

## Fach- und Führungskräfte gewinnen und halten



## Fach- und Führungskräfte gewinnen

Eine aktuelle Auswertung von Arbeitsmarktdaten am Institut der deutschen Wirtschaft (IW 2023) belegt, dass 540.000 Stellen regelmäßig nicht besetzt werden.

In 352 von 801 Berufsgruppen gibt es gemäß dem Bundeswirtschaftsministerium einen Fachkräftemangel. Das entspricht 44% aller Berufsgruppen.

Wir konzentrieren uns bei der Akquisition von qualifiziertem Personal für unsere Kunden einerseits auf „Spezialisierte Online-Jobbörsen“ und andererseits auf das „Social-Media-Recruiting“.

Dabei platzieren und gestalten wir für Sie Text und Anzeige so, dass diese ganz unabhängig von der Unternehmensgröße im Internet von Ihrer oft auch nur regionalen Zielgruppe gefunden und beachtet werden. Dies erfolgt unter dem Einsatz verschiedener Sozial-techniken. Einfach nur Anzeigen bei Monster, Stepstone etc. zu schalten, genügt für eine erfolgreiche Personalgewinnung nicht mehr.

Wir verzichten bei der Personalrekrutierung für unsere Kunden auf anteilige Jahresgehälter nach einer erfolgten Einstellung, ganz gleich um welche Position, die es zu besetzen gibt, es sich dabei handelt. Lassen Sie sich auf solche Verträge besser nicht ein, denn der Personalberater hat in der Regel nur die Motivation einzustellen und ist oft den einzelnen Bewerbern gegenüber nicht mehr kritisch genug.

## Google Ads als Mittel zur Personalgewinnung



Google Ads

Immer erfolgreicher setzen wir Google Ads Kampagnen auch zur Personalgewinnung ein:

- Mithilfe von Conversion-Tracking lässt sich nachvollziehen, was nach einer Anzeigeninteraktion geschieht und die Kampagne kann je nach Zielvorhaben laufend optimiert werden
- Wir wählen den effizientesten Kampagnentyp aus, eben den, der am besten zu den jeweiligen individuellen Personalzielen passt. Potenzielle Bewerber können im gesamten Google-Werbenetzwerk z. B. mit Such- oder Displaykampagnen so besser erreicht werden
- Unter Einsatz von „Erweiterungen“ können nützliche Informationen zusammen mit der Personalanzeige eingeblendet werden. Dazu gehören Anrufschaftflächen, Standorte, Links zu Unterbereichen auf der Kundenwebsite und zusätzlicher Text. So wird die Sichtbarkeit auf der Suchergebnisseite erhöht und Bewerber erhalten noch mehr Gründe, die entspr. Personalanzeige anzuklicken

## Fach- und Führungskräfte halten

Eine neue und durchgehende Personalstrategie zu finden und zu etablieren, um Fach- und Führungskräfte nicht nur zu gewinnen, sondern auch langfristig zu halten, erreichen wir zusammen mit unseren Kunden mittels des Instrumentariums der „Employer Value Proposition (EVP)“.

Mit der „Employer Value Proposition (EVP)“ werden die potentiellen Alleinstellungsmerkmale eines Unternehmens herausgearbeitet. Damit beantwortet die EVP die Frage, was Sie als Arbeitgeber einzigartig macht und wofür Sie stehen.

Mit der EVP können Arbeitgeber transparent darlegen, welche Motive die Unternehmenstätigkeit bestimmen. Sie können zeigen, wie das Miteinander gestaltet ist und Sie können damit die Zukunft des Unternehmens ins Visier nehmen.

## So ermitteln wir die „Employer Value Proposition“

Die Ermittlung der EVP erfolgt gemeinsam mit unseren Kunden nach folgenden Schritten:

- 1. Stakeholder definieren**  
Einbindung verschiedener Abteilungen bzw. Mitarbeiter
- 2. Zielgruppe eingrenzen**  
Wen wollen wir ansprechen? Wen wollen wir erreichen?
- 3. Werte herausarbeiten**  
Was zeichnet das Unternehmen aus und was schätzen Mitarbeiter an dem Arbeitgeber?  
Wofür will das Unternehmen langfristig stehen?!
- 4. Von den Werten zum Claim**  
Der neue Mitarbeiterclaim fasst die Unternehmenswerte mit wenigen Worten zusammen und vermittelt, wofür das Unternehmen steht. Er bildet auch den roten Faden für das Employer Branding.
- 5. EVP Kommunikation**  
Die neue EVP wird auf der Website, gegeb. einer Karriere-Website, auf Flyer, Foldern, Plakaten etc. sowie im Rahmen von u. a. Social Media Posts zukünftig kommuniziert.

Je individueller die „Employer Value Proposition“ (EVP) definiert ist, desto glaubwürdiger und stärker ist sie. Unternehmen sollten deshalb unbedingt auf generische Formulierungen wie „gute Karrierechancen“ oder „vielfältige Aufgaben“ verzichten. Bewerber haben sie schon zig Male gelesen, sie klingen beliebig und uninspiriert.

### Das Ergebnis:

Unternehmen, die sich über die EVP als „Arbeitgebermarke“ darstellen, erhalten nicht nur bei Ausschreibungen signifikant mehr Bewerbungen, sondern binden Ihre Mitarbeiter deutlich langfristiger an Ihr Unternehmen.

## Seiffert Consulting Gruppe



### Seiffert Consulting

Postfach 10 32 48  
60102 Frankfurt am Main  
beratung@seiffert-consulting.de  
seiffert-consulting.de

### Off the main streets

Bramscher Straße 12  
49088 Osnabrück  
mail@off-the-main-streets.de  
offthemainstreets.de

### Dem Media

Drumul de Centura 16  
Galati 800248  
produktion@seiffert-consulting.de  
www.demmedia.ro