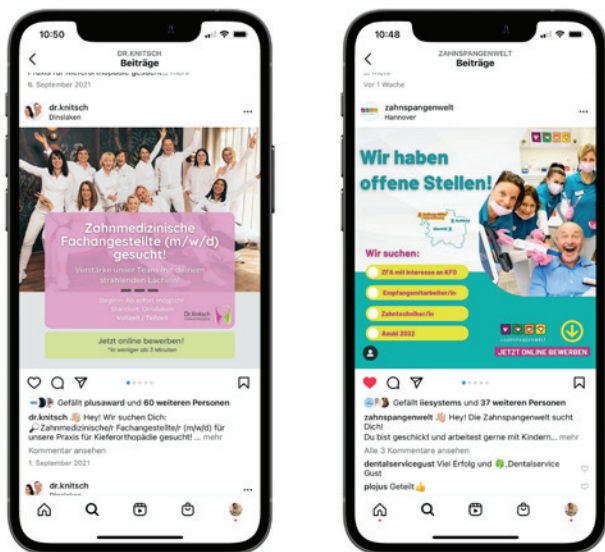
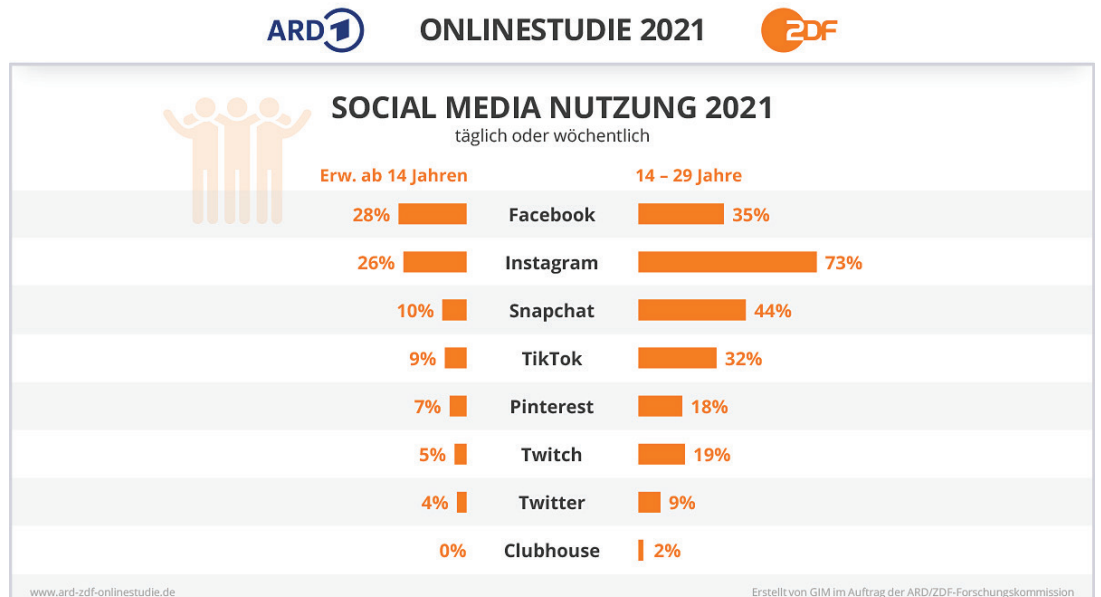
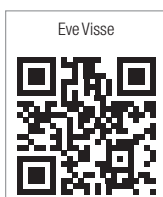




1



2



Social Recruiting

← Seite 1

Befragten dieser Altersgruppe nutzen täglich oder wöchentlich die zu Meta gehörende Foto-App. Auf Facebook entfällt bei dieser Gruppe ein Anteil von 35 Prozent (Abb.2). Mit innovativ und kreativ gestalteten Stellengesuchen lassen sich über diesen Weg nicht nur Wunschkandidaten im Bereich Zahnmedizinische Fachangestellte ansprechen, sondern auch Ausbildungskräfte gewinnen.

Stellenanzeigen im Wandel der Zeit

Wirft man einen Blick in die Vergangenheit, denkt man bei der Personalsuche spontan an Stellenanzeigen in Lokalzeitungen und Anzeigenblättern oder Aushänge in Ladenlokalen bzw. der eigenen Praxis. Interessenten waren seinerzeit aktiv auf der Suche nach Arbeits- und Ausbildungsplätzen. Im Vergleich zu heute bedeutete das eine definitiv höhere Anzahl von eingehenden Bewerbungen. Sol-

che kamen per Post mit einer klassischen Bewerbungsmappe, die neben dem Anschreiben den Lebenslauf und alle Zeugnisse enthielt.

Mit den 2000er-Jahren wurde das Recruiting allerdings immer digitaler, was mit einer deutlich reduzierten Anzahl von Stellenangeboten in Printmedien einherging. Online-Medien wie die eigene Webseite, Online-Jobbörsen oder soziale Netzwerke kamen hinzu. Bedingt durch den Fachkräftemangel wandeln sich potenzielle Kandidaten von früher aktiven zu heute passiven Bewerbern. Die Folge ist eine erheblich sinkende Anzahl eingehender Bewerbungen für offene Stellen in der Praxis, die teilweise sogar

unbesetzt bleiben. Um geeignetes Personal zu gewinnen, sind Praxen somit gezwungen, neue Wege zu gehen, um interessierte Job- oder Ausbildungssuchende von eben ihrer Praxis zu überzeugen. Dies ist mit Online-Anzeigen im Vergleich zur Printversion deutlich komfortabler und zielgerichteter möglich. Damit verbundene Vorteile sind: Online-Anzeigen können nicht nur passgenau auf die gewünschte Zielgruppe zugeschnitten werden. Sie lassen sich zudem exakt dort schalten, wo die Zielgruppe sich aufhält.

Sie sind weitaus reichweitenstärker als die klassische Zeitungsanzeige. Zudem sind die Kosten in aller Regel deutlich geringer (Abb.3).

ANZEIGE



ZWP ONLINE

www.zwp-online.info/newsletter

Hol dir dein
#insiderwissen

Mit dem neuen
Newsletter
Kieferorthopädie
coming soon ...



„Um geeignetes Personal zu gewinnen, sind Praxen somit gezwungen, neue Wege zu gehen, um interessierte Job- oder Ausbildungssuchende von eben ihrer Praxis zu überzeugen.“



3

Social Recruiting und Employer Branding

Social Recruiting ist ein Instrument, über das eine Praxis nicht nur qualifizierte Mitarbeiter gewinnt, sondern das gleichzeitig auch für eine Stärkung der Arbeitgebermarke sorgt. Ein ganz wichtiger Aspekt, denn die Arbeitgebermarke liefert den Grundstein für ein erfolgreiches Social Recruiting und steigert Ansehen und Reputation der Praxis in der Region.

Gerade für die jüngere Generation ist ein gutes Employer Branding ganz entscheidend. Der berufliche Nachwuchs legt unter anderem großen Wert auf gutes Betriebsklima und flache Hierarchien. Facebook und Instagram machen es möglich, zielgruppengerecht mit „privaten Charakter“ und damit auf Augenhöhe zu kommunizieren sowie einen ersten Überblick über den zukünftigen Arbeitsalltag der Bewerberinnen und Bewerber zu geben, um sie so zu überzeugen, sich beim richtigen Arbeitgeber zu bewerben (Abb. 4).

„Online-Anzeigen können nicht nur passgenau auf die gewünschte Zielgruppe zugeschnitten werden. Sie lassen sich zudem exakt dort schalten, wo die Zielgruppe sich aufhält.“

Folgende Faktoren spielen in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle:

- Ästhetische und aktiv gepflegte Social Media Profile
- Einblicke in den Praxisalltag (z.B. durch Stories bei Instagram)
- Authentischer Content
- Teamvorstellungen.



„Digitalisierung und Internetnutzung erfordern in allen Bereichen einen Umdenkungsprozess – nicht zuletzt auch bei der Mitarbeitergewinnung.“

Tipps für erfolgreiche Stellenanzeigen bei Facebook und Instagram

Persönliche Gestaltung

Im Rahmen der direkten Ansprache der Zielgruppe können unter anderem Einblicke in den Praxisalltag gegeben werden. Praxisteam, Chefs und Arbeitsplatz sollten vorgestellt werden.

Qualität des Materials

Videos sind das Nonplusultra auf Social-Media-Plattformen. Wichtig ist hier – wie auch bei allen verwendeten Fotos – eine sehr gute Qualität.

Arbeitgeberqualität herausstellen

Jeder Bewerber wünscht sich, in einer Praxis mit gutem Betriebsklima zu arbeiten. Über die entsprechenden Kanäle lässt sich transportieren, dass die Praxis ein toller Arbeitgeber ist.

Einfacher Bewerbungsprozess

Die Möglichkeit, sich bei der Praxis zu bewerben, sollte so einfach und komfortabel wie möglich gemacht werden.

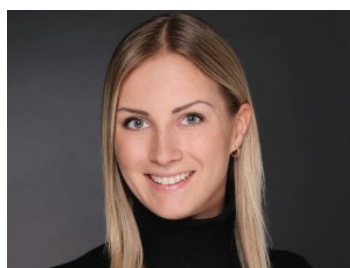
Angebot von Online-Bewerbungsverfahren

Statt postalische Bewerbungen zu fordern, lässt sich eine Bewerbung auch online und damit quasi auf Knopfdruck ermöglichen. Erfahrungsgemäß melden sich so deutlich mehr potenzielle Mitarbeiter auf das Jobangebot.

Fazit

Qualifizierte und engagierte Mitarbeiter sind ein entscheidender Faktor für den Erfolg einer Praxis. Unbesetzte Stellen können empfindliche Auswirkungen auf den gesamten Praxisablauf und das Betriebsklima haben und bei der vorhandenen Stammelegschaft zu Überlastung sowie Unzufriedenheit führen, im ungünstigsten Fall sogar den Wunsch nach einem Arbeitgeberwechsel hervorrufen. Die erfolgreiche Rekrutierung von qualifiziertem Personal ist damit ein Bereich, der bereits jetzt und zukünftig noch stärker an Bedeutung gewinnt. Die Wege, die zum Erfolg führen, sind heute jedoch andere als noch vor einigen Jahren. Digitalisierung und Internetnutzung erfordern in allen Bereichen einen Umdenkungsprozess – nicht zuletzt auch bei der Mitarbeitergewinnung.

kontakt



Eve Visse
Perfect Smile Media
Friesenplatz 4
50672 Köln
Tel.: +49 151 75083116
info@perfectsmile-media.de
www.perfectsmile-media.de

Sie machen KFO?

Wir Ihre Abrechnung!

Professionell, Kompetent, Partnerschaftlich!

zo solutions AG

DIE KFO-ABRECHNUNGSPROFIS

Tel. 0041784104391
info@zosolutions.ag
www.zosolutions.ag

Qualifizierte Sicherheit im Datenschutz
certifizierter beauftragter PSB-TÜV

ANZEIGE

hinz

„Ihre Patienten müssen nicht alle Zähne pflegen. Nur die, die Sie behalten möchten!“

• **Die Alternative** zu Zahnpasta

• Für eine **natürliche Mundpflege** und optimale Plaque-Kontrolle an allen Zahnflächen, **verhindert Abrasionsschäden**

• **Zur Verhütung** von Zahnfleisch- und Mundschleimhautentzündungen

• **Begünstigt eine ausreichende Bio-verfügbarkeit** von aktiven Fluorid-Ionen im Speichel und Plaque-Fluid zur permanenten Remineralisation

• **Lindernd** bei bakteriellen und viralen Infektionen (**Aphten, Herpes**) und nach operativen Eingriffen (**Extraktionen, PA- und Gingiva-Chirurgie**)



Entwickelt und auf Wirksamkeit wissenschaftlich klinisch getestet am ORMED Institut für Orale Medizin an der Universität Witten/Herdecke



dr-hinz-dental.de

40 **hinz**
1982 – 2022

info@dr-hinz-dental.de
0 23 23 / 59 34 20