

Jobtastic: So revolutioniert Social Media das Recruiting in Coesfeld

Jobtastic revolutioniert das Online-Recruiting in Deutschland mit Social Media-Strategien und Algorithmen für effektive Stellenbesetzungen.

Coesfeld - In einer zunehmend digitalisierten Welt, in der über 60 Millionen Menschen in Deutschland sozialen Medien aktiv sind, ist es für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, moderne Strategien zum Recruiting zu entwickeln. Erol Orahovac, Gründer der Agentur Jobtastic, hebt hervor, dass digitale Verkaufsförderung auf Plattformen wie Facebook und Instagram heute notwendig ist, um qualifizierte Kandidaten zu erreichen.

Der Wandel im Recruiting

Sechs Jahre nach der Gründung von Jobtastic hat sich viel verändert. Orahovac betreut nun rund 800 Unternehmen im DACH-Raum, wobei 95 Prozent davon in Deutschland ansässig sind. Besonders in den wirtschaftlich starken Regionen Nordrhein-Westfalen und Bayern wächst die Nachfrage nach Online-Recruiting. „Die Zeiten, in denen ich oft Kaltakquise tätigen musste, sind vorbei. Das Interesse an digitalen Rekrutierungsstrategien hat exponentiell zugenommen“, sagt Orahovac.

Die Kunst der ansprechenden Stellenanzeigen

Um potenzielle Bewerber für Stellenanzeigen zu gewinnen, ist es

laut Orahovac entscheidend, den Content zielgerichtet und ansprechend zu gestalten. „Beim Durchscrollen des Newsfeeds hat man nur wenige Sekunden, um Aufmerksamkeit zu erregen“, erläutert er. Daher sollten die Informationen auf einen Blick erkennbar sein: Der Job, das Unternehmen und der Standort. Im Gegensatz zu allgemeinen Symbolbildern empfiehlt er, echte Mitarbeiter bei der Arbeit zu zeigen, um Authentizität zu vermitteln.

Soziale Plattformen gezielt nutzen

Eine strategische Absage an TikTok und Instagram-Videos erteilt Orahovac: „Videos sind kostspielig und fordern viel Budget für Targeting. Zudem haben die Nutzer oft nicht die Geduld, längere Videos anzusehen, wenn es um eine klare und präzise Stellenanzeige geht.“ Stattdessen setzt Jobtastic auf Facebook und Instagram, um spezifische Zielgruppen zu erreichen – etwa Handwerker oder Berufskraftfahrer, die auf Plattformen wie LinkedIn weniger vertreten sind.

Niedrigschwellige Bewerbungsmöglichkeiten schaffen

Mit dem Ziel, den Bewerbungsprozess so einfach wie möglich zu gestalten, sorgt Jobtastic dafür, dass die Landingpage klar und übersichtlich ist. „Die meisten jungen Leute haben heute keine Zeit für komplizierte Bewerbungen. Je simpler das Verfahren, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass jemand sich tatsächlich bewirbt“, betont Orahovac. Dies spiegelt den modernen Anspruch wider: Schnelligkeit und Effizienz sind zentral.

Erfolg durch präzise Ansprache

Nachdem eine Kampagne für eine Stellenanzeige 60 Tage läuft, werden die Ergebnisse mithilfe des Meta-Werbeanzeigenmanagers regelmäßig analysiert. „Es ist wichtig,

die Zielgruppe nicht zu eng zu definieren. Der Algorithmus lernt über eine gewisse Zeit und kann somit auch Quereinsteiger ansprechen, die andernfalls übersehen würden“, erklärt Orahovac. Diese Strategie ermöglicht es Jobtastic, passiv suchende Kandidaten zu finden und sie zur Bewerbung zu animieren.

Ein wichtiger Akteur im Fachkräftemangel

Die Agentur Jobtastic hat mit ihrer effektiven Herangehensweise an digitales Recruiting in der Branche Aufsehen erregt. Hierbei spielt der Fachkräftemangel eine große Rolle; täglich erhält Jobtastic Anfragen von Unternehmen, die Personal insbesondere im IT-Bereich, Handwerk oder Pflege suchen. Die kürliche Auszeichnung mit dem DRX Award für die zweitbeste Recruiting-Kampagne bestärkt sie in ihrem Ansatz und zeigt, wie relevant ihre Tätigkeit in der heutigen Zeit ist.

Durch innovative Recruiting-Strategien leistet Jobtastic einen wesentlichen Beitrag zur Bewältigung aktueller Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt, insbesondere in Zeiten von Fachkräftemangel und wachsender Konkurrenz um talentierte Arbeitskräfte.

Anja Wittenberg

- **NAG**

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de