






Mit Social Media zum Recruitingenerfolg

-  Informationen
-  Checkliste
-  Do-it-yourself



Mit Werbekampagnen auf Social Media zum Recruitingserfolg

In diesem Leitfaden erfahren Sie, wie Sie bezahlte Werbung für Ihr Recruiting nutzen, um Ihre Stellenanzeigen gezielt zu bewerben. Haken Sie in der integrierten Checkliste einfach Punkt für Punkt ab.

Drei Vorteile von Social Ads im Recruiting:

✓ Garantiert die Richtigen erreichen

Lassen Sie Ihre Stellenanzeigen exakt an die Talente ausspielen, die für Ihre offenen Positionen am besten geeignet sind.

✓ Werden Sie sichtbar

Erreichen Sie mit Ihren Stellenanzeigen auch die Talente, die Ihnen nicht direkt auf Social Media folgen.

✓ Begeistern Sie Nicht-Suchende

Über Social Media begeistern Sie auch Kandidat*innen, die nicht aktiv auf Jobsuche sind – profitieren Sie von diesem Effekt.

Checkliste

Social Ads im Recruiting

Wählen Sie das richtige Anzeigenformat:

Bildanzeigen (Image Ads):

Beschreibung: Diese Ads bestehen aus einem ansprechenden Bild, einem kurzen Text und einer Handlungsaufforderung: "Jetzt bewerben".

Einsatz: Ideal, um eine einzelne Nachricht oder eine spezifische offene Position zu bewerben. Sie sind einfach zu erstellen und wirken direkt im Feed.

Plattformen: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.

Videoanzeigen (Video Ads):

Beschreibung: Diese Ads nutzen Videos, um eine Geschichte zu erzählen oder die Unternehmenskultur zu präsentieren.

Einsatz: Gut geeignet, um die Aufmerksamkeit zu erregen und komplexere Informationen zu vermitteln.

Plattformen: Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn, YouTube.

Karussell-Anzeigen (Carousel Ads):

Beschreibung: Diese Ads ermöglichen es, mehrere Bilder oder Videos in einer einzigen Anzeige zu präsentieren, die durchgescrollt werden können.

Einsatz: Ideal, um mehrere offene Positionen, Projekte oder Aspekte des Unternehmens in einer Anzeige zu zeigen.

Plattformen: Facebook, Instagram, LinkedIn.

Gesponserte Inmails oder Direktnachrichten:

Beschreibung: Diese Ads sind personalisierte Nachrichten, die direkt an die Inbox der Nutzer*innen gesendet werden.

Einsatz: Sehr effektiv, um gezielt qualifizierte Fachkräfte direkt anzusprechen und eine persönliche Verbindung aufzubauen.

Plattformen: LinkedIn, Facebook Messenger.

Story-Anzeigen (Story Ads):

Beschreibung: Diese Ads erscheinen in den Storys von Plattformen wie Instagram und Facebook und sind nur wenige Sekunden lang.

Einsatz: Gut geeignet, um kurzfristige Aufmerksamkeit zu gewinnen, z. B. für Events, neue Jobangebote oder Einblicke hinter die Kulissen.

Plattformen: Instagram, Facebook, Snapchat.

Gesponserte Beiträge (Sponsored Posts):

Beschreibung: Diese Ads sind geschrieben wie klassische Artikel, vermitteln aber werbliche Inhalte.

Einsatz: Ideal, um längere Texte einem größeren Publikum zugänglich zu machen.

Plattformen: LinkedIn, Facebook, Instagram.

Checkliste

Social Ads im Recruiting

Lead-Gen-Anzeigen (Lead Generation Ads):

Beschreibung: Diese Ads enthalten Formulare, die Nutzer*innen direkt in der Anzeige ausfüllen können, um z. B. mehr Informationen zu erhalten oder sich direkt zu bewerben.

Einsatz: Besonders effektiv, um Kontaktdaten zu sammeln und den Bewerbungsprozess zu vereinfachen.

Plattformen: LinkedIn, Facebook.

Remarketing-Anzeigen:

Beschreibung: Diese Ads richten sich an Nutzer*innen, die bereits mit Ihrer Website oder Ihren Social Media-Kanälen interagiert haben.

Einsatz: Ideal, um „abgesprungene“ Bewerber*innen zurückzugewinnen.

Plattformen: Facebook, Instagram, LinkedIn, Google.

So schalten Sie erfolgreich Werbekampagnen auf Social Media

Zielgruppendefinition:

Legen Sie genau fest, welche Zielgruppe Sie mit Ihrer Anzeige ansprechen möchten.

Ihnen stehen folgende Parameter zur Verfügung:

- Bildungsniveau
- Sprache
- Berufsfeld
- Berufserfahrung
- Interessen
- Verhaltensweisen
- Standort

Visuelle Gestaltung:

Verwenden Sie ansprechende, qualitativ hochwertige Bilder, Grafiken oder Videos, die sofort ins Auge fallen und zur Plattform passen.

Achten Sie darauf, dass Ihre visuelle Gestaltung im Einklang mit Ihrer Unternehmensmarke steht – das betrifft z. B.: Farben, Schriften und Bildwelten.

Prägnanter und klarer Text:

Formulieren Sie Ihren Anzeigentext kurz und prägnant. Vermitteln Sie die wichtigsten Informationen in wenigen Worten.

Verwenden Sie eine klare Handlungsaufforderung (CTA), die Ihre Zielgruppe zur gewünschten Aktion motiviert:

„Jetzt bewerben!“

„Mehr erfahren!“

„Unsere offenen Stellen ansehen!“

Verlinken Sie auf relevante Seiten, wie Ihre Karriereseite oder spezifische Jobangebote.

” Unser ultimativer Tipp für Sie:

Mit dem SOCIALboost von JOBmenü können Sie verschiedene Arten von Social Ads gezielt nutzen, um Ihre Stellenanzeigen genau dort zu platzieren, wo sie die größte Wirkung entfalten. Ob Carousel Ads, Video Ads oder gesponserte Beiträge – JOBmenü steuert Ihre Anzeigen automatisch auf die Plattformen und in Formaten aus, die Ihre Zielgruppe am besten ansprechen.

Durch eine KI-gestützte Analyse und automatische Optimierung stellt unser SOCIALboost sicher, dass Ihre Anzeigenart die gewünschte Reichweite und Performance erzielt. So maximieren Sie den Erfolg Ihrer Kampagne mit minimalem Aufwand und setzen die richtigen Anzeigenformate ein, um die besten Talente anzusprechen.

Ihr JOBmenü-Team ”

Impressum

JOBmenü

eine Marke der Raven51 AG

Herausgeber

Raven51 AG

Reinhold-Frank-Straße 63

76133 Karlsruhe

Telefon: +49 69 45 00 972-0

Kontakt

E-Mail: mail@jobmenue.de