



DEIN ULTIMATIVER SOCIAL RECRUITING GUIDE

TEIL 2: HOW TO TIKTOK RECRUITING

Die Jüngerer kennen sie alle: die Social-Media-Plattform TikTok. Videos sind DAS Medium unserer Zeit. Warum bist Du als Recruiter*in nicht längst dort und schöpfst aus dem Vollen? TikTok ist nämlich ein super Social-Recruiting-Kanal. Hatteste nicht auf dem Schirm? Kein Ding! Wir schon! Wir teilen gerne unser Expertenwissen mit Dir.

Was ist TikTok Recruiting?

TikTok ist eine kostenfreie Social-Media-App des chinesischen Entwicklers ByteDance. Du kannst in dieser App Videos ansehen – diese sind mindestens 15 Sekunden und maximal 3 Minuten lang. Laaaaangweilig? Keineswegs! Du kannst nämlich nicht nur Clips schauen, sondern auch selbst welche drehen – und zwar direkt in der App! Dafür stehen Dir eine Menge Filter, Effekte und Sounds zur Verfügung.

Das lockt vor allen Dingen diejenigen an, die aktuell auf dem Arbeitsmarkt am begehrtesten sind: nämlich die Generationen Y und Z. Also – willst Du auch ins Game einsteigen und sie für Dein Unternehmen begeistern? Mit unserem praktischen Guide erfährst Du, was einen gelungenen Auftritt bei TikTok ausmacht.

Punkt 1: Dein Unternehmensprofil

Wie bei jedem Social-Media-Profil ist eine Bio für Dein Unternehmensprofil wichtig. In wenigen Worten zeigt sie, wer Du bist – bzw. für was Dein Unternehmen steht. Auf die folgenden Punkte solltest Du bei der Gestaltung achten:

Unternehmen beschreiben:

Viel Platz hast Du hier leider nicht, 80 Zeichen stehen Dir zu Verfügung. Allerdings sind diese vollkommen ausreichend – bedenkt man, dass Emojis sehr gerne gesehen sind. Mit diesen kannst Du Deinen Inhalt kurz und knackig auf den Punkt bringen.

Kreativ sein ist alles:

Humor ist ein primärer Teil der Video-Plattform. Du kannst selbstverständlich auch lustige Emojis und Sprüche in Deiner Unternehmensbeschreibung verwenden. Also ran an den Speck und keine Angst, selbst als seriöses Unternehmen mit Witz und Ironie zu arbeiten!

Call-to-Action:

Denk´ dran, Deiner Bio einen Call-to-Action, einen CTA, hinzuzufügen. Du kannst beispielsweise auf Deine Homepage, Deine Karriereseite oder einen Download hinweisen.

Ein Link darf auch nicht fehlen!

Nehmen wir mal an, eines Deiner Videos wird jemandem in die Timeline gespült – die Leute sind faul. Sie gehen auf Dein Profil und möchten einen direkten Link auf Deine Homepage und diese nicht erst herausfinden müssen.



Punkt 2: Die wichtigsten Funktionen

So, nun hast Du Dir ein schönes Unternehmensprofil angelegt – jetzt geht ´s an die Inhalte! Um Content erstellen zu können, solltest Du Dir einen Überblick über die wichtigsten Funktionen verschaffen. Die App bietet einen Haufen Möglichkeiten. Beginnen wir von vorne:



Home

Ganz links in der Menüleiste befindet sich der Home-Button. Klickst Du drauf, kommst Du direkt zur Seite „Für dich“ oder – je nach Spracheinstellungen – „For You“. Hier sind alle Videos, die Dir der Algorithmus in die Timeline spielt. Rechts im Bild siehst Du, wie viele Likes und Kommentare der Clip hat – außerdem hast Du hier auch die Möglichkeit, das Video zu speichern und zu teilen.



Video aufnehmen

Mittig in der unteren Leiste findest Du ein „Plus“. Damit kannst Du direkt in der App ein Video aufnehmen. Du kannst auswählen, wie lange Dein Video werden soll, ob du Effekte nutzen oder ein Video aus Deiner Handy-Mediathek hochladen möchtest.



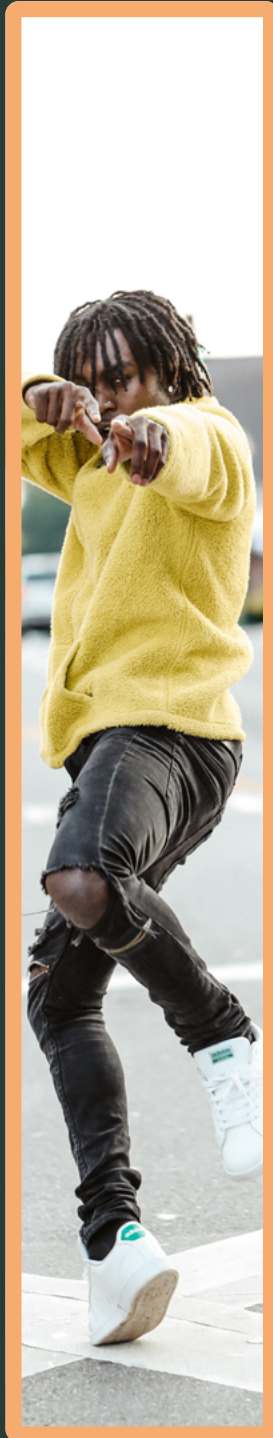
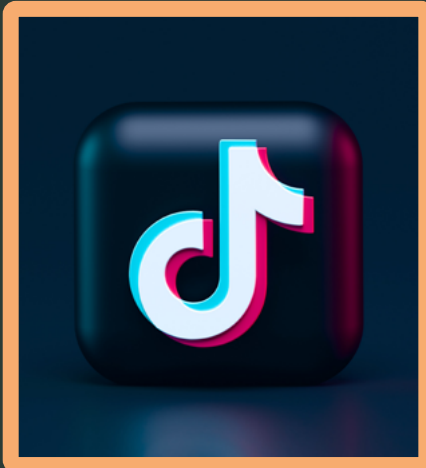
Profil

Klickst Du auf das Männchen unten rechts in der Leiste, kommst Du auf Dein eigenes Profil. Hier siehst Du alle bereits hochgeladenen Videos und Entwürfe, die Anzahl Deiner Follower*innen, wie vielen Profilen Du folgst sowie Deine Bio.

Punkt 3: Reichweite generieren

Das schönste Unternehmensprofil und die besten Videos bringen leider herzlich wenig, wenn Du keine Reichweite hast. Dazu bist Du auf die Hilfe des TikTok-Algorithmus angewiesen. Dieser entscheidet, wem ein bestimmtes Video angezeigt wird: Hier spielen Interessen der User und die Watch-Time, also die Zeit, wie lange ein Clip angeschaut wird, mit rein. Wie generierst Du also Reichweite?

- Bei Trends mitmachen und angesagte Sounds verwenden.
- Drei bis fünf passende Hashtags einsetzen – denke Dir auch einen eigenen aus.
- Mit Humor und einer Prise Ironie angereicherten Content erstellen, der zum Teilen anregt.
- Greife Deine Themen auf und behalte Deinen roten Faden bei.
- Der richtige Einstieg ins Video gelingt, indem Du die User direkt ansprichst und durch Fragen neugierig machst.
- Authentisch bleiben und mit Aufnahmen aus Deinem Unternehmen und Deiner Mitarbeiter*innen Euren eigenen Spirit vermitteln.
- Zwei- bis dreimal die Woche posten.
- Mit der Community in den Kommentarspalten und Chats interagieren.
- Mit anderen Content Creators aus Deiner Branche zusammenarbeiten.
- Deinen TikTok-Content auf Deinen anderen Social-Media-Kanälen teilen.



Zugegeben, das ist eine ganze Menge. Aber hey – mach's besser gleich richtig. Dann geht Dein Recruiting auch wirklich durch die Decke.

So, und nun wünschen wir Dir viel Spaß und vor allem Erfolg beim Aufbau Deines eigenen TikTok-Kanals!