

Virtuelle Bühne: Mitarbeitergewinnung mittels sozialer Medien

Eine der wichtigsten Aufgaben der Praxisführung ist heute die Mitarbeitergewinnung. Welche Bedeutung soziale Netzwerke in diesem Zusammenhang tragen und wie man Social Media gekonnt für die eigene Praxis nutzbar machen kann, erläutert der folgende Beitrag.

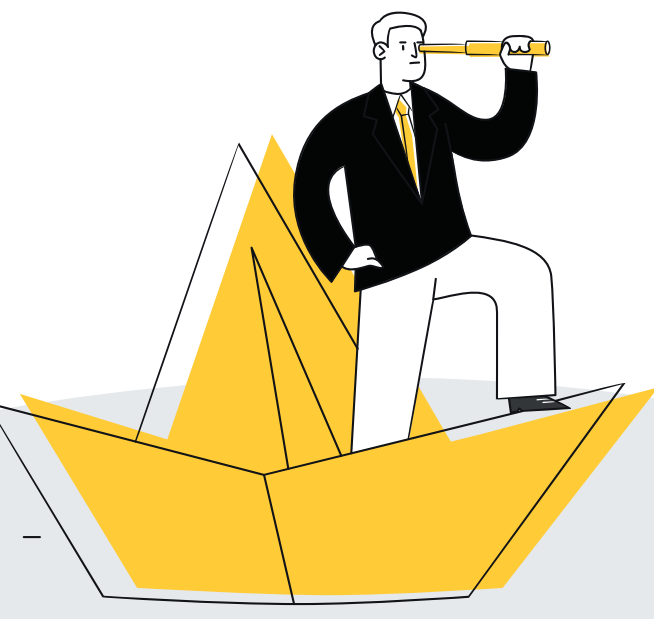
Hannah Kerschbaumer

Social Media umfasst im heutigen Markt primär die Betreuung der marktführenden Netzwerke: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube und TikTok. Hierbei erschaffen die unterschiedlichen Netzwerke einen persönlichen Zugang zu den spezifischen Firmen und Praxen. Durch das Publizieren von Bildern (Postings), spontanen Videoaufnahmen (Storys), 30-sekündigen Themenvideos (Reels/TikTok), Kurznachrichten (Tweets) und Liveauftritten können die Unternehmen ihr Corporate Image aufbauen, unterstreichen sowie formen und erzielen damit eine bedeutsame, genau auf die Zielgruppe ausgerichtete Reichweite. Hinsichtlich des Kosten-Nutzen-Verhältnisses ist Social Media unschlagbar.



Wie kann ich das für die Praxis nutzbar machen?

Die Social-Media-Marketingstrategie ist ein wesentlicher Bestandteil eines erfolgreichen Social-Media-Auftritts. Für diese Strategie ist es unumgänglich, das individuelle Geschäftsziel zu formulieren: Möchten Sie Kunden bzw. Patienten in Markenbotschafter verwandeln, Markenzugewinn, die Inanspruchnahme zum Beispiel bestimmter ästhetischer Behandlungen oder langfristige Kundenbindung erwirken? Jedes der einzelnen Ziele bedingt eine individuelle Kommunikationsform und das Analysieren der spezifischen Kennzahlen der Geschäftsziele, um Follower zu generieren und zu halten. Zusätzlich gilt es, seine Audienz zu identifizieren und einen Mehrwert für die User durch Ihren Content zu generieren.





Um eine wirksame Strategie und das Basis-Know-how zu entwickeln, brauchen Sie die Unterstützung von professionellen Agenturen, sofern Sie noch keine Erfahrungen in diesem Sektor haben. Wir empfehlen der „normalen“ Praxis aber, die Durchführung der Maßnahmen mit „Bordmitteln“ selbst durchzuführen, weil eine professionelle Umsetzung schnell hohe Kosten verursacht.

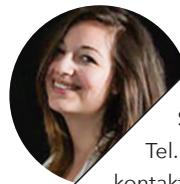
Was muss ich vorbereitend tun, um Mitarbeiter zu gewinnen?

Fragen Sie sich: „Warum sollten die User mir folgen?“ und richten Sie danach Ihren Content aus. Es hat sich als empfehlenswert herausgestellt, ausreichend Zeit und Professionalität in die sozialen Medien zu investieren, um einen langfristigen Marketingerfolg gewährleisten zu können. Ein weiterer Vorteil eines professionellen Auftritts in den sozialen Medien ist aber eben nicht nur der Zuwachs an Neukunden bzw. Neupatienten, sondern auch der Gewinn potenzieller Arbeitnehmer als Form des Patienten- und Mitarbeitermarketings. Durch die herrschende Knappheit der Human Resources auf dem Arbeitsmarkt lenkt ein professioneller Social-Media-Auftritt nicht nur die Aufmerksamkeit von Arbeitssuchenden auf Ihren Arbeitsplatz, sondern kann auch die Attraktivität des Arbeitsplatzes signifikant steigern. Hier kann verdeutlicht werden, wer Sie als Praxis sind, wie die Praxis aussieht und auch, wie beliebt die Praxis bei den Usern anhand der Kennzahl der Follower-Anzahl ist. Das sorgt dann dafür, dass sich deutlich mehr zu Ihrer Praxis passende Assistenten bewerben, als wenn Sie diesen Kanal außer Acht ließen. Warum? Weil Ihre passende Strategie dafür sorgt, dass Ihre Praxis auf den Smartphones von genau zu Ihnen passenden Bewerbern erscheint – und zwar optimal getaktet.

Was kostet es und was bringt es?

Die Erstellung eines Kanals ist bei den größten Anbietern kostenfrei. Jedoch sollten Sie für die Betreuung eines Kanals auf den sozialen Plattformen ausreichend Ressourcen zur Verfügung stellen, wie z.B. Zeit, Geld und Know-how, da oftmals der Aufwand hinter einem erfolgreichen Social-Media-Profil unterschätzt wird. Dennoch sind die Erfolgsaussichten bei einer langfristigen Kommunikationsstrategie nach unserer Erfahrung denen des klassischen Marketings (wie z.B. Printwerbung) oftmals überlegen und gerade in der heutigen Zeit ein wichtiges Marketinginstrument, um langfristig Kunden sowie Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten.

Bei weitergehendem Interesse können Sie gerne anhand der unten stehenden E-Mail-Adresse kostenfrei eine Broschüre zum Thema „Recruiting“ anfordern.



Hannah Kerschbaumer

Wirtschaftspsychologin, M.Sc.

Sander Concept GmbH

Tel.: +49 30 28045500

kontakt@sander-concept.de

www.sander-concept.de

Infos zur Autorin

