie Storys aus Ihrem Unternehmen oder von einem Bewerber.

Zudem:

- Jobangebote
- Infografiken
- Wettbewerbe im Unternehmen
- Expertenmeinungen
- Gewinnspiele
- Buchempfehlungen
- Interviews mit Fans
- Jubiläum oder Jahrestage
- News und Trends aus der Branche
- ... fragen Sie Ihre Fans

Binden Sie auch hier Ihre Mitarbeiter und Ihr Social-Media-Team mit ein, Ideen für Ihre Content-Strategie zu finden. Der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. Schauen Sie auch, was machen andere. Nicht um zu kopieren, sondern um Inspiration für neue Ideen für Ihre Strategie zu bekommen. Recruiting mit Social Media heißt Kreativität, Offenheit, Querdenken, Beobachten und Mehrwert stiften. Nur so wird Ihre Strategie eine erfolgreiche Recruiting-Strategie im Web und eine hervorragende Ergänzung zu all Ihren anderen Aktivitäten in HR und Recruiting werden.



Autorin:

PETRA POLK

ist Rednerin, Beraterin, Netzwerk- und Social-Media-Expertin. Sie präsentiert Erfolgsstrategien für Networking und Social-Media-Marketing.
www.petrapolk.com