

Fachkräfte Mangel

Neue Wege mit Social Media Recruiting

Ivan Urenda, Senior Talent Acquisition Partner

November 2023



- **Ausgangslage**
- **Ziel**
- **Candidate Journey (Touchpoint-Analyse)**
- **Das Eisbergmodell (Passiv und Aktiver Arbeitsmarkt)**
- **Wichtige Regeln im Social Media Recruiting**
- **Kampagnen Funnel visualisiert**
- **Beispiel der Werbemittel (Fotos und Videos)**
- **Zahlen und Fakten der Kampagne**

Polymechaniker sind in der Produktion wichtige Arbeitskräfte, welche unsere Produktionsfähigkeit stark beeinflussen können. Wenn wir in der Produktion nicht genügend Polymechaniker im Einsatz haben, kann die Produktion nicht genügend Stückzahlen produzieren und somit ist die Lieferfähigkeit, respektive unsere Wachstumsstrategie gefährdet.

Die Suche von Polymechaniker über die herkömmlichen Jobportale, wo sich aktivsuchende Bewerber bewegen, gestaltet sich als schwierig. Der Stellenmarkt ist sehr schwierig, da diese Zielgruppe überall gefragt ist und sie sich die Stellen aussuchen können. Wir produzieren zudem Kleinstteile, welche Arbeiten unter dem Mikroskop bedingen. Solche Arbeiten können viele Bewerbende nicht ausführen und wir suchen Leute, welche die nötigen Voraussetzungen dazu haben. Hinzu kommt noch, dass wir Schichtarbeit haben und nicht jede Kandidatur möchte dies eingehen.

Bisherige Speed Dating Anlässe haben nicht nur hohe Werbemittleinsätze, sondern auch personelle Ressourcen verursacht und haben nicht den gewünschten Rekrutierungserfolg gebracht.

Passivsuchende Kandidaturen

Wir möchten nun mit einer gezielten Social Media Recruiting Kampagne über 3 Monate, passivsuchende Kandidaten erreichen. Social Recruiting hat den grossen Vorteil, dass passive Kandidaten erreicht werden können. (Siehe Eisbergmodell)

Kistler Positionierung bei Polymechnikern

Zudem können wir uns mit dieser Kampagne als modern und innovativ positionieren und somit bei der Zielgruppe Polymechniker zeigen, was wir tun und wer wir sind.

Gross Aufmerksamkeit in kurzer Zeit erzielen

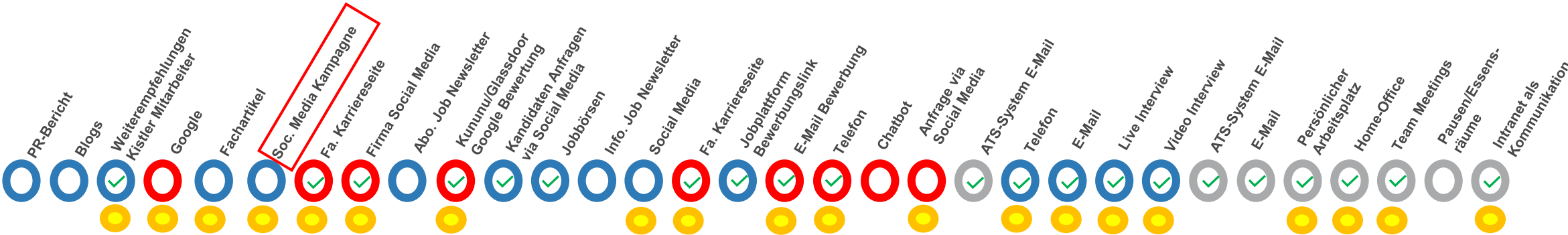
Mit Social Media wollen wir möglichst eine grosse Aufmerksamkeit (Reichweite) bei der richtigen Zielgruppe erzielen.

Pull & Push-Massnahmen entlang der Candidate Journey

Phasen
Candidate
Journey



Touch-
points
Candidate
Journey



Hoher Impact im HR-Marketing

Pull-Massnahmen Bisherige Aktivitäten

Push-Massnahmen

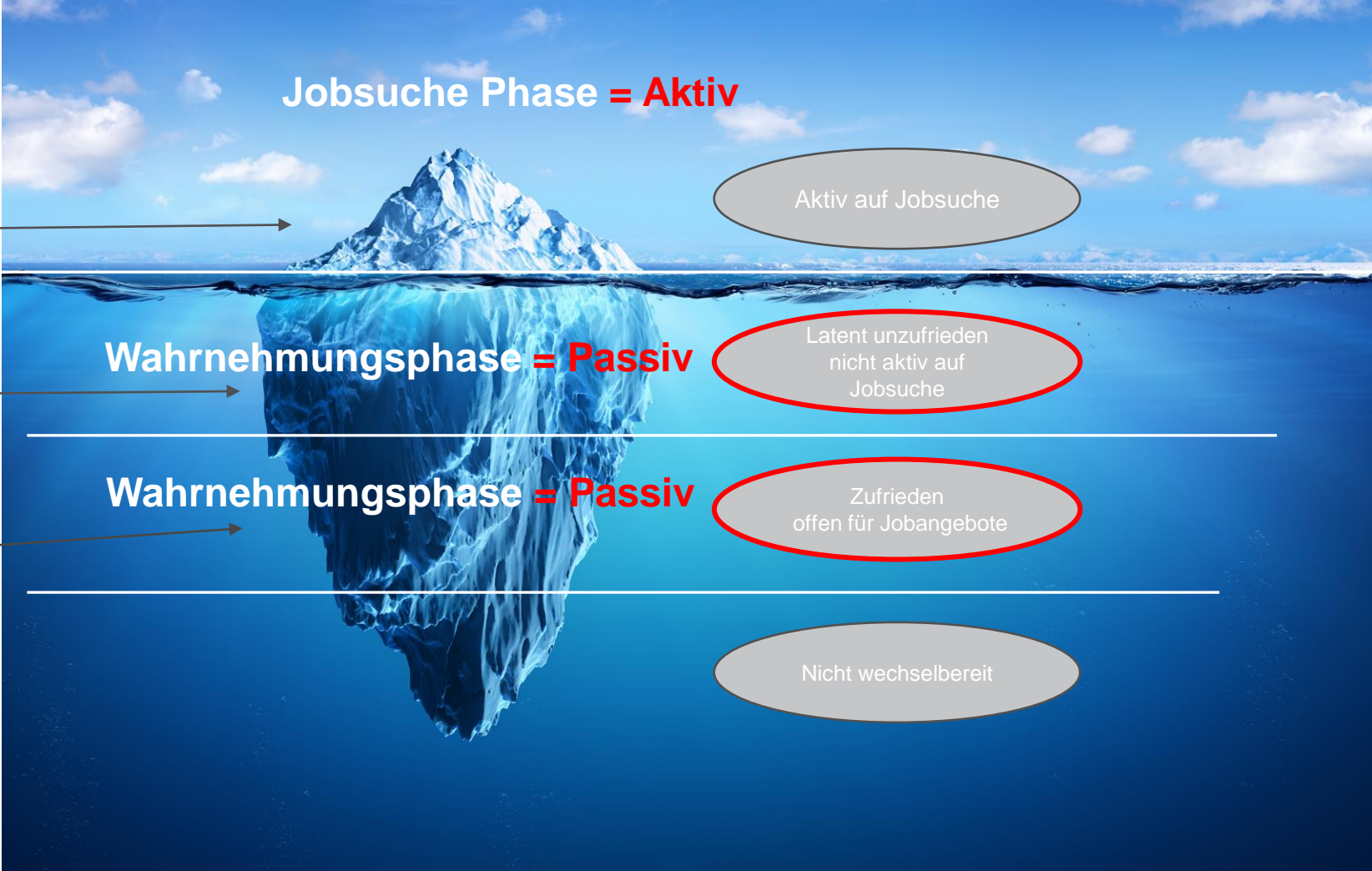
Retention / Neutral

Das Eisbergmodell (Passiv und Aktiver Arbeitsmarkt)

Nur noch ein kleiner Teil ist aktiv auf Jobsuche

JobCLOUD | jobs.ch | jobup.ch | XING | LinkedIn | indeed

facebook | Instagram | tiktok | Pinterest



Wichtige Regeln im Social Media Recruiting

❑ Mobile First

- Über 80% der Bewerbungen werden via Mobile gefunden
- Werbekampagnen müssen «Mobile First» optimiert sein

❑ Schnelle und einfache Bewerbung «Convenience»

- Kein Hochladen von CV und anderen Dokumenten
- Einfacher Dialog mit der Zielgruppe als oberstes Ziel

❑ Die Zielgruppe verstehen

- Erst wenn wir die Zielgruppe verstehen können wir gezielte Kampagnen auf Social Media Kanälen platzieren
- Interessen, welche Social Media Kanäle sind bevorzugt, Hobbies, Aktivitäten, Vorlieben (Benefits), etc.

❑ Die Kampagne laufend messen

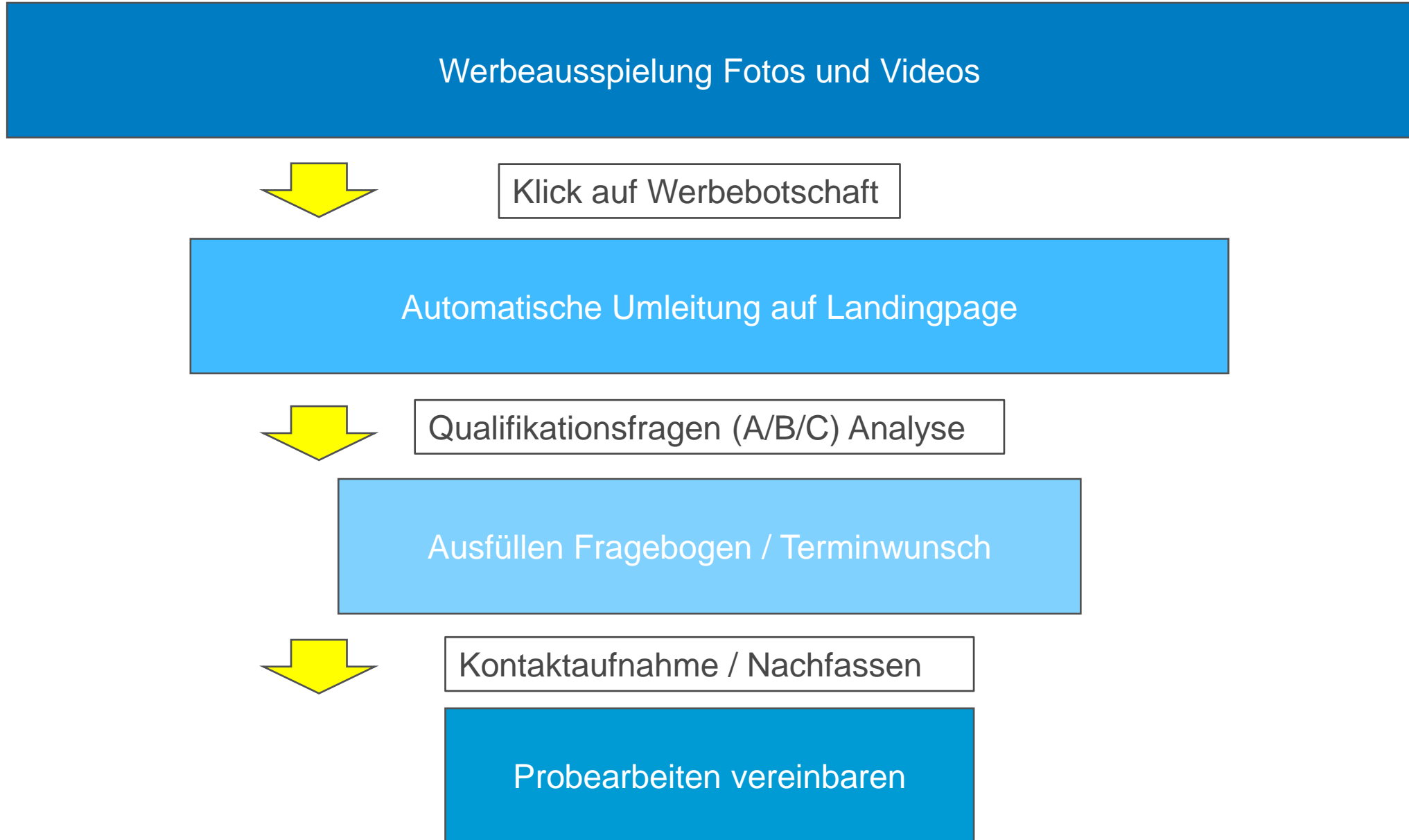
- Auf welchen Social Media Kanälen bewegt sich unsere Zielgruppe?
- Werbekosten pro Tag, Einblendungen, Klicks, Wieviele Bewerbungen, etc.?
- Anhand der Auswertungen und Reaktionen können Re-Targeting Kampagnen an Look-a-Like-Audiences gestartet werden.

❑ Multi-Channel Recruiting / Rahmenbedingungen

- Flankierende Massnahmen entlang der Touchpoints der Candidate Journey unterstützen die Social Media Kampagne zusätzlich z.B. (Karrierewebseite, Testimonialvideos, Kununu, etc.)



Kampagnen Funnel visualisiert



Werbemittel Fotos



Bewirb Dich jetzt!
In unter 5 Minuten

KISTLER
measure. analyze. innovate.



Bewirb Dich jetzt!
In unter 5 Minuten

KISTLER
measure. analyze. innovate.



Werbemittel Teaservideos und Landingpage Video

Teaser Videos

<https://vimeo.com/showcase/10401225/video/830489158>

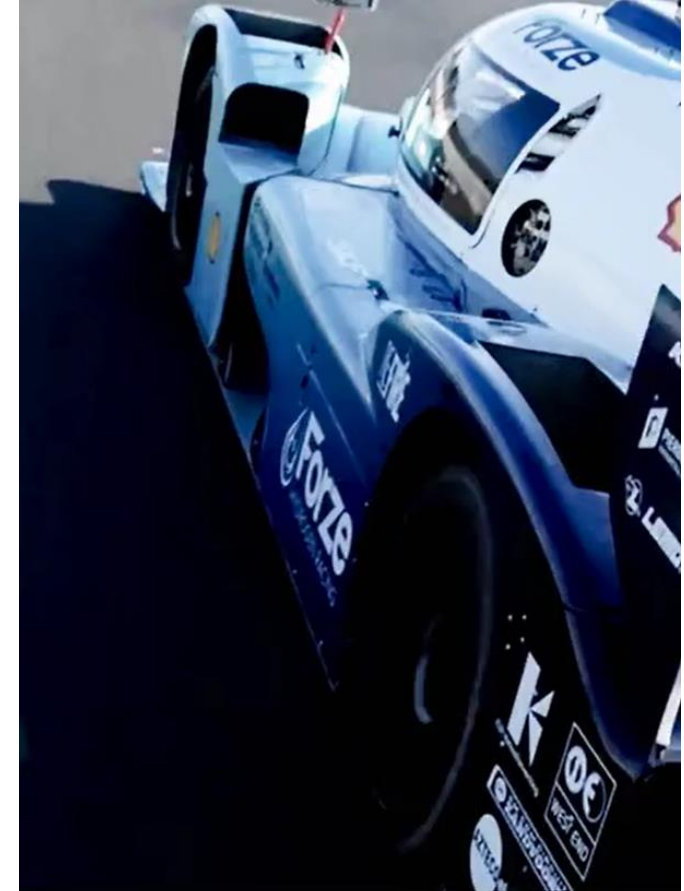
<https://vimeo.com/showcase/10401225/video/830489182>

<https://vimeo.com/showcase/10573493/video/852589225>

<https://vimeo.com/showcase/10573493/video/852589265>

Landingpage Videos

<https://vimeo.com/showcase/10401225/video/830489335>



Polymechaniker (m/w/d) 60-100%

Ab sofort oder nach Vereinbarung

Zahlen und Fakten der Kampagne

KPI	Fotos	Teaser Videos	Total
Impressionen	179'364	260'211	439'575
Reichweite	62'448	95'871	158'319

KPI	Klassisch (200Tage)	Social Media (90 Tage)
Anzahl generierte Leads	32	69
Anzahl Probetage	3	3
Anzahl Anstellungen	2	0
Kosten Insertionen Kampagne	CHF 1'800.--	CHF 4'500.--