

So gewinnen Sie mit einem Recruitingvideo mehr qualifizierte Bewerber





Einleitung

Ich bin Susanne Hassepaß, Geschäftsführerin von



Seit Jahren produzieren wir Imagefilme und Werbefilme für Unternehmen. Dabei kommt es immer wieder vor, dass uns Kunden und auch Kollegen fragen: "Woher habt ihr eigentlich immer so qualifizierte Mitarbeiter, die so gut in euer Team passen?"

Tatsächlich haben wir ein Händchen dafür, **die besten Talente** für uns zu gewinnen. Aber das war nicht immer so. Auch in unserer Branche herrscht Fachkräftemangel. Letzten Sommer wurden mehrere Kinofilmproduktionen wegen Fachkräftemangel abgesagt! Talentakquise ist aufwendig und bei jedem Recruitingprozess begannen wir fast von vorn: - Stellenausschreibung, Bewerbungsprozess, viele Gespräche mit Bewerbern, die nicht zu uns passen...

Das haben wir geändert.

Wir haben Videoproduktion und Performance Marketing für's Recruiting kombiniert und ein System geschaffen, mit dem wir automatisiert regelmäßig Bewerbungen bekommen. Es melden sich nur noch Kandidaten bei uns, die wirklich zu unserem Unternehmen passen und die bereits 100% überzeugt sind, dass sie in genau UNSER Team möchten.

Weil das so wunderbar funktioniert, haben wir uns entschlossen, dieses System auch für andere Unternehmen umzusetzen und helfen seit vielen Jahren KMU und großen Brands, Top-Mitarbeiter zu gewinnen.



Ihre **7** Strategien

- 1** Erhöhen Sie die Quote der Bewerbungen!
- 2** Erreichen Sie auch Kandidaten, die keine Stellenanzeigen wälzen!
- 3** Lassen Sie sich von Bewerbern finden!
- 4** Machen Sie Ihr Unternehmen online visuell erlebbar!
- 5** Geben Sie Mitarbeitern einen Grund, Ihr Video zu teilen
- 6** Verbreiten Sie das Video über LinkedIn
- 7** Verstehen Sie Ihren Bewerber und handeln Sie danach!



1

34% mehr Bewerbungen, wenn Sie in Ihrer Stellenanzeige ein Video präsentieren*

TIPP: Erhöhen Sie die Quote der Bewerbungen!



Wenn Sie schon noch auf Stellenanzeigen schwören, dann geben Sie ihnen wenigstens ein Upgrade!

34% mehr Bewerbungen bedeutet, Sie bekommen 13 Bewerbungen statt 10, ODER sie brauchen nur drei, statt vier Wochen, um Ihre Stelle zu besetzen.

Selbstredend, dass diese Quoten nicht für irgendein Video gelten, dass wahllos Fotos zu Musik aneinanderreihet, sondern für ein für Ihr Unternehmen passendes Video, produziert von einem Recruitingvideo-Experten.

Zeit und Auswahl sind entscheidende Wettbewerbsvorteile für Ihr Unternehmen.

2

Jeder dritte Erwerbstätige ist offen für einen Jobwechsel, ist jedoch nicht aktiv auf der Suche

TIPP: Erreichen Sie auch Kandidaten, die keine Stellenanzeigen wälzen!

👉 Viele Kandidaten sind offen für neue Angebote, sind dennoch nicht aktiv auf der Suche 👈

Das heißt, sie sind grundsätzlich wechselwillig, hatten jedoch noch nicht die Zeit oder Notwendigkeit, aktiv nach einem Job zu suchen. Solche Kandidaten nehmen Ihre Stellenanzeige nicht wahr.

Sie müssen durch aktive Kandidatenansprache dafür sorgen, dass diese auf sie aufmerksam werden. Mit einem aufmerksamkeitsstarken Video, das Ihre Zielgruppe anspricht, können Sie über Social Media über 100.000 Menschen ansprechen mit demselben Budget, welches Sie sonst in Stellenanzeigen verbrennen. Sie können Ihre Zielgruppe ganz gezielt nach Interessen und Region zusammenstellen und das Video an sie ausspielen.

Gerne helfen wir Ihnen dabei.



3

Bei YouTube und Google auf Platz 1 mit Ihrem Recruitingvideo



TIPP: Lassen Sie sich von Bewerbern finden!

YouTube ist die zweitgrößte Suchmaschine der Welt und bei der jüngeren Zielgruppe sogar die **NUMMER 1**.

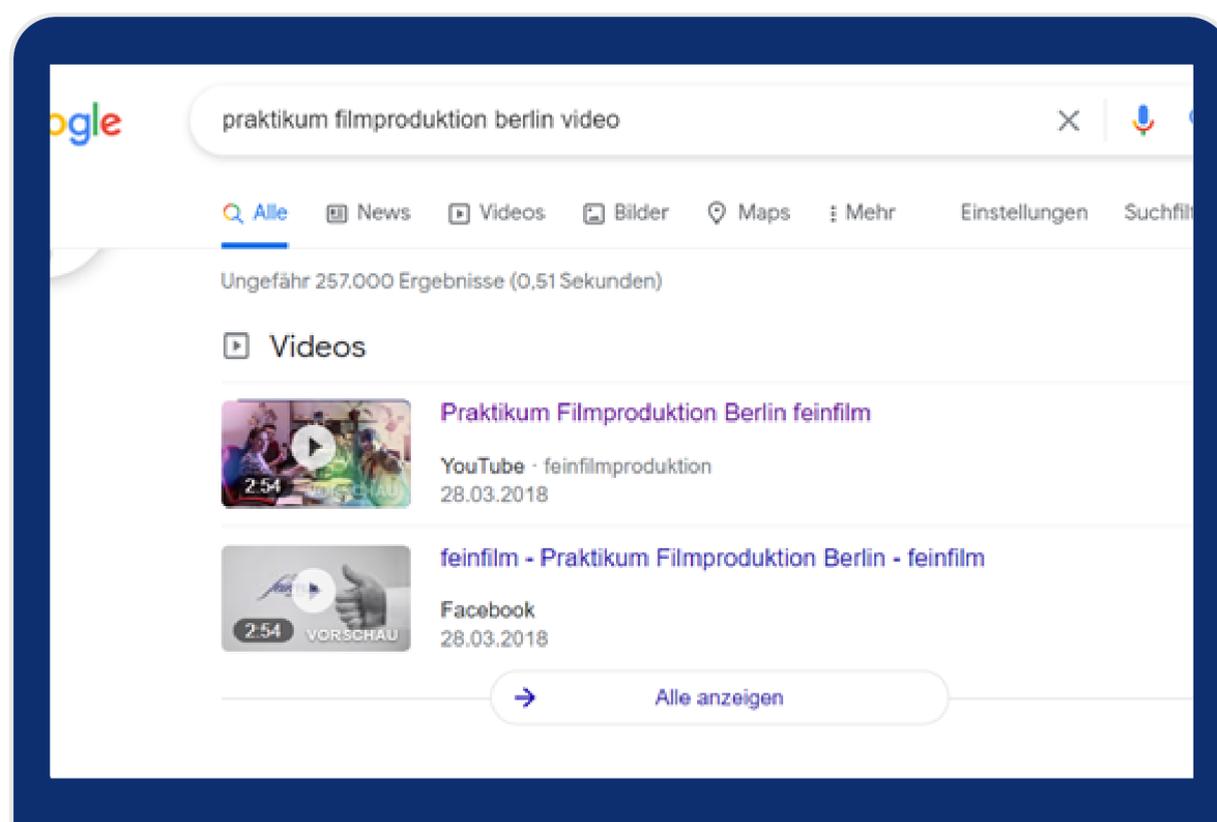
Jemand, der nach einer von Ihnen ausgeschriebenen Stelle sucht, sollte IHRE Ausschreibung finden und nicht die Ihrer Marktbegleiter.

Mit einem Recruitingvideo können Sie genau das schaffen, denn die wenigsten Unternehmen nutzen bisher die Möglichkeit, mit Ihrem Video bei YouTube auf die vordersten Plätze zu kommen oder es vielleicht sogar mit dem Video auf Seite 1 bei Google zu schaffen.

Und was wird heutzutage eher angeklickt bei Google? Ein Text oder ein Video?

👉 Tatsächlich ein Video.

Und die jüngere Zielgruppe sucht gar nicht erst bei Google, sondern DIREKT bei YouTube! Sind sie dort nicht mit einem Video präsent, verlieren Sie diese Kandidaten.





Wir nutzen das bereits erfolgreich für unser Unternehmen.



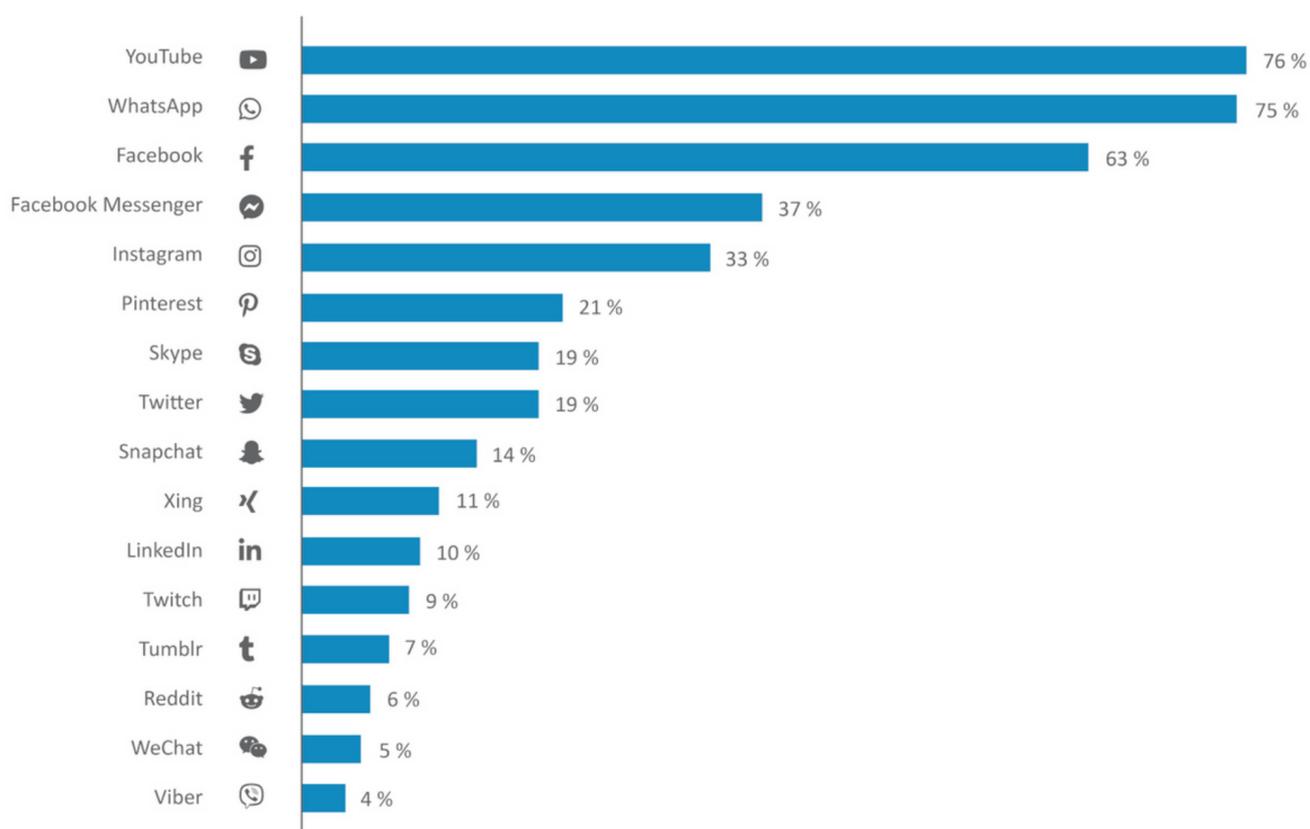
Aber wie schaffen Sie es nun auf die ersten Plätze bei YouTube?

Sie brauchen

- a) ein SEO-optimiertes Video
- b) mit einer hohen Qualität

Und über die Qualität entscheidet ausschließlich der YouTube-Algorithmus. Der basiert u.a. auf Aspekten wie Zuschauerbindung, Reaktionen wie ‚Daumen hoch‘, Speichern oder Teilen des Videos.

Genau das macht YouTube messbar und katapultiert kreative, emotionale und aufmerksamkeitsstarke Videos auf die ersten Plätze. Warum nutzen Sie diese Möglichkeit bisher nicht?



Nutzung der Social Media Kanäle

Details: Deutschland; GlobalWebIndex; DataReportal; 3. Quartal 2019



4

Text lesen ist out, Video ist in



TIPP: Machen Sie Ihr Unternehmen online visuell erlebbar

Wir könnten jetzt unzählige Statistiken auflisten, wie gern Menschen Videos schauen und wie ungern sie Text lesen, aber da erzählen wir Ihnen nichts Neues!

Bestimmt haben Sie zunächst auch nur die Überschriften in diesem Script gescannt? 🙄

Drei von vier HR-Spezialisten sind überzeugt, dass Stellenanzeigen in Zukunft weniger Text und dafür mehr audiovisuelle Inhalte beinhalten**

Allein durch den Einsatz eines Recruitingvideos auf Ihrer Webseite können Sie sich von Ihren Marktbegleitern abheben, Vertrauen schaffen und neugierig machen, aber die Platzierung des Videos sollte wohlüberlegt sein.

Nicht selten sehen wir Webseiten von Unternehmen, die Ihr Recruitingvideo so gut verstecken, dass es NICHT alle Bewerber sehen!

👉 **Platzieren Sie Ihr Video auffällig und ggf. auch an mehreren entscheidenden Stellen.** Wenn eine Anzeige z.B. direkt auf Ihre Stellenausschreibung verlinkt, sollte dort auch direkt ein Video zu sehen sein und nicht erst, wenn man sich durch das ganze Karriereportal geklickt hat!

Statistiken, die für Ihre Stellenanzeige gelten (ca. 34% mehr Bewerber durch ein Video), gelten auch für Ihre Karriereseite.

UND eine Karriereseite funktioniert wie eine Landingpage: Wenn Sie den Bewerber nicht sofort begeistern, springt er ab, bevor er zum Wesentlichen kommt.

Ein Recruitingvideo ist Ihr erstes Date mit einem potenziellen Mitarbeiter. Nutzen Sie es, denn Sie wissen ja: **der erste Eindruck zählt.**





5

Ihre Mitarbeitenden sind Ihre besten Recruiter

TIPP: Geben Sie Mitarbeitern einen Grund, Ihr Video zu teilen

Ein Recruitingvideo hilft natürlich nur, wenn Ihre aktuellen Mitarbeiter Ihr Unternehmen auch empfehlen würden. Ist das nicht der Fall, hilft keine beste Recruitingkampagne der Welt, sondern Sie müssen zunächst intern Einiges auf Vordermann bringen.

Sie haben ein Team, was gern bei Ihnen arbeitet? Dann lassen Sie ihre Mitarbeitenden in einem Recruitingvideo über ihre Arbeit sprechen. Das wirkt nicht nur authentisch und glaubwürdig, sondern bindet auch aktuelle Kollegen an das Unternehmen. Und was meinen Sie, wer die ersten sind, die Ihr Recruitingvideo stolz Familie, Freunden und Bekannten zeigen oder gar auf Social Media posten? Ganz klar die Mitarbeitenden, die auch im Video zu sehen sind und darüber hinaus auch alle Kolleginnen und Kollegen, die schon immer mal zeigen wollten: DA ARBEITE ICH! 😍

Stellen Sie daher das Video nicht nur als YouTube Link bereit, sondern geben Sie Ihren Mitarbeitenden im Anschluss die Möglichkeit, das Video per WhatsApp oder Social Media zu verbreiten und es selbst hochzuladen.

Denn der Algorithmus belohnt Inhalte, die selbst hochgeladen und nicht nur geteilt wurden. Je Mitarbeiter und sozialem Netzwerk erreichen Sie so im Durchschnitt noch einmal mind. 150 weitere Kontakte und bei mutigen und kreativen Videos noch weit mehr.



Bitte Sie die Mitarbeitenden, einen kurzen Satz zum aktuellen Stellengesuch hinzuzufügen und schon werden diese zu Ihren besten Recruitern, denn in der Regel kennen passende Leute auch weitere passende Leute.





6

**LinkedIn belohnt
kreative Videos mit Reichweite**



TIPP: Verbreiten Sie das Video über LinkedIn

– aber bitte nicht über Ihr Firmenprofil! Warum? Weil Beiträge aus persönlichen Profilen bis zu 10x besser performen! Konzipieren Sie einen persönlichen Posting-Text mit mind. zwei und maximal neun Hashtags und bitten Sie den Abteilungsleiter, die HR-Abteilung und auch den Geschäftsführer oder Vorstand, das Video mit seiner persönlichen ergänzten Note zu posten. Im Anschluss sollten Sie das Video natürlich auch über Ihr Firmenprofil teilen, allerdings erst etwas später. Denn auf Ihr Firmenprofil schauen Interessenten später und möchten dort auch den gesuchten Inhalt wiederfinden.

7

**Ein Bewerber muss das Gefühl haben, dass
Sie genau IHN ansprechen.**

TIPP: Verstehen Sie Ihren Bewerber und handeln Sie danach!

Wenn Sie Ihren Bewerber versuchen, über LinkedIn anzusprechen, er aber eigentlich bei Instagram durch die Stories swiped, haben Sie Ihr Ziel verfehlt. Das gleiche gilt, wenn Sie ihn siezen, aber eigentlich ein familiäres Umfeld in Ihrem Unternehmen mit Duz-Kultur präsentieren.

Um Ihren Bewerber am richtigen Ort aufzuspüren und erfolgreich anzusprechen, müssen Sie ihn verstehen und sich selbst als Arbeitgeber genau definieren.

Diese Themen erarbeiten wir gemeinsam mit unseren Kunden.
Hier geben wir Ihnen einige der wichtigen Fragen an die Hand.





Damit Ihr Recruitingvideo die Zielgruppe anspricht, machen Sie sich zu folgenden Dingen Gedanken:

1.

Welche Stellen möchte ich bald besetzen?

Welche Stellen davon haben Priorität? (Bitte mit legen Sie mit Nummer eine Rangfolge fest!)
Und für welche dieser Stellen benötige ich nicht nur einen, sondern mehrere Mitarbeiter?
(Bitte kreuzen Sie diese an!)

2.

An welcher Stelle zwischen diesen Extremen sehen Sie Ihr Unternehmen?

- Familiär ----- großes Unternehmen
- Tariflich eher unterbezahlt ----- Bezahlung weit über Tarif
- Modern ----- konservativ
- Flache Hierarchien ----- stark hierarchisch
- Junges Team ----- erfahrenes Team
- Karrierechancen ----- feste Positionen
- Siezen ----- Duzen

3.

Was gebe ich derzeit für meine Recruiting aus?

Stellenanzeigen: _____

Headhunter: _____

Kosten für Kampagnen: _____

Kosten für Mitarbeiter die aktiv rekrutieren: _____

Opportunitätskosten (Aufträge, die sie nicht abschließen, weil Mitarbeiter fehlen): _____

Weitere Kosten: _____

4.

Wie ist Ihre Bewerber/Einstellungs-Quote?

Für die Besetzung einer offene Stelle haben wir _____ Bewerber eingeladen.

5.

Worauf sind sie als Arbeitgeber stolz?

6.

Welche Eigenschaften sind neben der Qualifikation besonders wichtig, damit der Bewerber ins Team und zum Unternehmen passt?

7.

Welche 3 Dinge muss ein Bewerber verstehen, damit er sich begeistert bei IHNEN bewerben will?

1. _____

2. _____

3. _____



Auch bei solchen Analysen sind Bilder oft einfacher als Worte.

Lassen Sie sich inspirieren von dieser Recruitingvideo-Playlist bei YouTube
<https://youtube.com/playlist?list=PLZAXru6DkJC9zw8bhsZyBVZcBChGQTuX3>

Notieren Sie zu jedem Video:

- 👉 Was Ihnen besonders gut gefällt, wenn Sie parallel an Ihr Unternehmen denken
- 👉 Was Ihnen nicht gefällt, wenn Sie es mit Ihrem Unternehmen verbinden

Es ist wichtig, dass Sie sowohl feststellen, was Sie anspricht, als auch was NICHT gut ankommt, deshalb haben wir die Playliste so variabel wie möglich angelegt.

Achten Sie dabei z.B. auf folgende Aspekte:

- 👉 Ist das Video zu lang, zu kurz oder genau richtig?
- 👉 Zieht mich das Intro in den Film?
- 👉 Wie passt diese Musik zum Film und wäre Sie für mein Unternehmen denkbar?
- 👉 Ist der Film passend dynamisch geschnitten oder zu schnell/ zu langsam?
- 👉 Wie wertig sind die Aufnahmen – reicht dies für mein Unternehmen aus oder muss es wertiger, um die Marke zu transportieren?
- 👉 Wie kommen Mitarbeiter im Film rüber? Authentisch oder gestellt? Sind Schauspieler geeignet, das Thema des Films oder Teile umzusetzen?

*Quelle: Studie aus UK (Career Builder 2018)

**Quelle: Umfrage hr-marketing.com 2015





UND WAS NUN?

Jetzt wissen Sie, wie Sie mit dem richtigen Recruitingvideo mehr qualifizierte Bewerber für Ihr Unternehmen begeistern.

Wie kommen Sie nun an Ihr eigenes, individuelles Video?

MELDEN SIE SICH BEI UNS!

Vereinbaren Sie einen Termin
und wir erarbeiten gemeinsam
kostenlos die zu Ihnen passende Recruitingstrategie.



[Kostenloses Erstgespräch buchen](#)

oder

[Erfahren Sie hier mehr](#)



employer-branding-video.de