



© Rido – Fotolia.com

Setzen Sie Ihre Stellenangebote in Szene

Wie Sie trotz Fachkräftemangel die
besten Bewerber rekrutieren

Fachkräftemangel: Eine Herausforderung für Unternehmen

Eine Herausforderung der Unternehmen und Personalverantwortliche schon seit einigen Jahren begegnen, ist der Fachkräftemangel. Dabei handelt es sich um ein branchenübergreifendes Phänomen. Nicht nur Akademiker in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) sind Mangelware, sondern in allen Fachbereichen werden qualifizierte Mitarbeiter gesucht. Gründe für den Fachkräftemangel sind mitunter der demografische Wandel und veränderte Wissensanforderungen für viele Berufsfelder. So ist die größte Herausforderung für Personalverantwortliche die erfolgreiche Erweiterung des Mitarbeiter-Stabs.

Stellenanzeigen: Das A und O für die erfolgreiche Rekrutierung qualifizierter Fachkräfte

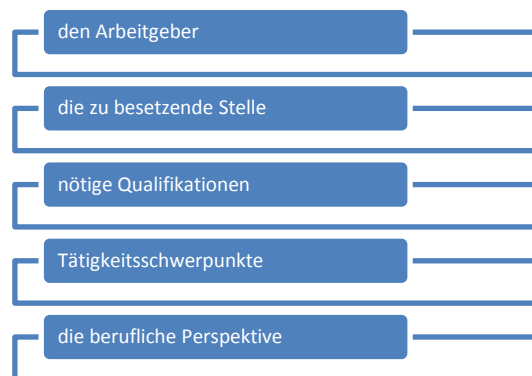


Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es für Unternehmen maßgeblich, geeignete Fachkräfte zu rekrutieren. Die erfolgreiche Mitarbeitergewinnung beginnt schon mit dem Verfassen der Stellenanzeige. Die Zeiten in denen eine Stellenanzeige lediglich über einen freien Posten informiert hat, sind längst vorbei.

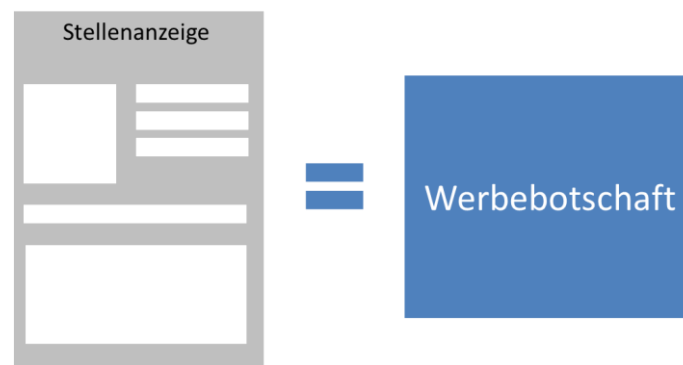
Heute ist die Stellenanzeige ein wichtiges Marketinginstrument im War

for Talents. Wenige kurze Zeilen, die über die freie Position und die Anforderungen an den Bewerber berichten, reichen kaum noch aus, um qualifizierte Fachkräfte für ein Unternehmen zu begeistern.

Im Idealfall informiert eine Stellenanzeige potentielle Bewerber u.a. umfassend über



Gleichzeitig fungiert die Stellenanzeige als Werbebotschaft für das Unternehmen. Eine erfolgreiche Stellenanzeige ist deshalb so verfasst, dass sie positive Emotionen transportiert und den Leser neugierig macht. Mit einer individuellen textlichen Gestaltung hebt sie sich von Stellenanzeigen der Wettbewerber ab. Sie kommuniziert klar und authentisch, was das Unternehmen zu einem besonders guten Arbeitgeber macht. Außerdem ist die Stellenanzeige so aufgebaut, dass sie möglichst viele potentielle Kandidaten motiviert, sich zu bewerben. Ein weiteres wichtiges Kriterium ist, dass Stellenanzeigen qualifizierte Kandidaten nicht wegen ihres Alters, Geschlechts oder ihrer religiösen Einstellung ausschließen.



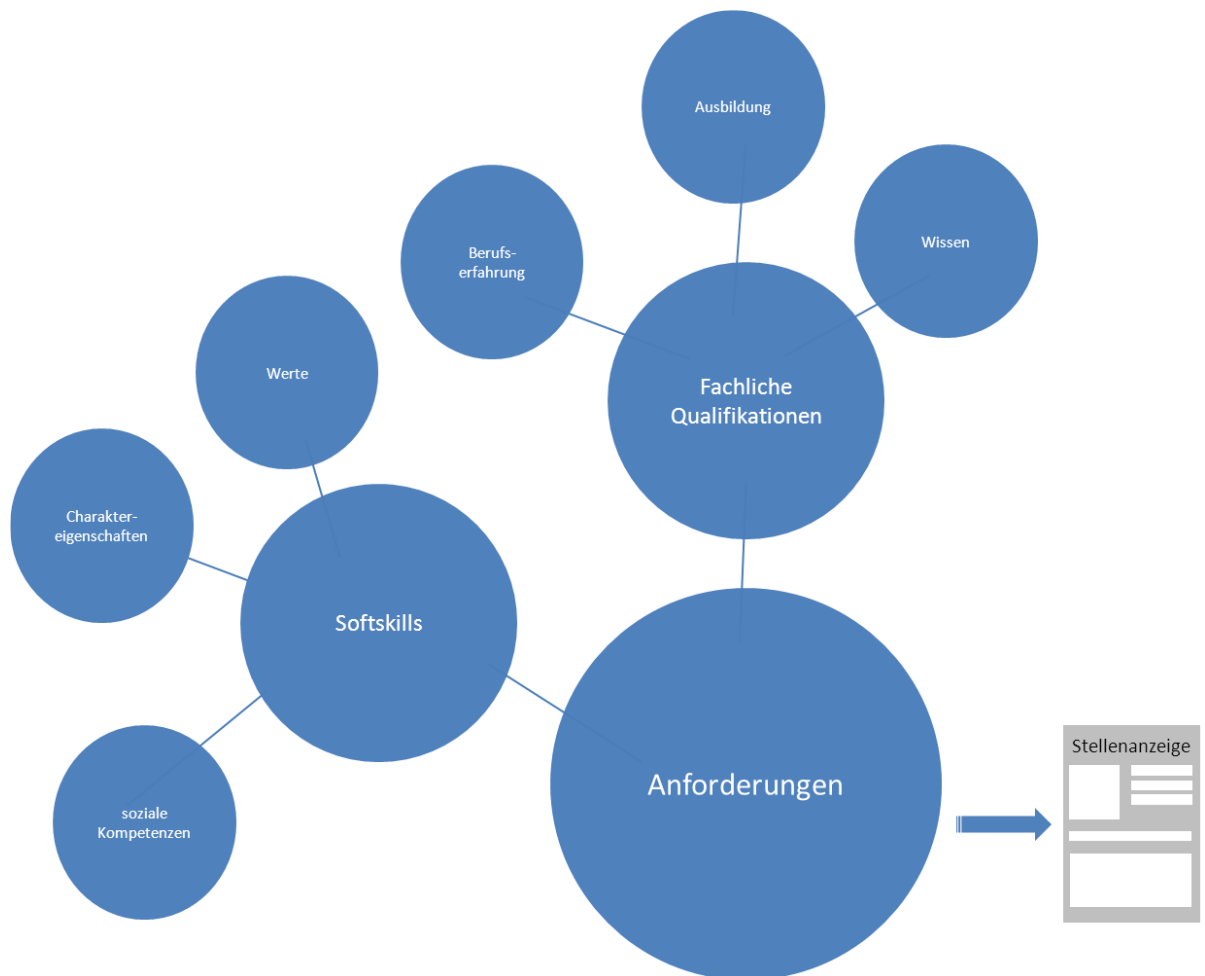
Berufliche Perspektive statt Selbstdarstellung

Verfassen Sie Ihre Stellenanzeigen detailliert: Beginnen Sie mit dem wichtigsten und gehen Sie nach und nach ins Detail. Erzählen Sie nicht nur über den Standort Ihres Unternehmens und über Ihre Unternehmensphilosophie, sondern bieten Sie potentiellen Bewerbern Informationen, die Sie wirklich interessieren. Kommunizieren Sie in Ihrer Stellenausschreibung, welche Vorzüge die Mitarbeit in Ihrem Unternehmen bietet. Erwähnen Sie z.B. ein breites Aufgabenspektrum, abwechslungsreiche Projekte oder ein hohes Maß an Verantwortung. Wie sieht es mit Fort- und Weiterbildungen aus? Was unternehmen Sie, um die Work-Life-Balance Ihrer Mitarbeiter stabil zu halten? Beantworten Sie diese Fragen in Ihrer Stellenausschreibung. Für viele Arbeitssuchende sind diese Informationen ausschlaggebend für eine Bewerbung.

Sprechen Sie die richtigen Bewerber an

Punkten Sie mit Transparenz. Machen Sie deutlich, welche Anforderungen Sie an den Bewerber haben und stellen Sie optionale Kenntnisse auch als solche dar. Vergessen Sie nicht die Softskills. Beschreiben Sie, welche persönlichen Eigenschaften eines Bewerbers am besten in Ihr Team passen. Viele Bewerbungen zu erhalten, die den Jobanforderungen gerecht werden, ist gut. Passt der Bewerber auch menschlich zum Unternehmen, ist das Gesamtpaket perfekt.

Erklären Sie wie Entscheidungsprozesse bei Ihnen ablaufen und welche Hierarchieebenen es gibt. Veranschaulichen Sie Ihren Bewerbern Ihre Unternehmensstruktur. Achten Sie dabei auf die richtige Tonalität. Denn anhand Ihrer Formulierungen schließen Bewerber auf die Umgangsformen in Ihrem Betrieb. Vermitteln Sie ein authentisches Bild Ihrer Anforderungen und Ihrer Unternehmenskultur. So zeigen Sie potentiellen Bewerbern, was Ihr Unternehmen zu einem besonderen Arbeitgeber macht. Das Ergebnis: Sie sprechen mit Ihrer Stellenausschreibung Bewerber an, die vom Arbeitsprofil als auch vom Menschlichen in Ihr Unternehmen passen.



Was in einer Stellenanzeige nicht fehlen darf

Alle wichtigen Angaben, die Ihre Stellenanzeige zu einem wirkungsvollen Marketinginstrument für erfolgreiches Recruiting macht, finden Sie chronologisch geordnet in dieser Checkliste:

Vorstellung des Unternehmens

Stellen Sie potentiellen Bewerbern Ihr Unternehmen vor. In welcher Branche sind Sie tätig? Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie an wie vielen Standorten? Wer sind Ihre wichtigsten Kunden? Welche Erfolge konnten Sie bisher erzielen?

 **Vertragsart**

Möchten Sie eine Teilzeit oder eine Vollzeitstelle besetzen?

 **Vertragsdauer**

Ist die Vertragsdauer befristet oder suchen Sie einen Mitarbeiter für eine Daueranstellung?

 **Arbeitsbeginn**

Ab wann möchten Sie die ausgeschriebene Stelle besetzen? Ist der Termin flexibel, dann kommunizieren dies in Ihrer Stellenanzeige.

 **Jobbezeichnung**

Geben Sie die genaue Jobbezeichnung an. So wissen potentielle Bewerber, was zukünftig auf ihrer Visitenkarte stehen kann.

 **Position in der Unternehmenshierarchie**

Wie viele Mitarbeiter sind der zu besetzenden Position untergestellt?

 **Tätigkeitsfeld**

Beschreiben Sie das Haupttätigkeitsfeld so präzise wie möglich. Mit welchen Projekten wird sich der zukünftige Mitarbeiter befassen? Was genau fällt in den Verantwortungsbereich des Mitarbeiters und welche Befugnisse hat er? Erwähnen Sie auch besondere Arbeitsbedingungen, wie beispielsweise Geschäftsreisen, Messebesuche etc..

 **Profilanforderungen**

Machen Sie deutlich, welche Anforderungen Sie an den Bewerber haben und stellen Sie optionale Kenntnisse auch als solche dar.

Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten

Investieren Sie in Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten in bestimmten Bereichen? Kommunizieren Sie das in Ihrer Stellenanzeige.

Karrierechancen

Gibt es Aufstiegsmöglichkeiten? Beschreiben Sie die nötigen Voraussetzungen.

Leistungen des Unternehmens für den Mitarbeiter

Beschreiben Sie die Leistungen, die Ihr Unternehmen für den Mitarbeiter erbringt. Dazu gehören z.B. Sozialleistungen, das Gehalt oder Work-Life-Balance-Maßnahmen.

Bewerbungsweg

Erklären Sie genau, wie die Bewerbung erfolgen soll. Bevorzugen Sie eine E-Mail, die klassische Bewerbungsmappe oder Telefonkontakt?

Kontaktmöglichkeit

Geben Sie einen Ansprechpartner, die Anschrift, eine Telefonnummer sowie eine E-Mail-Adresse an. So weiß der Bewerber, an wen er sich bei Fragen wenden kann und an wen er die Bewerbung adressieren muss.

Anforderungen hinsichtlich der Bewerbungsunterlagen

Geben Sie an, welche Unterlagen Sie von den Bewerbern erhalten möchten. Falls Sie E-Mail Bewerbungen favorisieren, so kommunizieren Sie auch das Dokumenten-Format und die maximale Dateigröße. So stellen Sie sicher, dass Sie die Bewerbungsunterlagen auch öffnen können.

Der erste Eindruck zählt

Ihre Stellenanzeige ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens. Beim ersten Blick auf Ihre Anzeige müssen sich die Bewerber angesprochen fühlen – sie müssen „hängenbleiben“. Somit ist nicht nur der richtige Aufbau und die textliche Gestaltung, sondern auch die Optik maßgeblich für den Erfolg. Mit den folgenden 5 Tipps machen Sie Ihre Stellenanzeige zum Blickfang:

! Vermeiden Sie lange Textblöcke

Verpacken Sie wichtige Informationen in Stichpunkte oder gegebenenfalls auch in Listen. Beginnen Sie mit den relevanten Punkten und gehen Sie anschließend ins Detail. Beachten Sie dabei: Mehr als 5 Stichpunkte werden vom menschlichen Auge wie ein Fließtext wahrgenommen.

! Ermöglichen Sie das Querlesen

Interessenten neigen dazu, Stellenanzeigen erst einmal zu überfliegen, bevor Sie mehr Zeit in das ausführliche Lesen des Angebots investieren. Schließlich ist es wichtig, zuerst in Erfahrung zu bringen, ob die Anforderungen auf das eigene Profil passen. Teilen Sie das Stellenangebot deshalb in übersichtliche Textabschnitte mit aussagekräftigen Zwischenüberschriften ein. So geben Sie Interessenten die Möglichkeit, sich schnell einen Überblick zu verschaffen.

! Kommen Sie auf den Punkt

Sprechen Sie Klartext. Verfassen Sie Ihre Stellenanzeige in einer klaren und einfachen Sprache. Vermeiden Sie Fachausdrücke und Anglizismen. Schreiben Sie in kurzen Sätzen. So ermöglichen Sie Ihren Lesern, den Text schnell zu erfassen.

! Werten Sie den Inhalt mit Bildern auf

Auf vielen Stellenportalen im Internet haben Sie die Möglichkeit, Bilder einzubinden. Machen Sie von dieser Option Gebrauch, um Ihre Informationen auch visuell zu kommunizieren. Greifen Sie aber nicht zu Stock-Fotos, sondern wählen Sie besser ein authentisches Bild aus Ihrem Unternehmen. So positionieren Sie sich als offener Arbeitgeber, der potentiellen Bewerbern einen ersten Eindruck in den Unternehmensalltag ermöglicht.

! Mit den richtigen Schlagworten (Keywords) zum Erfolg

Nur das, was gesucht wird, kann auch gefunden werden. Deshalb ist es für Unternehmen wichtig, Keywords in die Stellenanzeigen zu integrieren. Keywords sind die Schlagworte, die die Jobsuchenden in die Suchmaschinen eingeben, um Jobangebote zu finden. Orientieren Sie sich deshalb bei der Keyword-Wahl an der Sprache Ihrer Zielgruppe. Verwenden Sie Begriffe, von denen Sie erwarten, dass ihre Zielgruppe auch danach suchen. Ein Personalverantwortlicher, der nach einem Leiter für die PR-Abteilung sucht, könnte die Keywords „PR-Manager“, „Unternehmenskommunikation“ und „Öffentlichkeitsarbeit“ in seine Stellenanzeige einbauen, um möglichst viele Bewerber online zu erreichen.

Haben Sie sich für 2-3 Keywords entschieden, dann sollten Sie darauf achten diese sinnvoll in den Text zu integrieren. Platzieren Sie die Keywords in der Überschrift, in Zwischenüberschriften, im Haupttext und in der Bildunterschrift. So können gehen Sie sicher, dass die Bewerber Ihre Stellenanzeige über die Suchmaschinen auch finden.

Keywords
Online-Marketing Profi
Marketing

ADENION
ADENION GmbH

Online Marketing Profi (m/w) in Grevenbroich/Großraum Köln (Düsseldorf Neuss Aachen) (Vollzeit)

Fakten
Vollzeit
ab sofort
Grevenbroich/Großraum Köln Düsseldorf Neuss Aachen

Stellenangebot Online Marketing Profi (m/w)
Sind Sie eine Vollblut-Online(r)in mit Berufserfahrung? Sie kennen sich mit Leadgenerierung, Landingpages und Drip Marketing aus, haben SEO-erfahrung und entwickeln gerne kreative Ideen für E-Mail-Kampagnen, Webistes, Videos und YouTube Content Marketing und Social Media sind für Sie kein Neuland? Dann sind Sie in unserem Team genau richtig!

Für die Verstärkung unserer Marketing- und Social Media Teams bieten wir ab sofort eine abwechslungsreiche und spannende Tätigkeit für engagierte Online-Marketing Profis bei PR-Gateway.de (www.pr-gateway.de). Mit PR-Gateway.de bieten wir unseren mehr als 3.500-köpfigen Mitgliedern: Online-Mitteilungen, Social Media News, Bilder und Dokumente mit einem Klick auf Frage- und Feedbackform, Blogs und Social Media schnell und einfach zu veröffentlichen und zu teilen. Zu unseren Kunden zählen namhafte Unternehmen und Agenturen wie Mailberger, Trademark PR, H&E, Frische Fische, Generali Versicherungen und VDR.

Unsere Schwerpunkte im Marketing liegen in der kreativen Umsetzung von Content Marketing Strategien, Lead-Generierungs-Kampagnen sowie Video und Webinar Marketing. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, PR-Gateway mit Hilfe vielseitiger Online Marketing und Social Media Maßnahmen mit zu entwickeln und mit Ihren eigenen Ideen voranzutreiben. Sie für PR-Gateway eine inspirierende Arbeitsatmosphäre in einem netten Team, mit viel Raum für persönliche Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven, flache Hierarchien, offene Türen und eine kreative Teamkultur abhandeln Weg für kurze Entscheidungswege und eine schnelle Umsetzung von neuen Ideen und Konzepten. Als engagierte Mitarbeiterin haben Sie die Möglichkeit, an der Entwicklung und dem Ausbau unserer Geschäftsbereiche aktiv mitzuwirken.

Ihre Aufgaben:

- Entwicklung und Umsetzung von kreativen Marketing-Ideen zur Leadgenerierung und Kundengewinnung
- Kreation und Redaktion von E-Mails, Newslettern, Webistes und Online-Medien
- Entwicklung und Umsetzung von Landingpage, Follow-up und Drip-Marketing Maßnahmen
- Entwicklung und Umsetzung von Adwords-Kampagnen
- Kreation und Entwicklung von Infografiken, Videos, Podcasts, Webinaren und Präsentationen
- Umsetzung, Durchführung und Messung von Kampagnen

Ihre Kenntnisse und Qualifikationen:

- Fundierte Online Marketing Knowhow
- Kenntnisse neuer TRENDSETZ-Technologien (z.B. Content Marketing, Video Marketing, Webinare)
- Saß in Kommunikation und Kooperation
- „Zuverlässigkeit und eine „flotte Schreibe“
- Gute Kommunikationsfähigkeit und Verhandlungssicherheit in Wort und Schrift Engagement, Flexibilität und Teamfähigkeit
- Strukturierte und planvolle Arbeitsweise
- Grundkenntnisse im Umgang mit HTML, mit CMS-Systemen und Editoren (Anwenderkenntnisse)

! Bieten Sie potentiellen Bewerbern relevante Zusatzinformationen an

Oftmals ist ein Stellenangebot für den Arbeitssuchenden nicht Information genug. Denn für die Entscheidung, ob sich ein Unternehmen als Arbeitgeber eignet und auch für das Verfassen der Bewerbung, benötigt der Arbeitssuchende Hintergrundinformationen. Machen Sie es interessierten Fachkräften so leicht wie möglich. Integrieren Sie Links und Ankertexte in Ihre Stellenausschreibung. So bieten Sie potenziellen Kandidaten eine direkte Verbindung zu relevanten Informationen auf Ihrer Website.

! Schaffen Sie viele Anlaufstellen für potentielle Bewerber

Für den Erfolg Ihrer Stellenausschreibung ist es wichtig, dass potentielle Bewerber diese auch finden. Für die Jobsuche im Internet nutzen 74% der Jobsuchenden und Karriereinteressierten die Suchmaschinen (2012, Candidate Behavior Study). So ist es für Unternehmen maßgeblich, dass potentielle Bewerber die Stellenausschreibungen über Google & Co. auch finden. Veröffentlichen Sie Ihre Stellenausschreibungen weitreichend

über viele verschiedene Stellen- und Karriereportale. Nutzen Sie auch Dokumenten-Netzwerke und die Social Media, um Ihre Stellenanzeigen für potenzielle Bewerber in den Suchmaschinen sichtbar zu machen. Schaffen Sie mit einer weitreichenden Veröffentlichung Ihrer Stellenanzeigen viele Anlaufstellen für Jobsuchende und Karriereinteressierte im Internet. Je mehr Anlaufstellen Sie für potenzielle Bewerber online schaffen, desto größer ist die Chance, dass geeignete Fachkräfte auf Ihre Stellenanzeigen stoßen.



vertrieb@hr-gateway.de

+49 2181 7569-233

Mit dem 1-Klick-Prinzip von HR-Gateway veröffentlichen Sie Ihre Stellenanzeigen schnell und einfach. In drei einfachen Schritten sparen Sie Zeit, Geld und Ressourcen. Speichern Sie Ihre Stellenanzeige als Entwurf und arbeiten Sie einfach später weiter – von überall, zu jeder Zeit. Verbessern Sie zusätzlich die Sichtbarkeit Ihrer Website indem Sie hochwertige Links auf attraktiven Portalen platzieren.



Maximale Reichweite

Schaffen Sie Touchpoints und Anlaufstellen für Ihre potenziellen Bewerber und erreichen diese direkt



Maximale Sichtbarkeit

Verbreiten Sie Ihre Stellenanzeigen weitreichend und verbessern Sie so Ihre Sichtbarkeit in den Suchmaschinen



Maximale Effizienz

Veröffentlichen Sie Ihre Stellenanzeigen mit nur einem Klick und sparen Sie so Zeit, Geld und Ressourcen.

Aktuelle Jobs

Aktuelle Jobs & Stellenangebote

Bundesagentur für Arbeit

Gigajob

job-consult.com
der Internet-Stellenmarkt

job is job
The clever click

Jobkat.de

jobleiter
Ihr(e) Karriereleiter im Internet

Deutschlands Stellenzahlung im Internet.
 Jobmagazin

JobperClick.de
Gesuchstellen, Mitarbeiter & Co. werden

Jobsafari

local24.de

Locanto

markt.de

MeineStellenboerse.de

onlinejobs.de

Online-Stellenmarkt.net

REKRUTER

stellenanbieter.de

Stellenanzeigen
kostenlos.com

Impressum

ADENION GmbH
Merkatorstraße 2
41515 Grevenbroich
Web: hr-gateway.de

Geschäftsführer: Dipl. Ing. Andreas Winkler,
Melanie Tamblé M.A.
Registernummer: HRB 8141
Amtsgericht Mönchengladbach