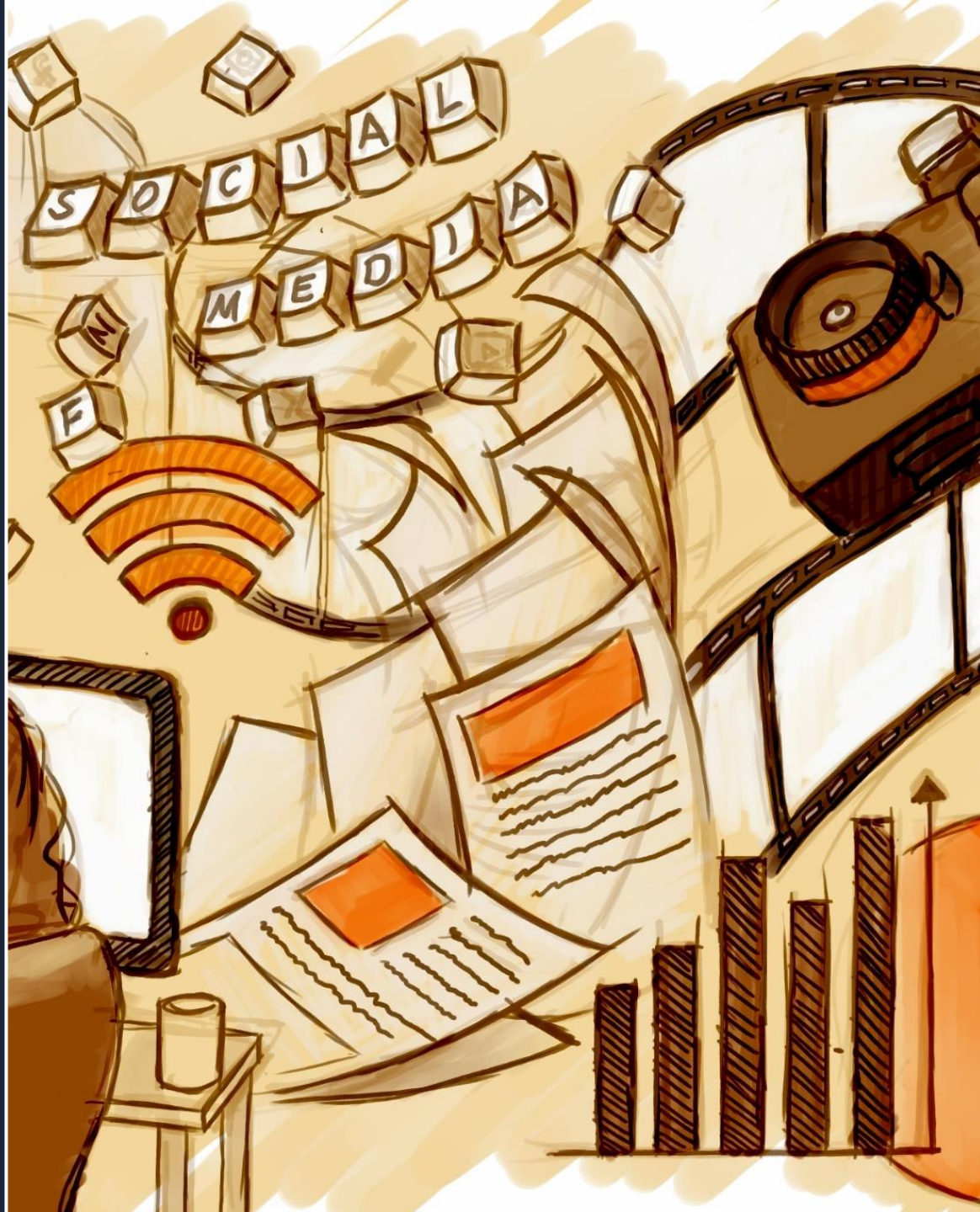


astiga media

*Online-Marketing  
(er)leben*

Video Marketing



## Mit Video – Marketing neue Mitarbeiter finden

- Ziele im Video-Marketing
- Das perfekte Job-Posting
- Videos als Mittel zum Zweck
- Wie „produziere“ ich ein Video fürs Personal-Marketing?
- Verbreitung der Job-Postings und Video-Clips
- Welche Bedürfnisse haben Bewerber?
- Wie spreche ich die passenden Bewerber an?
- Der passende Umgang mit den „richtigen“ Bewerbern



# Einleitung

Ziele im Personal-Marketing:

- Ausreichend qualifizierte und passende Bewerber für ein Wachstum von 20% p.a.
- Ca. 30. Mitarbeiter und 5-8% Fluktuation
- Wir benötigen also 6 neue Mitarbeiter und 2-3 Ersatz-Leute p.a.

Bei einer Quote von 10 Bewerbern auf 1 Einstellung:

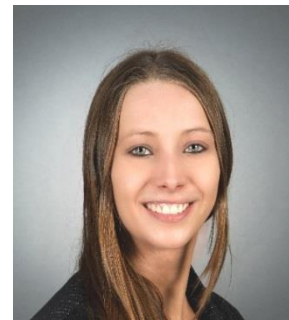
- 80 – 100 reale Bewerbungen von möglichst passenden potentiellen Mitarbeitern.
- Mit zunehmender Mitarbeitersumme steigt diese Zahl von Jahr zu Jahr.

Hinweis: Wir beschäftigen eine **Personal-Fachfrau in Teilzeit.**



## Job- Posting auf der eigenen Website

- Job **ausführlich beschrieben**  
(min. 400 – 500 Wörter)
- Die Jobs müssen leicht zu finden sein
- Bilder von echten Menschen
- Team-Seite / Über-uns Seite
- Du beschreibst (auch) was der Bewerber von einem Job bei uns hat.



- Alle Jobs werden zeitnah an die **Agentur für Arbeit** gemeldet (und dort auf [meinstadt.de](http://meinstadt.de) kostenfrei übermittelt).



# Bewerber finden mit Videos

In 2 -3 Min. sagen, **wen wir suchen:**

- Was bringst Du mit (als Bewerber)?
- Was erwartet dich als neuer Mitarbeiter bei uns?
- Warum sind wir ein attraktiver Arbeitgeber?
- Warum solltest Du wechseln?
- Was unterscheidet uns von anderen IT-Firmen?



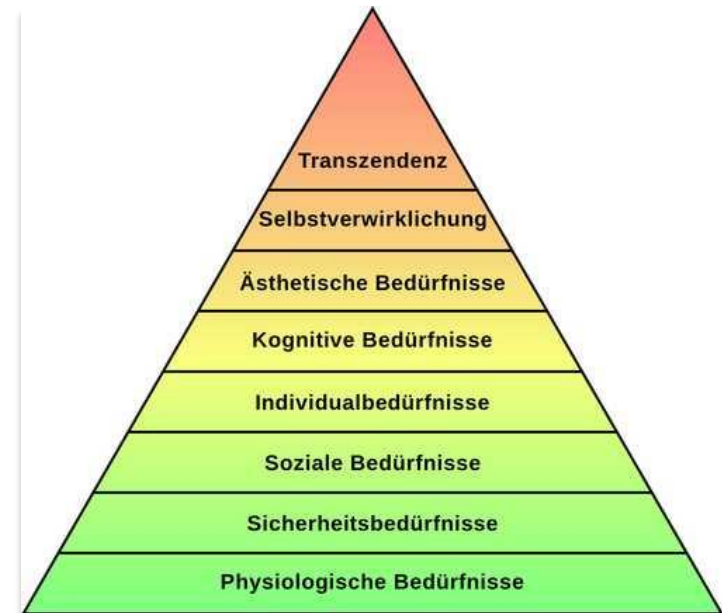
# Psychologie – Die Bedürfnisse eines Bewerbers

## IT-Fachmann / Support / Entwickler:

- Sicherheit (Geld / Struktur / Zuverlässigkeit)
- Ggf. Neugier / Interesse an neuen Themen & Technologien

## Vertrieb / Marketing:

- Anerkennung / sozialer Status
- Karriere / Neugierde



# Zutaten für das erste Bewerber-Video

## Equipment:

- 1-2 Kameras + Stativ, Leuchten

## „Studio“:

- Ruhige Ecke im Büro
- Neutraler Hintergrund (weiß / green Screen)

## Licht:

- Es muss hell sein – vor allem das Gesicht
- 2 – 3 Lampen gegen Schlagschatten

## Tipps:

- Portrait reicht aus
- Tisch vor dem Sprecher (unsichtbar) für den Text



# Das eigentliche Video

- Wer spricht hier:  
Name als „Bauchbinde“
- Worum geht's im Video: „Wir suchen Mitarbeiter ...“
- Die Aufgaben im Job?
- Welche Verantwortung hat man?
- Was solltest Du mitbringen? Was kannst Du schon?
- Was bringen wir dir bei? Was musst Du ggf. noch lernen?
- 120 –bis max. 180 Sekunden lang.

Die letzten 10 Sekunden:  
**Wo und wie kann ich mich bewerben.**

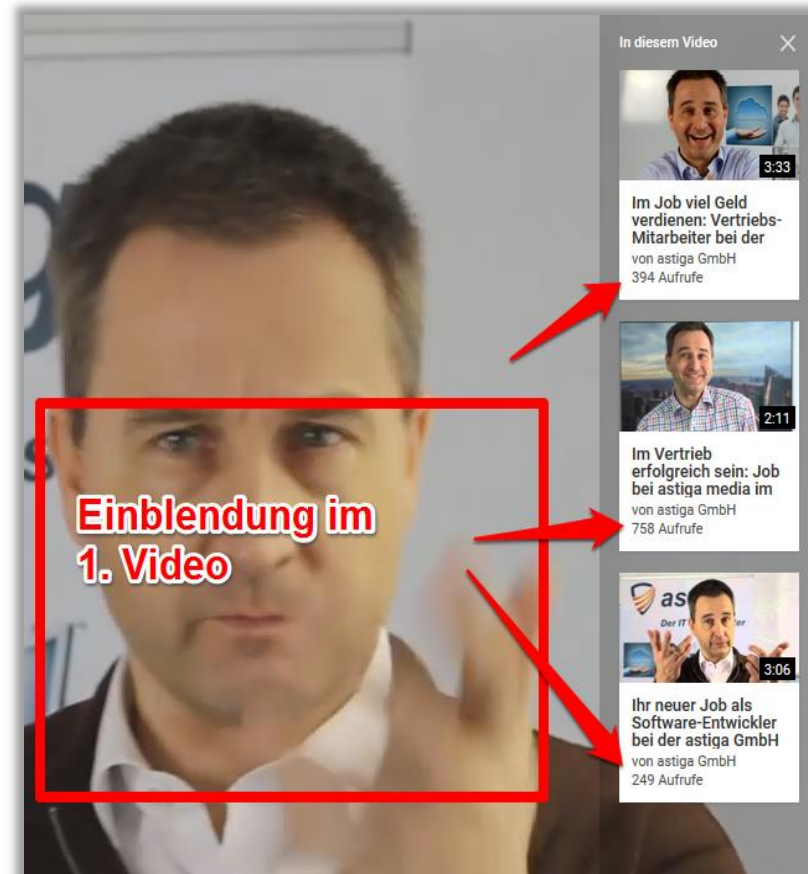
**Bitte nicht:** Lange Erklärung, was für eine tolle Firma Du hast.





## Ins Video kommt rein:

- Alle 15 – 20 Sek. Kurze Erläuterungen als Ergänzung zum Text
- Bauchbinde(n): Schriftzug unten
- Logo (oben)
- Call-to-Action:  
**Link zum Bewerbungsformular**
- Verweis auf ähnliche Videos von Euch zu ähnlichen Jobs



## Verbreitung des Videos:

Nutze **bestehende Kontakte** und Kanäle um auf das Job-Angebot aufmerksam zu machen:

- Einbinden auf der konkreten Job-Seite auf Eurer Website – above the fold
- Autoplay an (sofern Ton akzeptabel)
- Facebook, LinkedIn & XING nutzen
- Newsletter / per E-Mail
- Mitarbeiter, treue Kunden und sonstige Fans zum Teilen auffordern.

Wiederholt das Posting in den ersten 2-3 Wochen alle 4-7 Tage.

**Tipp:** Für Publikum zwischen 20 und 35 ist eine **Facebook-Anzeige** gut geeignet.



# Lustige oder ernste Videos?

Lustige Videos können funktionieren, sind aber oft grenzwertig

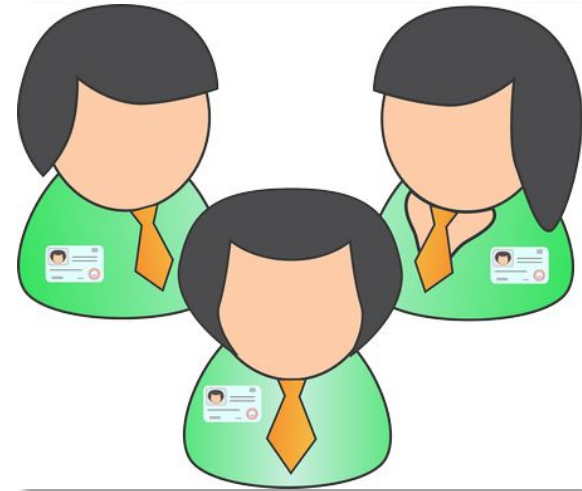
- Auf 1 lustiges Video kommen 4 „seriöse“ Clips.
- Lustige Videos können Zugpferd auch für ernste Clips sein (Einblendung)
- Spaßige Videos sprechen eher Vertriebler/Marketing-Leute an. Für IT-Techniker & Entwickler passen eher die seriösen Videos.

Bei ausgefallenen Videos:  
Mitarbeiter mit Kontakt nach extern  
„Mitsprache“ geben lassen.



## Etiquette im Umgang mit Bewerbern:

- Den **Bewerbungseingang** bestätigst Du binnen 48 Std. per Mail
- **Rückmeldung** binnen 3 Tagen ob die Firma Interesse hat. Je schneller das passiert, desto besser ist der Eindruck für den Bewerber.
- Sonst: zeitnah absagen.
- Das anschließende Gespräch mit dem Bewerber muss zeitnah erfolgen – schließlich bewirbt er sich auch noch woanders.
- Nach dem Bewerbungsgespräch muss der Kandidat wissen, wie es zeitlich weiter geht.  
Wer meldet sich bis wann bei ihm?  
**Max. 2–3 Tage für eine Zusage.**



- Aus Sicht des Interviewers ist der zweite Teil des Bewerbungsgesprächs eine Präsentation der Firma wie bei einem Vertriebs-Gespräch.

**Bewerber = Neukunde**



# Mein Fazit nach 1 Jahr Video-Marketing

- Mit Videos lassen sich am ehesten Marketing- und Vertriebs-Mitarbeiter finden.
- Nicht jeder Job braucht ein Video
- Ca. 60% der Bewerber in 2015 hatten eines der Videos gesehen.
- Die Clips polarisieren – das mag nicht jeder / spart aber Zeit
- Auch Video-Marketing braucht zeitlichen Vorlauf und Geduld
- Bewerbungen gehen oft erst 4-5 Wochen nach der Veröffentlichung ein
- Insgesamt haben wir ca. 40t€ an Recruiting-Kosten gespart



Ihre Fragen?

astiga media

*Online-Marketing  
(er)leben*

*Breitscheidstr. 65  
70176 Stuttgart*

*Tel.: 0711 4889050*

