

Praxis-Tipps

- Sprechen Sie Ihre Zielgruppe entsprechend verschiedener Informationsbedürfnisse an: Suchen Sie beispielsweise nach Schnittstellen zu individuellen Gewohnheiten der User und Ihrem Pflegedienst.
- Nutzen Sie eine aussagekräftige Bildsprache, um die Vielfalt Ihrer digitalen Präsenz zu untermalen. So erreichen Sie eine breitere Zielgruppe über Ihre Kanäle.
- Lösen Sie mögliche Kommunikationsschwierigkeiten durch die Auswertung Ihrer Recruiting-Maßnahmen: Mit entsprechenden Controlling-Programmen können Sie das User-Verhalten analysieren und die Ansprache der Zielgruppe verbessern.
- Gestalten Sie Ihre Homepage so, dass eine optimale Nutzerfreundlichkeit auch für mobile Ansichten vorhanden ist. Achten Sie dabei auf klare Navigationsstrukturen sowie Aktualität.
- Schaffen Sie Anreize für Ihre Bewerber und kommunizieren Sie diese auch durch Mitarbeitende, um das Vertrauen in Ihr Unternehmen gegenüber dem Bewerbermarkt zu stärken.



Foto: Gettyimages/poriba



Digital überzeugen

Digital Recruiting, Teil 2: Homepage und soziale Medien spielen eine entscheidende Rolle

Ein professioneller Online-Auftritt ist das A und O für jeden Arbeitgeber, auch in der ambulanten Pflege. Die eigene Homepage sowie die Nutzung sozialer Medien spielen eine entscheidende Rolle für die erfolgreiche Rekrutierung und müssen Interessierte direkt überzeugen. Die optimale Umsetzung digitaler Rekrutierungswege ergibt sich aus der unternehmens-eigenen Strategie sowie einer guten Planung.

Die Homepage sollte übersichtliche Kontaktpunkte enthalten, die einen guten Informationsfluss zwischen dem Unternehmen und den Bewerbern ermöglichen. Wichtige Neuigkeiten sowie Stellenausschreibungen sollten zusätzlich in den sozialen Medien gestreut werden, um die Reichweite als Arbeitgeber zu erhöhen. Dabei sollten die Beiträge in Layout, Struktur und Content auf die Unternehmens-Website abgestimmt sein. Fotos und Videos ermöglichen authentische Einblicke in den Arbeitsalltag, die die Entscheidung für eine Bewerbung maßgeblich stützen können. Aufgrund des unterschiedlichen Verhaltens der User in den jeweiligen Kanälen ist es wichtig,

die Zielgruppen möglichst genau zu definieren.

In der 2. Auflage des aktuellen „conQuaesso Jobs Recruiting Reports“ lässt sich erkennen, dass die Hälfte aller Befragten aus der Pflege den Fokus in den sozialen Medien auf die Ansprache von Fachkräften legt. Bereits 59 Prozent nutzen insbesondere Facebook, um Kandidaten durch gezielten Content zu erreichen. Für Pflegeunternehmen ist es wichtiger denn je, auch Fachkräfte anzusprechen, die nicht aktiv nach Stellenangeboten suchen, sodass diese auf potenzielle attraktive Arbeitgeber aufmerksam werden. Um das zu erreichen, sollten die Zugangswege der User zum Unternehmen ausgewertet werden. Kennzahlen aus den sozialen Medien oder auch Bewerbungseingängen liefern Daten, mit denen die Leistungen für das Unternehmen sowie die Ansprache und Reichweite verbessert werden können. Solche Kennzahlen und andere Controlling-Maßnahmen für das Recruiting können die eigenen Strategien wirkungsvoll unterstützen und ermöglichen Unternehmen einen schnellen, unkomplizierten Austausch mit den Bewerbern.



Miriam Puhe

Fachberaterin Recruiting
bei cQ Jobs, m.puhe@
contec.de