

**koller.team**

30. August 2023

Mitarbeitende gewinnen mit Social Media

# Agenda

- Übersicht Social-Media-Welt
- Verschiedene Arten von bezahlter Werbung auf Social Media
- Beispiele
- Employer Branding

# Dein Weg zum «perfect match»

Frage dich:

Warum nutze ich Social Media für mein Unternehmen überhaupt?

Weil es alle machen.

**Überdenke deine Strategie!**

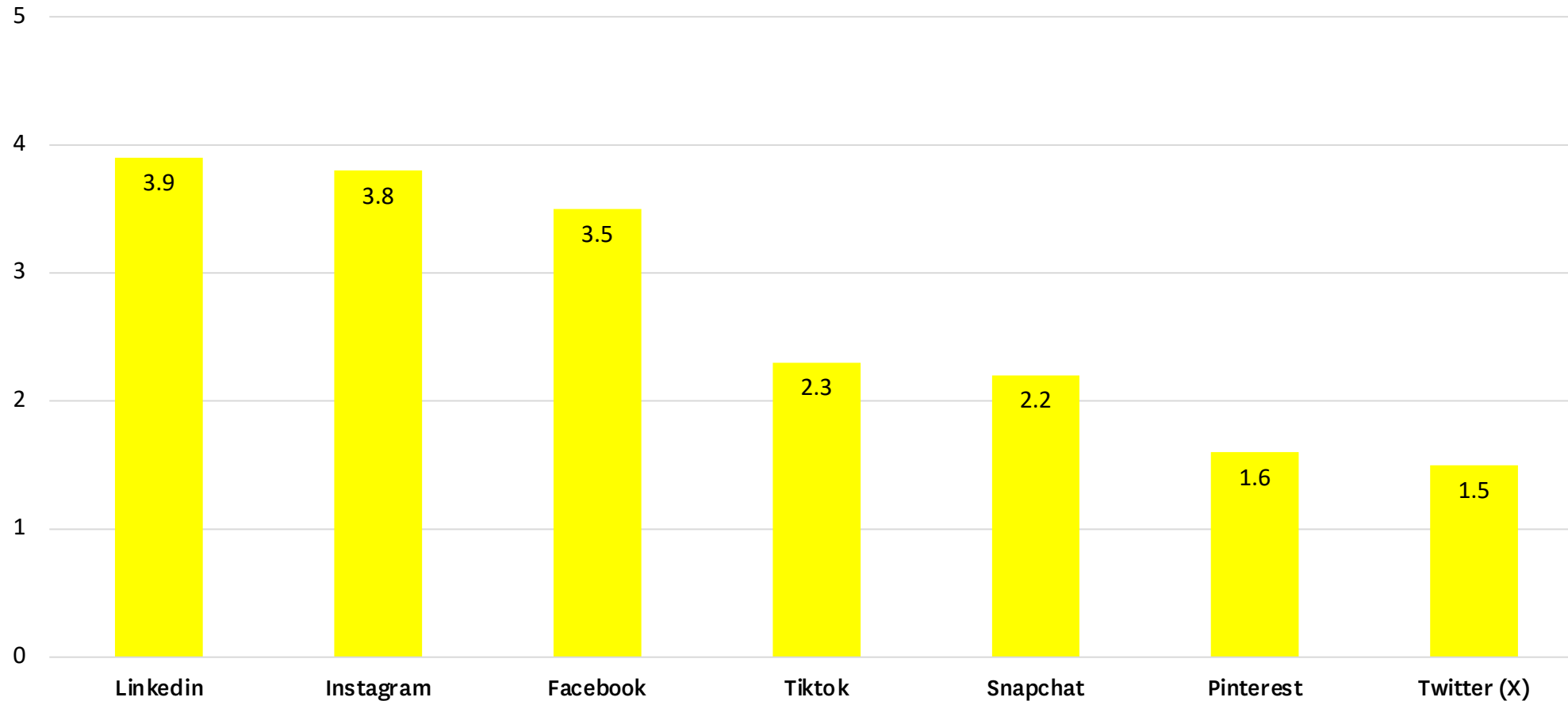
# Erfolgsfaktoren

- It's all about content.
- Wir müssen an der Realität arbeiten.
- Bei Social Media wird beruflich und privat nicht unterschieden.
- Strategisch müssen die Hausaufgaben gemacht werden, bevor Massnahmen ergriffen werden.
- Massnahmen können keine «Probleme» lösen, sie bieten in erster Linie einen Beitrag zum Erfolg.

Orientierung

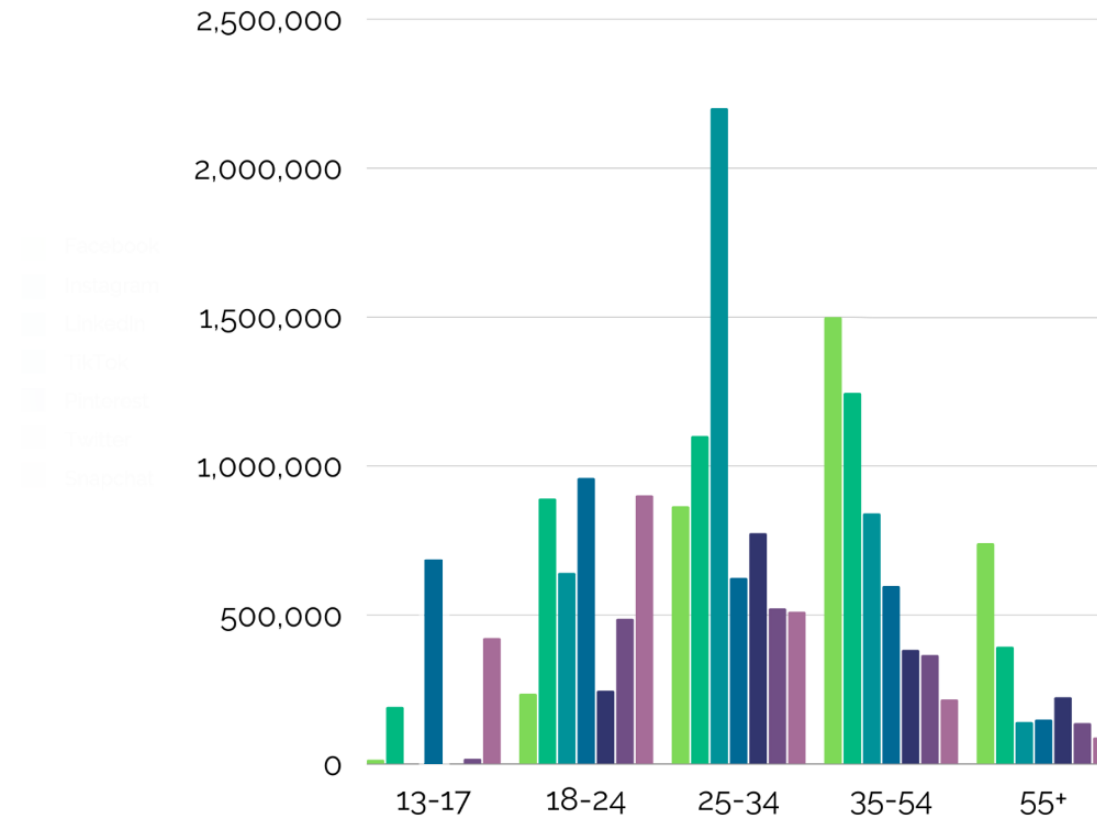
# Social-Media-Kanäle in der Schweiz

(Nutzer in Mio.)



# Social-Media-Kanäle in der Schweiz

(Nutzer in Mio.)

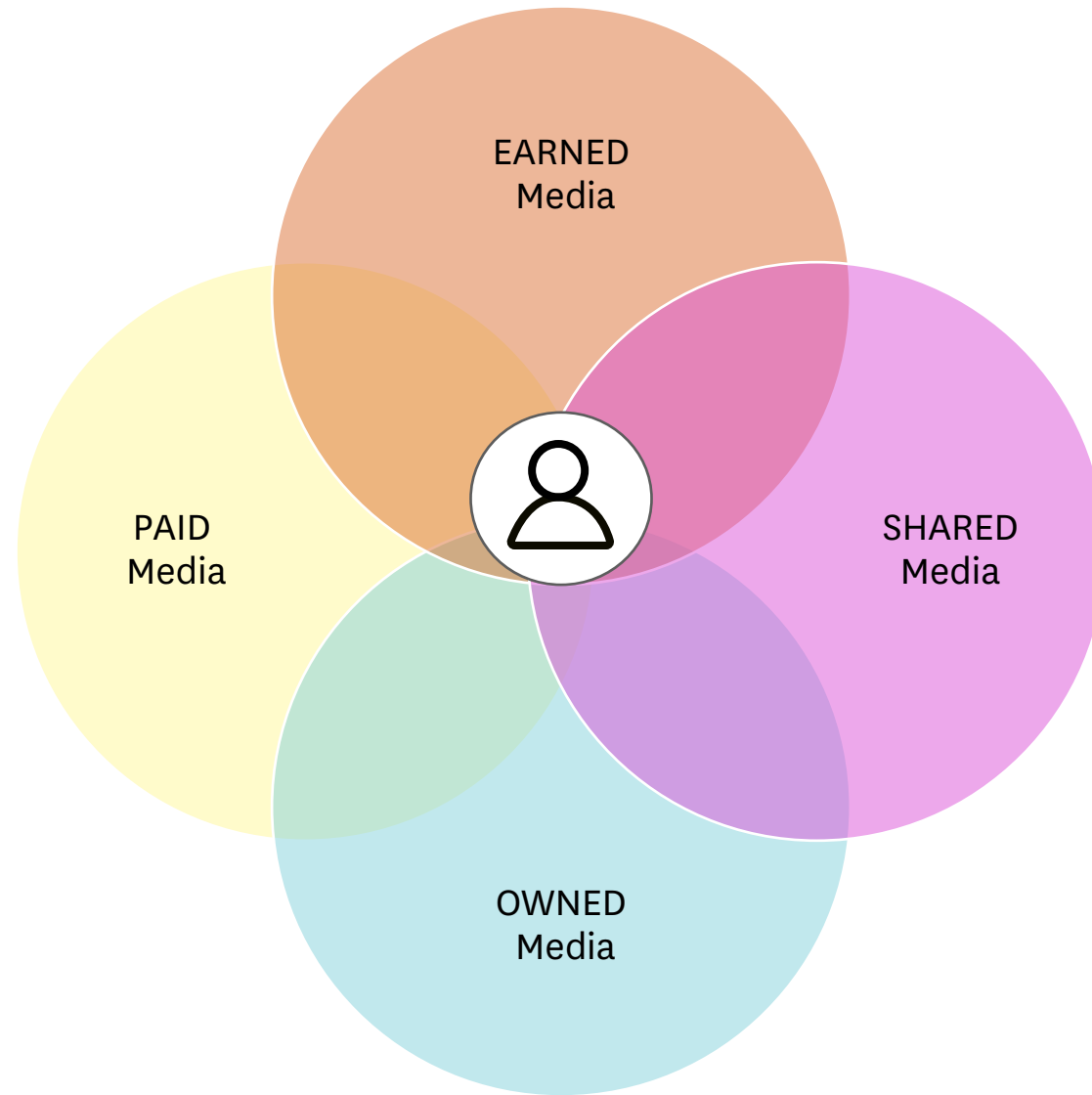


**PAID**

Werbeanzeigen (Ads)  
Werbespots  
Sponsoring

**EARNED**

Rezensionen  
Blogartikel  
Journalistische Beiträge/PR  
Fachartikel



PAID  
Media

EARNED  
Media

SHARED  
Media

OWNED  
Media

**OWNED**

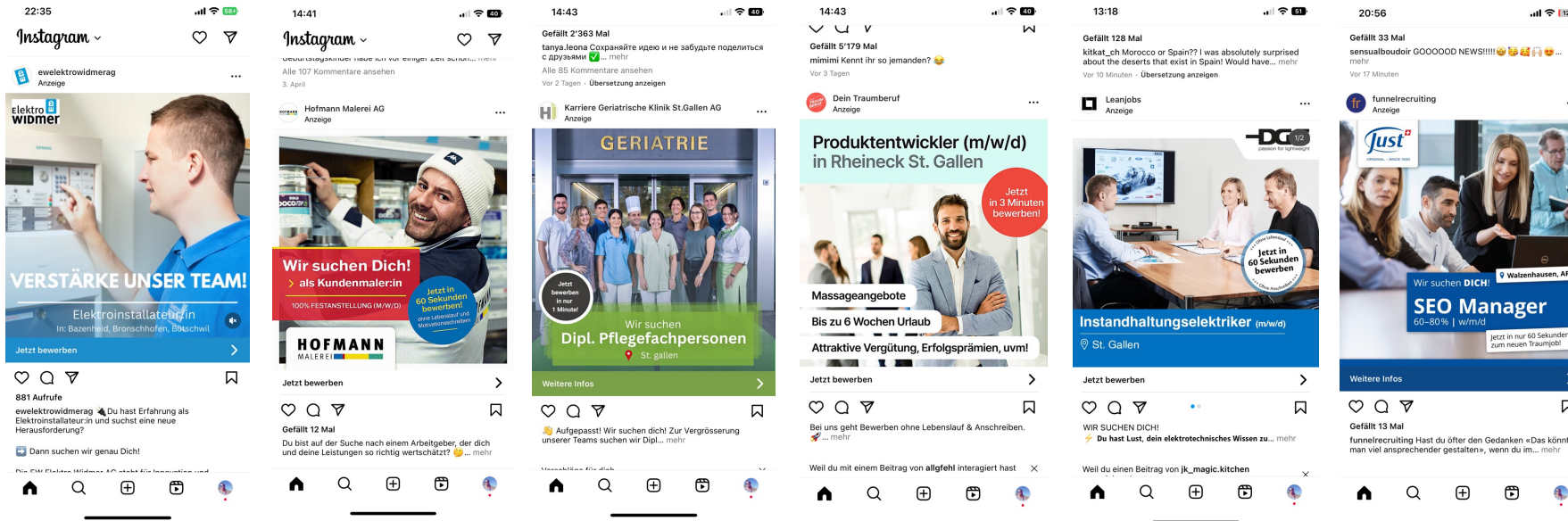
Website  
Unternehmensblog  
Newsletter  
eigene Social-Media-Kanäle

**SHARED**

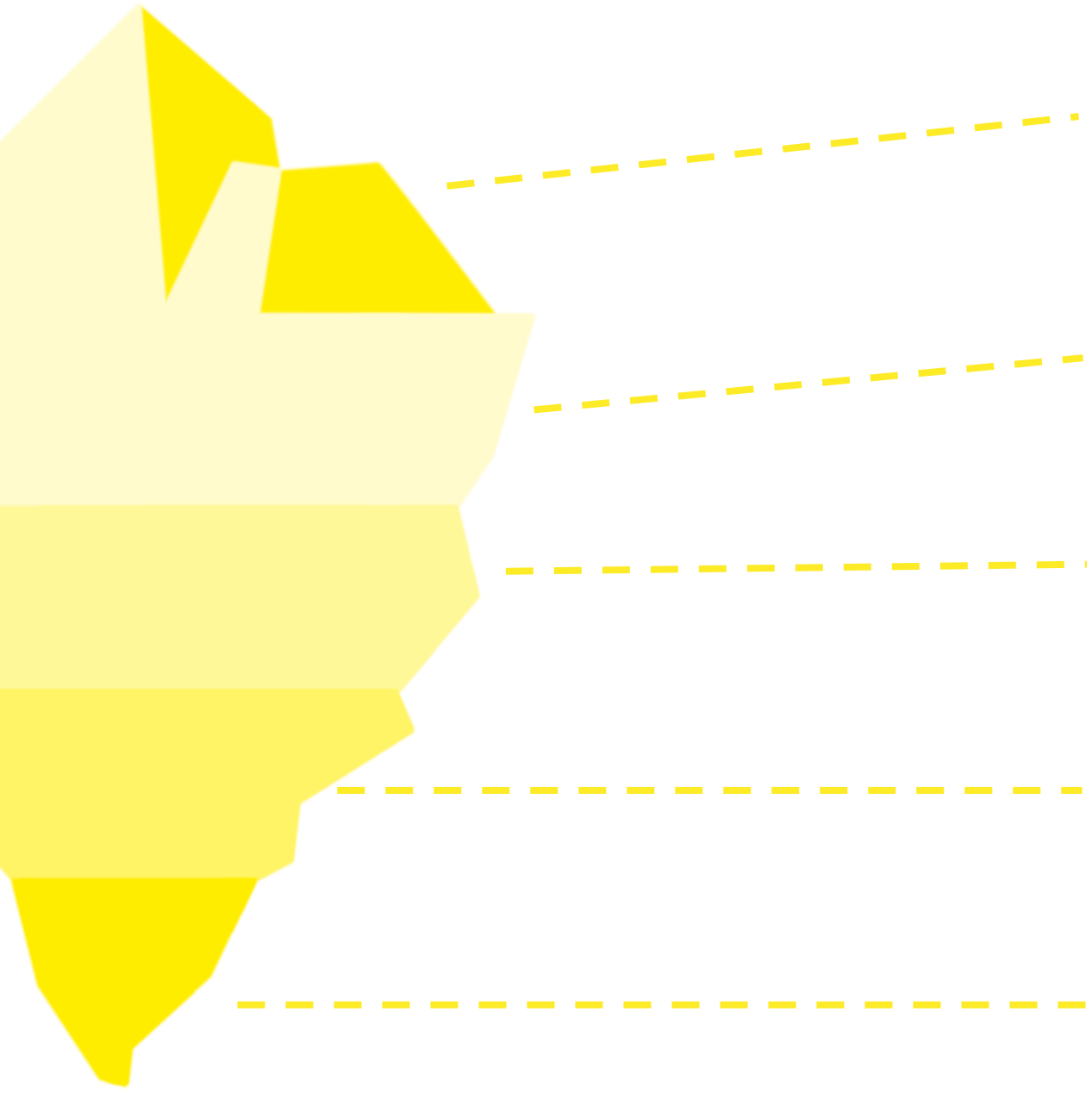
Posts  
Videos  
Kommentare  
Influencer (geg. Bezahlung)



# Social Media Recruiting – ein grosser Hype und grosse Herausforderung?



Fakt ist:  
Werbung  
stört



Aktiv auf Jobsuche

14 %

Unzufrieden im Job

Offen für neue Angebote

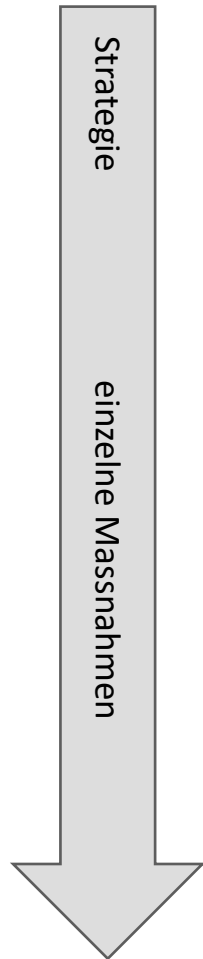
Wechselwillig bei sehr gutem Angebot

Nicht wechselwillig

64 %  
der Fachkräfte

22 %

# Der Weg zum «perfect match»



## Employer Branding

### Grundlagen schaffen

- **Zielgruppe mit Persona definieren**
- Plattformen bestimmen
- Einrichten Unternehmensprofil für Facebook, Instagram, LinkedIn
- Werbekonto aufsetzen

### Content für regelmässige Posts

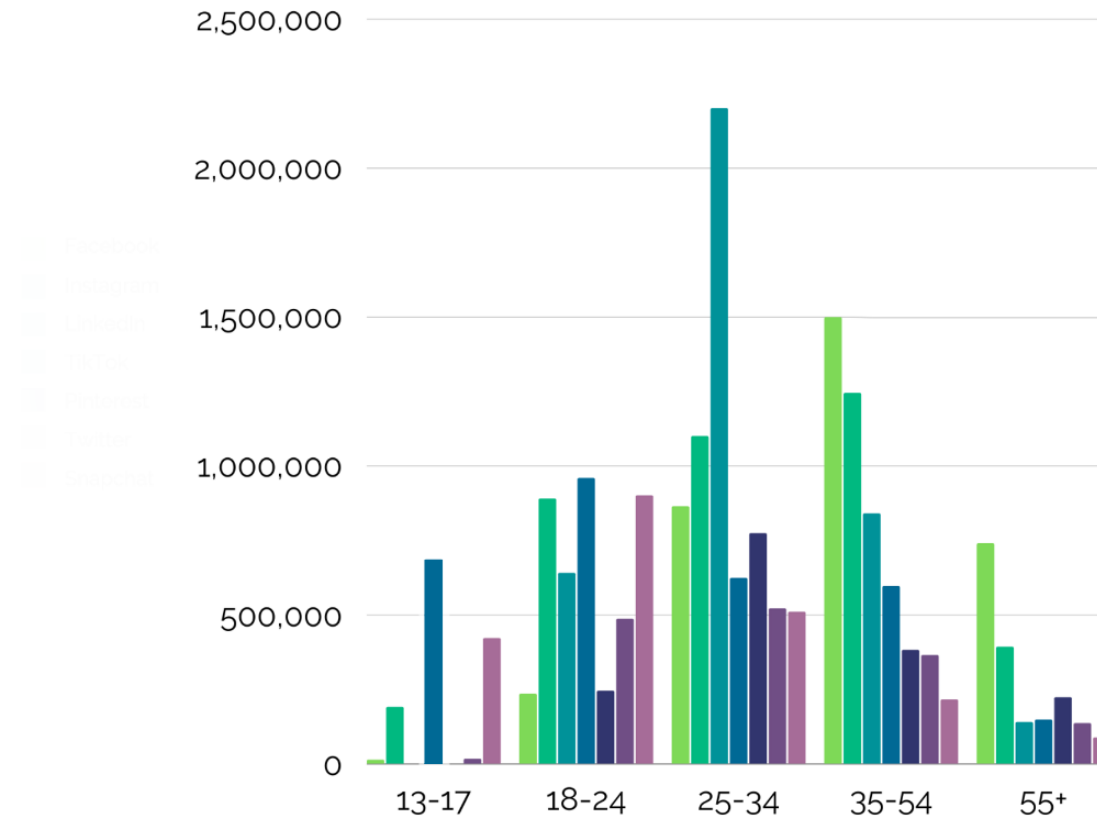
- Möglichen Content sammeln
- Contentplan erstellen für gewählte SoMe-Kanäle

### Gezielte Werbeanzeigen auf gewählten Kommunikationskanälen

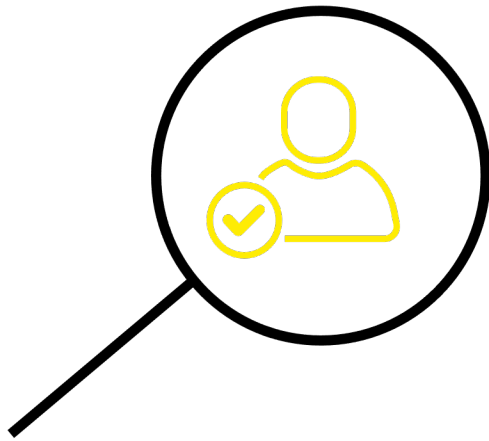
- Traffic Job-Seite, Kontakte generieren

# Social-Media-Kanäle in der Schweiz

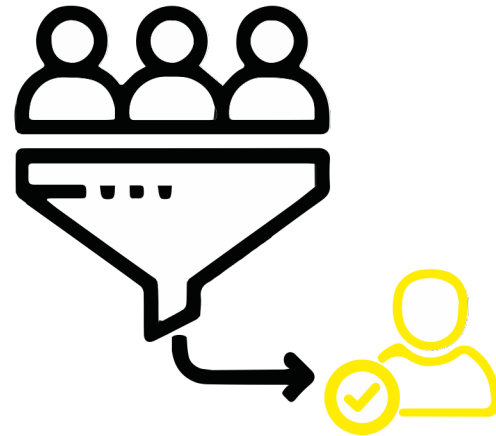
(Nutzer in Mio.)



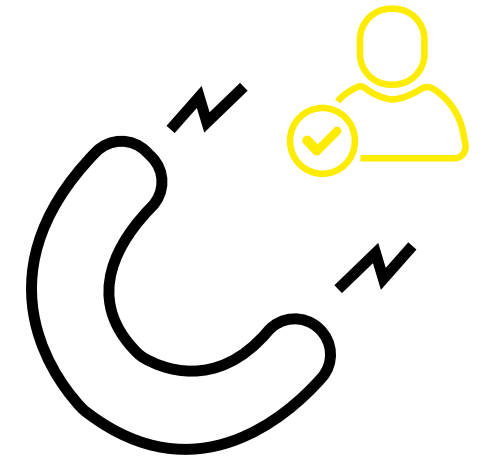
# Varianten von Social Media Recruiting



Active Sourcing



Performance Recruiting



Employer Branding

Was wir bereits wissen

2.5 Stunden

junge Menschen  
nach der ersten Ausbildung

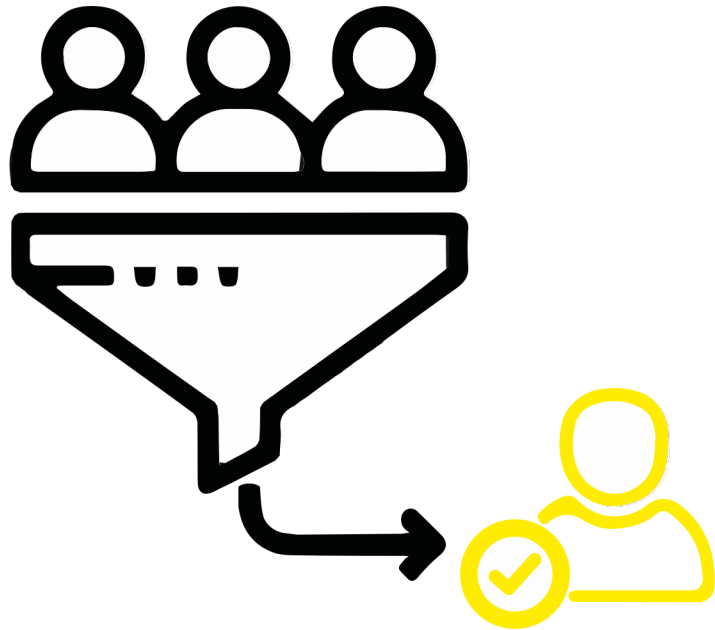


Konten ohne persönliche Inhalte  
sind unattraktiv

Gute Bewerbungen durch gute Strategie

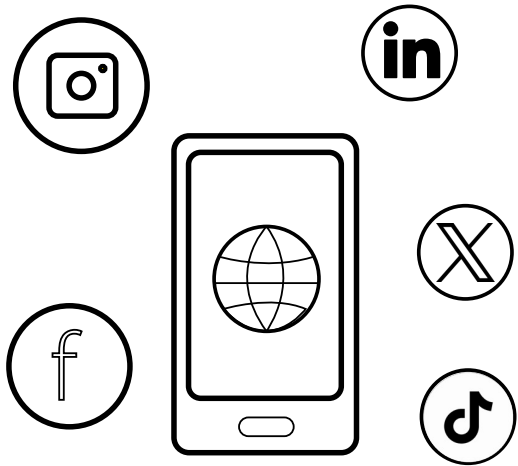
Let's go!

# Performance Recruiting

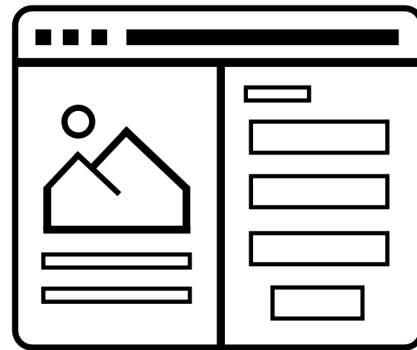


- Performance Recruiting ist der Einsatz von messbaren Online-Marketing-Massnahmen mit dem Ziel, eine **Conversion = Bewerbung** zu generieren.
- In der Regel werden bezahlte Werbekampagnen (Social Recruiting Kampagnen) auf eine separate Landingpage geschaltet.

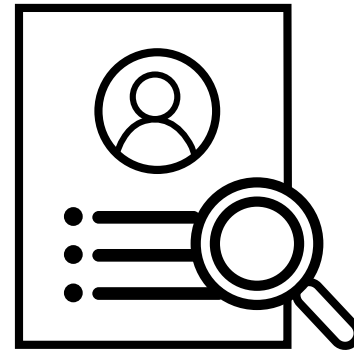
## Social-Media-Anzeige



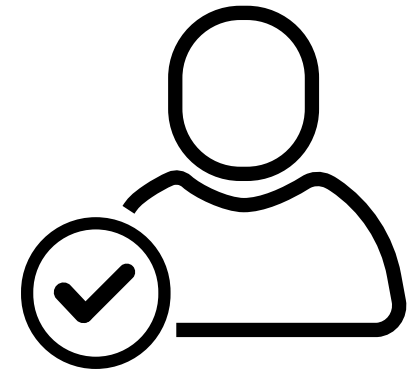
## Landingpage



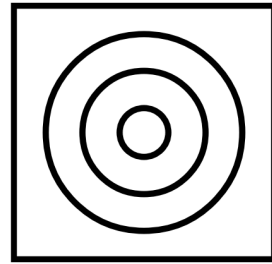
## Bewerbung



## «Perfect Match» Traum-MitarbeiterIn



Beispiele



Personalrekrutierung  
Alterszentrum zur Rose

# Weg 1 – Lead Ad

Alterszentrum zur Rose  
Anzeige · 🌐

Suchst du eine neue Herausforderung als Pflegefachperson? [... Mehr anzeigen](#)



FORMULAR AUF FACEBOOK  
**Wir suchen dich**  
Pflegefachperson HF/AKP/...

[JETZT BEWERBEN](#)

👍 11      2 Mal geteilt

👍 Gefällt mir    💬 Kommentar    ➦ Teilen

## Höheres Volumen – Formularvorschau

Kurze Übersicht

1 von 4

**Wir Suchen:**  
Pflegefachperson  
HF/AKP/DNII oder  
FaGe

Alterszentrum zur Rose

**Kurzbewerbung als  
Pflegefachperson  
HF/AKP/DNII oder FaGe**

Suchst du eine neue Herausforderung  
als Pflegefachperson?

Dann freuen wir uns auf deine  
Kurzbewerbung. Hinterlasse gleich hier  
deine Kontaktdaten in unter 2 Minuten.  
Danach werden wir uns bei dir melden.

Wir freuen uns auf dich!

[Weiter →](#)

## Höheres Volumen – Formularvorschau

Informationen automatisch ausfü... 2 von 4

**Wir Suchen:**  
Pflegefachperson

Kontaktinformationen ⓘ

Vollständiger Name

Gib deine Antwort ein.

E-Mail-Adresse

Gib deine Antwort ein.

Telefonnummer

Gib deine Antwort ein.

[Weiter](#)

Der/Die Bewerbende gibt seine  
Daten direkt  
auf der Plattform ein.

Die Daten werden als Excel-Datei  
exportiert. Das Unternehmen  
meldet sich im Nachhinein beim  
Bewerbenden.



# Ergebnisse Lead Kampagne

- 3 × nicht erreicht, keine Rückrufe
- 1 × Nummer ungültig
- 13 × kein Diplom
- 2 × Diplom, aber Arbeitsweg zu weit
- 1 × Diplom, Vorstellungsgespräch vereinbart,  
nicht erschienen, keine Rückmeldung trotz Anruf
- 2 × Diplom, Vorstellungsgespräch
- 2 Einstellungen

# Weg 2 – Traffic

 Alterszentrum zur Rose  
Anzeige ·  


Suchst du eine neue Herausforderung als Pflegefachperson? [... Mehr anzeigen](#)



FORMULAR AUF FACEBOOK  
**Wir suchen dich** [JETZT BEWERBEN](#)  
Pflegefachperson HF/AKP/...


 11  2 Mal geteilt


 [Gefällt mir](#)  [Kommentar](#)  [Teilen](#)

  
zur Rose  
Alterszentrum  
Lebensraum. Pflege. Service.

Gemeinde

[Aktuelles](#) [Wohnen](#) [Leben](#) [Koordinationsstelle](#) [Über uns](#)



Willkommen. Was suchen Sie? 

## Über uns

[Kontakt / Lage](#)

[Team](#)

[Kommission Wohnen und Leben im Alter](#)

## Offene Stellen

**Kommen Sie zu uns – wir sind familiär, fair und herausfordernd**

Wir sind ein innovatives Alterszentrum und pflegen einen kooperativen Führungsstil. Wir bieten spannende Stellen mit fortschrittlichen Arbeitsbedingungen wie 5 Wochen Ferien (ab 50 Jahren 6 Wochen), hauseigene Gastronomie und vielfältige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Bei Interesse klickt der User auf den Link und landet auf der Webseite Alterszentrum zur Rose.

# Ergebnisse

## Lead-Kampagne

Mediabudget:  
**2700.-**  
**111 Leads**  
**24.-/Lead**  
**2 Einstellungen**

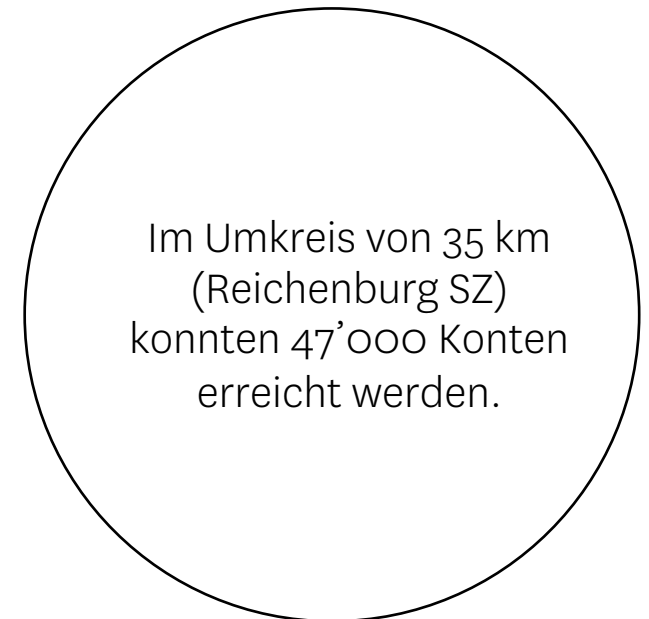
Fokus



## Traffic-Kampagne

Mediabudget:  
**570.-**  
**852 Link-Klicks**  
**0.67.-/Klick**

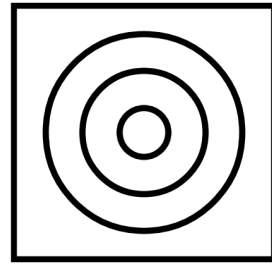
Fokus



April 2023

August 2023

# Beispiel 2



Personalrekrutierung  
Elektro Sonderer

# Konzept und Beratung

Zielgruppe, Zielgebiet und Plattformen festlegen

Wer ist unsere Zielgruppe und wie verhält sie sich?

- Fachkräfte Elektrobranche, mittleres Einkommen, Berufseinsteiger mit 2 – 3 Jahren Berufserfahrung, Social-Media-Affin

In welchem Umkreis soll die Anzeige ausgespielt werden?

- Appenzell und Umgebung, Vorarlberg

Auf welchen Kanälen ist die Zielgruppe privat unterwegs und wie verhält sie sich?

- TikTok, Instagram, Facebook
- passive Scroller bis wenig aktiv auf Social Media

# Strategie



derpraktikantt

631 Beiträge 44.2 Tsd. Follower 1'003 Gefolgt

**Der Praktikant Official**  
Video-Creator  
🇨🇭 Travel Guide of Switzerland 🇨🇭  
🔥 Die besten Aktivitäten, Erlebnisse und Events 🔥  
✉️ derpraktikantschweiz@gmail.com ... mehr  
[www.zkb.ch/fe](http://www.zkb.ch/fe)

Video-Content mit Influencer «Der Praktikant» als Multiplikator für **maximale Aufmerksamkeit**

authentisch, echt, frisch

Fokus

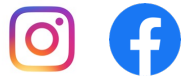


2. Priorität



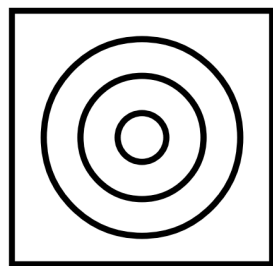
Animationen  
Stellenanzeigen  
für **Traffic auf Webseite**

Fokus



Inserate  
Anzeige-Blatt Gais  
Appenzeller  
Volksfreund

Vorarlberger  
Nachrichten  
Inserate, Banner



Resultate





**DAS KÜRZESTE  
APPENZELER WORT?**



**derpraktikanttv und elektrosonderer**  
Bezahlte Werbepartnerschaft  
Original-Audio



**derpraktikanttv** Es geht hoch hinaus! Ich durfte für einen Tag Praktikant sein bei der Elektro Sonderer auf und unter den Dächern des Kantons Appenzell Innerhoden 🇯🇵🇯🇵

Dabei habe ich mir die Berufe des Elektroinstallateurs, Monteurs und Photovoltaik-Monteurs angeschaut 🇯🇵🇯🇵

Wenn auch du auf der Suche nach einem Job in dieser Branche bist, gehe direkt auf [www.elektro-sonderer.ch](http://www.elektro-sonderer.ch) und bewerbe dich jetzt bei Elektro Sonderer! 🇯🇵

#praktikant #ein #tag #elektrosonderer #appenzell #appenzellerland #berufe #schweiz #schweizer #viral

9 Wo.



**bar\_ba\_res\_ch** So coooooo!!!!!! 🇯🇵🇯🇵🇯🇵🇯🇵

8 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten



— Antworten ansehen (1)



**\_selinatschus\_** kumm mal zu üs in Pfleg

8 Wo. Gefällt 2 Mal Antworten



— Antworten ansehen (2)



**created4party** Wieder e richtig Cools Video

8 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten



— Antworten ansehen (1)



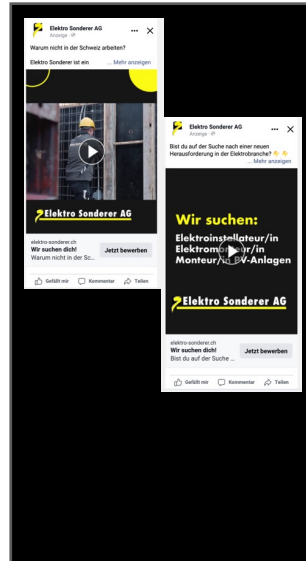
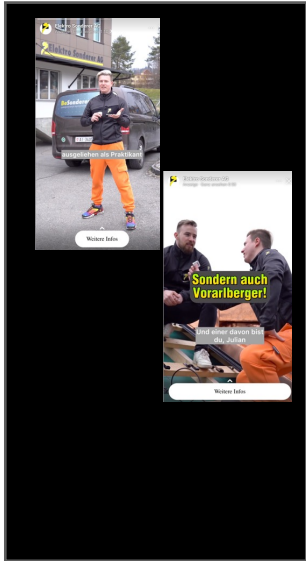
Gefällt **sutterkaese\_ag** und 914 weitere Personen

APRIL 3



Kommentieren ...

Posten



Ergebnisse von Anzeigen:

- 592'000 Impressionen
- 1'828 Klicks auf Landingpage
- 914 Reaktionen Instagram (Likes,..)
- 1.1 Tsd Aufrufe auf Facebook

-----  
**Mediabudget: CHF 1700.-**

Ergebnisse von Anzeigen:

- 207'000 Impressionen
- 732 Klicks auf Landingpage
- 1'241 Reaktionen (Likes,..)

-----  
**Mediabudget: CHF 400.-**

Ergebnisse von Inseraten:

- 25 Scans Schweiz
- 31 Scans Österreich
- 1 Scan Deutschland

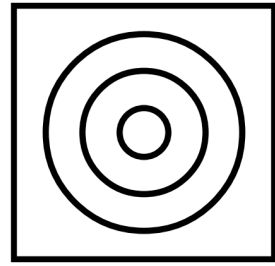
-----  
**Mediabudget Schweiz: CHF 1080.-**

**Mediabudget Vorarlberg: Euro 1029.-**

# Fazit

Total 15 Bewerbungen  
**1 Person eingestellt**

# Beispiel 3



Personalrekrutierung  
mit LinkedIn

hofweissbad

## Hotel Hof Weissbad

1.052 Follower:innen

Anzeige



Wir wünschen uns eine engagierte Persönlichkeit, die den Kundenkontakt schätzt und sich in der Gastgeberrolle zu Hause fühlt.



**Jobs / Karriere - Hofweissbad**

hofweissbad.ch

[Bewerben](#)

## Webentwickler (m/w/d) 50–100%

**koller.team** · Appenzell, Appenzell-Innerrhoden, Schweiz (Hybrid)  
**Deaktiviert** · Deaktiviert: Vor 7 Monaten · Kostenlose Stellenanzeige · 95 Ansichten

Bewerber:innen  
anzeigen

Anzeige erneut  
veröffentlichen

...

### Jobinformationen

### Einstellungen

#### Jobbeschreibung

Das koller.team gehört zu den führenden Marketing- und Werbeagenturen in unserer Ecke der Schweiz. Warum das so ist? Weil unsere Mitarbeitenden zu den besten ihres Fachs gehören, weil sie sich mit Herzblut und überdurchschnittlichem Engagement für unsere Kunden einsetzen. Und weil sie stets mit gesundem Menschenverstand und Humor unterwegs sind.

Genau so jemanden suchen wir als **Webentwickler (m/w/d) 50–100%**

#### Dein fachliches Rüstzeug

- Erfahrung in pixelgenauer Umsetzung von Websites, idealerweise mit WordPress
- Optimierung von Websites für Suchmaschinen
- Technisches Interesse an weiteren Aufgaben wie Newsletter-Marketing, Social Media, Marketing-Automation und mehr

Verstehst du Appenzeller Dialekt und hast du Freude, dich in unserem kleinen, kreativen Team voll einzubringen? Dann bewirb dich jetzt unter [michael@koller.team](mailto:michael@koller.team). Oder ruf mich doch einfach an: **078 893 54 73**.

#### Branche

Marketing und Werbung

#### Beschäftigungsverhältnis

Teilzeit

14

Bewerbungen

95

Mal angesehen



Sie möchten weitere  
Stellen besetzen?

Neue Stellenanzeige  
schalten

🔗 Fragen? [Support kontaktieren](#) | [Hilfereich](#)

Mehr anzeigen ▾

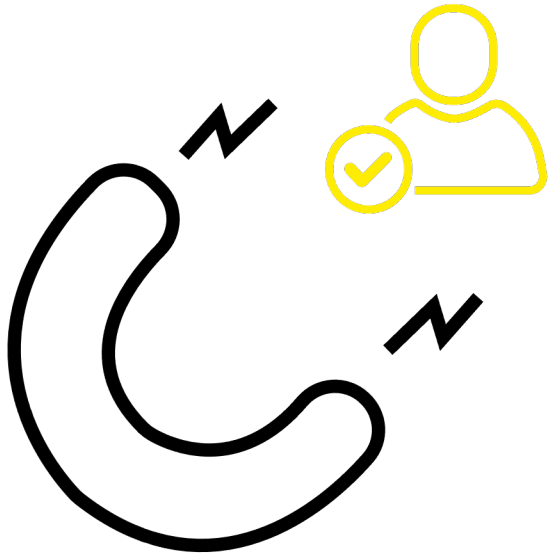
#### Eignungsfragen

##### Kann-Kriterien

Wie viele Jahre Erfahrung haben Sie mit: WordPress?  
Ideale Antwort: 1

Wie viele Jahre Erfahrung haben Sie mit:  
Webentwicklung?  
Ideale Antwort: 1

# Employer Branding



- Ein professionelles Employer Branding positioniert die Unternehmung – nach innen wie aussen – als Arbeitgeber-Marke. Die Marke baut durch ihre Ausstrahlung in den Zielgruppen das Image als attraktiver Arbeitgeber mit Profil und Werten auf.
- Der Erfolg eines professionellen und aktiv gestalteten Employer Branding liegt nebst der nachhaltigen Stärkung der Reputation des Unternehmens als Arbeitgeber auch in einer erfolgreichen Personalrekrutierung und in der Verbesserung der Qualität von Bewerbern. Darüber hinaus wirken sich diese Faktoren über das Arbeitgeber-Image auf die gesamte Positionierung des Unternehmens, auch gegenüber Kundinnen und Kunden, Stakeholdern etc. und letztlich auch auf den wirtschaftlichen Erfolg, positiv aus.



# Employer Branding Resort Hof Weissbad

## **Employer Branding Strategie wurde zusammen mit Direktion und HR entwickelt**

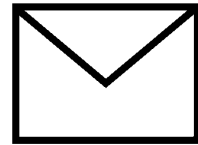
Umgesetzte Massnahmen:

- LinkedIn-Kanal erstellt (von 0 auf 1050 Follower)
- App für alle Mitarbeitenden anstatt «schwarzes Brett»
- Karriereseite mit Benefits und vielen Informationen
- Neuer Auftritt für Rekrutierung von Lernenden und HF-Abgängerinnen und -Abgängern
- Vereinheitlichung der Stelleninserate
- Mitarbeitende oder Teams im Fokus bei Projektvorstellungen oder bei PR-Aktivitäten



# 5 Erfolgsfaktoren zum Schluss

- Strategisch müssen die Hausaufgaben gemacht werden, bevor Massnahmen ergriffen werden.
- Bei Social Media wird beruflich und privat nicht unterschieden – it's all about content!
- Persona muss definiert werden, damit die richtigen Kanäle gewählt werden können.
- Massnahmen können keine «Probleme» lösen, sie bieten in erster Linie einen Beitrag zum Erfolg.
- Wir müssen an der Realität arbeiten.



Haben Sie Fragen?

© koller.team, Appenzell

Sämtliche Rechte an diesem Dokument sind geistiges Eigentum von koller.team, Appenzell. Die Weitergabe des Dokumentes an Dritte und die Nutzung dessen, auch auszugsweise, ist unabhängig von der Form nur mit ausdrücklicher Zustimmung von koller.team, Appenzell gestattet.

[www.koller.team](http://www.koller.team)