

VON DER VISION ZUR REALITÄT:
ERFOLGREICH
WUNSCHKANDIDAT:INNEN
FINDEN UND BEGEISTERN

talents for it GmbH



talentsforit
RECRUITING NETWORK

UNSER TEAM



**Katja
Teichert**

Geschäftsführerin



**Nancy
Rücknagel**

Teamlead Recruiting
und Prokuristin



Katja Wille

Senior Recruitment
Consultant



**Sebastian
Höfling**

Recruitment
Consultant



Maria Paul

Online Marketing
Managerin



**Christoph
Hauck**

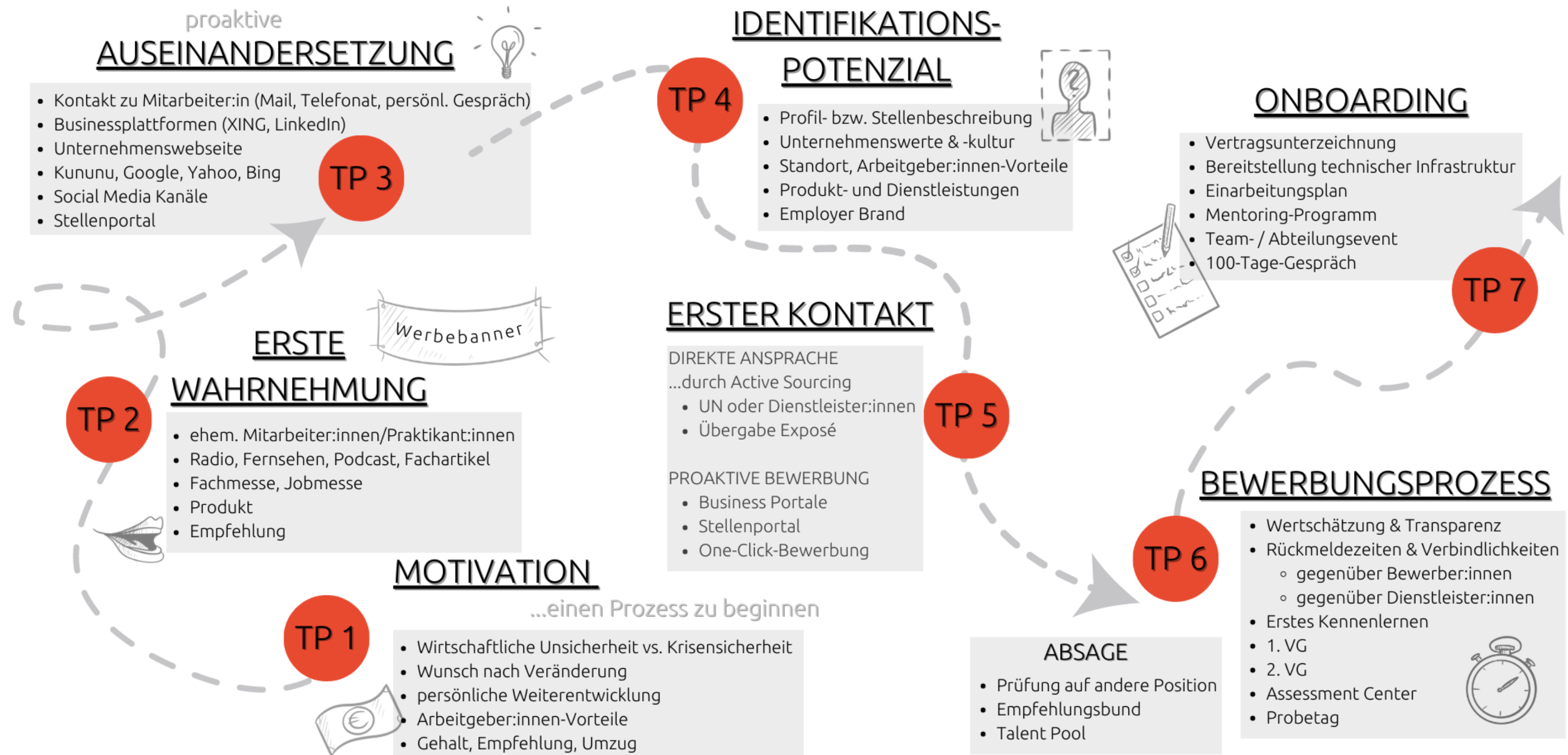
Recruitment
Consultant



**Denise
Killmann**

Researcherin

DIE CANDIDATE JOURNEY



WAS IST EINE CANDIDATE PERSONA?

Die Candidate Persona ist eine Methode, die Klarheit für den Personalbedarf eines Unternehmens schafft. Sie sorgt für ein besseres Verständnis des Anforderungsprofils zur Stellenbesetzung und basiert auf dem Konzept der Buyer Persona.

Die Buyer Persona wiederum ist eine fiktive Darstellung der/des idealen Kund:in, die auf umfangreichen Marktforschungsdaten und demografischen Informationen basiert.

Sie hilft dabei, die Zielgruppe besser zu verstehen und ihre Bedürfnisse zu identifizieren.

Die Candidate Persona wird benötigt, um eine fiktive Darstellung des idealen Bewerbers oder der idealen Bewerberin für eine Stelle zu erstellen.



Personalmarketing



Buyer Persona



Zielgruppenbildung



Candidate Persona

WIE ERSTELLEN WIR EINE CANDIDATE PERSONA?

- **Rollenklärung** mit Verantwortungen und Erwartungen
- **Persönliche Informationen**: Wohnsituation, Freizeitaktivitäten, Familienstand, Alter, Name, Persönlichkeit
- **Berufliche Hintergründe**: Aktueller Job, Erfahrung, Fähigkeiten, Qualifikationen
- **Bedürfnisse und Motivation**: Was treibt die Kandidat:innen an? Wo möchten sie zukünftig hin?
- **Interessen und Werte**: Was ist ihnen wichtig in meinem Unternehmen? Warum passen wir zu diesem Menschen?

Durch die Erstellung einer Candidate Persona können Personalverantwortliche und Recruiter:innen ein klares Bild davon bekommen, wer der/die ideale Kandidat:in für eine Stelle ist, welche Kanäle am besten zur Talent-Suche genutzt werden sollten und wie die Kommunikation mit potenziellen Bewerber:innen gestaltet werden kann.

UNTERSCHIED ZWISCHEN AKTIVEN UND PASSIVEN KANDIDAT:INNEN

AKTIV

Ein:e aktive:r Kandidat:in zeigt ein selbstständiges Interesse an einer ausgeschriebenen Stelle, indem er oder sie sich aktiv bewerben, ihr Interesse bekunden oder mit Recruiter:innen und Unternehmen in Kontakt treten, um Informationen über die Position und den Bewerbungsprozess zu erhalten. Sie zeigen oft schnellere Reaktionszeiten und ein höheres Maß an Engagement.

PASSIV

Ein:e passive:r Kandidat:in ist eine Person, die derzeit nicht aktiv nach einer neuen beruflichen Gelegenheit sucht, aber dennoch von Unternehmen als potenziell:e interessante:r Kandidat:in betrachtet wird. Sie werden oft als "Talente" angesehen, die möglicherweise nicht auf dem offenen Arbeitsmarkt verfügbar sind, aber durch gezieltes Recruiting und Ansprache geworben werden können.

WORAUF HAT DAS AUSWIRKUNGEN?



Stellenanzeige / Factsheet:

Attrahierung von aktiven und passiven Kandidat:innen



HR-Marketing-Mix:

Identifizierung geeigneter Kanäle und Plattformen zur Interaktion mit aktiv und passiv suchenden Kandidat:innen



Active Sourcing:

Erstellung einer Online Version der Candidate Persona



Direktansprache:

Individuelle vs. Copy-and-Paste-Nachrichten

WER BRAUCHT SCHON STELLENANZEIGEN?!

Stellenanzeigen sind für Unternehmen geeignet, die aktiv nach neuen Mitarbeiter:innen suchen und ihre offenen Stellen einem breiten Bewerber:innenkreis zugänglich machen möchten. Sie richten sich an aktiv suchende Bewerber:innen und vermitteln eine klare Vorstellung von der Position und den Anforderungen.

Eine gut gestaltete Stellenanzeige sollte präzise, ansprechend und informativ sein. Sie sollte Bewerber:innen genügend Informationen bieten, um zu entscheiden, ob sie für die Stelle geeignet sind und ob sie sich bewerben möchten. Es ist zudem auch ein gutes Employer Branding Instrument.



STELLENANZEIGEN UND FACTSHEETS

WAS BRINGEN FACTSHEETS?

Während klassische Stellenanzeigen Informationen für aktiv suchende Bewerber:innen zur Verfügung stellen, werden passive Kandidat:innen mit dem Factsheet überzeugt.

Das Factsheet geht vor allem auf angewandte Technologien, Entwicklungsmöglichkeiten und Benefits ein, um von einem Wechsel zu überzeugen.



STELLENANZEIGEN UND FACTSHEETS

WO LOHNT SICH DAS POSTEN DER ANZEIGE?

Es ist wichtig zu beachten, dass die Wahl der geeigneten Plattformen von verschiedenen Faktoren wie der Art der Position, der Zielgruppe, der regionalen Reichweite und dem Budget abhängt. Unternehmen sollten ihre Zielgruppe und deren bevorzugte Kanäle berücksichtigen, um die größtmögliche Sichtbarkeit ihrer Stellenanzeigen zu erzielen.

Gängige Portale sind:



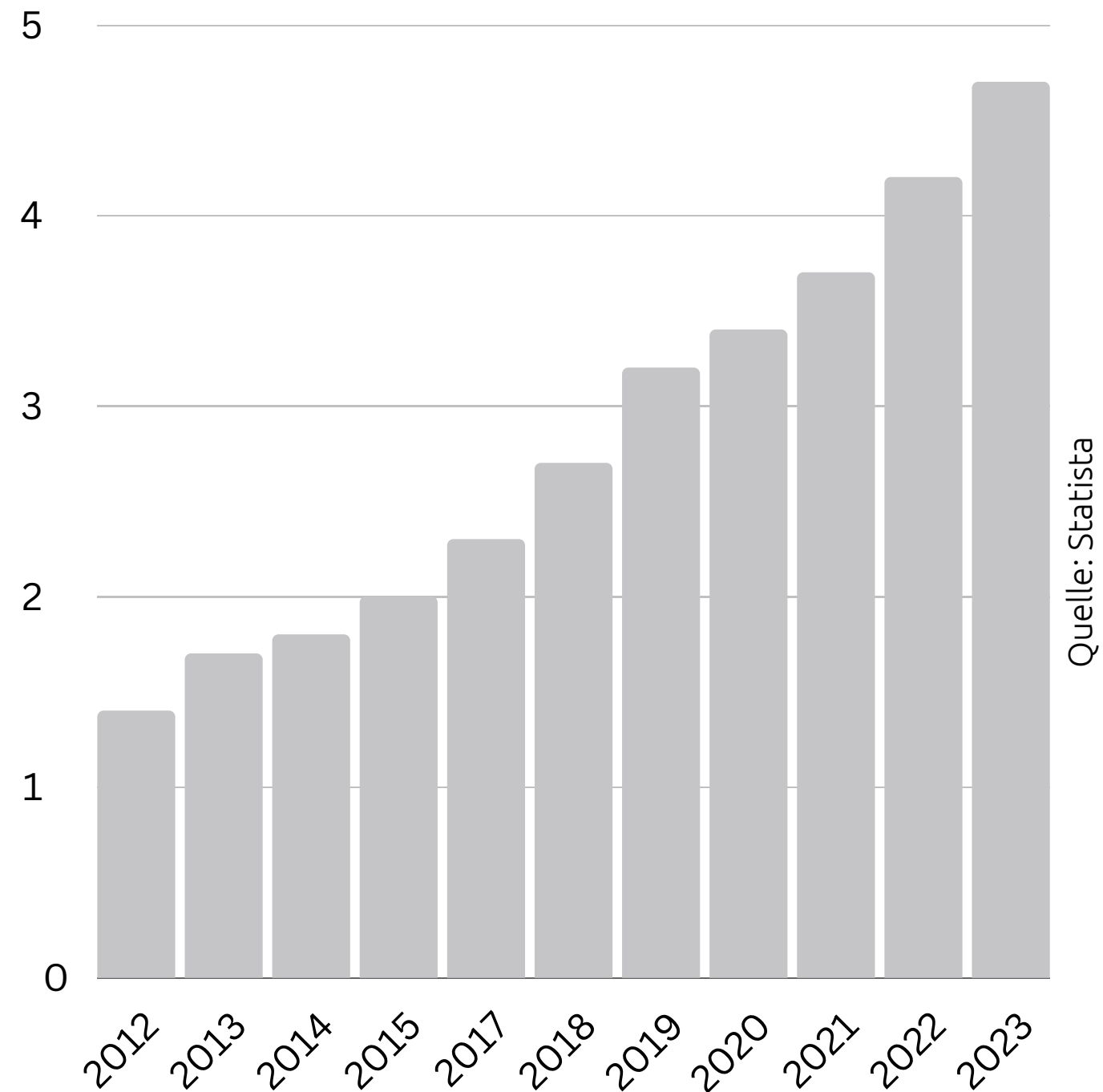
Wichtige Punkte in der Stellenanzeige:

- Information
- Verschlagwortung
- Kategorie
- Gehalt



HR-MARKETING

DIGITAL BODY LANGUAGE



Anzahl der Social Media Nutzer:innen in Milliarden von 2012 bis 2023

Candidate Persona + Marketing
= Erfolg?

DEFINITION

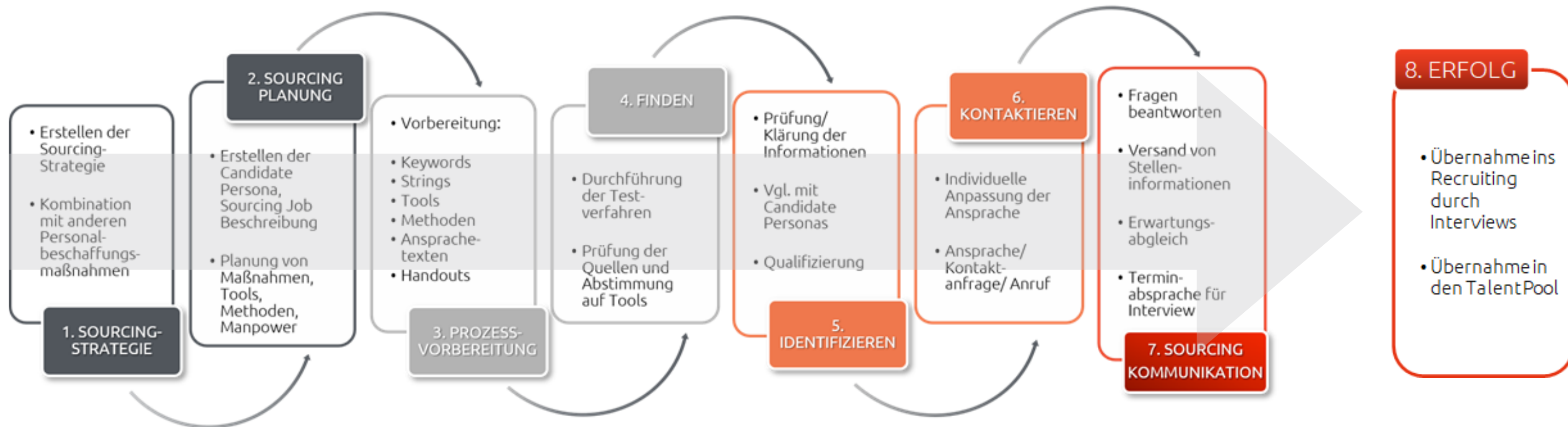
Active Sourcing ist eine moderne Methode des Personal-Recruitings, bei der Unternehmen proaktiv nach geeigneten Kandidat:innen für offene Stellen suchen. Im Gegensatz zur passiven Methode des Wartens auf Bewerbungen auf Stellenanzeigen, geht Active Sourcing aktiv auf potenzielle Bewerber:innen zu und versucht, sie durch eine gezielte und individuelle Ansprache für die vakante Position zu gewinnen.

Active Sourcing kann für Unternehmen insbesondere dann von Vorteil sein, wenn es schwierig ist, geeignete Kandidat:innen auf dem Arbeitsmarkt zu finden oder wenn es um die Besetzung von Schlüsselpositionen geht.



ACTIVE SOURCING

ACTIVE SOURCING PROZESS



CANDIDATE PERSONA

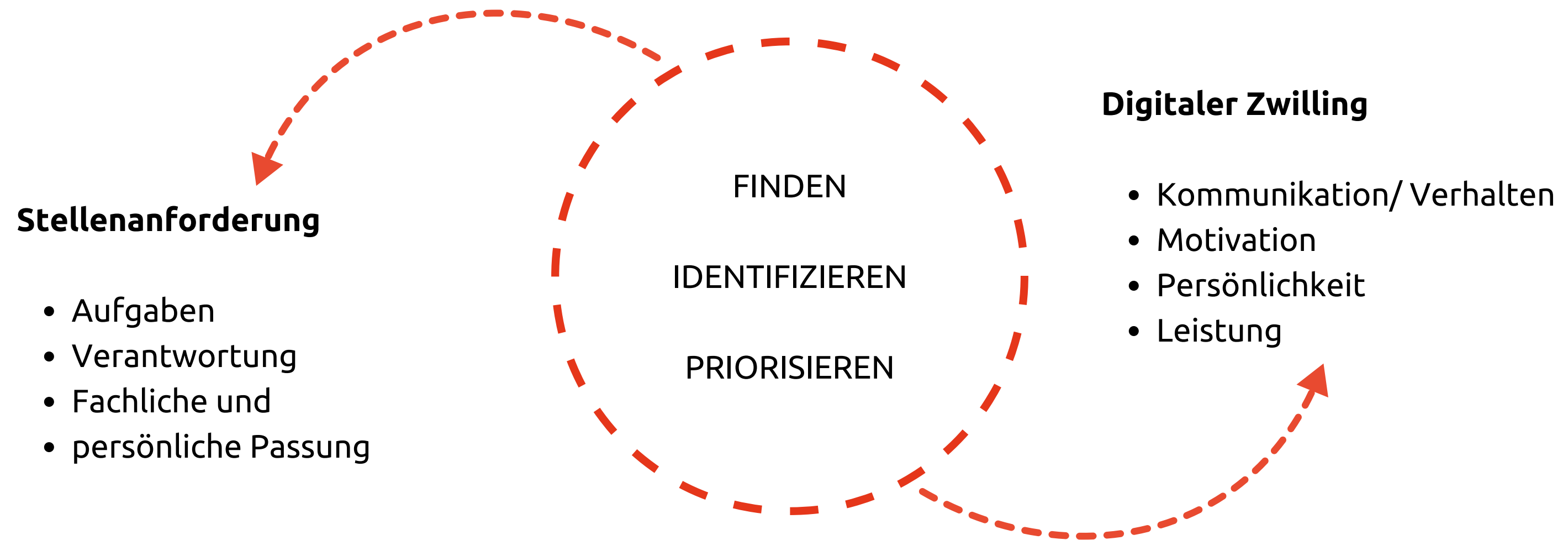
Wie erarbeiten wir aus der Offline Candidate Persona eine Online Candidate Persona?

ROLE MODELS!



- Profile sind keine Lebensläufe
- Fantasetitel und Bezeichnungen berücksichtigen
- Abkürzungen
- Stellenanzeigen sind für aktive Talente geschrieben
- Keine reine Keywordsuche aus der Stellenanzeige

"DER DIGITALE ZWILLING"



SOURCING BIBLIOTHEK



Eine Sourcing-Bibliothek in der Active Sourcing-Praxis ist eine Zusammenstellung von Ressourcen, Tools und Quellen, die von Recruiter:innen und Sourcer:innen genutzt werden, um potenzielle Kandidat:innen für offene Stellen zu identifizieren und anzusprechen. Sie dient als eine Art Wissensdatenbank oder Informationsquelle, die verschiedene Möglichkeiten und Strategien bietet, um Talente zu finden und in den Rekrutierungsprozess einzubeziehen.

Best Practices Ansprachetexte

- Inhalte aus Profil aufgreifen
- Zentrale Skills/ Eigenschaften mit zentraler Stellenanforderung matchen
- Authentisch die Sprache des Unternehmens sprechen und gleichzeitig Zielgruppenorientiert
- Arbeiten mit Vorlagen, die leicht individualisierbar sind
- Texte zusätzlich außerhalb LinkedIn speichern

Textbestandteile

- Betreff: Kurz und knackig – Wie fühlt sich meine Candidate Persona angesprochen und wichtigste Infos (Job)
- Persönliche Anrede, Personalisierung
- Unternehmensüberblick
- Job Details
- Benefits
- „Call to action“



talentsforit
RECRUITING NETWORK

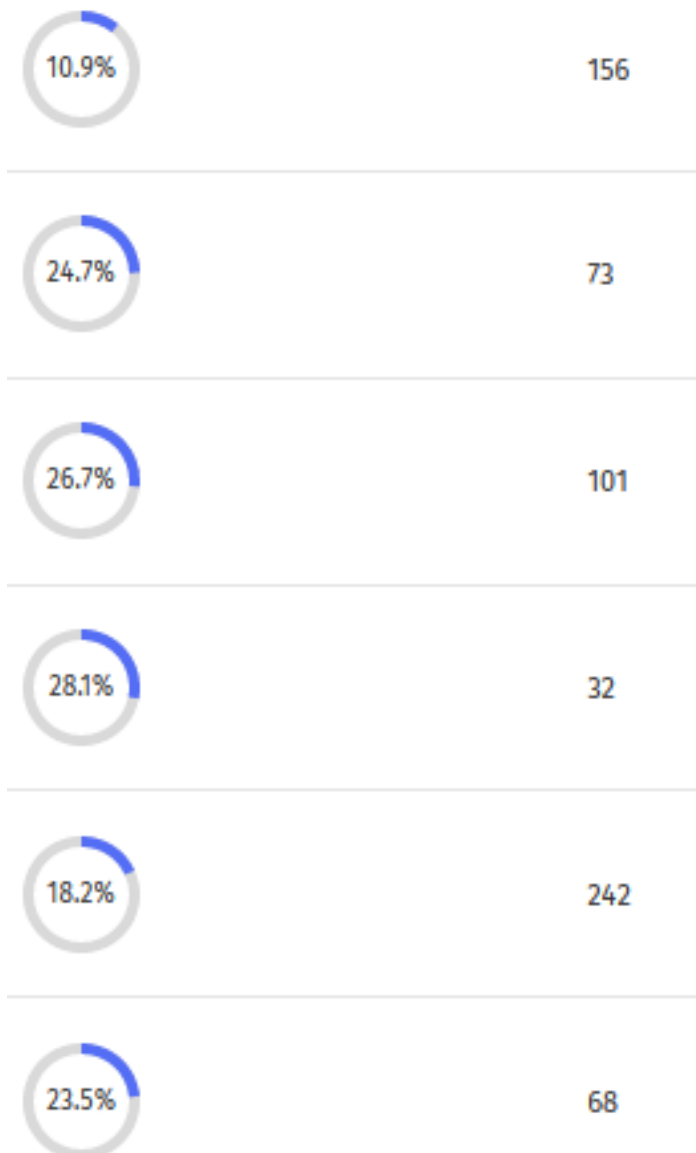


**VERFASSEN VON
ANSPRACHETEXTEN**

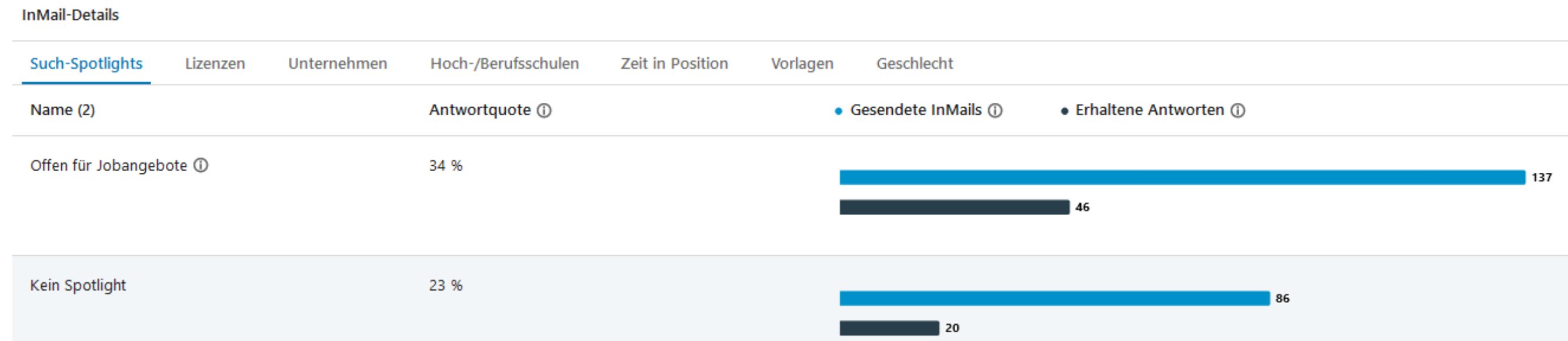
MONITORING VON ANSPRACHE- TEXTEN AUF ONLYFY UND LINKEDIN



Onlyfy Nachrichten-Vorlagen:



LinkedIn Recruiter Corporate InMail Berichte:



WAS EMPFEHLEN WIR IHNEN FÜR IHRE ERFOLGREICHE SUCHE?

- Ausführliches, fachliches Briefing
- Erstellung einer Candidate Persona (Offline und Online)
- Strukturierte und analytische Suche durch eine Sourcing Bibliothek
- Mehrere Suchmaschinen nutzen (Kombi LinkedIn, Onlyfy und Google)
- Schreibweise = Sprechweise
- Individualisierte Ansprachen mit konkreten Fakten und Benefits
- Angepasste Kommunikation mit aktiven und passiven Kandidat:innen (insbesondere Sourcing-Kommunikation)



BEST PRACTICE SHARING

KONTAKT



talents for it GmbH

Waldstraße 19

04105 Leipzig

Deutschland

T +49 341 39291880

M info@talentsforit.de

W www.talentsforit.de

Geschäftsführerin:

Katja Teichert



Unsere Website:

