

Vier effektive Wege, um Job-Kandidatinnen online abzuschrecken

(©Melanie Vogel / FEMALE-RECRUITING.com) In Zeiten des beginnenden demografischen Wandels und des damit einhergehenden strukturellen Fachkräftemangels, wird die Besetzung offener Positionen mehr und mehr zu einer Einbahnstraße – vom Unternehmen zu den Bewerbenden. Nicht umgekehrt. Umso wichtiger ist es, dass die „Candidate-Journey“ von Beginn an positiv verläuft. Und diese Reise beginnt oft auf der Karrierewebseite. Diese vier Fehler sollten Sie bei der Online-Reise unbedingt vermeiden.

1. Fehlende Willkommenskultur schon auf der Homepage

Die Karrierewebsites von Unternehmen sind immer öfter depersonalisiert. Telefonnummern oder Mailadressen für Rückfragen? Fehlanzeige! Und nach konkreten Namen von Ansprechpartnern sucht man in sehr vielen Fällen vergeblich. Es entsteht der Eindruck: Der Kontakt zur Bewerberin oder dem Bewerber ist eigentlich nicht wirklich erwünscht.

Vergessen wird an der Stelle: Sie suchen (immer noch) Menschen, die bei Ihnen arbeiten sollen. Diese Menschen wollen sich willkommen fühlen. Ihre Willkommenskultur beginnt auf der Homepage. Schaffen Sie daher direkte Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme auf den Karrierewebsites. Zeigen Sie ein menschliches Gesicht – im wahrsten Sinne des Wortes.

2. Uninspirierende Karriere-Webseiten

Viele Karriere-Webseiten rufen vor allem eines hervor: gähnende Langeweile. Viel Text, wenig Bilder, noch mehr Zahlen – dafür aber keine Menschen und Geschichten. Vergleicht man die Karrierewebsites mit den Webseiten von Produkten oder Dienstleistungen ein und desselben Unternehmens, liegen oft Welten dazwischen. Dabei sollten zukünftige Talente mindestens ebenso viel Aufmerksamkeit und Wertschätzung erhalten, wie das vom Unternehmen vertriebene Produkt.

Vergessen wird an der Stelle: In unserer medienüberlasteten Welt müssen Unternehmen um Aufmerksamkeit buhlen – nicht nur in Bezug auf Kunden, sondern auch in Bezug auf Talente. Erzählen Sie daher Geschichten von den Menschen, die in Ihrem Unternehmen arbeiten. Zeigen Sie auch hier wieder das menschliche Gesicht des Unternehmens. Wecken Sie Lust und Neugier, bei Ihnen arbeiten zu wollen.

3. Social Media ist keine Pflichtübung, sondern notwendiger Appendix der Karrierewebseite

Viele unserer Kunden haben – bis heute – keinen Social Media-Auftritt. Bei manchen hat die Entscheidung, als Arbeitgeber auf Facebook Präsenz zu zeigen, ganze fünf Jahre gedauert – und das ist leider weder ein Witz noch Übertreibung. Haben Unternehmen Social Media-Auftritte, werden diese oft kaum genutzt oder als reine Nachrichten-Übertragung genutzt. Und das ist nicht Sinn von Social Media.

Vergessen wird an der Stelle: Der Ursprung von Social Media war die Vernetzung und das Kontakthalten zwischen Freunden. Vergessen Sie daher die klassische Produkt- und Arbeitgeber-Werbung! Agieren Sie auf persönlicher Du-Ebene. Erzählen Sie auch hier Geschichten. Zeigen Sie: Freunde und nette Arbeitskollegen sowie spannende Aufgaben warten auf die potenziellen Talente.

4. Fehlende Bindung rächt sich

Ich schaue mir regelmäßig viele Karrierewebsites von Unternehmen an und habe noch keine einzige Karrierewebseite gesehen, die einen Karriere-Newsletter anbietet. Warum

eigentlich nicht? Wenn Sie die Talente schon auf Ihrer Webseite haben, warum binden Sie sie nicht dauerhaft an Ihr Unternehmen?

Vergessen wird an der Stelle: Kaum ein Top-Talent kommt mehrfach auf Unternehmenswebseiten. Vor allem dann nicht, wenn sie beim ersten Mal nicht sofort die Informationen finden, die sie suchen. Ablenkung lauert an jeder Stelle in Form besserer Angebote oder spannenderer Arbeitgeber. NewsLetter sind ein unglaublich effektiver Weg, sich immer und immer wieder ins Gedächtnis zu rufen, spannende Informationen zu teilen, aktuelle Jobausschreibungen an interessierte Menschen zu schicken oder zu Unternehmens-Events einzuladen.