

Recruiting auf TikTok



TikTok gehört zu den Newcomern unter den Social-Media-Netzwerken und hat alle Rekorde gebrochen. Seit dem Launch im Jahr 2016 ist die Popularität der App mit inzwischen weltweit 800 Millionen aktiven Nutzern förmlich explodiert.

Die wesentlichen Inhalte auf TikTok sind kurze Videos mit Musik, Filtern und einigen anderen Funktionen. Wenn es darum geht, die Jugendlichen und Studenten dieser Welt für sich zu begeistern, erreichen Unternehmen diese Zielgruppe über TikTok perfekt.

Übrigens: Wer als Arbeitgeber TikTok in seine Personalmarketingstrategie aufnimmt, muss die Konkurrenz anderer Unternehmen nicht fürchten. Es gibt noch nicht viele, die TikTok als Employer-Branding-Instrument entdeckt haben. Umso größer ist das Alleinstellungsmerkmal der Unternehmen, die hier um Talente werben.

Mit TikTok können Benutzer lustige Videos erstellen und teilen, während sie singen, tanzen oder ihre Lieblingsmusik synchronisieren. Die App ermöglicht es dem jüngeren Publikum, sich auf kreative Weise auszudrücken, sei es durch tanzen, singen oder durch Comedy-Einlagen.

Sehr junge Nutzer

69 Prozent der TikTok-Nutzer sind zwischen 16 und 24 Jahre alt.

Mobile Nutzung

TikTok ist eine Anwendung, die ausschließlich mobil per App genutzt werden kann.

Wachsender Bildungsgrad

TikTok kooperiert derzeit mit mehreren Universitäten und Experten, um Bildungsinhalte bereitzustellen und ein Publikum mit hohem Bildungsgrad anzuziehen und zu binden.

TikTok ist ein sehr schnelllebiges Medium, bei dem Trends genauso rasch aufkommen, wie sie wieder veralten. Unternehmen sollten sich dessen bewusst sein und mit ihren Postings immer up to date bleiben. Ansonsten erhalten Talente schnell den Eindruck, dass Arbeitgeber ihrer Zeit hinterherhinken. Das sorgt bei der jungen Generation schnell für Augenrollen. Was dabei vor allem zählt: Kreativität.

Unternehmen sollten sich an diesen Kommunikationsstil anpassen, um auf TikTok erfolgreich zu sein. Tipp: Lasse die junge Generation mit Gleichaltrigen sprechen und begeistere Deine Auszubildenden dafür, Inhalte auf TikTok zu erstellen. Zeige lustige und außergewöhnliche Momente am Arbeitsplatz – so baust Du eine Bindung auf.

Recruiting-Maßnahmen

Unternehmensseite anlegen

Erstelle einen TikTok-Account für Dein Unternehmen und lasse Deine Follower hinter die Kulissen blicken.

- ✓ **TikTok ist das Portal mit der momentan höchsten organischen Reichweite**
- ✗ **Eher nicht geeignet für kurzfristige Recruiting-Erfolge**

Schalten von Ads

Bei „TikTok For Business“ kannst Du Dich als Arbeitgeber von Deiner kreativsten Seite zeigen und mobile Kurzvideos als Anzeige schalten. Diese werden passend zu den Vorlieben der User ausgespielt. So erreichst Du Deine Zielgruppe unmittelbar.

- ✓ **Großer Employer-Branding-Erfolg möglich, weil die Clips innerhalb kürzester Zeit viele Menschen erreichen.**
- ✗ **Ads spielen auf TikTok nur eine kleine Rolle**

