

LinkedIn-Recruiting

8 RECRUITING-TIPPS FÜR LINKEDIN

um sich erfolgreich von der Masse abzuheben

Mit mehr als 1 Milliarde Nutzerinnen und Nutzern in mehr als 200 Ländern (Stand 11/2024) ist LinkedIn eine der beliebtesten Social-Media-Plattformen, um professionelle Kontakte zu knüpfen, Jobs zu suchen und sich über Neuigkeiten aus der eigenen Branche zu informieren. Doch LinkedIn ist im ständigen Wandel. Sowohl für Mitarbeitende im Employer Branding als auch im Recruiting ist eine regelmäßige Auffrischung der LinkedIn-Recruitingstrategie daher ein Must. Hier sind ein paar Tipps für Sie, wie Sie als Arbeitgeber auf LinkedIn glänzen.

1. Halten Sie Ihr LinkedIn-Unternehmensprofil aktuell

Der erste Eindruck ist entscheidend: Wollen Sie potenzielle neue Mitarbeitende für sich gewinnen, schenken Sie der Beschreibung auf Ihrer Unternehmensseite besondere Aufmerksamkeit. In dieser kurzen Unternehmensbeschreibung vermitteln Sie nicht nur wichtige Produkte und Dienstleistungen Ihrer Firma, sondern auch deren Mission & Vision. So erhalten Bewerberinnen und Bewerber einen kompakten ersten Eindruck davon, was Sie ausmacht und ob sie sich eine Anstellung bei Ihnen vorstellen könnten.

Ein oft unterschätzter Punkt: Überprüfen Sie Ihre Unternehmensseite regelmäßig, um sicherzustellen, dass sie immer noch aktuell ist und das kommuniziert, was Sie vermitteln wollen.

2. Wichtige Verbindungen herstellen und pflegen

Je mehr Kontakte Sie haben, desto größer sind Ihre Chancen, einen geeigneten Kandidaten beziehungsweise eine geeignete Kandidatin zu finden. LinkedIn macht es einfach, passende Branchenkontakte sowie ehemalige und aktuelle Mitarbeitenden zu finden, da die persönlichen Profile mit früheren Arbeitgebern, Fähigkeiten, Schulen und Verbänden gefüllt sind und deshalb eine reiche Datengrundlage haben, um passend zu matchen.

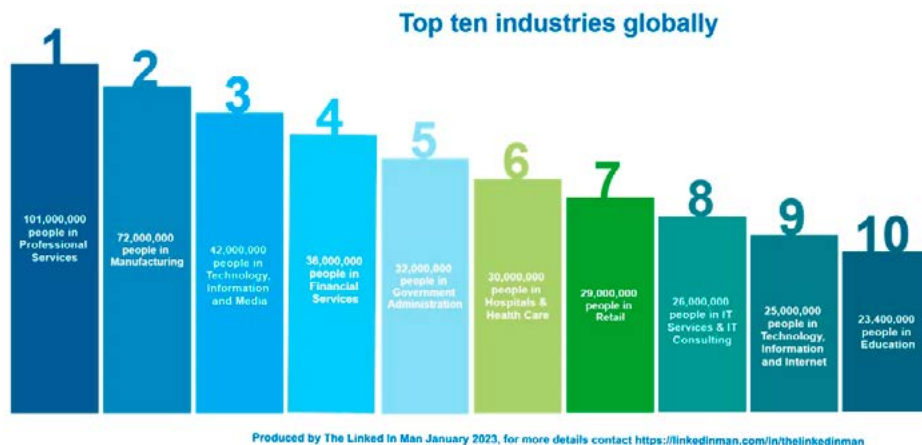
Allerdings ist es nicht ratsam, achtlos Anfragen an unbekannte Kontakte zu versenden. Schicken Sie bei jeder Anfrage eine Private Message an den Kontakt mit einer kurzen Info darüber, wie Sie sich kennengelernt haben und/oder begründen Sie, warum Sie sich vernetzen möchten. Sind Sie mit dem Kontakt nicht vertraut, nehmen Sie sich eine halbe Minute Zeit, um das Profil anzuschauen und sicherzustellen, dass Ihre Nachricht zur Ansprechperson passt. Nachrichten sollten mit Bedacht an potenzielle Kandidierende gesendet werden, die Sie wirklich anwerben möchten. Fügen Sie einige individuelle Sätze ein, die auf das Profil, die Fähigkeiten und die Anforderungen der Person zugeschnitten sind, damit Sie in dessen Posteingang auffallen.

Warum die persönliche Ansprache so wichtig ist? Wahrscheinlich haben Sie schon einmal eine Kontakthanfrage oder eine Privatnachricht von jemandem erhalten, den Sie noch nie getroffen haben und der nur am Rande mit Ihrer Branche zu tun hat. Vielleicht haben Sie dabei sogar den Eindruck gewonnen, nur ein beliebiger aus einer Masse von Kontakten zu sein. Das ist weder angenehm noch erfolversprechend.

Bei LinkedIn geht es nicht nur darum, Kontakte zu knüpfen, sondern auch darum, sie zu pflegen. Eine neue Verbindung ist zwar nützlich, aber eine gepflegte Verbindung ist noch besser. Teilen Sie nicht nur nützliche Beiträge aus Ihrem Fachgebiet, sondern kommentieren Sie Beiträge von Einzelpersonen und Unternehmen.

3. Treten Sie relevanten Gruppen bei

Wenn Sie LinkedIn als wichtiges Tool in Ihrem Recruiting-Werkzeugkasten identifiziert haben, sollten Sie viel Zeit auf der Plattform verbringen. Treten Sie Gruppen bei, die für Sie und Ihre Tätigkeit relevant sind, z. B. branchenspezifische Gruppen, Alumni-Gruppen, lokale oder regionale Unternehmensgruppen und mehr. All diese Gruppen bieten Ihnen die Möglichkeit, Stellenanzeigen zu veröffentlichen. Seien Sie jedoch nicht die Person, die nur über offene Stellen postet. Es handelt sich immer noch um ein soziales Netzwerk, und deshalb ist es empfehlenswert, innerhalb der Gruppen zu interagieren, z. B. indem Sie Posts anderer User kommentieren.



In Gruppen kann man sich ausgezeichnet kennenlernen und beschnuppern, bevor man eine Kontaktanfrage versendet. Einige Branchen, wie z. B. Informationstechnologie und Finanzdienstleistungen, haben eine hohe Präsenz und dort es ist einfacher, Kontakte zu knüpfen.

4. Erstellen von Stellenangeboten oder Job Slots

Das Erstellen einer einzelnen Stellenanzeige ist auf LinkedIn kostenlos. Diese ist am besten für kleine Unternehmen geeignet oder solche, die selten Stellen neu besetzen.

Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit, Ihre Reichweite durch Einsatz eines Werbebudgets zu vergrößern. Für Unternehmen, die häufiger einstellen, bietet LinkedIn ein kostenpflichtiges Programm namens Recruiter an, mit dem Sie Job-Slots einstellen können, die Ihnen noch mehr Einstellungsfunktionen bieten. Dazu gehören der Erhalt von empfohlenen Kandidatinnen und Kandidaten auf Grundlage Ihrer Einstellungskriterien, Analysen und eine spezielle Nachrichtenplattform. Wenn Sie eine große Anzahl von Stellenangeboten oder Bewerbenden verwalten, könnte LinkedIn Talent Insights die beste Lösung für Sie sein.

Pro-Tipp: Wenn Sie Stellenausschreibungen in Netzwerken teilen, behandeln Sie sie wie

Mehrwert-Inhalte. Posten Sie also nicht nur den Link, sondern ergänzen Sie auch Ihren Kommentar, Zitate oder nützliche Informationen.

5. Optimieren Sie Keywords

Was bei Stellenausschreibungen nicht immer beachtet wird, ist die Bedeutung der richtigen Wortwahl. Zu viel Branchenjargon schließt unter Umständen relevante Zielgruppen aus. Gleichzeitig ist es wichtig, bei der Formulierung Ihrer Anzeige übliche und beliebte Suchbegriffe zu berücksichtigen. Das bedeutet: Selbst wenn die Stellenbezeichnung einzigartig ist, wie z. B. „Kulturkurator“, sollten Sie in der Stellenausschreibung den am häufigsten gesuchten Titel verwenden, z. B. „Musikkurator“, „Gartenbaukurator“ oder andere Begriffe, die Ihre Branche sucht.

Wenn Sie sich nicht entscheiden können, welche Stellenbezeichnung Sie wählen sollen, durchsuchen Sie das Stellenverzeichnis, um zu sehen, welche Stellen die meisten Ergebnisse liefern. Möchten Sie nicht auf Ihre passende, jedoch seltene Positionsbezeichnung mit geringem Suchvolumen verzichten, erwähnen Sie sie weiter unten in der Stellenbeschreibung.

Achten Sie nicht nur auf die richtige Stellenbezeichnung, sondern auch auf die für die Stelle erforderlichen Qualifikationen. Verwenden Sie Keywords, die häufig in persönlichen Profilen vorkommen, werden Ihre Stellenanzeigen bei den am besten passenden Bewerbenden auftauchen.

6. Ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden zum Engagement

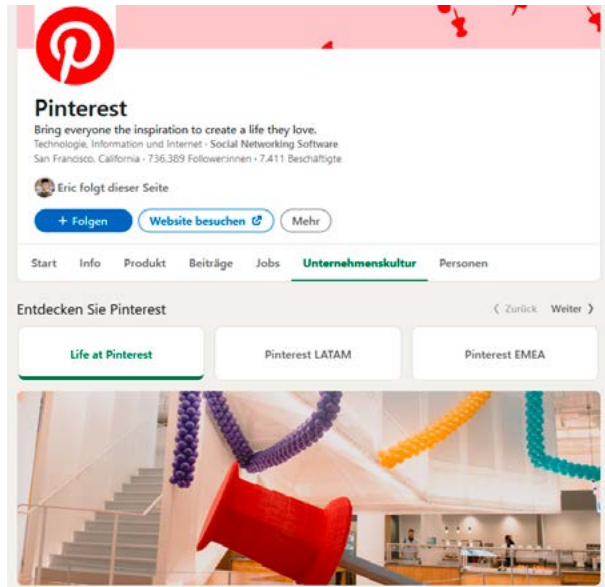
Die Macht der positiven PR durch die glaubwürdige Empfehlung aktueller Mitarbeitenden und persönliches Storytelling ist stark. Deshalb gilt: Je mehr Teammitglieder über ihre Leistungen und ihr Leben im Unternehmen berichten, desto größer Ihre Reichweite und Ihr öffentliches Markenbewusstsein. Um Ihren Kolleginnen und Kollegen die Verbreitung von Neuigkeiten leicht zu machen, richten Sie ein internes Bulletin oder einen Newsletter mit attraktiven Themen ein. Diese Themen können Erfolge des Unternehmens, aber auch Neuigkeiten einzelner Teammitglieder betreffend sein. Fügen Sie Links, Grafiken und Mustertexte ein und ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden, diese mit ihren Netzwerken zu teilen.

7. Verbessern Sie Ihr LinkedIn-Marketing

Relevante Unternehmens- und Branchen-Updates zu posten, hat gleich mehrere Vorzüge: Einerseits bleiben Sie mit Ihrer Marke und Dienstleistung in den Köpfen Ihrer Kunden, andererseits präsentieren Sie sich potenziellen Bewerbenden als nahbarer Arbeitgeber. Letzteres gelingt Ihnen besonders gut, indem Sie im Rahmen einer Employer-Branding-Strategie unterschiedliche Formate entwickeln: Gewähren Sie Einblick in Ihre Firmenkultur, z. B. durch Updates von gemeinsamen Frühstück, Einblicke in den Arbeitsplatz oder Kurzinterviews mit Teammitgliedern.

Zusätzlich zu häufigen Postings und regem Engagement können Sie die Erfolgchancen Ihres Recruitings mithilfe kostenpflichtiger Tools erhöhen; unter dem Namen Talent Solutions bietet LinkedIn Lösungen für jeden Schritt des Rekrutierungsprozesses. Hierzu gehört auch die Registerkarte „Unternehmenskultur“, die über die Funktion LinkedIn

Karriereseiten zugänglich ist und die Pinterest auf seiner LinkedIn-Seite nutzt. Hier kann man einen Life-Bereich platzieren mit Eindrücken aus dem Unternehmen wie beispielsweise Highlights einzelner Abteilungen oder Erfahrungsberichte von Angestellten.



Darüber hinaus gibt es mit LinkedIn Recruiter ein Tool, das die besten Kandidatinnen und Kandidaten für Sie ausfindig macht (siehe Punkt 4), Ihnen bei deren Verwaltung hilft und Ihnen relevante Analysen zur Verfügung stellt, um Ihre Bemühungen mit Erfolg zu krönen.

8. Ziehen Sie bezahlte Werbung in Betracht

Wenn Sie neue Kontakte auf sich aufmerksam machen wollen, nutzen Sie bezahlte Werbung. Es gibt eine Reihe von LinkedIn-Anzeigen, die für Ihre Rekrutierungsstrategie nützlich sein können. Sie können Werbung zu einer bestehenden Stellenanzeige hinzufügen, für InMail bezahlen, ein Lead-Gen-Formular erstellen und ein Konversionsziel für Stellenbewerber erstellen, um nur einige zu nennen.

Wenn Sie sich für bezahlte Werbung entscheiden, vergewissern Sie sich, dass Sie bereits einen Blick auf unsere anderen Tipps geworfen haben. Eine Stellenanzeige wird nicht so effektiv sein, wenn die Unternehmensseite nur halb gefüllt ist oder die Stellenanzeige unzureichend erstellt wurde.

Quellen/Weiterführende Links:

<https://business.linkedin.com/de-de/talent-solutions/recruiter>

<https://business.linkedin.com/de-de/talent-solutions/karriereseiten>

<https://sproutsocial.com/insights/linkedin-recruiting/>

<https://thelinkedinman.com/top-10-industries-globally-on-linkedin-in-2023/>

<https://www.jobambition.de/linkedin-career-pages/>

<https://blog.waalaxy.com/de/linkedin-branchenliste/>