

Das Rennen um die besten Köpfe beginnt mit der Stellenanzeige

1.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance.

Was für Bewerber gilt, trifft ebenfalls auf Unternehmen zu. Vor allem bei Firmen aus dem B2B-Umfeld, kommen die Kandidaten über die Stellenanzeige oft das erste Mal mit ihrem potenziellen neuen Arbeitgeber in Berührung. Es ist daher entscheidend, Interessenten schon in den ersten Sekunden abzuholen, andernfalls fällt die Anzeige sofort aus dem Raster. Dabei ist zu beachten: Bewerber benötigen im Durchschnitt weniger als eine halbe Minute, um eine Stellenanzeige zu lesen. Besondere Aufmerksamkeit sollten Personaler auf den Header und Titel legen, da diese entscheiden, ob eine Anzeige überhaupt geöffnet wird.

2.

Design matters.

Der Leser nimmt als erstes das Kopfbild und das Design wahr. Ein attraktives Layout erhöht die Konversionsrate der Stellenanzeige erheblich und motiviert die Leser, sich auf die Stelle zu bewerben. Idealerweise verfügen Unternehmen über eine große Auswahl zielgruppenspezifischer Layouts in ihrem Bewerbermanagement.

3.

Keep it simple.

Der Stellentitel einer Anzeige ist von enormer Bedeutung. Die Stellenausschreibung sollte daher so verfasst werden, dass sich der Bewerber in der Profilbeschreibung wieder erkennt. So wird eine Stellenanzeige, die als „Human Transformation Manager (m/w)“ ausgeschrieben ist, allein wegen des Jobtitels einen geringeren Rücklauf haben als der klassische „Personalleiter (m/w)“.

4.

Den Standortfaktor beachten.

Die Angabe eines Arbeitsortes ist bei Online-Jobbörsen ein Pflichtfeld, damit die Anzeige entsprechend mit Schlagworten versehen wird und von Bewerbern gefunden werden kann. Die beste Auffindbarkeit wird erreicht, wenn neben dem Arbeitsort, also dem Standort des Unternehmens, auch die Postleitzahl und das Bundesland hinzugefügt werden. Besonders in Ballungszentren besteht die Chance, die Sichtbarkeit der Stellenanzeige durch die richtige Verschlagwortung des Ortes zu erhöhen. So wird eine Stellenanzeige mit dem Text „am Standort Solingen (in der Nähe von Wuppertal, Düsseldorf, Essen und Köln)“ von mehr Bewerbern gefunden als eine Anzeige, die lediglich den Text „am Standort Solingen“ enthält.

5.

Logik der Jobbörsen verstehen.

Für Personaler ist es enorm wichtig zu verstehen, wie das Ranking auf den Jobportalen funktioniert. Ein zentraler Aspekt ist der Inhalt: Viele Jobbörsen berücksichtigen beispielsweise die in einer Stellenanzeige gefundenen Qualifikationen, um die Relevanz in Bezug auf den Stellentitel der Anzeige festzulegen. So kommt nach der genauen Stellenbezeichnung den Qualifikationen bei den meisten Portalen die zweithöchste Bedeutung im Hinblick auf das Ranking der Anzeige zu.

6.

SEO-Analyse und Mobile

Recruiting sind heute Pflicht.

Der Jobtitel muss von den Suchenden mit unterschiedlichen Schlagwörtern im Internet gefunden werden. Deshalb ist es von Vorteil einen etwas breiter gefassten Begriff für die Stellenbezeichnung zu verwenden und in der Aufzählung der Aufgaben wenn nötig konkreter zu werden. Außerdem sollten Firmen beim Format der Stellenanzeigen darauf achten, dass die Ausschreibung sowohl am PC als auch auf mobilen Endgeräten lesbar ist (responsives Webdesign).

7.

Die Zielgruppe im Blick behalten.

Sobald die Stellenanzeige vorliegt, ist genau abzuwägen, wo beziehungsweise über welche Kanäle die Stelle ausgeschrieben werden soll. Dazu gilt es, die aktuellen Trends im HR-Bereich genauso im Auge zu behalten wie die Zielgruppe, die mit der Anzeige erreicht werden soll. So sind Social-Media-Kanäle wie XING, Facebook oder LinkedIn gut geeignet, um jüngere Arbeitnehmer anzusprechen. Bewerber, die schon auf ein paar Jahre Berufserfahrung zurückblicken, erreichen Unternehmen dagegen eher über spezielle Branchenmedien (Nischenbörsen) und klassische Jobbörsen. Um maximale Reichweite zu erzielen, empfiehlt es sich auf Multiposting zu setzen und die Anzeige optimal zu streuen.

Was es bei Jobanzeigen zu beachten und welche Stolperfallen es gerade in der Online-Welt zu vermeiden gilt, hat Steffen Michel, Geschäftsführer von MHM HR, in sieben Tipps zusammengefasst.

Quelle: www.mhm-hr.com