



TALENTFOKUS

FALLBEISPIEL: *SCHAPFENMÜHLE GMBH, ULM*

# SOCIAL RECRUITING

*In dieser Fallstudie zeigen wir Ihnen anhand eines konkreten Projektes unsere Social Recruiting Strategie. Insgesamt haben wir mit dieser Strategie innerhalb eines Jahres für 11 offene Stellen über 630 qualifizierte Bewerbungen generiert. Von den 11 offenen Stellen konnten 10 besetzt werden.*

## **Die Herausforderung im konkreten Projekt:**

Knapp 40.000 Berufskraftfahrer und Berufskraftfahrerinnen fehlen jährlich allein in Deutschland, Tendenz steigend. Dieser Fachkräftemangel hemmt Wachstumspotenziale nicht nur einzelner Unternehmen, sondern ganzer Branchen.

Ein Problem, mit dem sich auch die Schapfenmühle in Ulm konfrontiert sah.

# INHALT

**3**

*KURZPORTRAIT:  
SCHAPFENMÜHLE*

**4**

*DIE HERAUSFORDERUNG*

**5**

*DIE LÖSUNG*

**6**

*DER TALENTFOKUS  
SOCIAL RECRUITING  
PROZESS*

**11**

*FAZIT*

**12**

*TALENTFOKUS – DAS  
SIND WIR*



## KURZPORTRAIT: DIE SCHAPFENMÜHLE IN ULM

Geschäftsbereiche: Lebensmittelindustrie, Lebensmitteleinzelhandel, Backhandwerk

Branche: Lebensmittelindustrie

Mitarbeiter: ca. 200

Die SchapfenMühle mit Sitz in Ulm ist ein innovatives, expandierendes Familienunternehmen und produziert und vertreibt hochwertige Mühlenprodukte, Mühlenmischungen und Cerealien.

Von den Standorten Ulm und Dornstadt versorgt das Unternehmen nationale sowie internationale Kunden mit Getreideprodukten.

# DIE HERAUSFORDERUNG

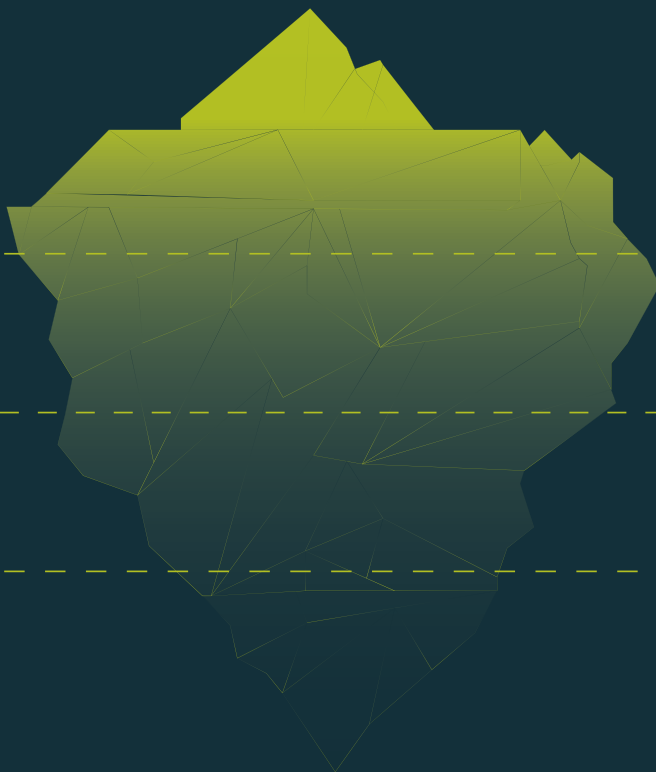
**„VIELE PERSONALVERANTWORTLICHE IN UNTERNEHMEN MACHEN IM MOMENT DIE ERFAHRUNG, DASS DIE TRADITIONELLEN MASSNAHMEN DER FACHKRÄFTEGEWINNUNG NICHT MEHR FUNKTIONIEREN.“**

THORSTEN ULMER, TALENTFOKUS

Die HR-Abteilung der SchapfenMühle bediente sich verschiedener Recruiting-Maßnahmen um die offenen Stellen zu besetzen. Sie veröffentlichte u.a. klassische Stellenanzeigen und schaltete Anzeigen auf Online-Plattformen.

## DAS PROBLEM:

- Konventionelle Maßnahmen für die Personalgewinnung sprechen immer nur die Menschen an, die aktiv nach einem neuen Job suchen. Dies sind in der Regel nur ca. 20%
- Doch es gibt eine weitaus größere Gruppe: Menschen, die unzufrieden sind aber nicht aktiv auf Jobsuche
- Oder Menschen, die zwar zufrieden mit Ihrer aktuellen Stelle sind, aber trotzdem offen für neue Jobangebote



**20 %**  
AUF AKTIVER JOBSUCHE



**70 %**  
- LATENT UNZUFRIEDEN,  
NICHT AUF AKTIVER  
JOBSUCHE



- ZUFRIEDEN, ABER OFFEN  
FÜR JOBANGEBOTE



**10 %**  
NICHT WECHSELWILLIG

# DIE LÖSUNG

Für das vorher beschriebene Problem gibt es eine Lösung: Wir sprechen geeignete Kandidatinnen und Kandidaten dort an, wo sie sich täglich aufhalten: Auf Social-Media-Kanälen. Wir haben für die Schapfen-Mühle daher unseren vierstufigen Recruiting-Prozess umgesetzt. Herzstück dieses Prozesses ist die Konzeptionsphase. Hier bauen wir ein tiefes Verständnis für die Zielgruppe auf. Wir beschäftigen uns mit den Bedürfnissen und Wünschen der Kandidatinnen und Kandidaten. Aber auch mit den Benefits, die der neue Arbeitgeber bieten kann. Unser Ziel: Resonanz bei den potentiellen Bewerbern. Denn aus Resonanz entsteht Relevanz. Im Rahmen von Social Media-Plattformen haben wir nur einen sehr kurzen Zeitraum, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu erlangen. Umso besser müssen wir verstehen, mit welchen Triggern wir Resonanz auslösen können.

Die folgenden Phasen bauen auf der Konzeptionsphase auf. In der Design- und Textphase entwerfen wir Anzeigen die später auf den Social Media Kanälen erscheinen. Außerdem setzen wir einen zielgruppenspezifischen Text um. Unser Ziel ist hier mit der richtigen visuellen und inhaltlichen Ansprache die Kandidatin oder den Kandidaten zum Klicken zu bewegen.

Nach dem Klick werden die Nutzerinnen und Nutzer auf eine mobiloptimierte Landingpage geführt. Auch hier setzen wir inhaltlich und visuell auf die analysierten Trigger, um die Zielgruppe bei ihrem Bedürfnis abzuholen. Auf der Landingpage stellen wir das Unternehmen und die offene Stelle näher vor. Das Herzstück dieser Phase ist ein kleines Quiz auf Basis von ca. fünf Fragen. Hiermit führen wir eine Vorqualifizierung durch. Das Ziel ist, dass sich nur die passenden Kandidatinnen und Kandidaten bewerben.

## DIESER PROZESS HAT DREI ENTSCHEIDENDE VORTEILE:

- Wir sprechen geeignete Kandidaten dort an, wo sie sich täglich aufhalten. Wir erzielen damit eine deutlich höhere Reichweite, weil wir nicht nur die aktiv suchenden Kandidaten erreichen.
- Der Bewerbungsprozess ist durch die mobile Landingpage sehr einfach gehalten. Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit einer Bewerbung deutlich.
- Durch die Vorqualifizierung erhalten Sie nur Bewerbungen von passenden Kandidatinnen und Kandidaten.



# DER TALENTFOKUS SOCIAL RECRUITING-PROZESS

## KONZEPTION

Wir analysieren intensiv ihre potentiellen Bewerberinnen und Bewerber. So schaffen wir nachhaltige Resonanz auf allen folgenden Ebenen.

## GESTALTUNG & TEXT

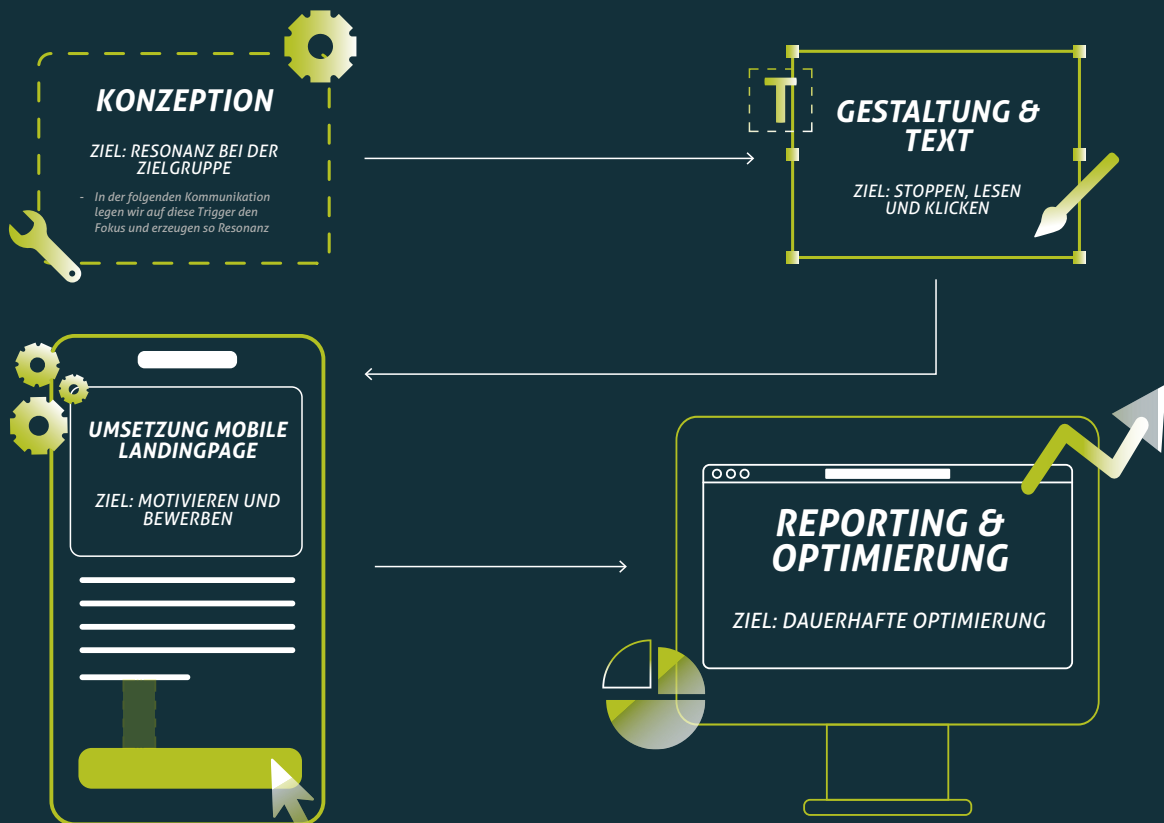
Das Ergebnis der Konzeption fließt in Design und Zielgruppenansprache. Unser Ziel: Die Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppe. Wir nennen es: „Stoppen, lesen und klicken.“

## UMSETZUNG EINER MOBILEN LANDINGPAGE

Hier bieten wir den Nutzern alle notwendigen Informationen und führen über einige wenige Fragen eine Vorqualifizierung durch.

## REPORTING & OPTIMIERUNG

Nachdem wir Ihre Recruiting-Maßnahme umgesetzt haben kümmern wir uns über die komplette Laufzeit um die Optimierung und geben Ihnen regelmäßig Rückmeldung mit aktuellen Daten.



# UNSER SOCIAL RECRUITING PROZESS IN DER PRAXIS

Für die SchapfenMühle in Ulm haben wir unseren bewährten Prozess umgesetzt. Auf den kommenden Seiten geben wir Ihnen Einblicke in das Projekt und dessen Ergebnissen.

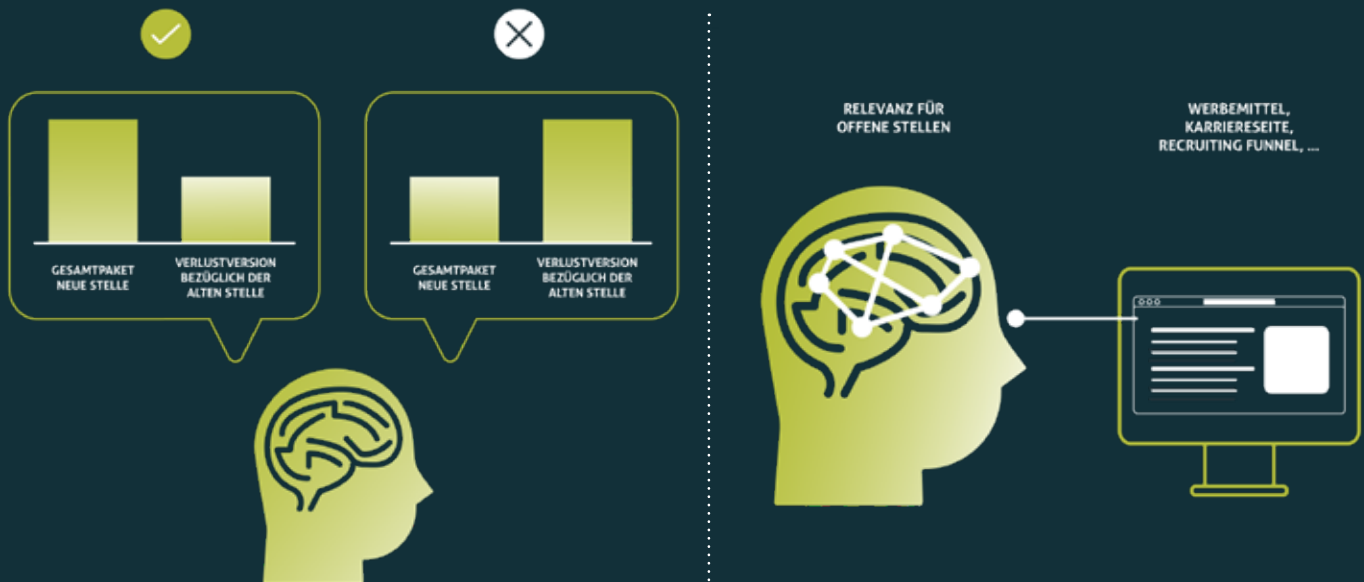


## KONZEPTION

Wie oben bereits beschrieben ist das Ziel dieser Phase ein tiefes Verständnis für die Zielgruppe zu entwickeln, um möglichst schnell und trotzdem nachhaltig Resonanz zu erzeugen.

Denn Resonanz ist die Voraussetzung für Relevanz. Wie gehen wir dabei vor? Eine Bewerbungsphase kann ein komplizierter Prozess sein. Aber meist reduziert sie sich für die Kandidat:innen am Ende auf eine Kernfrage: „Lohnt es sich für die neue Stelle meine aktuelle Stelle aufzugeben?“ Es werden also Risiken und Chancen der neuen Stelle gegeneinander abgewogen.

In der Psychologie sprechen wir hier von „Verlustaversion“. Für Unternehmen lautet daher im Recruiting die essentielle Frage: „Wie können wir die Entscheidung für oder gegen eine Bewerbung zu unseren Gunsten beeinflussen?“ Hierfür nutzen wir die Expertise aus 20+ Jahren Online-Marketing inkl. Methoden aus dem Neuromarketing und der Conversions-Optimierung. Dies verknüpfen wir mit digitalen Recruiting-Maßnahmen. Auf diese Weise schaffen wir Relevanz für Ihre offenen Stellen.



Lohnt es sich für die neue Stelle meine aktuelle Stelle aufzugeben?

Relevanz ist die Grundvoraussetzung für Aufmerksamkeit.



## GESTALTUNG UND TEXT

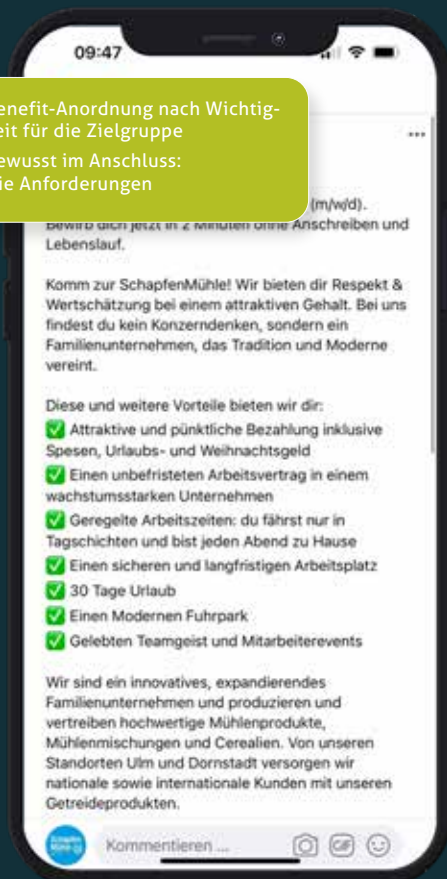
Die Herausforderung in der Design- und Textphase ist eine Besondere: Die Nutzer scrollen durch ihren Social Media Feed und sehen jeden Beitrag im Zweifel nur eine halbe Sekunde oder weniger. Das Hirn entscheidet nun jedes Mal blitzschnell, ob der Beitrag interessant ist oder nicht. Nur bei einem interessanten Beitrag wird der Scrollvorgang gestoppt. Daher lautet in dieser Phase das Ziel: Stoppen, lesen und klicken.

Wir haben bei der Anzeige daher bewusst auf ein großes aufmerksamkeitsstarkes Foto gesetzt, über das sich die Zielgruppe Berufskraftfahrer wiederfindet. So setzen wir einen ersten Stopp-Impuls. Außerdem haben wir – neben der Stellenbezeichnung – die wichtigsten Benefits für die Zielgruppe aufmerksamkeitsstark platziert. Diese sind sicherlich das wichtigste Argument für oder gegen einen Klick. Abschließend haben wir auch das Logo der SchapfenMühle prominent platziert, da die Firma in der Region eine hohe Bekanntheit genießt.

Auch bei der Textgestaltung sind wir strategisch vorgegangen. Da nur die ersten drei Zeilen des Textes ohne einen weiteren Klick zu sehen sind, haben wir hier die Stellenbezeichnung und ein sehr wichtiges Klick-Argument platziert: „Bewirb Dich jetzt in nur 2 Minuten ohne Anschreiben und Lebenslauf.“

Dies kommuniziert den Kandidatinnen und Kandidaten: Du musst nichts hochladen und kannst Dich direkt bewerben. Dies sorgt für eine deutlich höhere Bewerberrate. Außerdem haben wir im Text wieder die analysierten Trigger Wertschätzung und Gehalt gesetzt. Im Anschluss erscheinen die Benefits in Anordnung der Wichtigkeit für die Zielgruppe. Bewusst platzieren wir erst im Anschluss die Anforderungen.

- Benefit-Anordnung nach Wichtigkeit für die Zielgruppe
- Bewusst im Anschluss: Die Anforderungen



- Klickverstärker in den ersten Zeilen
- Analyisierte Trigger direkt danach
- Benefits aufmerksamkeitsstark nach Wichtigkeit sortiert





## UMSETZUNG EINER MOBILEN LANDINGPAGE

Mit den Klick auf die Anzeige hat die Kandidatin oder der Kandidat sein Interesse an der ausgeschriebenen Stelle deutlich gemacht. Wir leiten ihn nun auf eine mobiloptimierte Landingpage, auch „Recruiting-Funnel“ genannt. Die Aufgabe dieser Landingpage ist es, einerseits die wichtigsten Infos zu Unternehmen und ausgeschriebener Stelle zu kommunizieren. Andererseits aber auch die Bewerber so vorzuqualifizieren, dass das Unternehmen nur passende Kandidatinnen und Kandidaten erhält.

Dies schaffen wir über ein kurzes Quiz. Dieses Quiz beinhaltet ca. 5 Fragen, die sich an den Voraussetzungen für die ausgeschriebene Stelle orientieren. Gibt es eine bestimmte Voraussetzung die zwingend für die Stelle notwendig ist, besteht die Möglichkeit den Prozess abzubrechen. Diese Kandidaten landen dann erst gar nicht im Bewerberpool. Auf diese Weise reduzieren wir den Aufwand in der Personalabteilung.

Sobald die Kandidatin oder der Kandidat seine Daten eingetragen hat, haben wir etwas erreicht, was sich mit konventionellen Recruiting-Methoden nicht erreichen lässt: Passive Kandidaten werden zu aktiven Bewerbern und bekunden ihren Wechselwunsch. Und das Beste daran: Beide Seiten profitieren. Der Kandidat muss keinen aufwändigen Bewerbungsprozess durchführen. Das Durchlaufen des Recruiting-Funnels dauert nur maximal zwei Minuten und stellt sich als angenehm einfach und erfrischend anders dar. Das Unternehmen wiederum erhält Bewerbungen von Kandidaten, die es mit konventionellen Methoden gar nicht erreicht hätte. Eine glasklare Win-Win-Situation.

→ Recruiting-Funnel empfängt den Kandidaten komplett mobil-optimiert mit den wichtigsten Infos und einem „Message-Match“ über das bekannte Foto aus der Anzeige

→ Abfrage der notwendigsten Daten. Bewusst kein umfangreiches Formular

→ Nach dem Absenden: Passive Kandidatinnen und Kandidaten werden zu aktiven Bewerbern

→ Ein Quiz fragt spielerisch notwendige Kompetenzen und Qualifikationen ab

Unser SchapfenMühle-Team in der Logistik sucht dich als **Berufskraftfahrer Nahverkehr (m/w/d)** am Standort Ulm

Du bist im Besitz der Führerscheinklasse CE mit Eintrag 95?

Ja Nein

**Fast geschafft!**

Bitte gib uns noch deine Kontaktdaten damit wir uns bei dir melden können.

Dein vollständiger Name  
Deine E-Mail-Adresse  
Deine Telefonnummer  
 Ich akzeptiere die Datenschutzbestimmungen

Bewerbung absenden

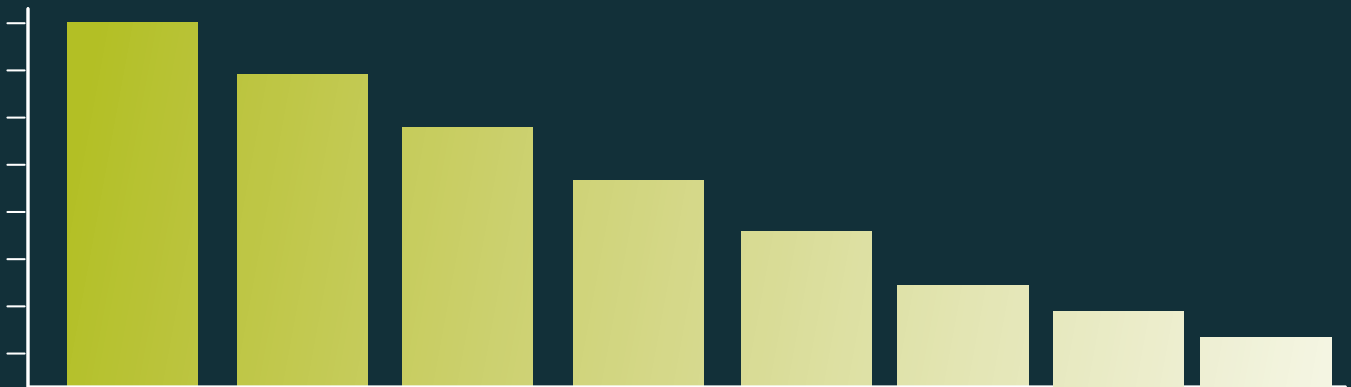


## REPORTING UND OPTIMIERUNG / RECRUITING ANALYTICS

Im Vergleich zu konventionellem Recruiting, lassen sich digitale Maßnahmen detailliert messen. In diesem Modul schaffen wir eine Schnittstelle zum Meta-Werbemanager und führen alle notwendigen Daten in einem professionellen Daten-Dashboard zusammen. Auf Wunsch erhalten Sie so jederzeit und auf Knopfdruck alle notwendigen Kampagnenergebnisse.

Wir von TALENTFOKUS nutzen diese Daten für laufende Optimierungen. Wir sehen auf diese Weise z.B. sehr genau welche Anzeigen besser funktionieren oder an welcher Stelle Bewerber:innen den Prozess abbrechen.

Impressionen 145.000 → Reichweite 57.000 → Beitragsinteraktion 858 → Link-Klicks 730 → Bewerbungen 46



**883**  
AUFRUFE

**102**  
KONTAKTE

**11.55%**  
KONVERTIERUNGSRATE

**17.55%**  
ABSCHLUSSQUOTE

# FAZIT

Unser Fallbeispiel zeigt, dass die folgende Kombination einen messbaren Unterschied im Erfolg Ihres Recruitings macht.

1. Eine saubere und umfangreiche Konzeptionsphase inkl. Zielgruppenanalyse
2. Eine darauf abgestimmte grafische und inhaltliche Kommunikation
3. Die Umsetzung eines mobiloptimierten Bewerbungsprozesses
4. Eine professionelle Datenanalyse und laufende Optimierung der Maßnahmen

## VORHER-NACHHER VERGLEICH

### VORHER:

- Einsatz traditioneller Recruiting-Maßnahmen wie eigene Karriereseite und Online-Jobbörsen
- Nur Ansprache von aktiv suchenden Kandidaten (ca. 20%)
- Bewerbungen in zu geringer Anzahl und dadurch Zeit bis zur Besetzung einer offenen Stelle relativ lang
- Recruiting-Budget relativ hoch
- Wenig digitale Sichtbarkeit in sozialen Medien
- Erfolgsmessbarkeit recht schwierig

### NACHHER:

- Einsatz moderner und zielgruppenspezifischer Recruiting-Maßnahmen
- Zusätzliche Ansprache von latent unzufriedenen und offenen Kandidaten (insgesamt ca. 90%)
- 28 qualifizierte Bewerbungen nach 6 Wochen
- Signifikante Einsparung durch Kanalfokussierung und geringes Mediabudget
- Hohe digitale Sichtbarkeit bei der relevanten Zielgruppe im geographisch relevanten Bereich
- Jederzeit abrufbare Kampagnendaten (Klicks, Kosten, Bewerbungen,...)

## RECRUITING KENNZAHLEN IM VERGLEICH

- ✓ **Cost per Hire:** Verringert sich, durch relativ niedriges Mediabudget
- ✓ **Channel Effectiveness:** Hoch, durch eine hohe Anzahl an qualifizierten Bewerbungen, in kurzer Zeit bei relativ niedrigem Mediabudget
- ✓ **Quality of Hire:** Hoch, durch Vorselektierung im Recruiting-Funnel
- ✓ **Candidate Satisfaction:** Hoch, durch einen zielgruppenorientierten und mobiloptimierten Bewerbungsprozess über den Recruiting-Funnel
- ✓ **Cost of Vacancy:** Verringert sich massiv, da die Stellen in der Regel schnell besetzt werden
- ✓ **Time of Vacancy:** Verringert sich ebenfalls massiv, da die Stellen in der Regel schnell besetzt werden
- ✓ **Candidate Conversion Rate:** Hoch, durch einen zielgruppenorientierten und mobiloptimierten Bewerbungsprozess über den Recruiting-Funnel
- ✓ **Hiring Manager Satisfaction:** Sehr hoch. Warum? Siehe oben. :-)

NOCH FRAGEN?

# BUCHEN SIE JETZT IHR KOSTENLOSES BERATUNGSGESPRÄCH

Sie glauben, unsere Expertise im digitalen Recruiting könnte auch Ihrem Unternehmen helfen? Dann melden Sie sich gerne für ein kostenloses Erstgespräch bei uns.

Darin beraten wir Sie unverbindlich zu Ihren Möglichkeiten der Personalgewinnung.



**THORSTEN ULMER**

☎ +49 (0) 73 23 / 95 38 817

✉ [t.ulmer@talentfokus.com](mailto:t.ulmer@talentfokus.com)

**ONLINE TERMIN VEREINBAREN**



**20+ JAHRE**

ERFAHRUNG IN  
ONLINE MARKETING



**200+**

PROJEKTE



**3 KERNWERTE**

WERTSCHÄTZUNG  
VERTRAUEN  
NACHHALTIGKEIT



## HALLO! WIR SIND TALENTFOKUS! DIE AGENTUR FÜR DIGITALES RECRUITING

**Not just another Social Recruiting Agency.**

Wir greifen auf die Expertise aus 20+ Jahren im Online Marketing zurück. Diese Erfahrung hilft uns statt der klassischen Kundenreise detailliert die Candidate-Journey zu verstehen. **Entlang dieser Reise der Kandidat:innen haben wir unser komplettes Leistungsportfolio gebaut.** Von der Aufmerksamkeitsphase über die Informationsphase bis zur Bewerbungsphase.

**Im Mittelpunkt von all dem steht immer die Kandidatin oder der Kandidat und deren oder dessen individuelle Bedürfnisse.** Darauf bauen wir alle folgenden Maßnahmen auf. Dafür nutzen wir Modelle aus Strategie, Neuromarketing und Conversion-Optimierung. Und verbinden es mit fundiertem Verständnis für Web-Technologien, Daten-Dashboards und Projektmanagement.

Unser Ziel: Resonanz bei Ihren geeigneten Kandidat:innen. Durch diese Resonanz erzeugen wir Aufmerksamkeit für Ihre Marke und Ihre offenen Stellen.

***Lassen Sie uns gemeinsam die Zukunft Ihres Unternehmens gestalten. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme und unser erstes gemeinsames Recruiting-Projekt.***



+49 (0) 73 23 / 95 38 817

✉ [kontakt@talentfokus.de](mailto:kontakt@talentfokus.de)

🌐 [www.talentfokus.com](http://www.talentfokus.com)