

Wie viel ist Ihnen der richtige Mitarbeiter wert?

Ein Erfahrungsbericht wie Unternehmen, mit Hilfe von gezieltem Online Marketing, Azubis und Mitarbeiter:innen für sich gewinnen können.

Sie sind ein mittelständisches Unternehmen und auf der Suche nach fähigen Azubis und Mitarbeiter:innen?

Dann kennen Sie die folgenden Probleme sicherlich gut:

- Azubi- und Jobmessen fallen in Zeiten von Corona 100% aus.
- Immer mehr junge Menschen wollen studieren, anstatt eine Ausbildung zu machen. Es herrscht ein regelrechter Kampf um die besten Talente.
- Besonders im ländlichen Raum verschärft sich die Situation immer weiter.
- Das Finden passender Azubis und Mitarbeiter:innen ist für Sie aufwendig und kostspielig. Im Tagesgeschäft finden Sie hierfür oft keine Zeit.
- Die Qualität der Bewerbungen sinkt im Durchschnitt und verringert die Auswahlmöglichkeiten nochmals.



Die Personal-Suche, wie wir sie noch von vor 2-3 Jahren kennen, funktioniert heute nicht mehr in der Form. Gutes und zielgerichtetes Online Marketing ist hier definitiv der richtige Weg.

Wir sind just leads. Als Marketing Agentur fokussieren wir uns auch auf die Gewinnung von passenden Azubis und Fachkräften für kleine und mittelständische Unternehmen.

Ende 2020 erhielten wir eine Anfrage:

- Handwerksbetrieb
- 20 Mitarbeiter
- Branche: Lüftungsanlagenbau

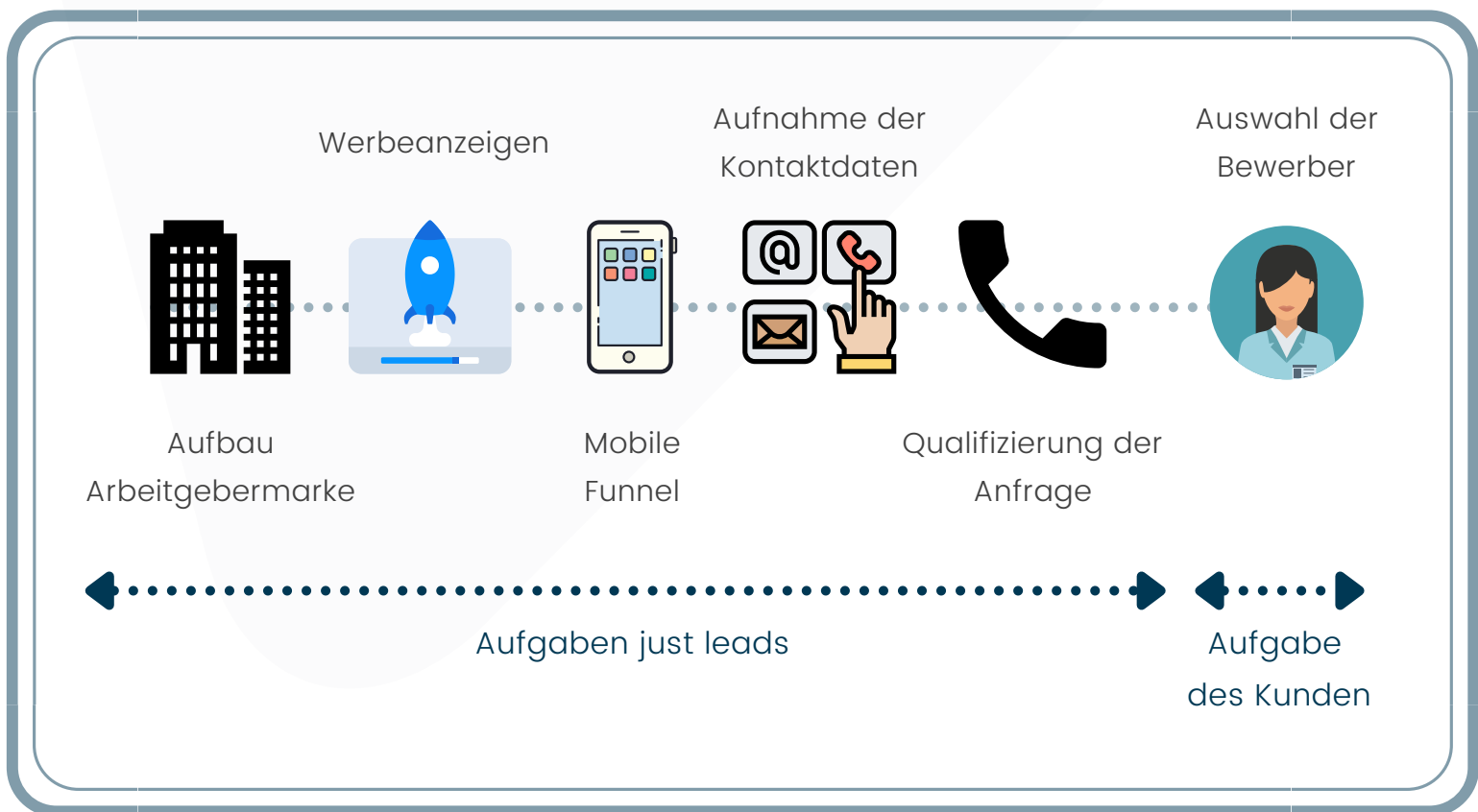
Das Problem:

Im Laufe der Jahre bekam unser Kunde immer weniger Bewerbungen. Doch nicht nur das. Auch die Qualität verringerte sich. Für das Ausbildungsjahr 2021 sah er sein Unternehmen vor einer großen Herausforderung: Im Jahr von Covid-19 wurden alle Azubi- und Jobmessen abgesagt. Dies war für ihn die letzte verlässliche Quelle auf der Suche nach passendem Nachwuchs für sein Handwerk. Was nun?



Digitale Mitarbeitergewinnung

Schnell. Skalierbar. Für jede Branche geeignet.





So haben wir es geschafft, in nur 6 Wochen 18 Bewerbungen zu generieren und beide Stellen zu besetzen.

Nachfolgend finden Sie Tipps und Anleitungen, um unsere Strategie in Ihrem Unternehmen umzusetzen. Damit treibt Ihnen das Thema Azubi- und Mitarbeiterfindung nie wieder Schweißperlen auf die Stirn.

Viel Erfolg!

Ihr Team von
just leads GmbH





Google My Business

Ein Google My Business Eintrag ist besonders für lokale Geschäfte und Dienstleistungen relevant. Aber auch darüber hinaus sollten sie ihn nicht vernachlässigen. Wenn Sie eine attraktive Arbeitgebermarke aufbauen wollen, dann sollten Sie auf einen professionellen Auftritt im Web achten.

Google My Business ist, neben Ihrer Webseite, hier einer der ersten Anlaufpunkte. Nicht nur für Kunden, sondern auch für Interessenten und Bewerber.

Nutzen Sie die folgende Checkliste, um Ihren Eintrag zu optimieren. Falls Sie noch keinen Eintrag haben, dann setzen Sie diese Aufgabe zeitnah auf Ihre To-Do Liste.

Nicht nur für potentielle Bewerber und Kunden sind aussagekräftige Informationen eine wichtige Entscheidungsgrundlage. Auch Google bezieht die Qualität Ihres Google My Business Eintrags und den Bewertungsscore als Rankingfaktor für Ihre Webseite mit ein.





Google My Business

- Name des Unternehmens:** Nutzen Sie für diesen Titel Ihres Eintrags die offizielle Bezeichnung Ihres Unternehmens. Besucher sollten sofort wissen, worum es sich bei Ihnen handelt.
- Adresse:** Hinterlegen Sie Ihre Adresse, auch wenn Sie kein Ladengeschäft besitzen. Daraus können Interessenten und Google Ihre regionale Zugehörigkeit entnehmen.
- Verifizierung:** Ihr Unternehmen muss verifiziert werden, bevor es freigeschaltet und in der Google Suche angezeigt wird. Dafür schickt Ihnen Google im Rahmen der Einrichtung einen Brief. Auf diesem finden Sie anschließend einen Bestätigungscode, welchen Sie dann online eintragen müssen. Vergessen Sie diesen Schritt nicht.
- Telefonnummer:** Geben Sie eine Telefonnummer an, unter welcher Sie oder Ihr Team erreichbar sind.
- Kategorie:** Die Zuordnung zur richtigen Kategorie ist einer der wichtigsten Punkte für die regionale Auffindbarkeit. Geben Sie die Kategorie an, die am besten zu Ihrem Unternehmen, Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung passt. Sie können eine Oberkategorie und weitere Unterkategorien auswählen.
- Einzugsgebiet:** Geben Sie Ihr Einzugsgebiet an. Dies ist besonders für regionale Dienstleister relevant.
- Fotos:** Hinterlegen Sie unbedingt ausdrucksstarke Fotos. Hierzu gehört ein Logo, Bilder von Außen- oder Innenansichten, Produktbilder und sehr gern auch Bilder des Inhabers bzw. des Teams.
Tipp: Bilder, auf denen Menschen abgebildet sind, werden viel häufiger angesehen. Nutzen Sie das.
- Beschreibung:** Beschreiben Sie Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder Dienstleistungen, Ihr Alleinstellungsmerkmal etc. Fragen Sie sich, was Sie Interessantes über Ihr Unternehmen erzählen können. Doch schreiben Sie keinen Roman. So kurz wie möglich und so lang wie nötig ist hier die Devise.



Google My Business



So haben wir für unseren Kunden den Google My Business Eintrag eingerichtet.

Webseite **Route** **Speichern** **Anruf**

3,5 ★★★★★ = 14 Google-Rezensionen
Kempner in

Öffnungszeiten: **Geschlossen** · Öffnet um 09:00 Mo

Rezensionen **Rezension schreiben** **Foto hinzufügen**

- H** "Sehr freundlicher Kontakt und **saubere Ausführung** der getätigten Arbeiten." ★★★★★
- D** "Der **Auftrag** wurde wie vereinbart **umgesetzt**." ★★★★★
- S** "Der Kontakt ist immer **sehr nett** und professionell." ★★★★★

[Alle Google-Bewertungen ansehen](#)

Von **GmbH**

"Seit fast 100 Jahren sorgt die Firma GmbH bei Kunden in für gutes Klima. Hierzu gehören: Zu- und Abluftanlagen vom Hotel bis zum Einkaufszentrum, vom Büro bis zur Sporthalle, von der Industrie bis zur Messehalle. Auch... [Mehr](#)



Soziale Netzwerke

Um Ihre Sichtbarkeit für potentielle Bewerber zu erhöhen und eine starke Arbeitgebermarke zu etablieren, sind die sozialen Netzwerke in der heutigen Zeit unumgänglich. Egal, ob Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok & Co. Wählen Sie Ihren Kanal weise. Erarbeiten Sie vorher ganz genau, wo sich Ihre Wunsch-Bewerber aufhalten.

Eine junge Zielgruppe ist fast nur noch bei Instagram und TikTok zu finden. Facebook spielt hier nur noch eine untergeordnete Rolle. Mitarbeiter in einem Alter von 30-60 können auch gut bei Facebook gefunden werden. Wenn Sie gut ausgebildete Fachkräfte suchen, ist neben Facebook auch LinkedIn mit seinem B2B Fokus interessant.

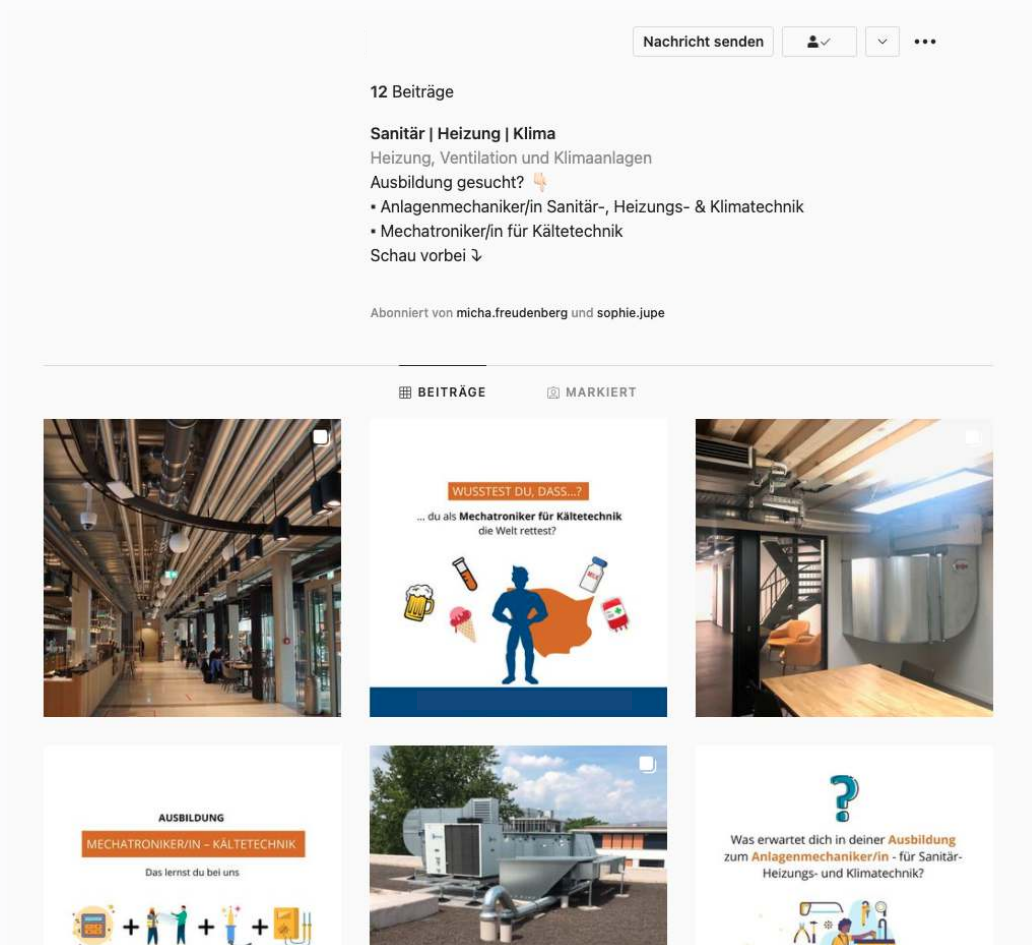
Bevor sie jedoch fleißig in den sozialen Medien Inhalte veröffentlichen, erarbeiten Sie Ihr Image. Welche Zielgruppe wollen Sie ansprechen? Wie soll Ihr Unternehmen wirken? Modern, jung und hipp? Professionell, mit hohem Know-How, aber eher klassisch? Familiärer Umgang mit lockerer Arbeitsatmosphäre?

Was macht Ihr Unternehmen wirklich aus? Was schätzen Ihre bisherigen Mitarbeiter besonders? Welche Eigenschaften muss ein neuer Mitarbeiter mitbringen, damit er sich gut in das bestehende Team einfügt und sich dort wohl fühlt?

Wenn Sie Antworten auf diese Fragen gefunden haben: Posten Sie Beiträge und Inhalte, die dieses Image unterstreichen. Mindestens einmal pro Woche sollten Sie einen neuen Beitrag auf jeder, der von Ihnen ausgewählten Plattform, veröffentlichen. Achten Sie auch darauf, mit ihrer Zielgruppe in Interaktion zu gehen und beantworten Sie alle eingehenden Kommentare und Nachrichten.

► Soziale Netzwerke

Tipp: Nehmen Sie sich auch Zeit, Ihr Profil zu optimieren, bevor Sie weitere Beiträge posten. Sind Ihre Bilder ansprechend? Transportieren sie die gewünschte Wirkung? Nutzen Sie persönliche Bilder, mit denen sich Interessenten wirklich einen Eindruck von Ihnen und Ihrem Team machen können? Weisen Sie gern direkt im Profil darauf hin, dass Sie neue Azubis bzw. Mitarbeiter suchen.



Hier sehen Sie, wie wir den Instagram Account für unseren Kunden aufgebaut haben. Die Azubi-Suche sowie Ansprache eines jungen Publikums sind deutlich erkennbar.



Jobportal inkl. Stellenausschreibung

In diesem Fallbeispiel haben wir zur langfristigen Wirkung neben den sozialen Medien ebenfalls das klassische Jobportal genutzt. Unser Kunde sucht jedes Jahr neue Azubis. Soziale Medien eignen sich besonders zur Ansprache passiver Kandidaten. Also solcher, die zwar grundsätzlich aktuell auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz oder einer neuen Stelle sind, jedoch nicht aktiv online danach suchen.

Klassische Stellenportale bieten sich hingegen für aktive Kandidaten an. Sie haben eher einen langfristigen Charakter. Prüfen Sie, ob diese Möglichkeit für Sie relevant ist.

Wenn Sie diesen Weg jedoch schon gegangen sind und nicht das gewünschte Ergebnis erzielen konnten, dann legen wir Ihnen den Weg über die sozialen Medien ans Herz.

Die Basis eines erfolgreichen Inserats ist eine ansprechende Stellenanzeige. Hier gelten die gleichen Regeln, wie für Beiträge in den sozialen Medien. Definieren Sie die Wirkung, die Ihre Stellenanzeige erzielen soll und nutzen Sie bewusst einen passenden Schreibstil.



Jobportal inkl. Stellenausschreibung

[← Zum Unternehmen](#)

Ausbildung als Mechatroniker/in für Kältetechnik (m/w/d) - 2021

[Bewerbung starten](#) [Weitere Bewerbungsoptionen](#) [Stelle merken](#)

Dein perfekter Ausbildungsplatz wartet bei uns!

Du bastelst und tüfelst schon immer gern und willst damit auch dein Geld verdienen? Du kannst dich für Mathe & Physik begeistern und bist handwerklich begabt? Du willst einen richtig „coolen“ Job machen?

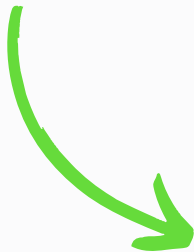
Dann absolviere deine Ausbildung bei uns!

Wir sind [Klima-Partner](#). Aber alles andere als eingestaubt!
Seit fast 100 Jahren sorgen wir in Berlin & Brandenburg für gute Luft und das richtige Klima.

Für das Ausbildungsjahr 2021 haben wir 1 Ausbildungsplatz zu vergeben:



Verfügbare Standorte



Über das Stellenportal können aktive Kandidaten ihre Bewerbung direkt inklusive aller Unterlagen einreichen. Diese Methode ist eher der klassische Weg.



Werbeanzeigen

Die Werbeanzeige ist ein besonders wichtiger Teil Ihres Personalmarketings. Denn erst dadurch können Sie Ihr Marketing skalieren und auch in kurzer Zeit zahlreiche Bewerbungen sammeln.

Je nach Kanal werden Anzeigen unterschiedlich geschaltet. Da Instagram zu Facebook gehört, gibt es hier einen zentralen Werbeanzeigenmanager. Das bedeutet, Sie können eine Anzeige erstellen und diese sowohl auf Facebook, als auch auf Instagram schalten. Wenn Sie jedoch Anzeigen auf LinkedIn schalten möchten, so müssen Sie diese an entsprechender Stelle direkt in LinkedIn einrichten.

Im Online Marketing gibt es drei Grundregeln.

1. Testen Sie
2. Testen Sie
3. Testen Sie

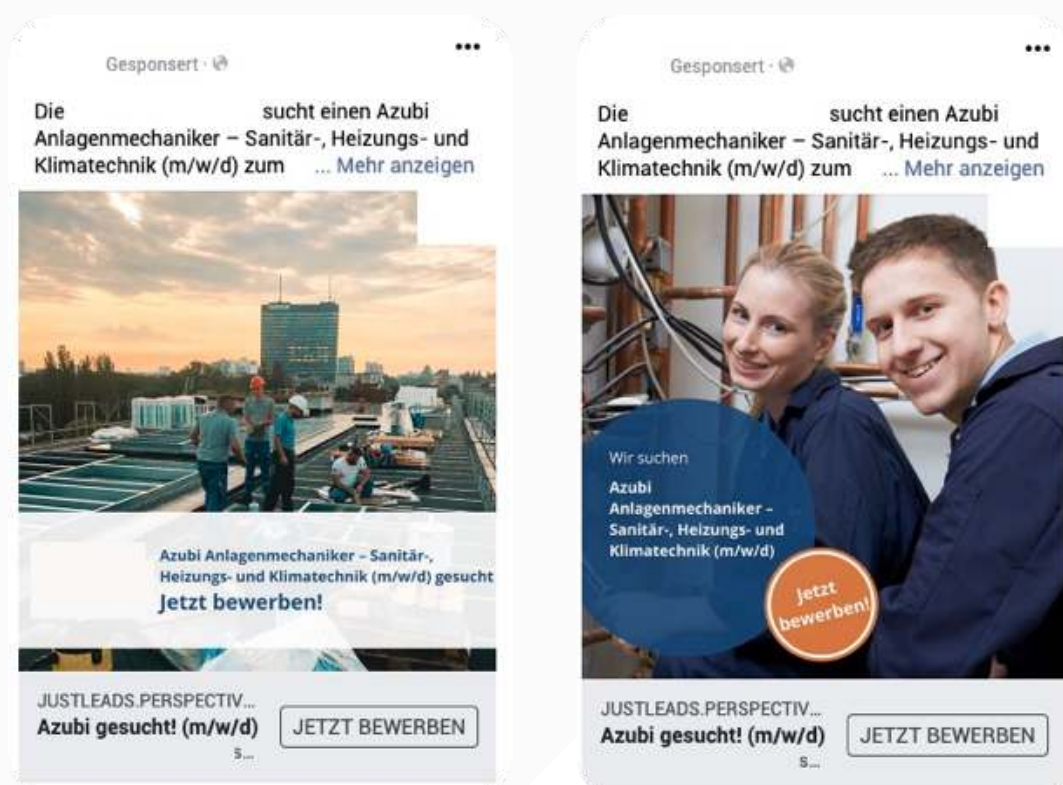
Das gleiche gilt auch für Ihre Werbeanzeigen. Jede Anzeige besteht aus einem Bild (inkl. Text) und einem weiteren Text, der Beschreibung. Testen Sie stets verschiedene Bild/Beschreibung Kombinationen, um herauszufinden, welche Kombination Ihre Zielgruppe besonders anspricht.



▶ Werbeanzeigen

Tipp: Es kommt nicht immer auf Perfektion an. Raten Sie einmal, welche Anzeige wohl in dieser Fallstudie besser performt, also mehr Bewerbungen generiert hat?

Links zeigt ein authentisches Bild direkt aus dem Unternehmen mit einem einfachen Text-Zusatz. Rechts zeigt ein Stock-Bild. Die Wirkung ist professioneller, aber auch weniger persönlich.



In diesem Fall hat das linke, authentische, Bild wesentlich mehr Bewerbungen generiert. Das hat auch uns überrascht. Bei Ihnen kann es jedoch genau andersherum sein. Achten Sie immer darauf, welche Menschen Sie gerade ansprechen wollen und testen Sie stets verschiedene Kombinationen. Auch solche, die Sie selbst nicht überzeugen. Sie können überrascht werden.

Tipp: Je nach zu besetzender Stelle (Azubi bis Manager-Position) sollten Sie mit einem Werbebudget von monatlich 500 bis 1.500 € planen. Ergebnisse erzielen Sie bereits ab 3-5 Tage nach Start der Werbeanzeige.



Werbeanzeigen



Diesen Text haben wir für unseren Kunden entworfen und getestet. Sie können ihn als Vorlage gern für Ihre Werbeanzeige verwenden. Achten Sie jedoch unbedingt darauf, den Text auf Ihr Unternehmen zu individualisieren.

Gesponsert ·

Die sucht einen Azubi Anlagenmechaniker – Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik (m/w/d) zum Ausbildungsstart September 2021 🙌

Wir sind die vermutlich älteste Lüftungsfirma in Berlin. Aber alles andere als eingestaubt!

Klicke auf „Jetzt bewerben“ für weitere Informationen und die Online-Bewerbung.

Wir bieten dir :

- 🚀 "coole" Perspektiven für deinen Berufsweg, mit Übernahmegarantie (bei guten Leistungen nach Abschluss deiner Ausbildung).
- 😎 fortwährend neue, spannende Projekte mit immer neuen Blickwinkeln.
- 👉 ein fröhliches und dynamisches junges Team.
- 👨‍🔧 einen Ausbilder, der wirklich für dich da ist.
- ✅ eine attraktive Vergütung.
- 🎓 sehr gute Weiterbildungs- & Entwicklungsmöglichkeiten während und nach deiner Ausbildung.

Das bringst du mit:

- 👉 Du begeisterst dich für Technik.
- 👉 Du besitzt handwerkliches Geschick.
- 👉 Du willst mit anpacken.
- 👉 Du hast Lust auf Teamarbeit.

Interessiert? Super!

Klicke auf „Jetzt bewerben“, beantworte unsere kurzen Fragen und wir melden uns bei dir.

In weniger als 2 Minuten fertig! 🚀



Mobile Funnel

Der Mobile Funnel bildet zusammen mit der Anzeige das Herzstück Ihres Personalmarketings auf den sozialen Medien. Wenn ein Interessent auf die Werbeanzeigen bzw. den Button "JETZT BEWERBEN" (s. oben) klickt, landet er direkt im mobilen Funnel.

Der Funnel besteht aus verschiedenen Seiten, die nicht per Daumen-scrollen, sondern per interaktivem Klick durchgearbeitet werden. Dazu beantwortet der Bewerber verschiedene Fragen. Auf diesem Weg können Sie wichtige Kompetenzen für die zu besetzende Stelle abfragen und sich einen ersten Eindruck vom Bewerber machen.

Eine Bewerbung dauert auf diesem Weg meist nur zwischen **2 und 5 Minuten**. Unsere aktuelle Zeit ist schnelllebig und auch die sozialen Medien sind es. Wir widmen einzelnen Inhalten meist nur wenige Sekunden. Wenn ein Interessent auf Ihre Anzeige klickt, dann muss dieses Interesse möglichst schnell in ein Absenden der Bewerberdaten umgewandelt werden.

Das schaffen wir nicht, wenn sich der Interessent erst durch eine komplizierte Seite lesen und anschließend noch umständlich Lebenslauf und Anschreiben hochladen muss.

Vielmehr reicht es, die Kontaktdaten des Bewerbers zu erfragen. Anschließend wird dieser kontaktiert. In diesem Gespräch können Sie sich direkt einen ersten Eindruck machen, weitere Unterlagen anfordern oder den Kandidaten auch direkt zu einem Gespräch einladen.



Mobile Funnel

Für unseren Kunden haben wir diese Qualifikation der Bewerber übernommen. Damit konnte er sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren. Wir haben die Bewerber direkt nach Eingang der Bewerbung (Hinterlassen der Kontaktdaten) kontaktiert und alle notwendigen Unterlagen angefordert. Anschließend haben wir diese unserem Kunden weitergeleitet.

Tipp: Wenn Sie den modernen Weg gehen, von dem wir Ihnen hier erzählen, dann dürfen Sie Ihre Vorgehensweise mit Bewerbern manchmal radikal überdenken. Welche Unterlagen brauchen Sie wirklich, um in einer ersten Runde Bewerber zu qualifizieren?

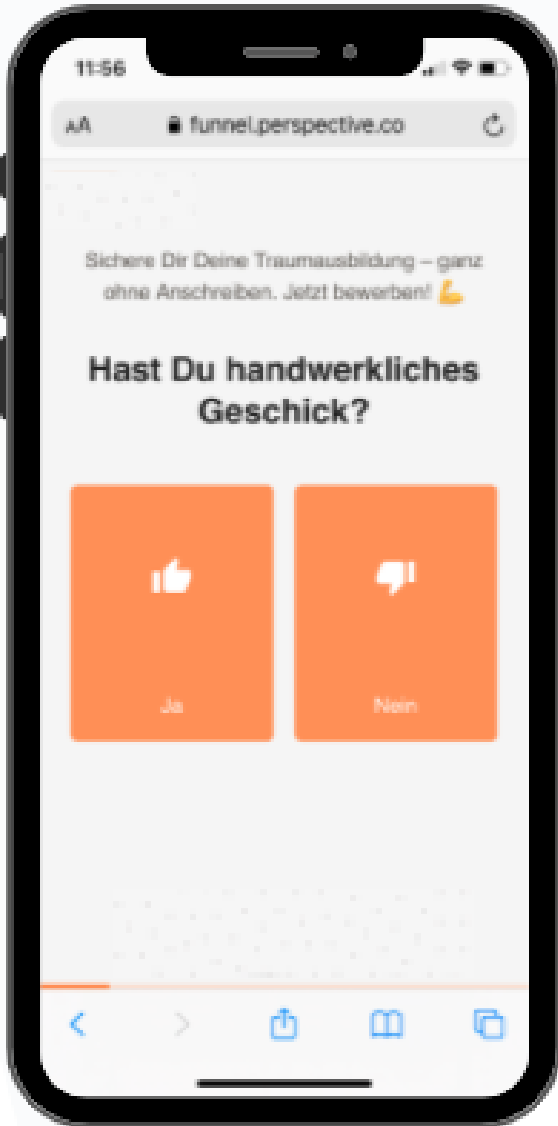
Verlangen Sie Dokumente nur, weil „man das so macht“ oder weil Sie sie wirklich für eine Entscheidung benötigen? Moderne Zeiten erfordern moderne Methoden. Und genau hier liegt Ihre Chance sich gegenüber anderen Unternehmen abzusetzen, um qualifizierte Azubis und Mitarbeiter für Ihr Unternehmen zu gewinnen.



Hinweis: Wussten Sie, dass 80% des Internet-Verkehrs auf Smartphone und Tablet stattfindet? Der Funnel heißt deswegen "Mobile", weil er für mobile Endgeräte (Smartphone und Tablet) konzipiert ist. Das bedeutet, es befindet sich sehr wenig Inhalt auf jeder Seite und es muss nicht gescrollt werden. Stattdessen sind alle Elemente immer im sichtbaren Bereich.

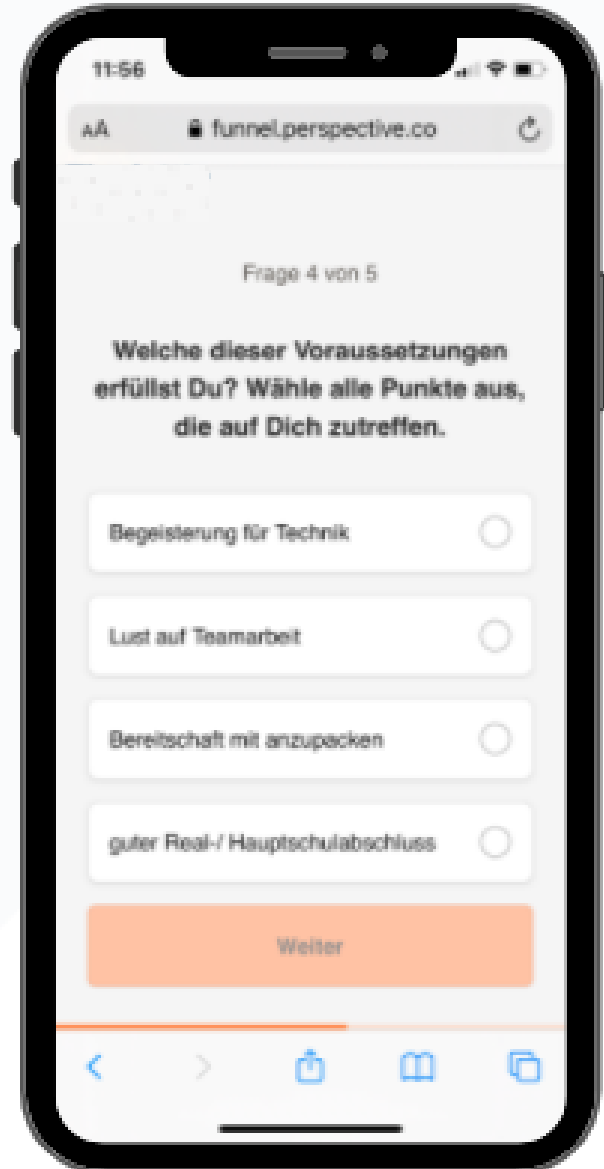
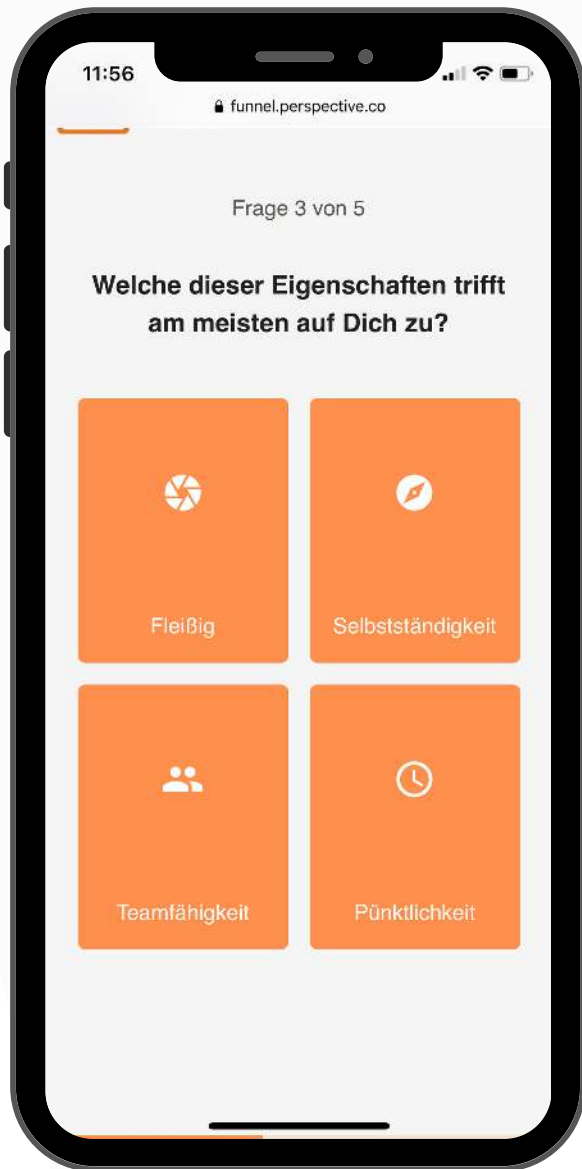


Mobile Funnel





Mobile Funnel



Für die Entwicklung eines Mobilen Funnels müssen Sie kein Programmier-Profi sein. Als Tool können Sie zum Beispiel perspective.co nutzen.



E-Mail Bestätigung

Nachdem ein Bewerber die Bewerbung im Mobile Funnel abgeschickt hat, werden Sie per E-Mail informiert. Anschließend kann der Bewerber direkt kontaktiert werden.

modern.kurzweilig.effizient.

Tipp: Achten Sie darauf, eingehende Bewerbungen möglichst zeitnah, bestenfalls am selben oder nächsten (Arbeits-)Tag zu bearbeiten. Damit erhöhen Sie die Chance, dass sich Bewerber an ihre Bewerbung erinnern. Das hat keinesfalls mit desinteressierten oder nicht engagierten Bewerbern zu tun, sondern ist ein Phänomen unserer schnelllebigen Gesellschaft. Informationen kommen und gehen in Sekundenschnelle.

Unser Gehirn ist ständig dabei, unwichtige Informationen auszusortieren. Da kann es schnell passieren, dass Bewerber Sie wieder vergessen. Wenn Sie fähige Azubis und Mitarbeiter suchen, dann gewöhnen Sie sich an den Gedanken, sich auch aktiv um diese zu bemühen. Das ist Ihr Wettbewerbsvorteil.





E-Mail Bestätigung

Fast geschafft 🏆 Letzter Schritt!

Damit wir uns bei Dir melden können, lass uns bitte wissen, wie wir Dich am Besten erreichen!

Dein Name

Deine E-Mail Adresse

Deine Telefonnummer

Datenschutzbestimmungen gelesen und akzeptiert

Ich bin damit einverstanden, dass meine Daten an das Ausbildungszentrum des Verbands weitergegeben werden.


Jetzt absenden



Die Bewerbung erfolgt durch Absenden dieses Formulars. Kein Hochladen von Dokumenten notwendig.



Nachdem ein Bewerber seine Kontaktdaten abgeschickt hat, bekommen Sie eine E-Mail mit den Antworten und Kontaktdaten.



Neuer Lead! ✨

Funnel
Bewerbung

Hast Du handwerkliches Geschick?
Ja

Was ist Dir momentan am Wichtigsten?
Karriere machen

Welche dieser Eigenschaften trifft am meisten auf Dich zu?
Teamfähigkeit

Welche dieser Voraussetzungen erfüllst Du? Wähle alle Punkte aus, die auf Dich zutreffen.
Begeisterung für Technik; Lust auf Teamarbeit

Datenschutzbestimmungen gelesen und akzeptiert
Ja

Dein Name

Email

Phone



Wir unterstützen Sie

Mit den Informationen aus diesem Dokument haben Sie eine Schritt für Schritt Anleitung, um Ihren nächsten Azubi oder Mitarbeiter digital zu gewinnen.

Haben Sie keine Zeit oder Lust, den Weg selbst zu gehen? Dann stehen wir Ihnen als Agentur natürlich zur Verfügung!

Wir übernehmen gern die komplette technische Einrichtung des Mobile Funnel, erstellen und betreuen Ihre Werbeanzeigen inkl. Stellenbezeichnung, qualifizieren Ihre Bewerber und übernehmen sogar die Einrichtung Ihrer Facebook-, Instagram- und LinkedIn-Profilen und die dauerhafte Erstellung von Beiträgen und Inhalten.

Je nach Wunsch, bieten wir Ihnen ein Komplettpaket oder übernehmen nur einzelne Bausteine.

Kontaktieren Sie uns und vereinbaren Sie ein persönliches kostenfreies Erstgespräch. Darin besprechen wir die Strategie, die zu Ihrer zu besetzenden Stelle und Ihrem Unternehmen passt.



Bauen Sie mit uns eine starke Arbeitgebermarke auf, gewinnen Sie qualifizierte Azubis, Mitarbeiter & Fachkräfte und sichern Sie sich ein nachhaltiges Unternehmenswachstum.

**Ihr Ansprechpartner
Michael Freudenberg**



freudenberg@just-leads.de



+49 1522 8960109

Copyright & Haftungshinweis

© just leads GmbH - Alle Rechte vorbehalten. Diese Inhalte dürfen nicht geteilt, kopiert oder in irgendeiner Form verkauft werden ohne die schriftliche Genehmigung von just leads GmbH.
Alle Verstöße werden rechtlich geahndet.

Impressum: <https://just-leads.de/Impressum/>

Haftungshinweis: Die Inhalte dieses Dokuments wurden mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Gewissen erstellt. Dennoch übernimmt der Autor keine Gewähr für die Aktualität, Vollständigkeit und Richtigkeit der bereitgestellten Inhalte. Für Schäden, die direkt oder indirekt durch das Anwenden der Inhalte entstanden sind, kann keine juristische Verantwortung sowie Haftung in irgendeiner Form übernommen werden. Für die Inhalte von genannten Internetseiten sind ausschließlich die Betreiber der jeweiligen Internetseiten verantwortlich.