

Heiko T. Ciesinski


Speaker, Trainer & Coach



Die
100%
Mitarbeitergewinnungs-Strategie

 heiko@heiko-t-ciesinski.de

 www.heiko-t-ciesinski.de

 02364 – 50 72 74

Heiko T. Ciesinski
Der Experte für Kommunikation & Vertrieb

Die 100 %-Mitarbeitergewinnungs-Strategie

Du suchst Mitarbeiter, findest aber nicht genug? Zumindest nicht genug gute Mitarbeiter – die sogenannten A-Mitarbeiter. Dann lies unbedingt weiter. Die folgenden Seiten werden Deine Sicht auf die Problematik „Fachkräftemangel“ komplett verändern – und Dein Problem lösen. Das Thema „Fachkräftemangel“ gehört für Dich demnächst der Vergangenheit an. Versprochen! Glaubst Du nicht? Kann ich gut nachvollziehen. Es klingt auch wirklich zu gut, um wahr zu sein. Lies trotzdem weiter und bild Dir am Ende selbst Deine Meinung.

Bevor wir uns anschauen, wie Du künftig immer genügend Mitarbeiter findest, lass uns kurz einen Blick auf Deine aktuelle Situation werfen. Beantworte Dir bitte einmal die folgenden Fragen:

Wie viele Bewerbungen erhältst Du pro Monat? _____

Wo schaltest Du Deine Stellenanzeigen?

Wie viel Geld hast Du in den letzten 6 Monaten für Deine Stellenanzeigen ausgegeben? _____ Euro

Bist Du mit dem erreichten Erfolg zufrieden? Ja Nein



Die 100 %-Mitarbeitergewinnungs-Strategie

Was bedeutet es, wenn Du künftig immer genügend gute Mitarbeiter findest, um Deine offenen Stellen zu besetzen?

In meinen Seminaren höre ich so Antworten wie,

- + „Ich könnte mehr Aufträge annehmen.“
- + „Ich könnte mehr Umsatz & Gewinn machen.“
- + „Ich muss als Chef nicht mehr selbst auf der Baustelle mitarbeiten.“
- + „Meine Mitarbeiter hätten weniger Überstunden und wären zufriedener.“

Aber seien wir ehrlich: Irgendwie geht's doch schon weiter
Wirklich?

Stellen wir uns mal die gegenteilige Frage. Was bedeutet es, wenn Du künftig nicht genügend gute Mitarbeiter findest, um Deine offenen Stellen zu besetzen?

Als Antworten höre ich immer wieder:

- + „Ich müsste den einen oder anderen Auftrag ablehnen.“
- + „Ich mache weniger Umsatz & Gewinn.“
- + „Ich muss selbst wieder mehr auf die Baustellen fahren.“
- + „Meine Mitarbeiter müssten mehr arbeiten und mehr Überstunden machen.“
- + „Die Überlastung und Unzufriedenheit bei meinen Mitarbeitern steigt durch mehr Überstunden.“
- + „Mitarbeiter kündigen und wechseln zu einem anderen Arbeitgeber.“

Es gibt Studien, die gehen davon aus, dass Unternehmen künftig vom Markt verschwinden werden, weil sie nicht genügend gute Mitarbeiter finden. Obwohl sie genügend Aufträge haben ...

Lass es doch gar nicht erst so weit kommen. Die Lösung ist so einfach



Die 100 %-Mitarbeitergewinnungs-Strategie

Du erfährst in diesem E-Book,

- + warum eine Stellenanzeige auf Deinem Insta- oder Facebook-Profil oder auf Deiner Internetseite keinen Sinn macht
- + warum es keinen Fachkräftemangel gibt
- + warum Dein künftiger Mitarbeiter gar nicht auf der Suche nach einem Job ist
- + wie Du eine Stellenanzeige für wenige Euro schaltest
- + mit welcher Strategie Du immer genügend Mitarbeiter findest

Es gibt keinen Fachkräftemangel

Wie viele Mitarbeiter suchst Du? 1 oder 2 oder 3? Ach so, Du willst richtig expandieren und suchst 20 oder sogar 30 Mitarbeiter? Gut. Wie viele Mitarbeiter gibt es insgesamt in Deutschland aus der Branche, aus der Du Mitarbeiter suchst? Einige 10.000 - vermutlich sogar über 100.000 oder 200.000 Mitarbeiter. Das heißt, rein rechnerisch gibt es genügend Mitarbeiter für Dich und somit keinen Fachkräftemangel für Dein Unternehmen. **Das Problem: Deine künftigen Mitarbeiter arbeiten aktuell noch woanders.** Und warum? Da gibt es sicher mehrere Gründe. Richtig ist, dass einige Mitarbeiter aufgrund der regionalen Entfernung nicht bei Dir anfangen würden. Und genauso richtig ist es, dass der eine oder andere Mitarbeiter bereit wäre bei Dir anzufangen – wenn er oder sie nur wüsste, dass es Dich gibt. **Die Frage ist doch nur, wie Du es schaffst diese Mitarbeiter zu finden** und von Deinem Unternehmen zu überzeugen, stimmt's?



Wo möchte jeder gute Fußballer in Deutschland spielen?

Dies ist eine Frage, die auf den 1. Blick nichts mit dem Thema zu tun. Lass uns diese Frage dennoch mal beleuchten. Ein Fußballprofi möchte dort spielen, wo er erfolgreich sein und Titel gewinnen kann. Und da bietet sich ein Verein an, der in den letzten 10 Jahren 10 Mal Deutscher Meister geworden ist. Zusätzlich gab es noch 5 DFB-Pokalsiege sowie 2 Mal den Gewinn der Champions-League. Mit dem FC Bayern München kann – titeltechnisch - kein Verein in Deutschland mithalten. Klar, dass dort jeder Fußballprofi spielen möchte. Das Geld ist da übrigens gar nicht so entscheidend – denn auch bei anderen Vereinen kannst Du gut verdienen. Du gewinnst halt nur keine Titel

Wenn Du als der FC Bayern München in Deinem Markt gesehen wirst, dann wollen fast alle Mitarbeiter zu Dir. Und das Wort „Fachkräftemangel“ ist ein Fremdwort in Deinem Wortschatz. Wie wirst Du nun zum besten Unternehmen in Deinem Markt? Du solltest aus der Sicht eines Mitarbeiters ein gutes Arbeits- oder Betriebsklima bieten. Da spielen sicher viele verschiedene Aspekte hinein. Mitarbeiter wollen einer sinnvollen Arbeit nachgehen und sich mit dem Unternehmen, den Produkten und Leistungen identifizieren. Sie wollen gerne zur Arbeit kommen und Arbeitskollegen und Chefs haben, mit denen sich ein Arbeitstag sehr gut aushalten lässt. Arbeitszeiten, die sich mit der Familie und einem geänderten Freizeitverhalten vereinbaren lassen, stehen heute hoch im Kurs. Hinzu kommen „Kleinigkeiten“ wie kostenloses Obst und Getränke, ein günstig geleastes Job-Bike und Weiterbildungsmöglichkeiten - die fast schon als Selbstverständlichkeit vorausgesetzt werden. Weitere Vorteile, mit denen Du Mitarbeiter heute begeistern kannst, findest Du in dieser Übersicht.

<https://heiko-t-ciesinski.de/wp-content/uploads/2022/11/Vorteile-fuer-Mitarbeiter.pdf>



Die 100 %-Mitarbeitergewinnungs-Strategie

Und wenn Du jetzt sagst „Wir haben ein gutes Betriebsklima. Wir gehören da schon zu den Besten.“, dann ist das klasse! Aber nicht entscheidend! Entscheidend ist, dass Dein künftiger Bewerber dies auch weiß. Du verlierst Mitarbeiter an andere Unternehmen nicht unbedingt, weil Du schlechter bist, sondern in erster Linie, weil Du nicht sichtbar bist und mögliche Bewerber Dich gar nicht kennen oder nicht wissen, wie gut Dein Unternehmen ist.

Tue Gutes und rede darüber! Und wo? Natürlich in den sozialen Medien. Präsentiere Dich und Dein Unternehmen in den sozialen Medien wie Instagram, Facebook und LinkedIn – je nachdem in welcher Branche Du unterwegs bist.

Mitarbeiter sind unzufrieden - suchen aber keinen neuen Job

Eine Studie vom renommierten Gallup-Institut stellt jedes Jahr immer wieder fest, dass etwa 2/3 der Arbeitnehmer in Deutschland eine geringe Bindung an Ihren Arbeitgeber haben. Bei einem entsprechend guten Angebot würden sie den Arbeitgeber wechseln. Aber sie suchen nicht aktiv, weil sie mit dem aktuellen Arbeitgeber noch nicht unzufrieden genug sind. Sie haben sich mit Ihrer Unzufriedenheit arrangiert. Es könnte schließlich schlechter sein. Der Chef zahlt immerhin pünktlich das Gehalt, auch wenn es schon etwas mehr sein könnte. Urlaub gibt es auch und mit den Arbeitskollegen kann man es für 8 Stunden aushalten, aber am Wochenende ist man froh sie nicht zu sehen. Diese Mitarbeiter machen Ihre Arbeit, reißen sich aber auch kein Bein aus. Solange es nicht schlechter wird, bleibt man bei dem Arbeitgeber – und macht sich nicht aktiv auf Jobsuche. Sollte sich aber irgendwo eine interessante Alternative ergeben, dann würde der unzufriedene Mitarbeiter schon über einen Arbeitgeberwechsel nachdenken. Es müsste sich nur eine Gelegenheit bieten



Warum funktionieren Stellenanzeigen auf Insta, Facebook und Deiner Internetseite nicht?

Hast Du eine Stellenanzeige auf Deinem Insta- oder Facebook-Profil oder auf Deiner Internetseite? Oder hast Du vielleicht eine Anzeige für einige 100 Euro in den Jobbörsen geschaltet? Oder nutzt Du vielleicht sogar alle 4 Wege, um Bewerber zu finden? Und wunderst Du Dich, warum über diese Wege nur sehr wenig Bewerber kommen? Nach dem letzten Kapitel ist die Antwort wahrscheinlich nun ganz einfach. Um Deine Stellenanzeige auf Deinen Profilen oder Deiner Internetseite zu sehen, müsste ein Bewerber ja erst mal auf diese Seite gehen. Aber wer keinen neuen Job sucht, sucht auch nicht nach Stellenangeboten. Und der- oder diejenige wird auch nicht bei Jobbörsen nach neuen Stellen suchen.

Falls Du zu den Wenigen gehörst, die noch Zeitungsanzeigen schalten: Da sieht es genauso ist. Nur derjenige, der auf der Suche nach einer beruflichen Alternative ist, wird auch in den Stellenteil der Zeitung schauen. Diejenige, die nicht sucht, wird diesen Teil überblättern. Voraussetzung ist, dass Deine Zielgruppe überhaupt die Zeitung liest. Die Anzahl der Zeitungsläser nimmt seit Jahren ab. Je jünger Deine Zielgruppe, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass sie gar keine Zeitung liest.

Und dann ist da ja noch das Arbeitsamt. Die Möglichkeit hier gute Mitarbeiter zu finden, ist allerdings eher gering. Denn wer aktuell seinen Job verliert, hat innerhalb weniger Wochen, ja Tagen, einen neuen Arbeitgeber – wenn er will. Sollte jemand beim Arbeitsamt gemeldet sein, solltest Du vorsichtig sein und die Gründe hinterfragen. Die besten Mitarbeiter sind nicht beim Arbeitsamt – sie sind bei Deinem Wettbewerber.

Nun weißt Du, was NICHT funktioniert. Viel interessanter ist aber, WAS funktioniert. Lies weiter.



Wo erreichst Du Deinen künftigen Mitarbeiter?

Wir wissen nun, dass Dein künftiger Mitarbeiter nicht aktiv auf der Suche nach Deinem Job-Angebot ist, aber durchaus bereit ist, sich Dein Angebot mal anzusehen, wenn es interessant erscheint.

Wo und wie erreichst Du nun Deinen künftigen Mitarbeiter? Was macht Dein künftiger Mitarbeiter in seinen Pausen, nach seinem Arbeitstag oder am Wochenende? Er schaut auf sein Handy und sieht, wer bei Facebook oder Instagram etwas gepostet oder geliked hat oder wer ein neuer Follower geworden ist. Nun geht er oder sie online, um sich die Beiträge anzusehen. Der Algorithmus von Insta & Facebook erkennt, dass Dein künftiger Mitarbeiter jetzt gerade online ist. Nun wird ihm Deine Stellenanzeige angezeigt – natürlich nur, wenn Du eine Anzeige geschaltet hast. Du kannst Dir das übrigens bei Insta mal anschauen. Wenn Du auf der Startseite bist, wird Dir als 2. oder 3. Beitrag eine Werbung angezeigt. Du erkennst dies an dem Begriff „Gesponsert“ oder „Anzeige“ über dem Bild oder Video des Beitrags. Hier kann und sollte künftig Deine Anzeige stehen.

Wo schaltest Du Deine Stellenanzeige?

Je nachdem, wo Deine Stellenanzeige angezeigt werden soll, nutzt Du den entsprechenden Anzeigen-Manager des jeweiligen Portals. Jedes soziale Netzwerk hat seinen eigenen Anzeigen-Manager.

Wenn Deine Stellenanzeige bei Instagram und/oder Facebook angezeigt werden soll, dann erstellst Du diese Anzeige im Facebook- bzw. Meta-Werbeanzeigenmanager. Soll Deine Stellenanzeige bei XING erscheinen, dann log Dich im AdManager ein. Soll Deine Anzeige bei LinkedIn erscheinen, nimmst Du die Einstellungen im Kampagnen-Manager bei LinkedIn vor. Das Nutzen des Managers und Schalten der Anzeige ist kostenfrei.



Die 100 %-Mitarbeitergewinnungs-Strategie

Kosten fallen erst dann an, wenn Deine Stellenanzeige bei Deiner Zielgruppe angezeigt wird. Die Kosten für die Kontaktdaten eines Bewerbers liegen meist bei unter 10 Euro.

Wie sollte Deine Anzeige aussehen?

Grundsätzlich gilt: Immer 2 Anzeigen parallel laufen lassen. Neben einer Video-Anzeige solltest Du immer eine Bilder-Anzeige schalten. Der Algorithmus von Facebook erkennt, welche Anzeige erfolgreicher ist und spielt diese dann häufiger aus.

Deine Anzeige sollte Deine Zielgruppe direkt ansprechen. Dies erreichst Du am besten mit einem Satz wie „Du bist Maler?“ - wenn Du einen Maler suchst. Warum ist die genaue Ansprache der Zielgruppe so wichtig? Der Algorithmus von Insta & Facebook geht davon aus, dass diejenigen, die auf die Anzeige reagieren auch zur Zielgruppe gehören. Deshalb ist es wichtig, die richtigen Menschen zu einer Reaktion zu bewegen. Da die meisten Menschen sich lieber Videos anschauen, statt sich lange Texte durchzulesen, erreichst Du über eine Video-Stellenanzeige meist die größte Aufmerksamkeit.

Unglücklich wäre es, wenn Du eine interessante Video-Anzeige hast, die sich viele Menschen anschauen – und am Ende erst erfahren, dass die Stellenanzeige für einen Maler und nicht für einen Elektriker gedacht ist. Deshalb ist es ganz wichtig, Deine Zielgruppe, also Deine gesuchte Berufsgruppe, direkt am Anfang des Videos ganz direkt anzusprechen. Direkt am Anfang ohne Begrüßung im 1. Satz.

Anschließend sprichst Du 2 bis 3 Probleme an, die bei den meisten Unternehmen in Deiner Branche herrschen. Denn nur wo ein Problem ist, wird auch eine Lösung benötigt. Und die Lösung ist ja der Arbeitgeberwechsel zu Dir. Wenn Du weißt, dass die meisten Mitarbeiter regelmäßig Überstunden machen, die noch dazu



Die 100 %-Mitarbeitergewinnungs-Strategie

vielleicht nicht bezahlt werden, könntest Du dies zum Einstieg ansprechen. Je mehr potenzielle Bewerber sich von den Problemen am Anfang angesprochen fühlen, umso größer die Chance, dass sich viele das Video bis zum Ende anschauen. Und dies wiederum erhöht die Chance, dass Dein künftiger Mitarbeiter dabei ist. Ganz einfach.

Dieser Teil kann etwa 15 bis 20 Sekunden dauern.

Im 2. Teil des Videos nennst Du kurz Deinen Namen, das Unternehmen und stellst Dich kurz vor und sagst, was Dein Unternehmen auszeichnet. **Mehr als 10 Sekunden sollte dieser Teil nicht dauern.** Streng genommen interessiert Deinen Namen eh keinen. Die Vorteile, die Du bietest, sind für Deinen künftigen Mitarbeiter viel interessanter.

Im 3. Teil bringst Du jetzt ein paar Vorteile, die Dein künftiger Mitarbeiter bei Dir haben wird. Es sollten Vorteile sein, die Dich von anderen Unternehmen abheben. Die Vorteile sollten auch interessant genug für einen Arbeitgeberwechsel sein. Hier solltest Du mindestens 3 Vorteile nennen, gerne auch mehr.

Dieser Teil kann etwa 20 bis 25 Sekunden dauern.

Zum Abschluss gibst Du die Handlungsaufforderung, auf den Link oder Button zu klicken. **Das gesamte Video hat somit eine Dauer von etwa 60 Sekunden.** Ein paar Sekunden mehr ist auch okay. Bedenke: Je länger das Video, desto weniger schauen sich das Video bis zum Ende an.



Was passiert nach dem Klick auf die Anzeige?

Nachdem die Stellenanzeige Deiner Zielgruppe angezeigt wurde, werden die Interessierten auf den Link klicken und landen nun auf Deiner Landingpage. Leite die Besucher nicht auf eine Unterseite Deiner Unternehmens-Internetseite. Dort werden sie durch zu viele Klickmöglichkeiten vom eigentlichen Zweck abgelenkt.

Die Landingpage ist eine Internetseite, die den Zweck hat, den Bewerber über die ausgeschriebene Stelle zu informieren als auch den Bewerber zu qualifizieren. Welche Aufgaben bringt die Stelle mit sich, wer wird gesucht und welche Vorteile & Möglichkeiten bieten sich dem Bewerber, welche Qualifikationen bringt der Bewerber mit? Interessierte Bewerber sollen sich über diese Landingpage bewerben, indem sie ihre Kontaktdaten hinterlassen. Sehr sinnvoll ist es, eine Landingpage mit einer separaten Domain zu erstellen wie beispielsweise karriere-firmenname.de.

Die Alternative

Eine andere Variante ist eine Leadgen-Anzeige. Dies ist eine Anzeige, die nach dem Klick auf ein Kontaktformular leitet. Hier werden ein paar Kontaktdaten vom Bewerber abgefragt. Name, E-Mail-Adresse und Telefonnummer sind ausreichend. Diese Daten sind voreingestellt, da sie Facebook meist bekannt sind. Dies hat zur Folge, dass diese Daten eine extrem hohe Qualität haben. Etwa 95 % der Angaben sind korrekt. Außerdem ist dort meist die Handynummer angegeben, sodass Du eine hohe Wahrscheinlichkeit hast, Deinen Bewerber über diese Telefonnummer auch direkt zu erreichen. Du kannst in diesem Kontaktformular auch noch 2 bis 3 Fragen einfügen, mit denen Du wichtige Punkte bei Deinem Bewerber erfragst. Dies kann die Frage nach einem Abschluss sein oder zur Berufserfahrung oder nach einem Führerschein.



Wie geht es nach der Bewerbung weiter?

Der Bewerber hat seine Kontaktdaten an Dich verschickt. Was machst Du nun? Wenn es zeitlich bei Dir passt, solltest Du den Bewerber direkt anrufen. Die Wahrscheinlichkeit ist auch hier recht hoch, dass Du ihn direkt erreichst. Außerdem wird der Bewerber positiv überrascht sein, dass er so schnell angerufen wird. Wenn Du erst nach einigen Tagen anrufst, ist es oft so, dass der Bewerber sich gar nicht mehr daran erinnern kann, dass er sich bei Dir beworben hat. Dies kann Dir bei einem schnellen und direkten Anruf nicht passieren. In einem kurzen etwa 10- bis 15-minütigen Gespräch kannst Du ganz schnell prüfen, ob es Sinn macht den Bewerber zu einem Bewerbungsgespräch einzuladen.

Fazit

Mit einer Online-Stellenanzeige erreichst Du ganz gezielt Deine Zielgruppe. Mit den richtigen Fragen sortierst Du die Kandidaten aus, die nicht in Dein Anforderungsprofil passen. Am Ende bewerben sich tatsächlich nur die Kandidaten, die Deine Anforderungen am besten erfüllen. Diese Vorgehensweise reduziert sicher die Anzahl der Bewerbungen, erhöht dafür aber die Qualität der Bewerber enorm. Voraussetzung: Du hast den kompletten Bewerbungsprozess oder wie man im Marketing sagt, den kompletten Bewerbungsfunnel richtig aufgesetzt.

Für weitere vertiefende Informationen zu diesen Inhalten schau Dir unbedingt das folgende Video an.

<https://heiko-t-ciesinski.de/fachkraeftemangel-beenden/>

Du hast konkrete Fragen wie das mit der Umsetzung genau funktioniert? Das verstehe ich. Wenn man die Vorgehensweise das 1. Mal hört oder liest, klingt das alles ziemlich kompliziert. Ist es aber gar nicht!



Die 100 %-Mitarbeitergewinnungs-Strategie

Ich beantworte Dir gerne all Deine Fragen - kostenfrei. Reservier Dir dazu 60 Minuten meiner Zeit und Du bekommst Antworten auf Deine Fragen. Natürlich kostenfrei!

Hol Dir jetzt Deinen Termin unter

<https://heiko-t-ciesinski.de/strategiegesprach/fk-mangel/>

Ganz viel Erfolg beim Umsetzen dieser Strategie und immer genug Kunden & Mitarbeiter sowie gute Geschäfte ohne Rabatte

wünscht Dir



Heiko T. Ciesinski – Der Experte für Kommunikation & Vertrieb

Hansestr. 38

45721 Haltern am See

Tel. +49 2364 – 507274

heiko@heiko-t-ciesinski.de

<https://fachkraeftemangel-beenden.de/>

<https://verkaufen-ohne-rabatte.de>

