

SOCIAL MEDIA RECRUITING – GOOD PRACTICE

Social Media Recruiting hat sich zu einem leistungsstarken Instrument entwickelt, um Talente auf direkte und interaktive Weise zu erreichen. Durch die Nutzung von Plattformen wie LinkedIn, Facebook, Instagram und Twitter können Unternehmen gezielt potenzielle Kandidaten ansprechen, ihre Arbeitgebermarke stärken und die Reichweite ihrer Stellenausschreibungen deutlich erhöhen. Unternehmen wie L'Oréal, Deloitte, HubSpot und Marriott haben gezeigt, dass der Erfolg dieser Methode in der kreativen Nutzung verschiedener Plattformen, der Einbindung der Beschäftigten als Markenbotschafter*innen und der interaktiven Kommunikation mit potenziellen Bewerber*innen liegt. Durch die Kombination von visuellen, authentischen Inhalten und gezielten Werbemaßnahmen können Unternehmen ihre Reichweite erhöhen und qualifizierte Kandidat*innen auf ansprechende und effektive Weise gewinnen.

L'ORÉAL

L'Oréal setzt Social Media Recruiting ein, um junge, kreative Talente zu gewinnen, die gut zur dynamischen und innovationsgetriebenen Unternehmenskultur passen.

Zu den durchgeführten Maßnahmen zählen:

- 🕒 **Instagram-Kampagnen:** L'Oréal nutzt Instagram, um visuell ansprechende Inhalte zu posten, die das Arbeitsumfeld und die Unternehmenskultur zeigen. Sie verwenden Hashtags wie #LifeatLoreal, um potenzielle Bewerber*innen auf ihre Karrieremöglichkeiten aufmerksam zu machen.
- 🕒 **LinkedIn für Fachkräfte:** L'Oréal nutzt LinkedIn gezielt, um Fachkräfte in den Bereichen Marketing, Forschung und Entwicklung sowie Technologie zu rekrutieren. Das Unternehmen veröffentlicht regelmäßig Blogbeiträge und Erfolgsgeschichten von Beschäftigten, um seine Arbeitgebermarke zu stärken.
- 🕒 **Facebook Karriereseite:** L'Oréal hat eine eigene Karriereseite auf Facebook, auf der offene Stellen, Karrieretipps und Beschäftigtengeschichten veröffentlicht werden. Diese Seite dient als Plattform für die Interaktion mit potenziellen Bewerber*innen.

L'Oréal hat mit seiner Social Media Recruiting Strategie eine hohe Reichweite bei jungen und qualifizierten Fachkräften erzielt. Die visuelle und authentische Darstellung des

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Arbeitsumfeldes hat dazu beigetragen, die Arbeitgebermarke zu stärken und das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren.

DELOITTE

Deloitte nutzt Social Media Recruiting, um eine breite Palette von Talenten anzusprechen, von Absolventen bis hin zu erfahrenen Fachkräften, und um das Engagement mit potenziellen Bewerber*innen zu fördern.

Die durchgeführten Maßnahmen umfassen:

- 🌀 **LinkedIn Talent Solutions:** Deloitte setzt LinkedIn Talent Solutions ein, um gezielte Werbekampagnen für offene Positionen zu schalten. Sie nutzen erweiterte Filteroptionen, um die passenden Kandidat*innen basierend auf Fähigkeiten, Erfahrungen und Standort zu identifizieren.
- 🌀 **Employee Advocacy:** Deloitte ermutigt seine Beschäftigten, als Markenbotschafter*innen zu fungieren und Stellenangebote sowie Unternehmenskultur auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen zu teilen. Dies verstärkt die Reichweite und Authentizität der Recruiting-Botschaften.
- 🌀 **Interaktive Webinare und Q&A-Sessions:** Deloitte organisiert Live-Webinare und Q&A-Sessions auf Plattformen wie LinkedIn und Facebook, um direkt mit potenziellen Bewerber*innen in Kontakt zu treten und Fragen zu beantworten.

Die Social-Media-Recruiting-Strategie von Deloitte hat zu einer Steigerung der Qualität und Quantität der Bewerbungen geführt. Durch gezielte Kampagnen und die Einbindung der Beschäftigten in den Rekrutierungsprozess hat Deloitte seine Arbeitgebermarke gestärkt und die Interaktion mit potenziellen Talenten intensiviert.

HUBSPOT

HubSpot nutzt Social Media Recruiting, um sich als moderner, innovativer Arbeitgeber zu positionieren, der auf Flexibilität, Diversität und Beschäftigtenzufriedenheit setzt.

Zu den durchgeführten Maßnahmen zählen:

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

- 🕒 **Twitter-Recruiting:** HubSpot nutzt Twitter, um Stellenangebote in Echtzeit zu veröffentlichen und mit Bewerber*innen zu interagieren. Sie verwenden Hash-tags wie #HubSpotLife und #HubSpotCareers, um ihre Stellenangebote zu verbreiten.
- 🕒 **Instagram Stories:** HubSpot nutzt Instagram Stories, um den Alltag im Unternehmen zu zeigen, Beschäftigte zu interviewen und Einblicke in das Arbeitsumfeld zu geben. Diese visuelle und unmittelbare Kommunikation spricht vor allem die jüngere Zielgruppe an.
- 🕒 **LinkedIn Content:** Auf LinkedIn veröffentlicht HubSpot regelmäßig Inhalte zu Karrieretipps, Unternehmenskultur und Erfolgsgeschichten. Diese Inhalte fördern das Engagement und die Sichtbarkeit bei potenziellen Bewerber*innen.

Durch den kreativen und interaktiven Einsatz sozialer Medien hat HubSpot eine starke Präsenz in den Netzwerken aufgebaut, die dem Unternehmen dabei geholfen hat, die besten Talente anzuziehen. Echtzeit-Interaktionen und authentische Einblicke in die Unternehmenskultur haben die Qualität der Bewerber*innen verbessert.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fördert TRAIBER.NRW im Rahmen der Förderbekanntmachung „Transformationsstrategien für Regionen der Fahrzeug- und Zulieferindustrie“ mit 4,1 Mio. EUR bis Ende 2025.

Weitere Informationen zum Projekt finden Sie unter www.traiber.nrw

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages