

# Mehr Erfolg bei der Mitarbeitersuche

Bäcker müssen heute auf zwei Märkten bestehen: auf dem Konsumentenmarkt mit ihren Produkten und auf dem Arbeitskräftemarkt mit ihren Stellen. Wie letzteres funktioniert, dafür hat Eyüp Aramaz ein Rezept.

**Voraussetzungen schaffen:** Zunächst gilt es, eine gute Mitarbeitermarke aufzubauen. Erst dann können Sie erwarten, dass sich Leute bei Ihnen bewerben. Was sind die drei wichtigsten Vorteile für Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen? Falls Sie diese Frage nicht gleich beantworten können, gilt es, daran zu arbeiten. Bauen Sie Stärken und einzigartige Merkmale als Arbeitgeber auf und kommunizieren Sie diese. Auch Werte und Leitbild eines Unternehmens werden den Arbeitnehmern immer wichtiger. Auf Basis der Mitarbeitermarke können Sie Ihre Werbemaßnahmen mit überzeugenden Inhalten füllen.

**Werbetrommel rühren:** Der Arbeitsmarkt ist wie ein Eisberg, von dem nur die Spitze zu sehen ist: diejenigen Menschen, die gerade aktiv auf Arbeitssuche sind. Doch der Großteil des Eisberges liegt im Verborgenen. Das sind die Menschen, die mit ihrer jetzigen Arbeit unzufrieden sind und passiv die Augen nach anderen Möglichkeiten offenhalten. Um beide Gruppen anzusprechen, müssen Bäcker sie dort erreichen, wo sie sich tagtäglich aufhalten, an erster Stelle über die Social Media. Da die organische Reichweite der eigenen Facebookseite tot ist, empfehle ich etwa 150 Euro im Monat in Facebook-Anzeigen zu investieren. Bäcker sollten aber zum Beispiel auch Google for Jobs auf dem Schirm haben, damit die eigenen Stellenangebote bei Stellensuchenden ganz oben unter den Suchergebnissen von Google angezeigt werden.

**Langen Atem haben:** Stellen Sie sich Recruiting wie eine Pipeline vor – es muss stets etwas durchfließen. Um die Fluktuation auszugleichen, müssen Sie beständig Mitarbeiter suchen. Und falls sich jemand bewirbt, den Sie gerade nicht brauchen, dann fragen Sie nach, ob Sie die Daten speichern dürfen.

**Professionell mit Bewerbungen umgehen:** Bewerbungen eingegangen? Optimieren Sie die Prozesse, damit umzugehen. Definieren Sie exakt, wer, wann und wie die Bewerbungen bearbeitet. Wichtig ist auch die Erkenntnis, über welchen Kanal der Bewerber gefunden wurde: eine Grundlage für künftige Entscheidungen zum Mitarbeitermarketing.

## UNSER EXPERTE

Eyüp Aramaz ist Geschäftsführer der Recruiting-Agentur Aramaz digital. Neben der professionellen Gestaltung von Social-Media-Kampagnen bietet sie ein weit reichendes Beratungsangebot. Dazu gehört auch die Online-Plattform Elitetraining mit über 100 Videoinhalten, Checklisten und Anleitungen zur Mitarbeitersuche und -bindung. Kontakt: Tel. 0521 99989740, [www.aramaz-digital.de](http://www.aramaz-digital.de)