



HANSERANKING

Damit's bei Ihnen Klick macht!

HANSERANKING ACADEMY

SEA WHITEPAPER
PERSONALSUCHE
LEICHT GEMACHT

INHALT

01 VORWORT *Seite 3*

02 Stellenbewerbungen in Google *Seite 4*

03 Google Ads - bezahlte Werbung *Seite 5*

04 Google for Jobs - unbezahlte SEO Maßnahmen *Seite 8*

05 Tracking *Seite 11*

06 Social Media Marketing *Seite 13*

07 Weitere Portale *Seite 15*

08 Fazit *Seite 16*

VORWORT

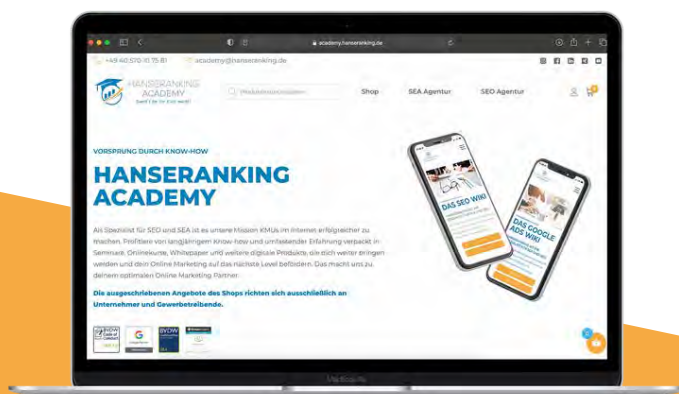
In der heutigen Zeit suchen immer mehr Menschen online nach Stellenangeboten. Um also sicherzustellen, dass Deine offenen Stellenangebote eine hohe Reichweite erzielen, aber auch von passenden potenziellen Bewerber*innen gesehen werden, ist es wichtig, diese auf Online Jobbörsen und Suchmaschinen zu veröffentlichen.

Google darf dabei natürlich nicht fehlen. So findest Du hier beispielsweise mit Google Ads, aber auch der eigenen Plattform "Google for Jobs" interessante Möglichkeiten, Deiner vakanten Stelle relevante Reichweite zu verleihen.

Außerdem zeigen wir Dir, was Du für ein gutes Tracking tun musst, um die Performance Deiner Stellenanzeigen im Blick zu haben und ggf. optimieren kannst. Abschließend nehmen wir uns noch Portale wie beispielsweise Facebook, Instagram oder LinkedIn vor, die für die Platzierung Deiner Vakanzen ebenfalls nicht fehlen dürfen.

Schritt für Schritt erläutern wir Dir, was Du tun musst, um eine Stellenausschreibung erfolgreich zu platzieren und somit die besten Kandidaten für Dein Unternehmen gewinnst.

**BEI FRAGEN ODER WEITERFÜHRENDEN INFORMATIONEN
STEHEN DIR UNSERE EXPERTEN JEDERZEIT ZUR
VERFÜGUNG!**



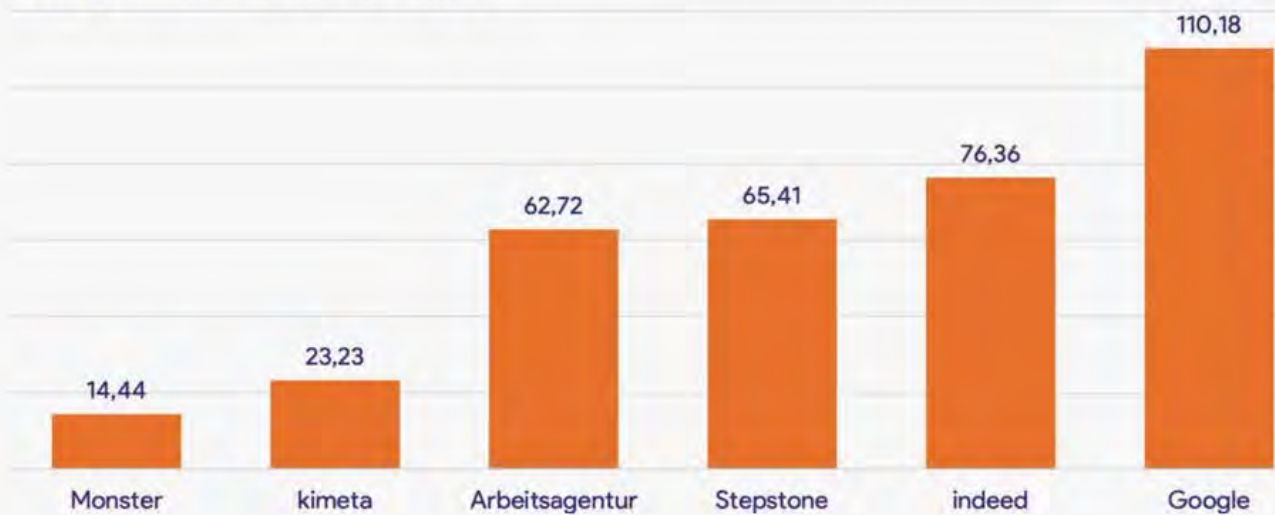
**Jetzt Kontakt
aufnehmen**

STELLENBEWERBUNGEN IN GOOGLE

Mehr als 75 % aller Arbeitssuchenden nutzen Google für ihre Stellensuche.

Recruiting Zukunft

Google ist bereits Marktführer im Bereich der Jobsuche und hat alle anderen Mitbewerber verdrängt (Sichtbarkeit nach SISTRIX).



Jeden Monat gibt es allein in Deutschland mehr als 70 Millionen Suchanfragen zum Thema "Jobs" bei Google. Aktiv oder passiv suchende Bewerber erhalten personalisierte Werbebotschaften in Form von Text- oder Bildanzeigen, die genau zu ihrem Suchverhalten und Interessengebiet passen. Die Stellenangebote werden direkt dann eingeblendet, wenn die Person danach sucht.

Welche Möglichkeiten stehen Dir zur Verfügung, um Deine Stellenangebote zu vermarkten?



GOOGLE ADS - BEZAHLTE WERBUNG

Nutze die enorme Reichweite von Google und beziehe Google Ads bei der Vermarktung Deiner Stellenanzeigen unbedingt mit ein. Über diesen Weg erreichst Du nicht nur potenzielle Bewerber*innen, sondern kannst auch einen positiven Eindruck bei einer passiven Zielgruppe hinterlassen. Diese wird Dich positiv im Gedächtnis bewahren und bei Bedarf wissen, auf wen Sie beim Stellengesuche zugehen. Denn mit Google Ads Werbung kannst Du Deine langfristigen Marketingziele, wie z. B. #employerbranding oder #employerexperience, wunderbar im Blick behalten.

Stellenanzeigen im Suchnetzwerk

Google Search Ads sind Textanzeigen, die in der Google Suche erscheinen, nachdem der Suchende relevante Suchbegriffe eingegeben hat.

Anzeigentexte - bei den Stellenangeboten ist es wichtig, die Markenbotschaft des Arbeitgebers durch die Alleinstellungsmerkmale und abgestimmte "Call-to-Actions" rüber zu bringen. Dafür müssen die Anzeigentexte entsprechend angepasst werden. Die Keywords für das Personalmarketing sind durch das große Wettbewerbsumfeld teuer. Es empfiehlt sich, den Anzeigen mehrere Keywords hinzuzufügen und sie regelmäßig auf Qualität und Performance zu überprüfen.

Bestimme im Vorfeld die Zielgruppe für die zu bewerbenden Stellenanzeigen und vergewissere Dich, dass wichtige Benefits wie beispielsweise flexible Arbeitszeiten, Homeoffice etc. in die Anzeigentexte eingebunden werden.

Darüber hinaus werden alle Besucher von Google eigenständig in Zielgruppen gruppiert. Daher ist es wichtig, die schon vorhandenen Zielgruppen auf Beobachtung einzustellen. Es ermöglicht Dir einen tieferen Einblick in das Verhalten der Suchenden.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Standortausrichtung. Abhängig von dem Stellenangebot hat der Arbeitgeber den Bewerbern gegenüber bestimmte Erwartungen oder bietet spezielle Angebote an. Dienstreisen oder ein bezahlter Umzug beeinflussen die Bestimmung des Einzugsgebiets.

Stellenanzeigen im Displaynetzwerk

Das Stellenangebot erreicht aktive oder auch passive Bewerber genau im richtigen Moment - genau auf den Websites, auf denen sie gerade surfen. Google Display Ads erscheinen auf den Websites, die ähnliche Themen wie die Werbeanzeige behandeln. Die Werbebanner können hier in verschiedenen Formaten eingebaut werden. Damit ist sichergestellt, dass die verfügbare Fläche der jeweiligen Partnerwebseite ausgefüllt ist und gegenüber Interessent*innen eingeblendet wird.





Auch mit Google Ads lässt sich die Funktion des Remarketings umsetzen. Personen, die mit Deiner Website schon in Kontakt getreten sind, werden auf die Sammel Listen eingetragen. Sobald die Listen fertig erstellt sind und den technischen Anforderungen entsprechen, kannst Du sie für die Displaykampagnen einsetzen. Damit steigt die Wahrscheinlichkeit, Besucher*innen, die bislang noch nicht konvertiert sind zu einer Conversion zu bewegen. Schließlich wird die Anzeige ein weiteres Mal ausgespielt und der Druck somit erhöht.

Performance Max und Videokampagnen

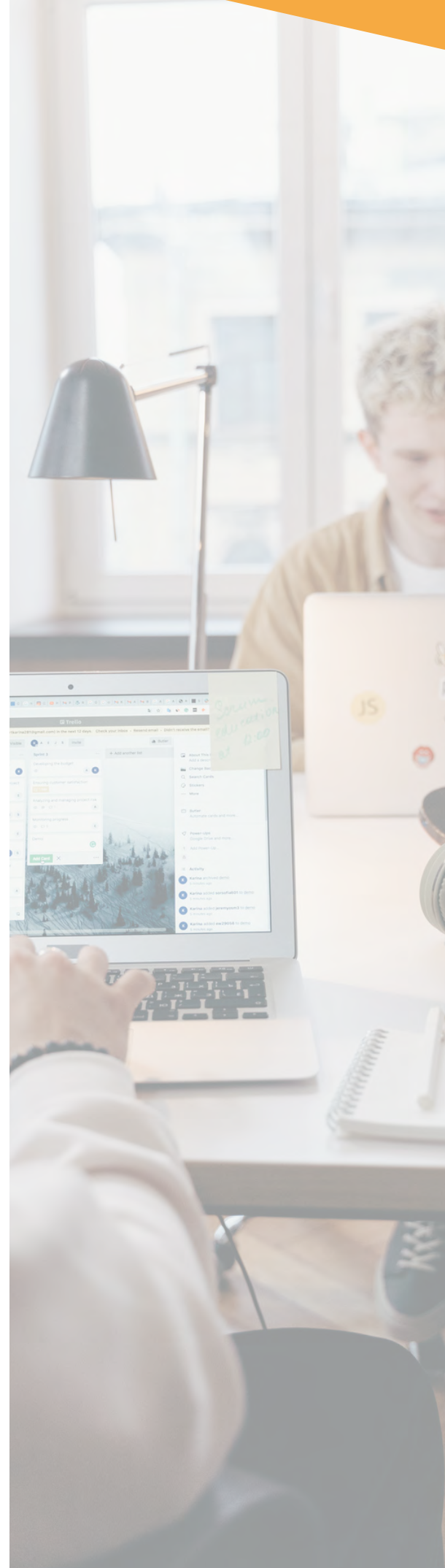
Performance Max ist ein zielbasierter Kampagnentyp, mit dem man über eine einzige Kampagne auf das gesamte Google Ads-Inventar zugreifen kann. Es wurde entwickelt, um die Keywordbasierten Suchkampagnen zu ergänzen und dabei zu helfen, mehr konvertierende Kunden über alle Google Kanäle wie YouTube, Display, Search, Discover, Gmail und Maps zu finden. Solltest Du also Inhalte in Form von Videos, bspw. Azubi-Werbefilme oder Image-Videos haben, können diese nun mit einem Tool (Performance Max) auf YouTube, Partnerseiten oder auch in Apps hochgeladen und beworben werden.

GOOGLE FOR JOBS - UNBEZAHLTE SEO MASSNAHMEN

Google for Jobs: Seit Mai 2019 werden die Stellenausschreibungen in Deutschland direkt in den Suchergebnissen als Rich Snippets angezeigt. Es handelt sich dabei um eine Art der Stellensuche innerhalb der Google Suche. Der Algorithmus von Google durchsucht das Internet (Karriereseiten, Jobbörsen, Unternehmensseiten) nach Stellenanzeigen und liefert diese direkt an die Google for Jobs Oberfläche.

Stellenangebote in HTML werden mit einem 'job posting markup' versehen. Je hochwertiger die Daten bereitgestellt werden, desto höher ist die Chance, dass Google das Stellenangebot als solches interpretiert und mit in der Jobauflistung aufnimmt. Voraussetzung dafür sind die sogenannten strukturierten Daten auf Deiner Website. Strukturierte Daten helfen Suchmaschinen, Informationen von Websites exakt einzuordnen und dementsprechend passend anzeigen zu lassen. Auf diesem Wege erkennt der Google Bot eine Stellenanzeige und nimmt sie in die Suchergebnisse mit auf.

Du kannst strukturierte Daten vom Typ Job Posting auf Deiner Webseite mit Jobangeboten implementieren und Nutzern so die Jobsuche erleichtern. Die Stellenausschreibungen können dann in den Suchergebnissen besonders detailliert dargestellt werden. Folgende inhaltliche Informationen sollten bzw. müssen sichtbar beim Stellenangebot enthalten sein:





Stellentitel – Pflicht
Arbeitgeber - Pflicht
Arbeitsort - Pflicht
Datum der Veröffentlichung der
Stellenanzeige - Pflicht
Stellenbeschreibung (Aufgaben,
Anforderungen, was bietet der Arbeitgeber) -
Pflicht
Gehalt - Optional
Beschäftigungsart (z.B. Vollzeit) - Optional
Bewerbungsfrist -Optional

Alle Pflichtpunkte müssen sichtbar auf der Stellenangebotsseite platziert werden. Die Optionalen müssen nicht aufgeführt werden, führen jedoch zu einer besseren Sichtbarkeit der Seite.

Arbeitgebern und Inhabern von Jobportalen bietet diese Funktion viele Vorteile:

Interaktivere Ergebnisse: Deine Ausschreibungen können in der Google Jobsuche angezeigt werden, einschließlich des Logos, der Rezensionen, Bewertungen und Jobdetails.

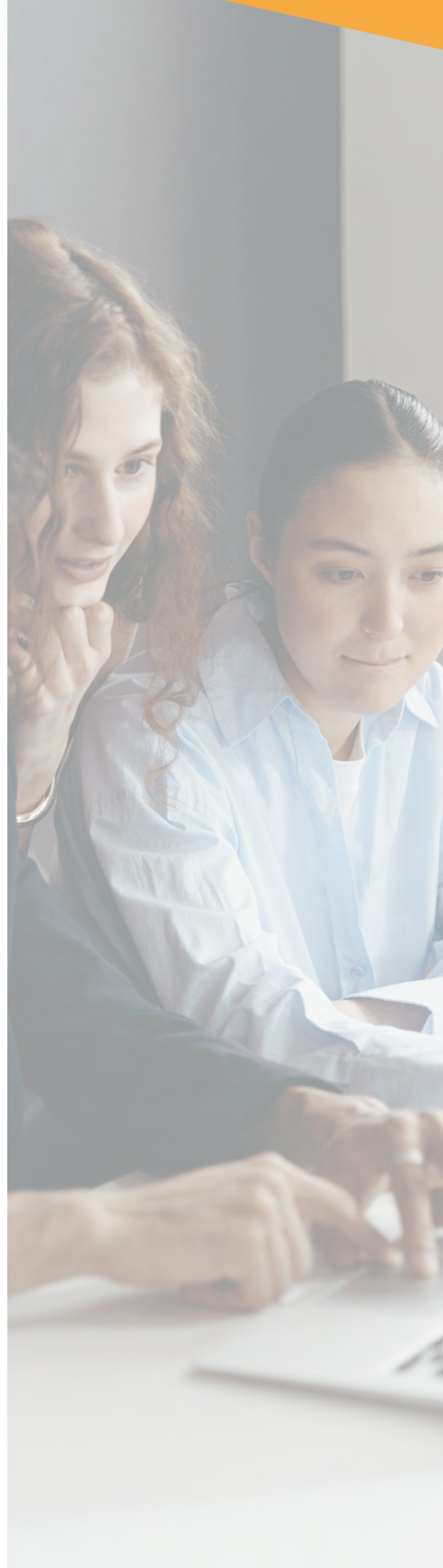
Mehr motivierte Bewerber*innen: Die neue Benutzeroberfläche ermöglicht Interessent*innen, Ausschreibungen nach verschiedenen Kriterien wie Standort oder Stellenbezeichnung zu filtern. So erreichst du eher Bewerber*innen, die genau nach diesem Job suchen.

Stärkere Präsenz und höhere Conversion-Chancen: Jobsuchende können ganz anders mit den Stellenausschreibungen interagieren und gelangen mit einem Klick direkt auf deine Website. Weitere Informationen und Java-Scriptcodes finden Sie hier.

In der Google Search Console könnt ihr euren Erfolg über den Klick auf „Google Suchergebnisse“ -> „Darstellung in der Suche“ die Impressionen und Klicks für euer Stellenangebot (normale Ansicht bei Google for Jobs) und Stellenbeschreibung (detaillierte Ansicht bei Google for Jobs) erfahren.

Eine Standard-Stellenbeschreibung kann wie folgt aussehen:

```
<html>
<head>
<title>Software Engineer</title>
<script type="application/ld+json">
{
"@context" : "https://schema.org/",
"@type" : "JobPosting",
"title" : "Software Engineer",
"description" : "<p>Google aspires to be an organization that reflects the globally diverse audience that our products and technology serve. We believe that in addition to hiring the best talent, a diversity of perspectives, ideas and cultures leads to the creation of better products and services.</p>",
"identifier": {
"@type": "PropertyValue",
"name": "Google",
"value": "1234567"
},
"datePosted" : "2017-01-18",
"validThrough" : "2017-03-18T00:00",
"employmentType" : "CONTRACTOR",
"hiringOrganization" : {
"@type" : "Organization",
"name" : "Google",
"sameAs" : "https://www.google.com",
"logo" :
"https://www.example.com/images/logo.png"
},
```





```
"jobLocation": {
  "@type": "Place",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "1600 Amphitheatre Pkwy",
    "addressLocality": "Mountain View",
    "addressRegion": "CA",
    "postalCode": "94043",
    "addressCountry": "US"
  }
},
"baseSalary": {
  "@type": "MonetaryAmount",
  "currency": "USD",
  "value": {
    "@type": "QuantitativeValue",
    "value": 40.00,
    "unitText": "HOUR"
  }
}
}
}
</script>
</head>
<body>
</body>
</html>
```

TRACKING

Mithilfe des Conversion-Tracking kannst Du die Performance Deiner Kampagnen messen und auswerten. Du solltest es daher unbedingt einrichten. Conversions werden dann erfasst, wenn potenzielle Bewerber*innen auf bestimmte Schaltflächen klicken oder in einer anderen Art und Weise mit der Stellenanzeige interagieren.

Micro-Conversions

Der Begriff Micro-Conversions bezeichnet Besucheraktionen, die nicht direkt, aber allmählich zu dem gewünschten Erfolg führen. Mögliche Conversions auf der Landingpage der beworbenen Stellenanzeige:

Scrolltiefe

Länge der Seitensitzung (z. B. min. 1 Min.)

Video angesehen

Erreicht ein Video hohe Klickzahlen, wird lange angesehen, hat viele gute Bewertungen und Kommentare, wird es als sehenswert eingestuft. Das Video scheint aus Usersicht interessant zu sein, sodass viele User damit interagieren möchten. Diese Signale werden direkt vom User gesendet und fungieren deshalb als ein wichtiges Relevanzkriterium für SEO Video.

Stellenanzeigen Download

Job-Alert abonniert

ggf. weitere

Macro-Conversions

Bewerbung abgeschickt

OnClick auf eine E-Mail-Adresse

Kontaktformular abgesendet (best. Bewerber-Formular)

ggf. weitere





SOCIAL MEDIA MARKETING

Nahezu jede Zielgruppe findet sich täglich auf einem der beiden sozialen Netzwerke, Facebook oder Instagram, wieder. Die Herausforderung für Dich besteht nun also darin, die richtigen Personen aus diesem großen Pool herauszufiltern und ihnen Deine passende Werbeanzeigen zu zeigen.

Vorteile

- Werbemittelerstellung inkl. Deiner Corporate Identity (CI)
- passgenaue Zielgruppenansprache
- KI gestütztes Targeting der passenden Kandidaten
- interaktives Vorfiltern potenzieller Bewerber*innen
- Anzeigenschaltung auf Social Media Kanälen und 1000+ Fachseiten

INSTAGRAM und FACEBOOK

Instagram und Facebook bieten sich als Medium hervorragend an, um die Inhalte Deiner Stellenanzeige gegenüber einem großen Zielpublikum auszuspielen. Dabei kannst Du verschiedene Formate wie beispielsweise einen Post, ein Reel oder eine Story für Dein Vorhaben einsetzen und potenzielle Bewerber*innen so zu einer aktiven Handlung animieren.

Mit Instagram Recruiting kannst Du auch potenzielle Arbeitnehmer*innen, die noch nicht auf der Suche nach einem (neuen) Arbeitgeber sind, ansprechen. Durch soziale Medien (Likes, Kommentare und geteilte Beiträge) können Job-Anzeigen viral ohne viel Aufwand und Kosten multipliziert werden.

Mit **Stories** kannst Du beispielsweise kurze Sequenzen aus dem Arbeitsalltag Deiner Mitarbeiter*innen bzw. Kolleg*innen ausspielen. Nach 24 Stunden verschwinden sie automatisch wieder und werden nicht länger angezeigt. **Beiträge** kannst Du nutzen, indem Du Bilder Deines Unternehmens einsetzt, die das Arbeitsklima beschreiben. Eine **Liveübertragung** eignet sich dann, wenn Du mit Deinen Followern aktiv in Kontakt treten willst und z. B. eine FAQ Session zur beworbenen Stelle veranstaltest. **Recruiting Hashtags** signalisieren, dass Dein Unternehmen auf der Suche nach neuen Mitarbeiter*innen ist (z. B. #recruitment #jobs #hiring #jobsearch #work #career und #careers).

Jobanzeigen via: Instagram/Facebook Feed (bezahlt und unbezahlt), Reel oder eine Story-Anzeige.





LINKEDIN

LinkedIn hat in den letzten Jahren sehr an Bedeutung gewonnen und bietet kostenlose und gesponserte Stellenanzeigen an. Mit einer gesponserten Stellenanzeige können Sie 3-mal mehr Bewerbungen generieren als mit einer kostenlosen Anzeige.

Kostenlose Stellenanzeigen werden gegenüber Deinen LinkedIn Kontakten angezeigt und erscheinen in Suchergebnissen. Sie können nicht mehr als eine kostenlose Stellenanzeige auf einmal schalten. Sie erscheinen in Suchergebnissen. Sie haben Zugriff auf Bewerbungsmanagement Tools.

Mit gesponserten Stellenanzeigen vergrößern Sie Ihre Reichweite und grenzen Ihre Suche auf die relevantesten Kandidaten und Kandidatinnen ein. Die Stellenanzeigen erscheinen in Suchergebnissen oben und werden innerhalb von Jobempfehlungen mit einer Top-Platzierung angezeigt.

WEITERE PORTALE

- Indeed
- Workwise
- Xing
- Stepstone
- Monster
- Join
- ebay-kleinanzeigen
- meinestadt.de
- Heyjobs
- HelloJobs
- stellenanzeigen.de
- Aubi-Plus
- studentjob.de
- Gigajob
- ausbildung.de
- Azubiyo

FAZIT

Abhängig davon, wie viele zeitliche Ressourcen und finanzielle Mittel Du in die Vermarktung der Stellenangebote investieren möchtest, bietet sich Dir immer eine passende Lösung an. Solltest Du keine Vorkenntnisse in Google Ads oder anderen Portalen haben, lohnt es sich auf jeden Fall, Dir das Wissen zum Bewerben Deiner Stellenanzeigen anzueignen. Die einzelnen Prozesse, wie Google Ads Werbung, SEO- oder Social Media Maßnahmen, sowie die Einrichtung eines funktionierenden Trackings, sind essenziell und erfordern ein gewisses Know-how. Alternativ kannst Du Dir auch professionelle Unterstützung an Board holen. Auf diesem Wege erreichst Du gezielt und schnell viele potenzielle Bewerber*innen und steigerst die Wahrscheinlichkeit, die gewünschten Kampagnenziele zu erreichen.

Die Gestaltung der Stellenanzeigen mithilfe vom 'job posting markup' ermöglicht Dir, mit Google for Jobs mehr Bewerber*innen zu niedrigen Kosten ansprechen zu können. Deine Stellenanzeigen werden dadurch von Google als perfekt strukturiert angesehen. Social Media Marketing via Facebook, Instagram oder LinkedIn kann am besten dazu dienen, das Employer Branding und die Employee Experience zu verstärken und bestimmte Altersgruppen anzusprechen.

In den hier vorgestellten Methoden findest Du also den optimalen Rahmen, um mit deinen Stellenanzeigen für eine erfolgreiche Performance zu sorgen und die besten Kandidaten für Dein Unternehmen zu gewinnen

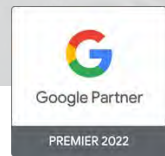


GINTARE RICHTER

SEA MANAGERIN

[Mehr über
die Autorin](#)

DEINE KOSTENLOSE SEA BERATUNG



Microsoft Advertising
Elite Partner

[Kontakt aufnehmen](#)

INTERESSIERST DU DICH FÜR EINE INDIVIDUELLE SEA BERATUNG?

SEA hilft Dir bei der Vermarktung Deiner Produkte im Internet. Mit dem Werbeprogramm von Google kannst Du jetzt noch schneller und einfacher Onlinekampagnen mit profitablen Ergebnissen für Dein Unternehmen erstellen. Spreche Unternehmen, Werbetreibende und Milliarden von Nutzern im richtigen Moment an: Also genau dann, während sie z. B. Anfragen in der Google-Suche durchführen, Videos auf YouTube ansehen, neue Orte mit Google Maps erkunden, Apps auf Google Play entdecken oder Inhalte im Web durchforsten.

Lasse Dich von Deinem persönlichen SEA Experten über Deine Möglichkeiten beraten. In einem individuellem Beratungsgespräch finden wir gemeinsame Lösungsansätze für Deinen Erfolg im Internet. Und das Gute daran, kostenfrei und unverbindlich!

DEINE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- Sorge für eine bessere Sichtbarkeit Deiner Produkte oder Leistung im Internet
- mehr Reichweite + Neukundengewinnung über Google
- mehr Traffic für Deine Website
- mehr Umsatz

[Jetzt Kontakt aufnehmen](#)