



COACHING

Special



TANJA ADLER
Coach & Beraterin für
Recruiting in Social Media

Recruiting in den sozialen Medien ist heute zu einer regelrechten Materialschlacht geworden. Die Qualitätsanforderungen sind sehr hoch, in der Regel hat ein Beitrag nur wenige Sekunden zur Verfügung, um entweder genauer betrachtet oder sofort weiter gewischt zu werden.

Tanja Adler, Inhaberin der Spezialagentur „Firmenherz“ in Deggendorf hat sich mit ihrem Team genau dieser Aufgabe verschrieben. Professionelles Social Media Management erfordert heute fundiertes Fachwissen in den Bereichen Analyse, Produktion, Strategie und Planung. Zwischen all dem soll außerdem ein stringenter „Roter Faden“ gezogen werden, der den Auftritt eines Unternehmens in den sozialen Medien stimmig mit den Firmen- und Markenwerten verknüpft.

COACHING



Recruiting neu denken.

➤ **Mitarbeiter finden** - in den sozialen Medien ticken die Uhren anders

FACHKRÄFTE HIER, FACHKRÄFTE DORT - PERSONALMANGEL IST DAS ALLGEGENWÄRTIGE THEMA IN NAHEZU ALLEN BRANCHEN. ARBEITGEBER HABEN MITTLERWEILE BEMERKT, DASS **DIE KLASSISCHEN WEGE DES RECRUITING WIE STELLENAUSSCHREIBUNGEN IN DER TAGESPRESSE ODER DIE ARBEITSAGENTUR REINE ZEIT- UND GELDVERSCHWENDUNG SIND.** DIE SOZIALEN MEDIEN SOLLEN ´S RICHTEN - ABER WIE?

Mitarbeiter finden, und dazu auch noch am besten die Guten. Eine Aufgabe, die noch vor wenigen Jahren durch eine einfache Stellenausschreibung mit Leichtigkeit lösbar war, ist heute eine Aufgabe für Fachagenturen und Coaches - und selbst da muss man wissen, wie das Spiel heutzutage läuft.

Tanja Adler ist mit ihrer Kommunikationsagentur "Firmenherz" in Deggendorf seit vielen Jahren auf die sozialen Medien spezialisiert und weiß wie diese Kanäle zu bespielen sind. Seit wenigen Jahren jedoch richtet sich das Interesse ihrer Kunden weniger darauf, im Netz neue Kunden zu finden und den Umsatz zu steigern, sondern man hat Instagram, Facebook & Co. als Recruitingplattformen entdeckt. Hier halten sich die begehrten Fachkräfte auf - gut ausgebildete Menschen, die mitten im Leben stehen und noch "Bock haben". Diese Menschen zu erreichen, ihnen Lust auf eine neue Arbeitsstelle zu machen, das ist das Spezialgebiet von Tanja Adler. Sie entwirft Social Media Kampagnen und Strategien, coacht Firmeninhaber und Gewerbetreibende, um

sie auf den Bewerbermarkt der Gegenwart einzustellen. Ganz besonders hoch spezialisiert ist sie auf das Recruiting für medizinische Berufe. Ärzte, Therapeuten und Kliniken gehören zu ihren Klienten. Ihre Erfahrungen sollten alle Firmen und Praxen, die auf der Suche nach gutem Personal sind, aufhorchen lassen.

"Es spricht sich langsam herum, aber noch immer hängen viele Chefs gedanklich in den 90er Jahren fest. Damals war man als Arbeitgeber ein Objekt der Begehrlichkeit, man konnte sich die potenziellen Mitarbeiter "kommen lassen", in aller Ruhe die Bewerbungen begutachten und die besten aussuchen. Wer mit diesem Mindset heute auf dem Arbeitsmarkt Stellen ausschreibt, kann es schlicht und einfach vergessen. Der Markt hat sich komplett gedreht - und wer wirklich die Besten der Besten haben will, der muss umdenken. Und zwar komplett."

Tanja Adlers Erfahrungen decken sich mit den Daten aus den internationalen Recruiting Agenturen. Wer als Arbeitgeber heute noch mit

"Schicken Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung an..." inseriert, ist von vornherein raus. Die Fachkräfte von heute wissen, dass sie es sind, auf die sich alle Augen richten, sie kennen die Marktlage und sortieren potenzielle Arbeitgeber, die noch "old school" sind, gnadenlos aus. Hürden wie schriftliche Bewerbungen sind nicht mehr zeitgemäß. Im Gegenteil: die Firma muss sich, um überhaupt eine Chance zu haben, aktiv im Markt bewerben. Sie muss durch originelle und zeitgemäße Kampagnen die Aufmerksamkeit ihrer Zielpersonen gewinnen und durch Nahbarkeit, absolute Nullbürokratie und persönliches Engagement überzeugen. Erfolgreiche Firmen bewerben sich bei ihren zukünftigen Mitarbeitern - und nicht umgekehrt.

"Für manche Arbeitgeber ist das zunächst eine ungewohnte Situation. Aber es lohnt sich, sich darauf einzulassen. Die guten Fachleute haben meistens bereits gute Jobs, man muss sie aktiv abwerben. Die unmotivierten Tagediebe will man ja sowieso nicht, also konzentriert man sich auf die Goldnuggets im Arbeitsmarkt. Und die findet man mit der richtigen Einstellung und mit der richtigen Kampagne durchaus. Unsere Klienten haben keinerlei Probleme mit Personalmangel, im Gegenteil. Es kommt einfach darauf an, die Menschen richtig anzusprechen - dann fühlen sie sich auch angesprochen. Gute Mitarbeiter kennen ihren Wert, und damit meine ich nicht nur das Geld. Viel wichtiger ist es heutzutage, Wertschätzung und persönliche Nahbarkeit, Augenhöhe und Teamgeist als Unternehmenswerte zu kultivieren und kommunikativ auch nach außen zu tragen. Dabei unterstützen wir und der Erfolg bestätigt diesen Weg."

Information von:

Firmenherz Marketing GmbH & Co. KG
Graflingerstr.192 | Deggendorf
Tel.: +49 (0) 991 / 40 59 90 12
info@firmenherz.de
www.firmenherz.de

RECRUITING - WORAUF ES ANKOMMT



a) DEN MARKT KENNEN

In Deutschland hat ein "labour race" eingesetzt. Der Erfolg eines Unternehmens hängt zunehmend davon ab, ob es ihm gelingt, die benötigten Mitarbeiter zu finden und zu halten. Der Arbeitsmarkt hat sich mittlerweile komplett gedreht, heute müssen Fachkräfte umworben werden. Dies erfordert komplett andere Recruitingstrategien als noch vor wenigen Jahren.

b) TREFFSICHERE KAMPAGNEN



Gute Mitarbeiter haben in der Regel bereits gute Jobs. Sie lesen weder Stellenanzeigen in den Zeitungen, noch sind sie bei der Arbeitsagentur gelistet. Sie bewegen sich in den sozialen Medien. Nur wer sich als Arbeitgeber hier attraktiv präsentiert, wird wahr genommen.

c) ERFOLG IST TEAMWORK



Gute Mitarbeiter kennen ihren Wert heute sehr genau. Ihre Ansprüche an den Arbeitgeber sind aber wesentlich geringer materiell orientiert, als man glauben möchte. Natürlich muss die Bezahlung angemessen sein - wesentlich wichtiger ist jedoch die menschliche Komponente. Wertschätzung, Persönliche Skills, Nahbarkeit, Augenhöhe, Teamgeist (von oben) sind die Werte, mit denen Firmen heute durchstarten.