

Recruiting auf Facebook



Facebook ist das größte und bekannteste soziale Netzwerk der Welt. Aufgrund seiner gigantischen Reichweite hat die Website schon lange den Sprung vom privat genutzten zum kommerziellen Netzwerk geschafft. Grund dafür ist unter anderem Facebooks umfassender Zugriff auf detaillierte Nutzerdaten.

Auf Facebook wird geliked, kommentiert, diskutiert, kritisiert, empfohlen, getaggt, geteilt. Unzählige Menschen auf der ganzen Welt nutzen Facebook rund um die Uhr, egal ob zu Hause oder unterwegs, aus Langeweile oder um sich zu informieren.

Diese Omnipräsenz im Leben der Menschen birgt riesiges Potenzial für Arbeitgeber. Sie gewähren auf Facebook Blicke hinter die eigenen Kulissen, um Bewerber zu begeistern.

Hinzu kommt ein Asset, das kein anderes soziales Netzwerk in diesem Umfang bieten kann: Facebooks Nutzerdaten. Diese ermöglichen eine Ansprache genau definierter Zielgruppen und verhindern Streuverluste.

Mobile Nutzung

Über 90 Prozent der User nutzen das Netzwerk hauptsächlich per Smartphone: in der Bahn, im Wartezimmer, auf der Couch etc.

Mittleres Alter

Rund jeder vierte Nutzer hat bereits seinen 35. Geburtstag gefeiert und die Altersgruppe 65+ ist die am schnellsten wachsende Nutzergruppe auf Facebook.

Wohlhabend

74 Prozent der Facebook-Nutzer haben ein hohes Einkommen und vermutlich auch einen gehobenen Bildungsgrad.

Da Facebook ursprünglich privat genutzt wurde, ist die Tonalität deutlich lockerer als in Businessnetzwerken. Also, nur Mut zu einem lockeren Schreibstil sowie zu außergewöhnlichen, abwechslungsreichen Inhalten.

Um das Interesse potenzieller Kandidaten zu wecken, müssen Arbeitgeber aus der breiten Masse herausstechen. Dazu sind aktuelle, einzigartige und relevante Inhalte essenziell.

Arbeitgeber können durch kreative Texte, Bilder und Videos punkten. Es gibt auf Facebook hierfür verschiedenste Formate: von Live-Videoschaltungen über kurzweilige Stories bis hin zum klassischen Posting. In jedem Fall gilt: je einprägsamer die Beiträge, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass diese von Facebook-Usern angesehen, kommentiert und geteilt werden. Wichtig dabei ist, immer authentisch zu bleiben! Lügen haben auch auf Facebook kurze Beine.

Dies ist ein Auszug aus unserem E-Book über Recruiting auf Social Media.

Lade Dir **hier** kostenlos die vollständige Version herunter!



Recruiting-Maßnahmen

Unternehmensseite anlegen

Auf Deiner Unternehmensseite kannst Du Informationen, News und Eindrücke aus Deinem Unternehmen platzieren, die Bewerber interessieren.

- ✓ **Exzellente Bühne für Ihr Employer Branding**
- ✗ **Eher nicht geeignet für kurzfristige Erfolge**

Werbeanzeigen schalten

Facebook bietet nur geringe organische Reichweite, da ausschließlich Follower der Unternehmensseite deren Postings sehen. Somit sind bezahlte Werbeanzeigen hier ein Must-have. Diese Anzeigen können dank Facebooks enormer Datenbank an Nutzerinformationen exakt auf die Zielgruppe zugeschnitten und an sie ausgespielt werden.

- ✓ **Sehr gut geeignet, um auch passiv suchende Kandidaten zu erreichen**
- ✗ **Werbeanzeigenmanager ist komplex zu bedienen und Funktionen ändern sich häufig**

Live-Streams

Da Aktualität und Authentizität sehr geschätzt werden, sind live aufgenommene Videos hoch im Kurs. Fans können „dabei sein“ und kommentieren. Unternehmen haben so zum Beispiel die Möglichkeit, digitale Tage der offenen Tür zu veranstalten oder Fragen zum Bewerbungsprozess zu beantworten.

- ✓ **Große Nähe zur Zielgruppe**
- ✗ **Braucht Mitarbeiter mit Kompetenz vor und hinter der Kamera**