

LINKEDIN – TEIL JEDER BEWERBUNGSSTRATEGIE

Mitarbeitersuche über soziale Netzwerke

LinkedIn hat sich international als das führende soziale Netzwerk für Rekrutierung und Bewerbung etabliert. Dies trifft vor allem für Stellen gut qualifizierter Fach- und Führungskräfte zu. Xing war im deutschsprachigen Raum lange Zeit eine Alternative. Inzwischen verzeichnet aber LinkedIn auch in diesen Ländern mehr Mitglieder. Mittel- bis langfristig dürfte LinkedIn die führende Stellung weiter ausbauen. Für Unternehmen bietet die Plattform die Möglichkeit, gesuchte Fachspezialistinnen und Fachspezialisten rasch zu finden und direkt anzusprechen. Während dieses Vorgehen früher den Headhuntern vorbehalten war, suchen Unternehmen ihre Mitarbeitenden heute vermehrt auf diesem Weg. Sie haben die Rekrutierung spezialisiert. Das Berufsbild des Recruiters ist anspruchsvoller geworden. Sie müssen potentielle Mitarbeitende immer gezielter aufspüren und ihnen Stellen anbieten. Dies geschieht über Sourcing, wofür das Headhunter-Handwerk benötigt wird. Viele Sourcer waren früher selber Headhunter. LinkedIn bietet Unternehmen ein Zusatzmodul für die Rekrutierung an. Dieses bietet zusätzliche Selektionsmöglichkeiten. Und Recruiter können praktisch das gesamte Bewerbermanagement darüber abwickeln.

LinkedIn – Inbound-Strategie für Stellensuchende

Da immer mehr Unternehmen auf LinkedIn Mitarbeitende suchen, ist ein Profil für Stellensuchende unerlässlich. Viele sehen aus Datenschutzgründen von einer Mitgliedschaft ab. Trotzdem empfehle ich, auf diesem Netzwerk präsent zu sein. Ein weiterer Grund für die Zurückhaltung ist, dass Unternehmen die Plattform für ihr Employer Branding nutzen. Sie möchten daher ihre Mitarbeitenden dazu motivieren, auf LinkedIn als Aushängeschilder des Unternehmens präsent zu sein. Dies nehmen Mitarbeitende als Interessenkonflikt wahr. Sie möchten sich in erster Linie anderen Unternehmen für einen nächsten Karriereschritt präsentieren. Ich finde, dass sich die beiden Anliegen verbinden lassen. Wichtig ist, ein Profil aufzuschalten, bevor man auf Stellensuche ist. Interessante Unternehmen sollten Sie schon wahrnehmen, wenn Sie in Ihrem Job noch zufrieden sind. Recruiter beobachten ihre relevanten Arbeitsmärkte auch wenn sie nicht am Rekrutieren sind. Eine gute Inbound-Marketingstrategie am Arbeitsmarkt bedeutet, dass Sie jederzeit ansprechbar sind, wenn ein Unternehmen Ihnen einen interessanten Job anbieten kann.