

Storytelling im Personalmarketing

Was Arbeitgeberkommunikation
von Social Media lernen kann.

KARRIEREGURU

 ChemieVerbände
RHEINLAND-PFALZ

















Chance.

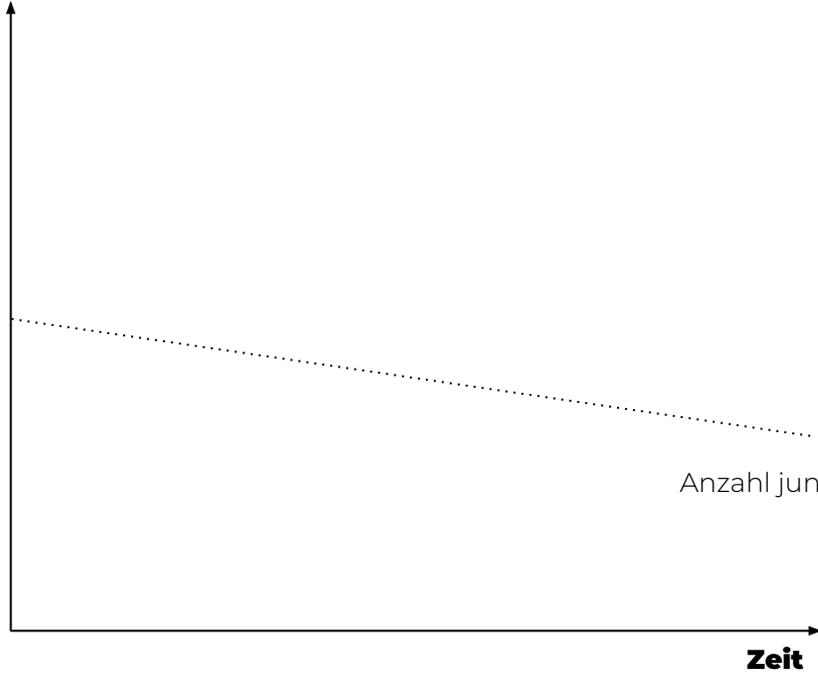
**Kommunikations-
wandel**



Zeit

Chance.

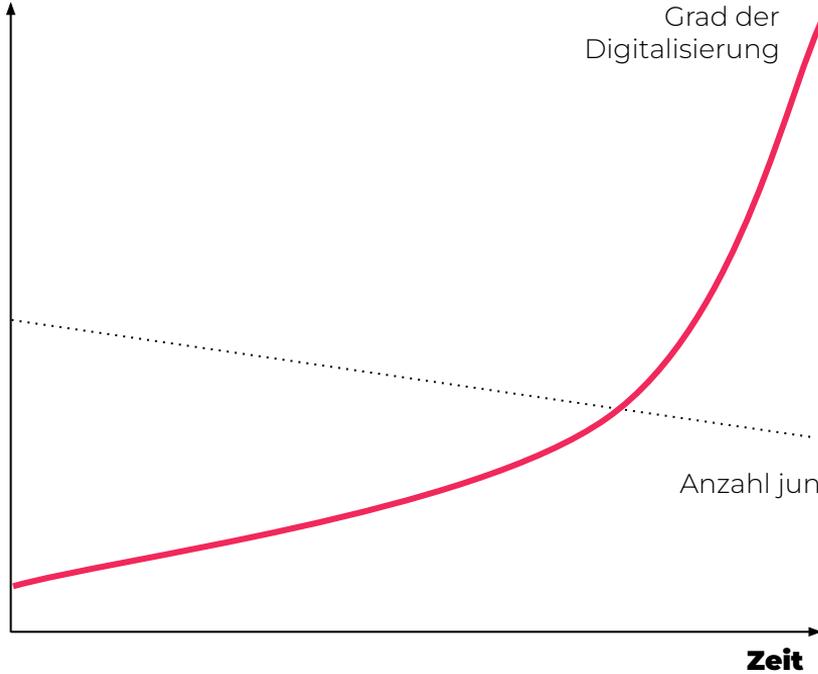
Kommunikations-
wandel



Anzahl junge Talente

Chance.

**Kommunikations-
wandel**



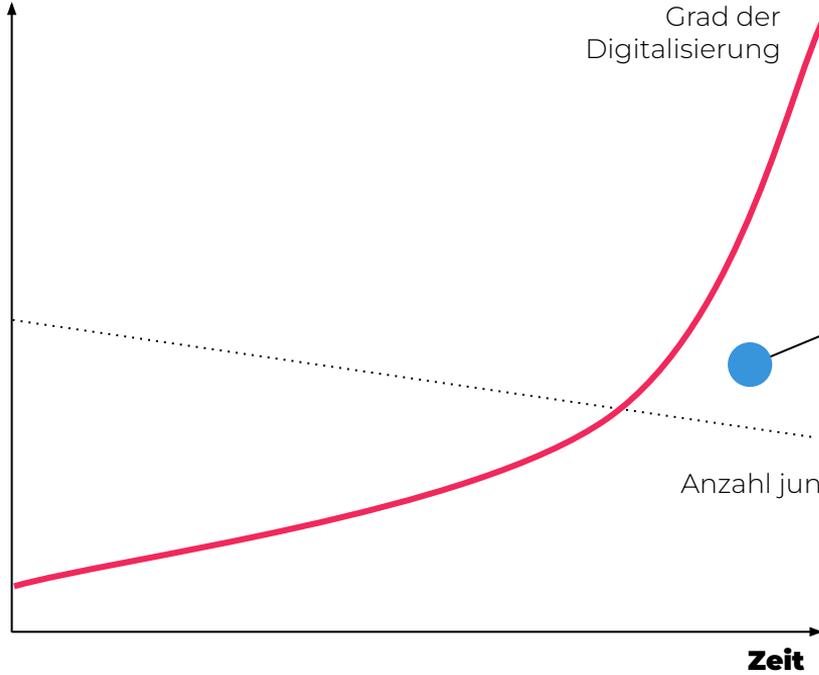
Grad der
Digitalisierung

Anzahl junge Talente

Zeit

Chance.

**Kommunikations-
wandel**



Grad der
Digitalisierung

Market Opportunity

Anzahl junge Talente

Zeit

862.500+
Views

62.600+
Likes

478+
Kommentare

24h
Zeitspanne



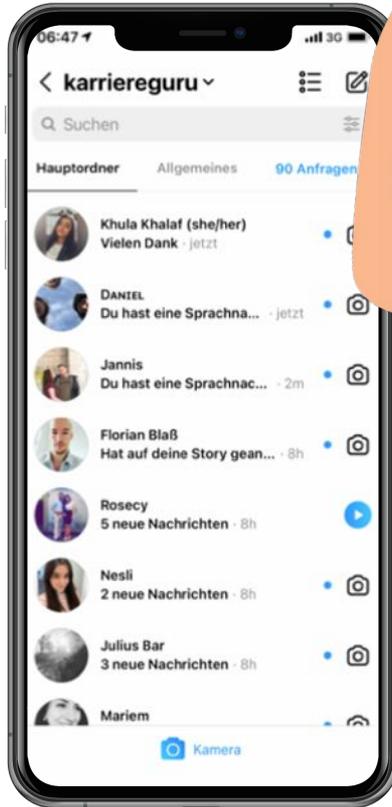




850.000
Follower

16.000.000
Views/Monat





Generation Z.

- 44% nennen Spaß und Sinn als größte Motivation für Leistung.





BOOMER







**DAS ERFORDERT EINE NEUE
ART DER KOMMUNIKATION**



2 Wege, menschliches Verhalten zu beeinflussen.

2 Wege, menschliches Verhalten zu beeinflussen.

1

Menschen manipulieren

2 Wege, menschliches Verhalten zu beeinflussen.

1

Menschen manipulieren

- günstiger Preis → Kunden
- viele Benefits → Bewerber

Konsequenz: Mitarbeiter

2 Wege, menschliches Verhalten zu beeinflussen.

1

Menschen manipulieren

- günstiger Preis → Kunden
- viele Benefits → Bewerber

Konsequenz: Mitarbeiter

2

Menschen inspirieren

2 Wege, menschliches Verhalten zu beeinflussen.

1

Menschen manipulieren

- günstiger Preis → Kunden
- viele Benefits → Bewerber

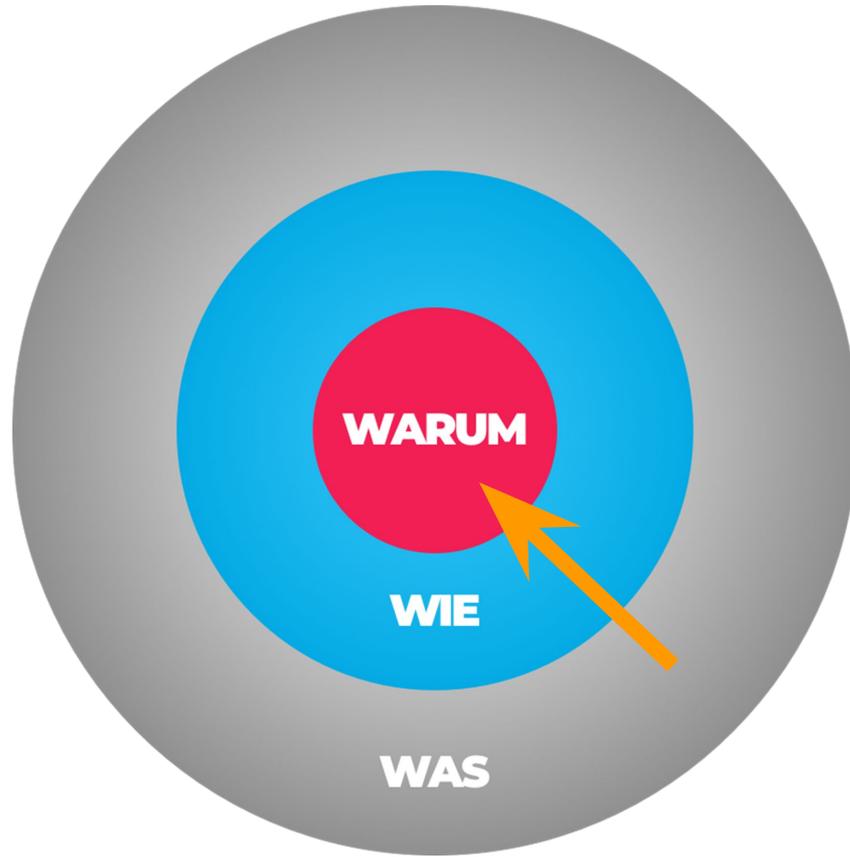
Konsequenz: Mitarbeiter

2

Menschen inspirieren

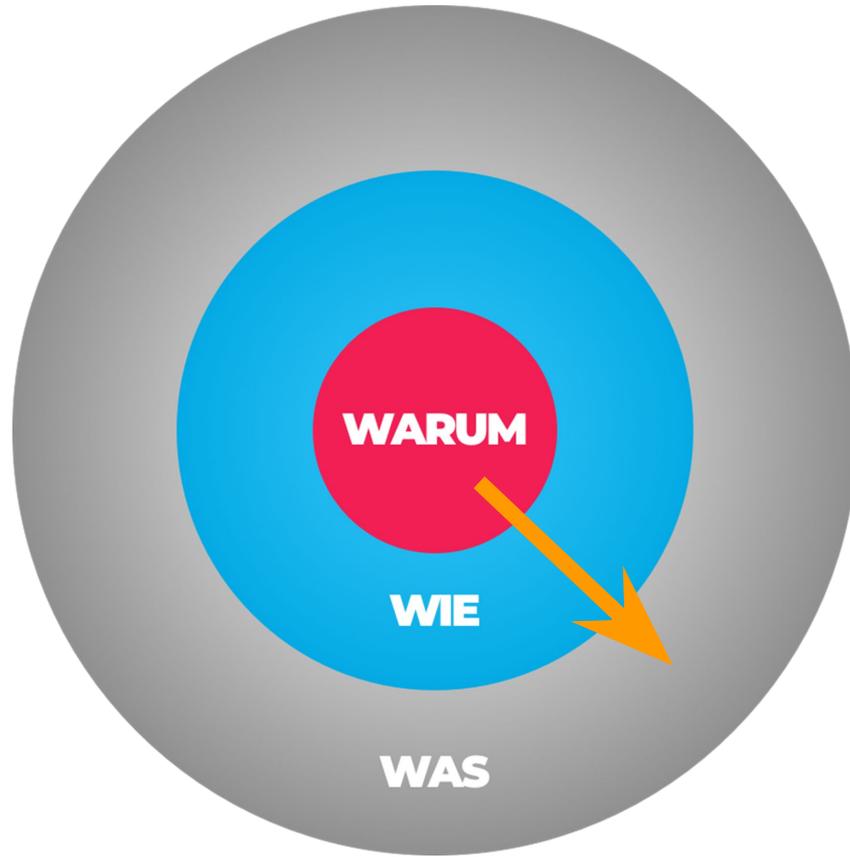
- Vision, Mission & Werte → Leute werden Fans

Konsequenz: Follower



Quelle: Golden Circle (Simon Sinek)

LEUTE BEWERBEN SICH NICHT AUF GRUND DESSEN,
WAS EINE FIRMA MACHT UND **WIE** SIE ES MACHT,
SONDERN **WARUM** SIE ES MACHT.



Quelle: Golden Circle (Simon Sinek)

Beispiel Unternehmensvorstellung.

WAS

Wir sind Marktführer im Bereich Pumpentechnologie mit über 50 Standorten weltweit.



Beispiel Unternehmensvorstellung.

WAS

Wir sind Marktführer im Bereich Pumpentechnologie mit über 50 Standorten weltweit.

WIE

Unsere Räumlichkeiten sind innovativ und die Hierarchien flach.



Beispiel Unternehmensvorstellung.

WAS

Wir sind Marktführer im Bereich Pumpentechnologie mit über 50 Standorten weltweit.

WIE

Unsere Räumlichkeiten sind innovativ und die Hierarchien flach.

WARUM

Werden Sie Teil unseres Teams und bewerben Sie sich gleich jetzt.



Beispiel Unternehmensvorstellung.

WARUM

Es vergeht kein Tag, an dem wir als Firma nicht den Status Quo hinterfragen. Das liegt in unserer DNA und treibt uns an.



Beispiel Unternehmensvorstellung.

WARUM

Es vergeht kein Tag, an dem wir als Firma nicht den Status Quo hinterfragen. Das liegt in unserer DNA und treibt uns an.

WIE

Das geht natürlich nur in einem innovativen Arbeitsumfeld mit flachen Hierarchien.



Beispiel Unternehmensvorstellung.

WARUM

Es vergeht kein Tag, an dem wir als Firma nicht den Status Quo hinterfragen. Das liegt in unserer DNA und treibt uns an.

WIE

Das geht natürlich nur in einem innovativen Arbeitsumfeld mit flachen Hierarchien.

WAS

Deshalb arbeiten bei uns die klügsten Köpfe. Das Ergebnis: Die besten Pumpen der Welt. Willst du mit dabei sein?



Beispiel Vorstellung Berufsbild.

Heute stelle ich euch den Ausbildungsberuf Fachkraft für Lagerlogistik vor.



Beispiel Vorstellung Berufsbild.

Heute stelle ich euch den Ausbildungsberuf Fachkraft für Lagerlogistik vor.

In deiner Ausbildung lernst du, Warenströme von A bis Z zu organisieren: von der Annahme und Prüfung über die fachgerechte Einlagerung und die elektronische Verwaltung von Beständen bis hin zur Auslieferung von Materialien und Produkten.



Beispiel Vorstellung Berufsbild.

Heute stelle ich euch den Ausbildungsberuf Fachkraft für Lagerlogistik vor.

In deiner Ausbildung lernst du, Warenströme von A bis Z zu organisieren: von der Annahme und Prüfung über die fachgerechte Einlagerung und die elektronische Verwaltung von Beständen bis hin zur Auslieferung von Materialien und Produkten.

Und damit du im Job auch selbst aktiv werden kannst, lernst du den sicheren und gekonnten Umgang mit Gabelstaplern und Hubfahrzeugen sowie modernen Förderanlagen.



Beispiel Vorstellung Berufsbild.

Heute stelle ich euch den Ausbildungsberuf Fachkraft für Lagerlogistik vor.

In deiner Ausbildung lernst du, **Warenströme** von A bis Z zu organisieren: von der Annahme und Prüfung über die **fachgerechte** Einlagerung und die **elektronische Verwaltung** von Beständen bis hin zur Auslieferung von Materialien und Produkten.

Und damit du im Job auch selbst aktiv werden kannst, lernst du den sicheren und gekonnten Umgang mit Gabelstaplern und Hubfahrzeugen sowie modernen **Förderanlagen**.



Beispiel Vorstellung Berufsbild.

WAS

Heute stelle ich euch den Ausbildungsberuf Fachkraft für Lagerlogistik vor.

In deiner Ausbildung lernst du, **Warenströme** von A bis Z zu organisieren: von der Annahme und Prüfung über die **fachgerechte** Einlagerung und die **elektronische Verwaltung** von Beständen bis hin zur Auslieferung von Materialien und Produkten.

Und damit du im Job auch selbst aktiv werden kannst, lernst du den sicheren und gekonnten Umgang mit Gabelstaplern und Hubfahrzeugen sowie modernen **Förderanlagen**.



Beispiel Vorstellung Berufsbild.

WARUM



Wusstest du schon, dass dein Ordnungssinn so einiges über dein berufliches Talent verraten kann?



Beispiel Vorstellung Berufsbild.

WARUM

Wusstest du schon, dass dein Ordnungssinn so einiges über dein berufliches Talent verraten kann?

WIE

- Wenn du z.B. deinen Kleiderschrank nach Farben ordnest,
- für deine Bücher ne digitale Bestandsliste pflegst oder
- deine Lebensmittel optimal verpackt im Kühlschrank anordnest.



Beispiel Vorstellung Berufsbild.

WARUM

Wusstest du schon, dass dein Ordnungssinn so einiges über dein berufliches Talent verraten kann?

WIE

- Wenn du z.B. deinen Kleiderschrank nach Farben ordnest,
- für deine Bücher ne digitale Bestandsliste pflegst oder
- deine Lebensmittel optimal verpackt im Kühlschrank anordnest.

WAS

Dann könnte folgender Beruf wie die Faust aufs Auge passen.

Die Rede ist von der Fachkraft für Lagerlogistik.



ES GEHT NICHT DARUM, ~~BESSER~~ ZU SEIN
ALS DER WETTBEWERB, SONDERN **ANDERS**.

**Es geht um Emotionen und Geschichten,
nicht um Fakten.**



Generation Z.

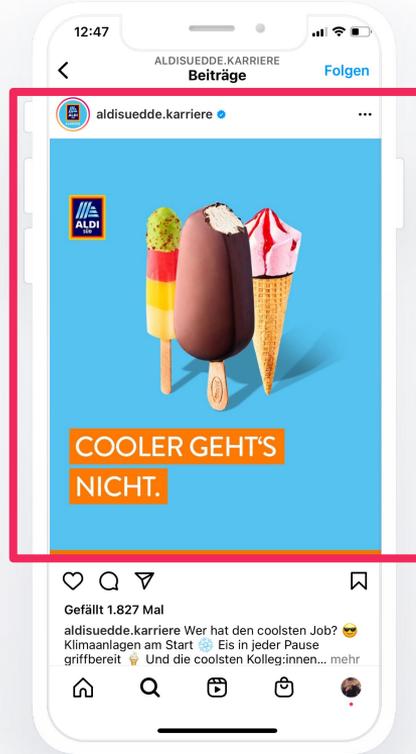
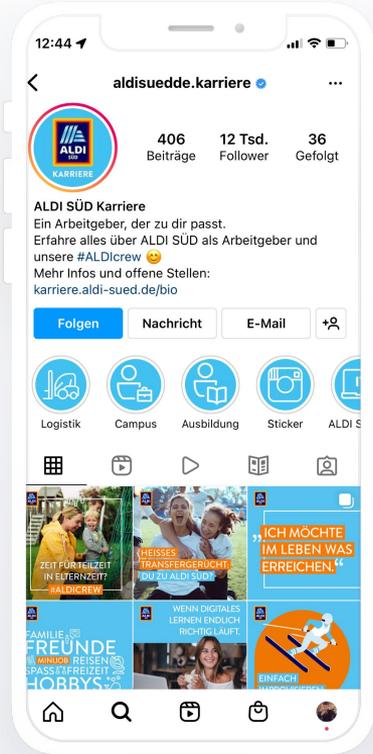
- 44% nennen Spaß und Sinn als größte Motivation für Leistung.
- Der wichtigste Wert ist Vertrauen (65%).



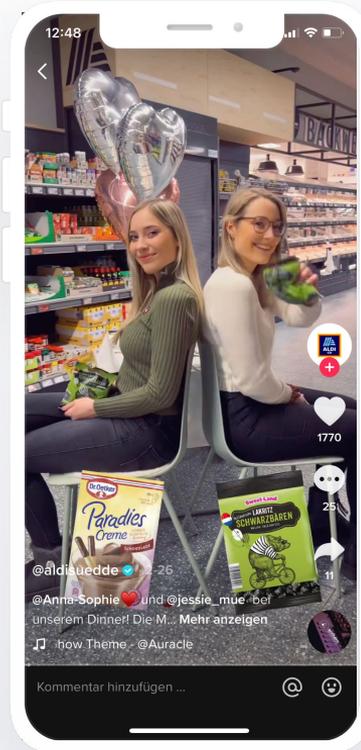
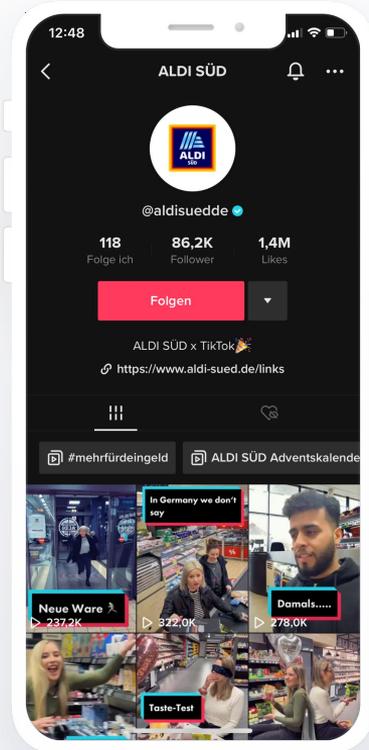
Authentizität + Selbstlosigkeit = Vertrauen

1. Authentizität statt Hochglanz

Hochglanz



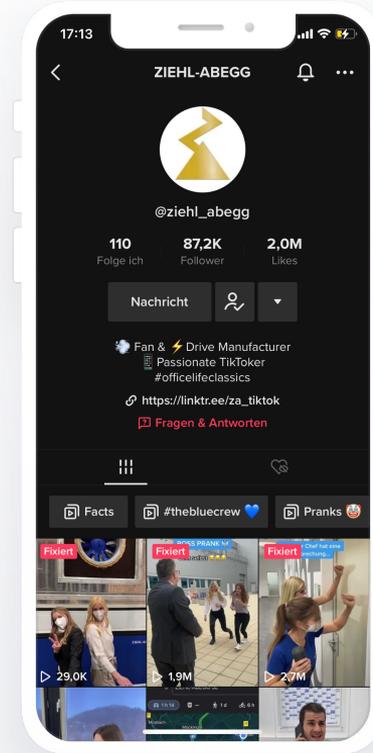
Authentizität



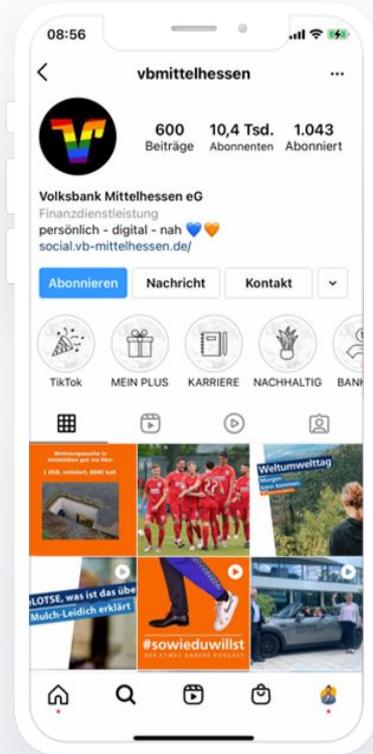
Hochglanz



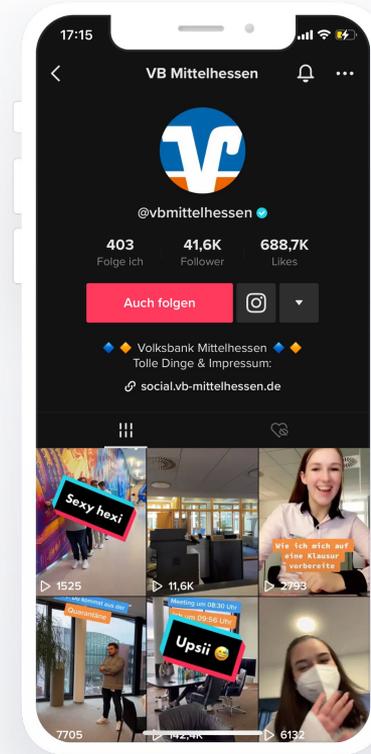
Authentizität



Hochglanz



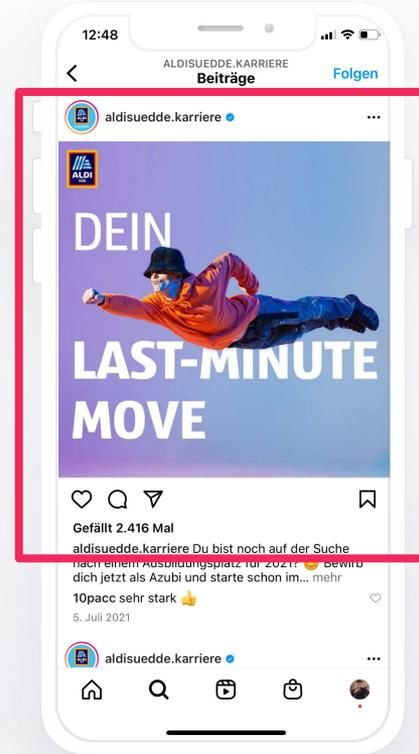
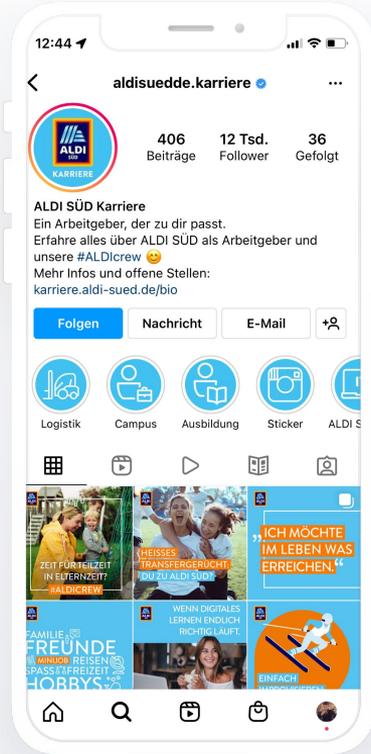
Authentizität



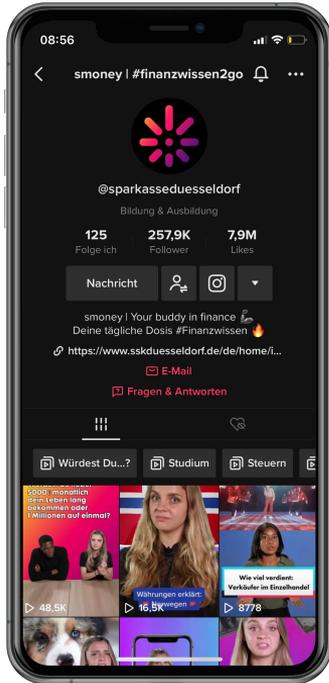
2.

Selbstlosigkeit statt Egoismus

Hochglanz



Selbstlosigkeit



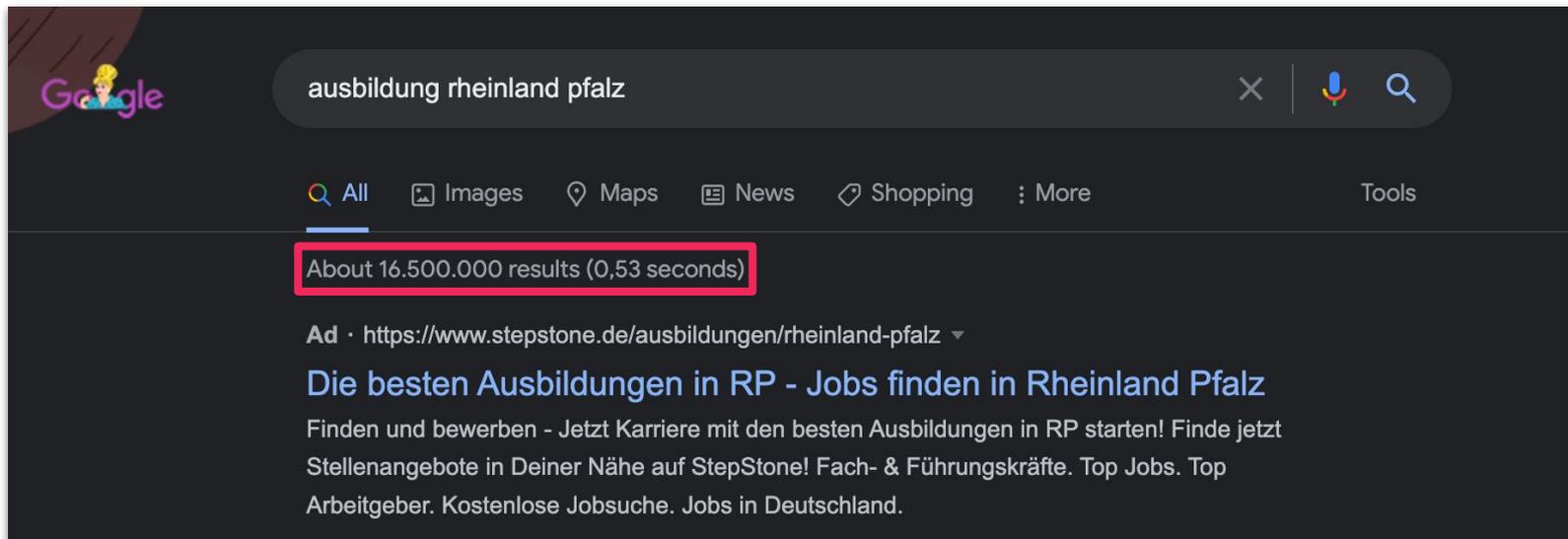
Authentizität + Selbstlosigkeit = Vertrauen



Generation Z.

- 44% nennen Spaß und Sinn als größte Motivation für Leistung.
- Der wichtigste Wert ist Vertrauen (65%).
- Sprunghaft und schlecht darin, Entscheidungen zu treffen.





Google 

ausbildung rheinland pfalz   

 All  Images  Maps  News  Shopping  More  Tools

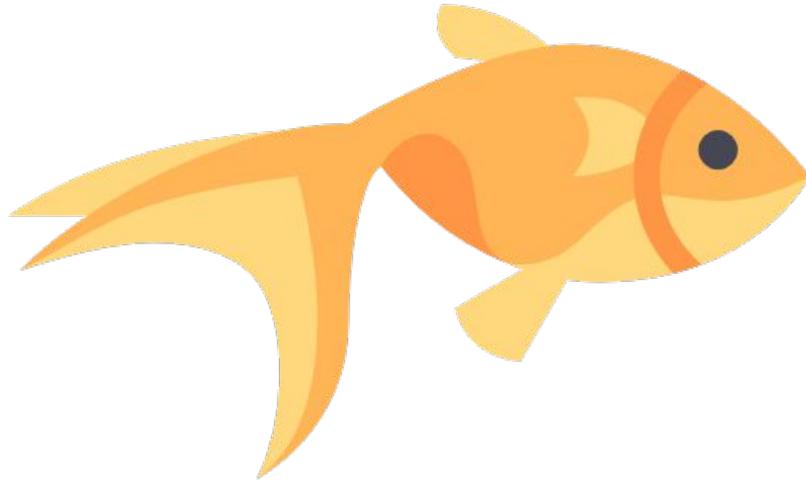
About 16.500.000 results (0,53 seconds)

Ad · <https://www.stepstone.de/ausbildungen/rheinland-pfalz> ▾

Die besten Ausbildungen in RP - Jobs finden in Rheinland Pfalz

Finden und bewerben - Jetzt Karriere mit den besten Ausbildungen in RP starten! Finde jetzt Stellenangebote in Deiner Nähe auf StepStone! Fach- & Führungskräfte. Top Jobs. Top Arbeitgeber. Kostenlose Jobsuche. Jobs in Deutschland.

9 Sekunden





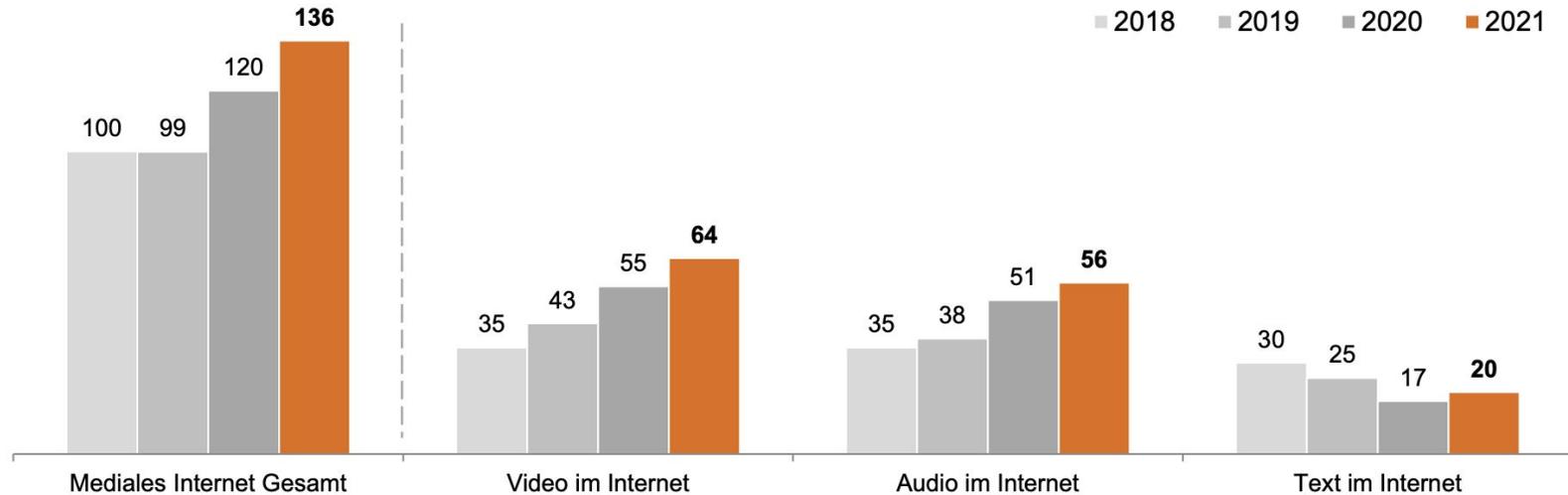
Generation Z.

- 44% nennen Spaß und Sinn als größte Motivation für Leistung.
- Der wichtigste Wert ist Vertrauen (65%).
- Sprunghaft und schlecht darin, Entscheidungen zu treffen.
- Leben vor dem Bildschirm.



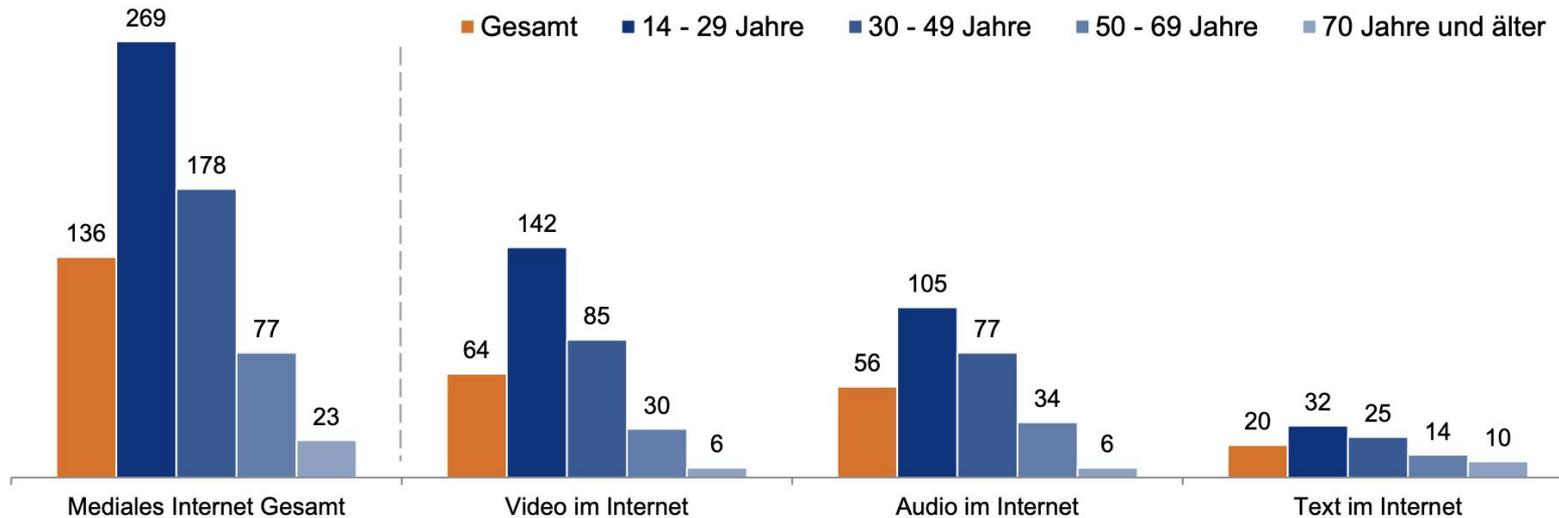
Das mediale Internet wird durchschnittlich 136 Minuten pro Tag genutzt. Vor allem die Nutzungsdauern von Video und Audio im Internet steigen an.

Mediales Internet, Nutzungsdauer pro Tag in Minuten



Junge Altersgruppen nutzen das mediale Internet deutlich länger – bei 14- bis 29-Jährigen sind es 4,5 Stunden täglich, bei 30- bis 49-Jährigen 3 Stunden.

Mediales Internet, Nutzungsdauer pro Tag und nach Alter in Minuten





11+ Mio. Nutzer
52 Minuten täglich



47+ Mio. Nutzer
15 Minuten täglich



27+ Mio. Nutzer
53 Minuten täglich



1x Post pro Woche



10x Posts pro Tag

WIE SOLL DAS GEHEN?

Frequenz.

SCHRITT 1

Leitthema definieren



Top 5 Produktivitätshacks



Frequenz.

SCHRITT 1

Leitthema definieren



Top 5 Produktivitätshacks



SCHRITT 2

Unterthemen definieren



Hack 1



Hack 2



Hack 3



Hack 4



Hack 5



Frequenz.

SCHRITT 1

Leitthema definieren



Top 5 Produktivitätshacks



SCHRITT 2

Unterthemen definieren



Hack 1



Hack 2



Hack 3



Hack 4



Hack 5



Hack 1 IG Story



Hack 1 YT Short



Hack 1 IG Reel



Hack 1 IG Feed



Hack 1 TT Feed



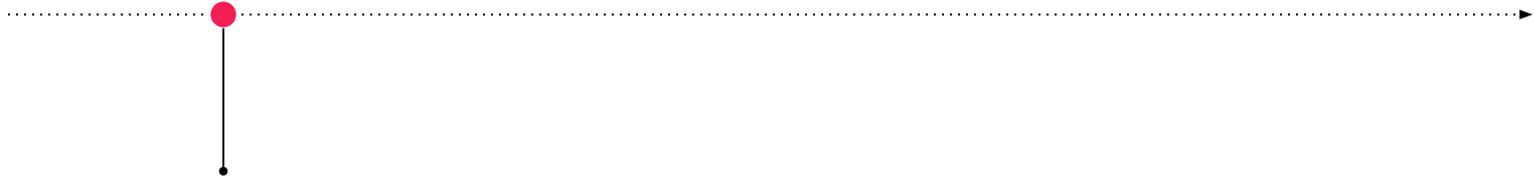
Hack 1 IG Live



SCHRITT 3

Formatableitungen treffen

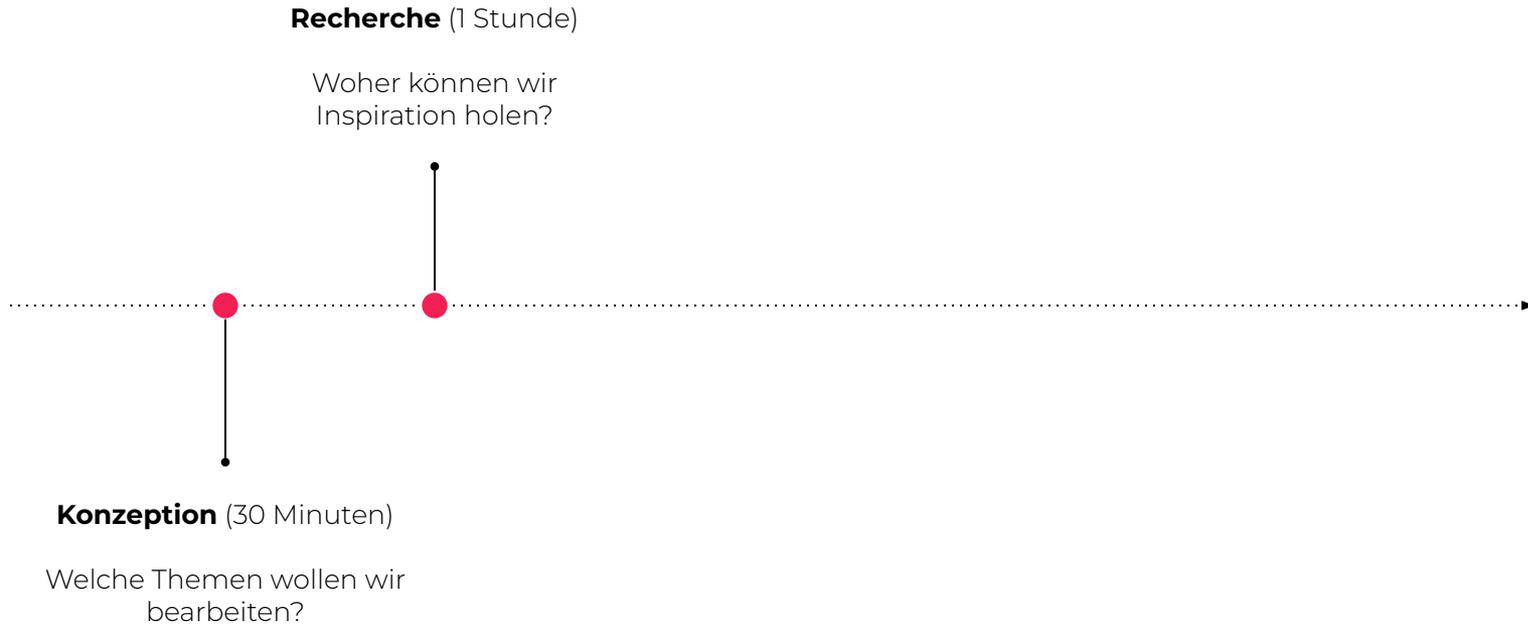
Workflow.



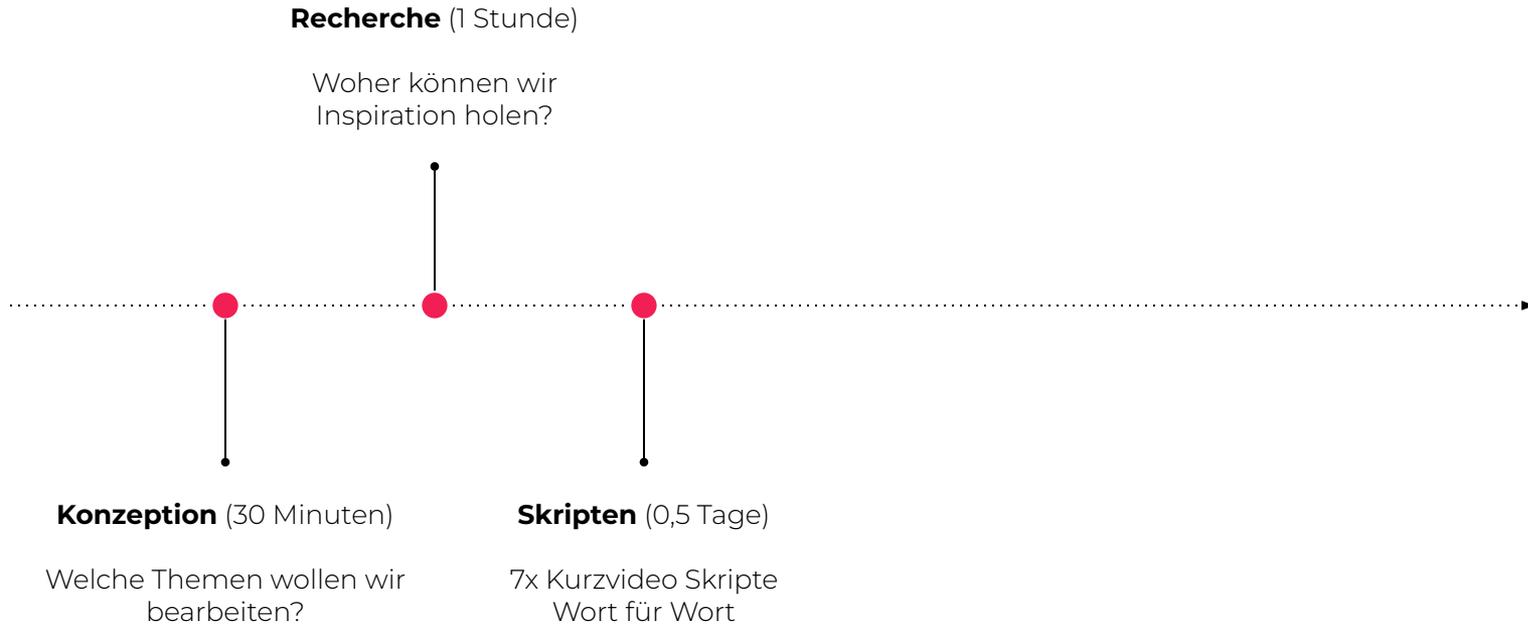
Konzeption (30 Minuten)

Welche Themen wollen wir
bearbeiten?

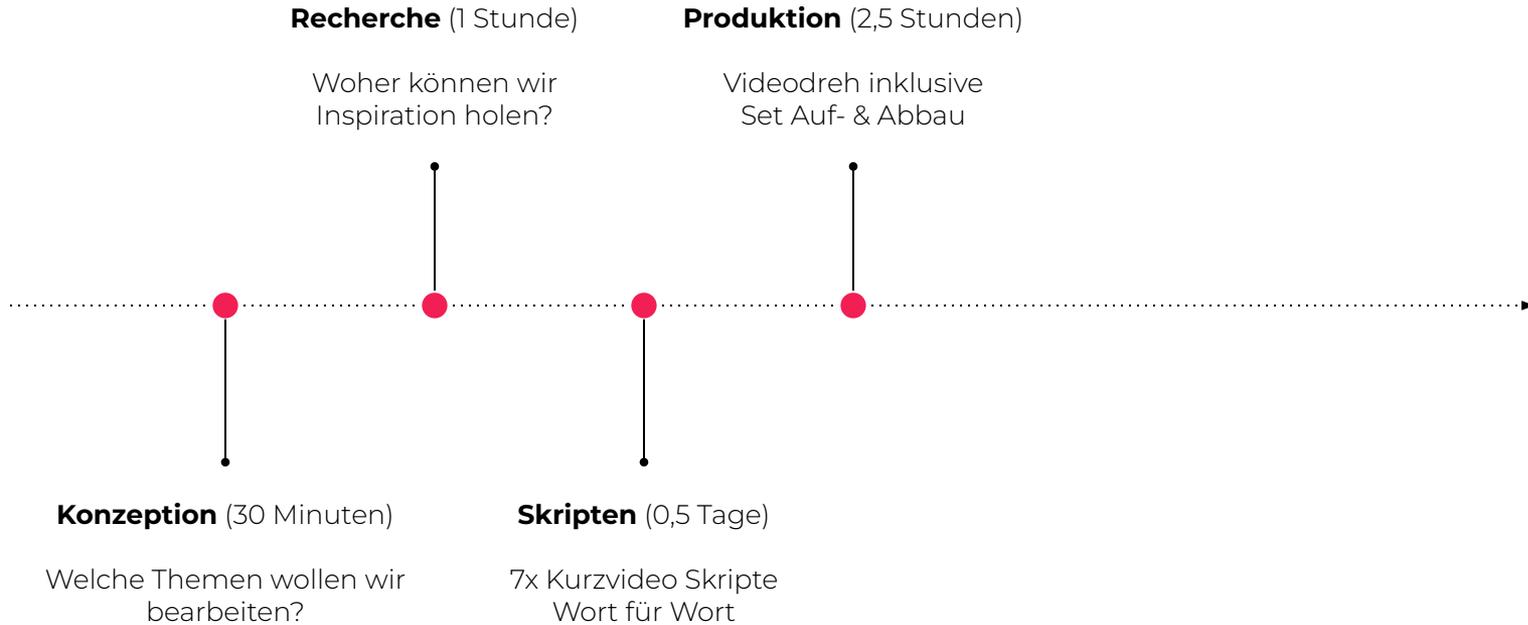
Workflow.



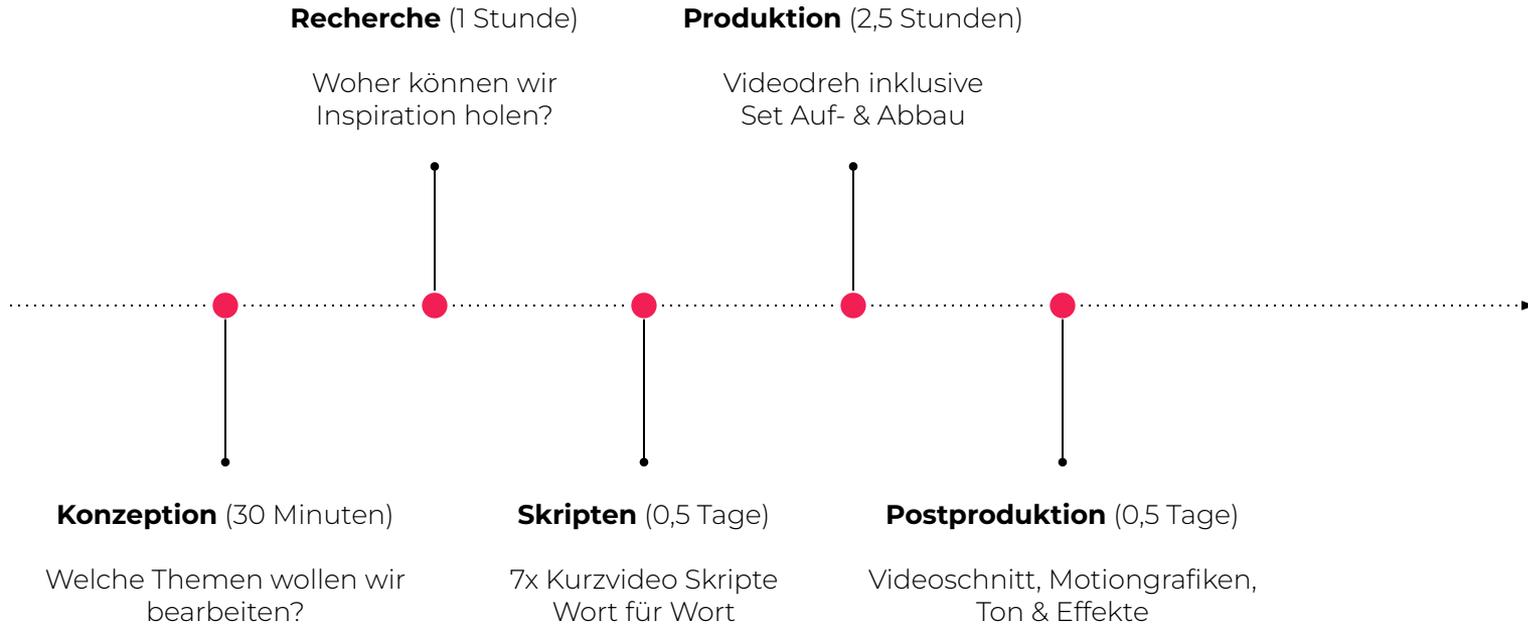
Workflow.



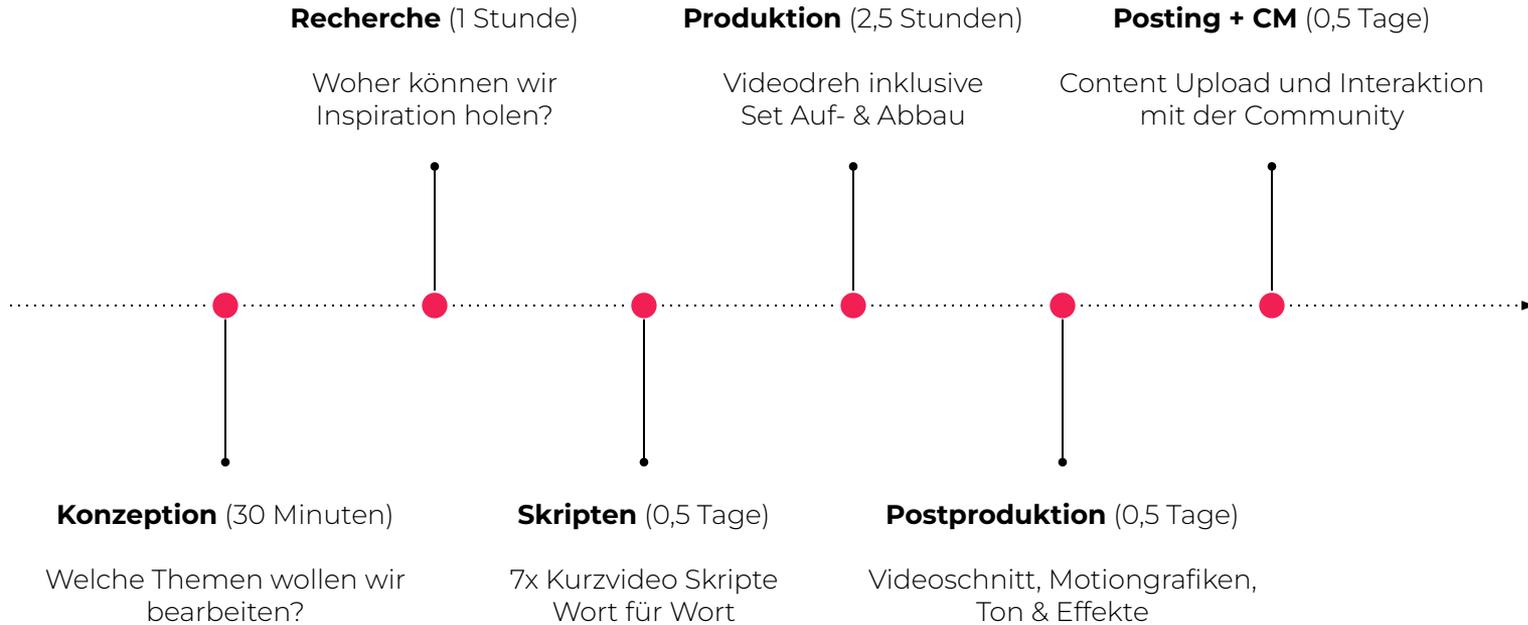
Workflow.



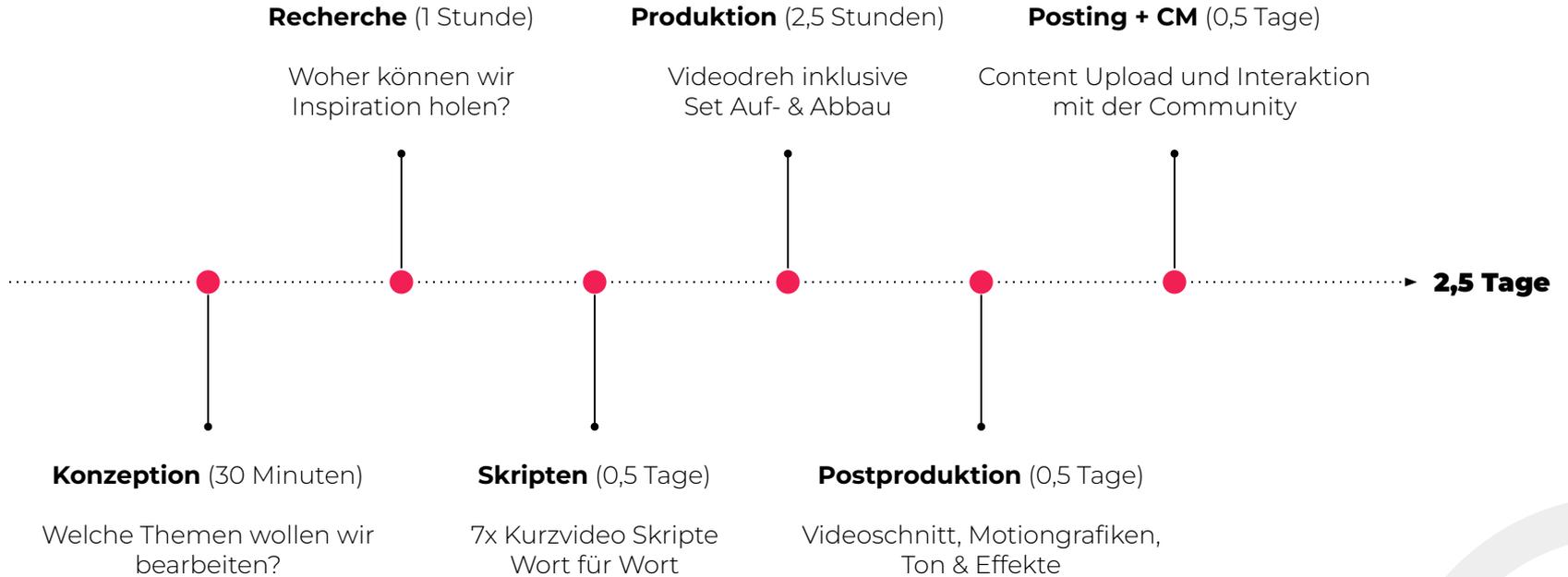
Workflow.



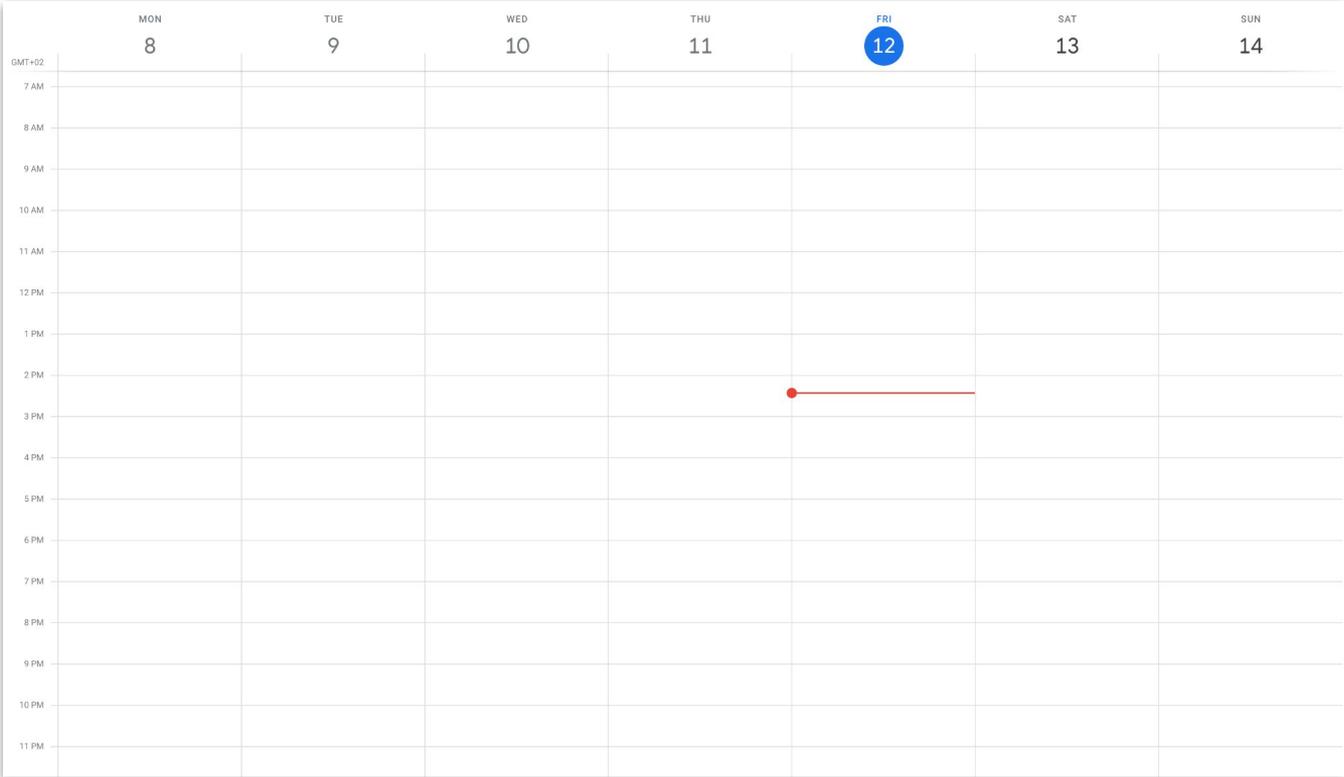
Workflow.



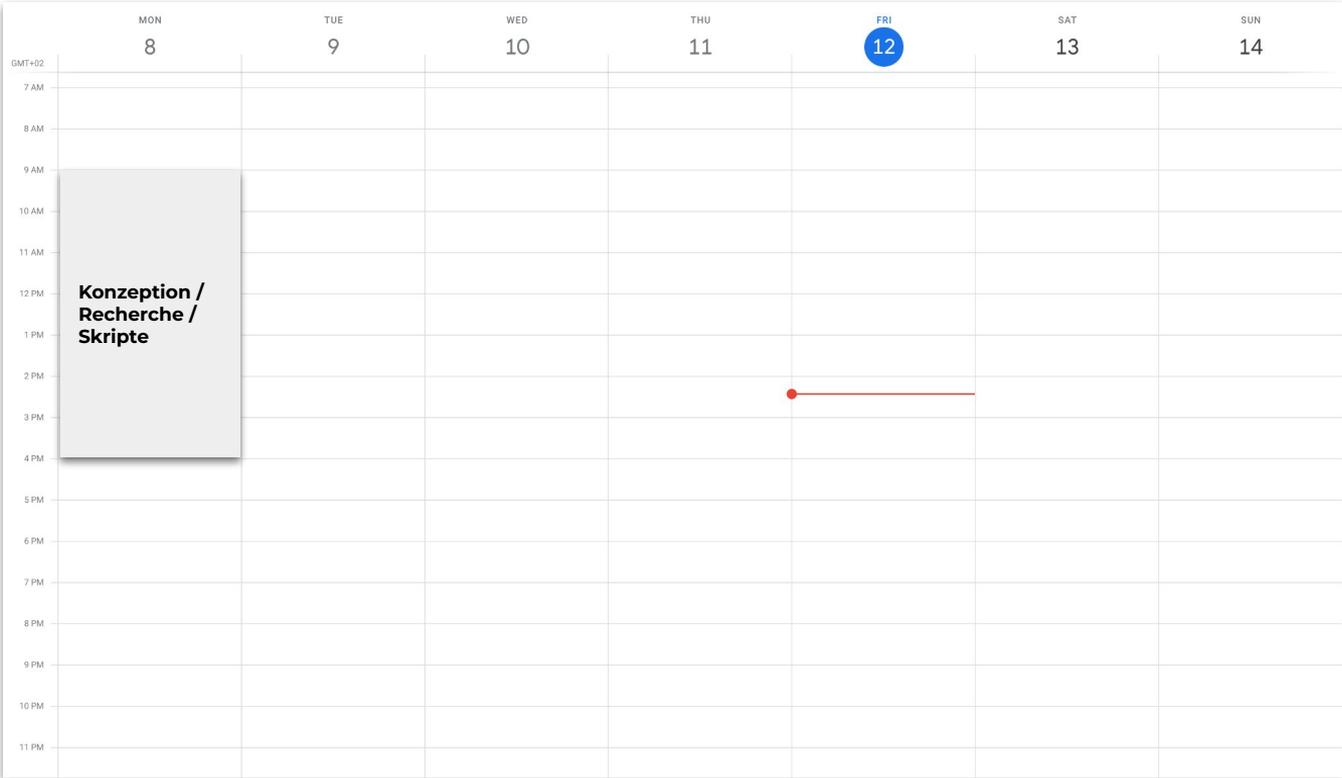
Workflow.



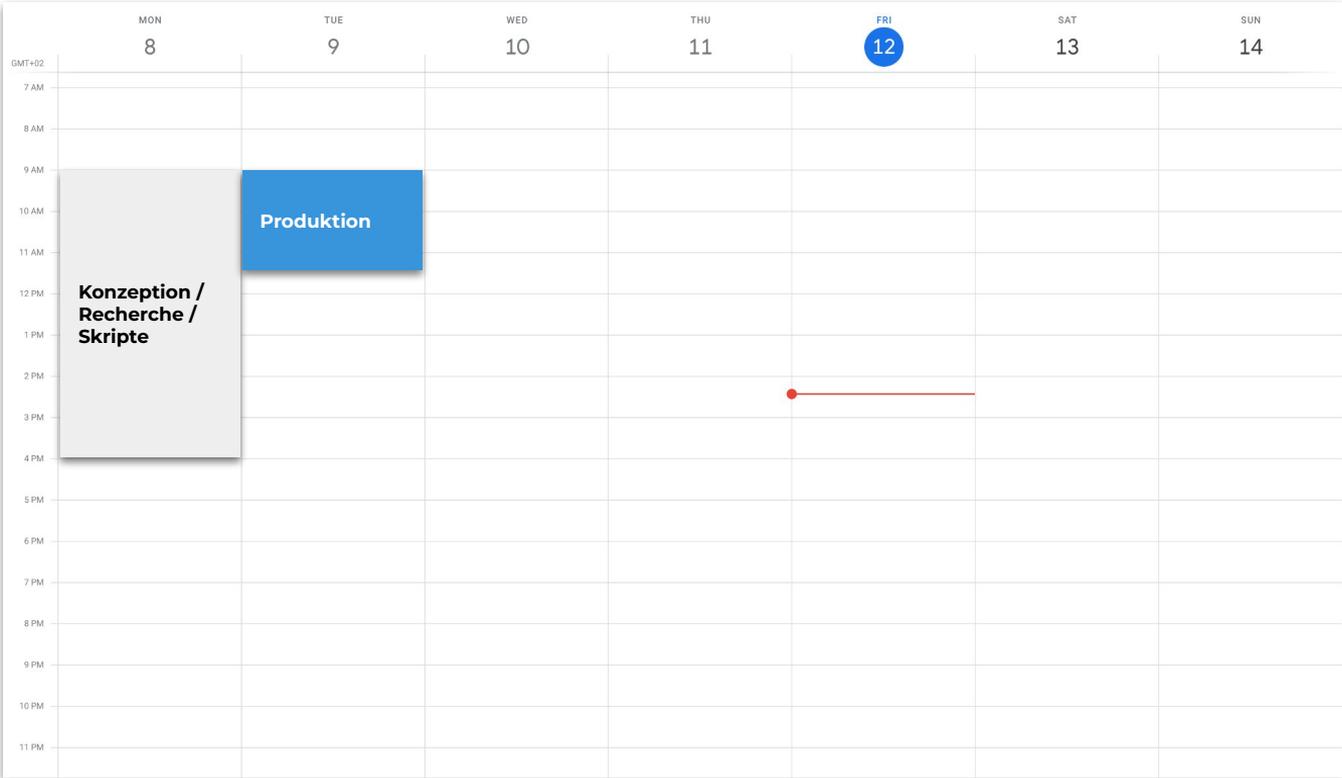
Zeitplan.



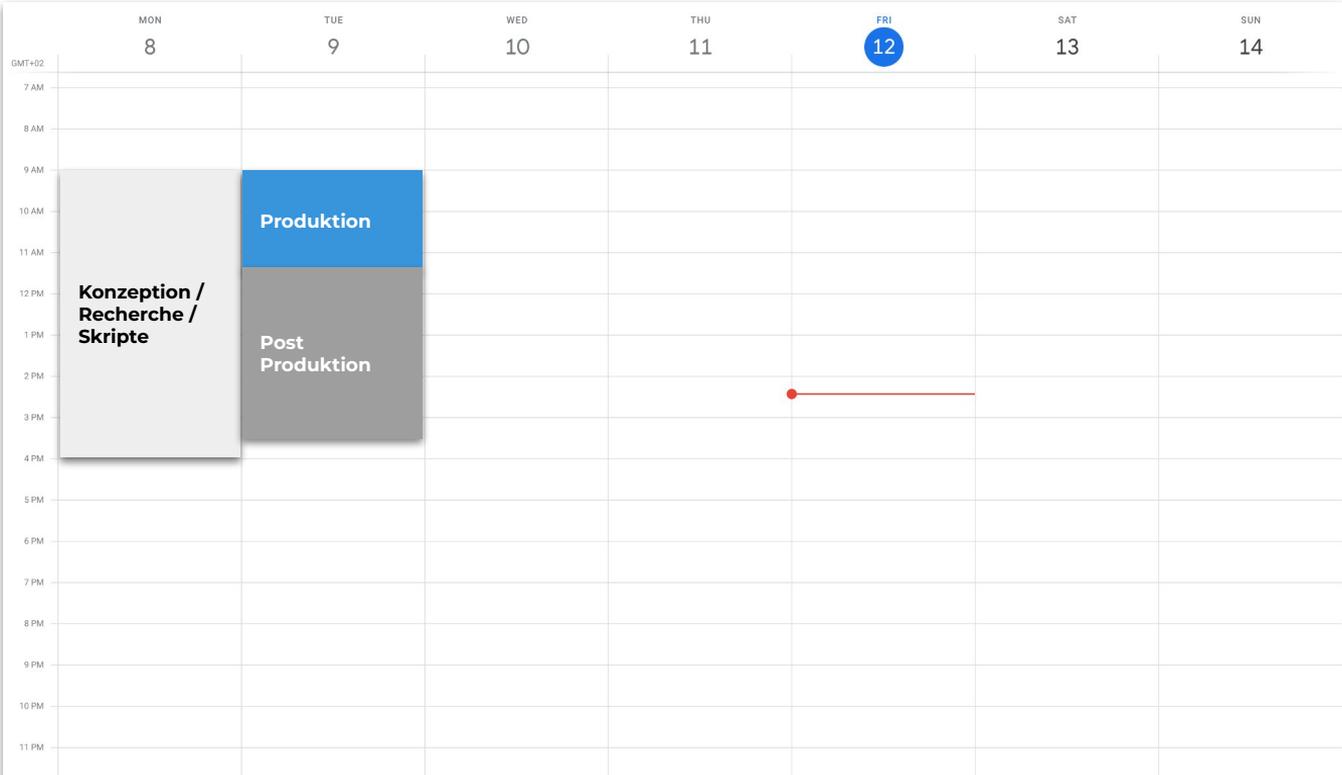
Zeitplan.



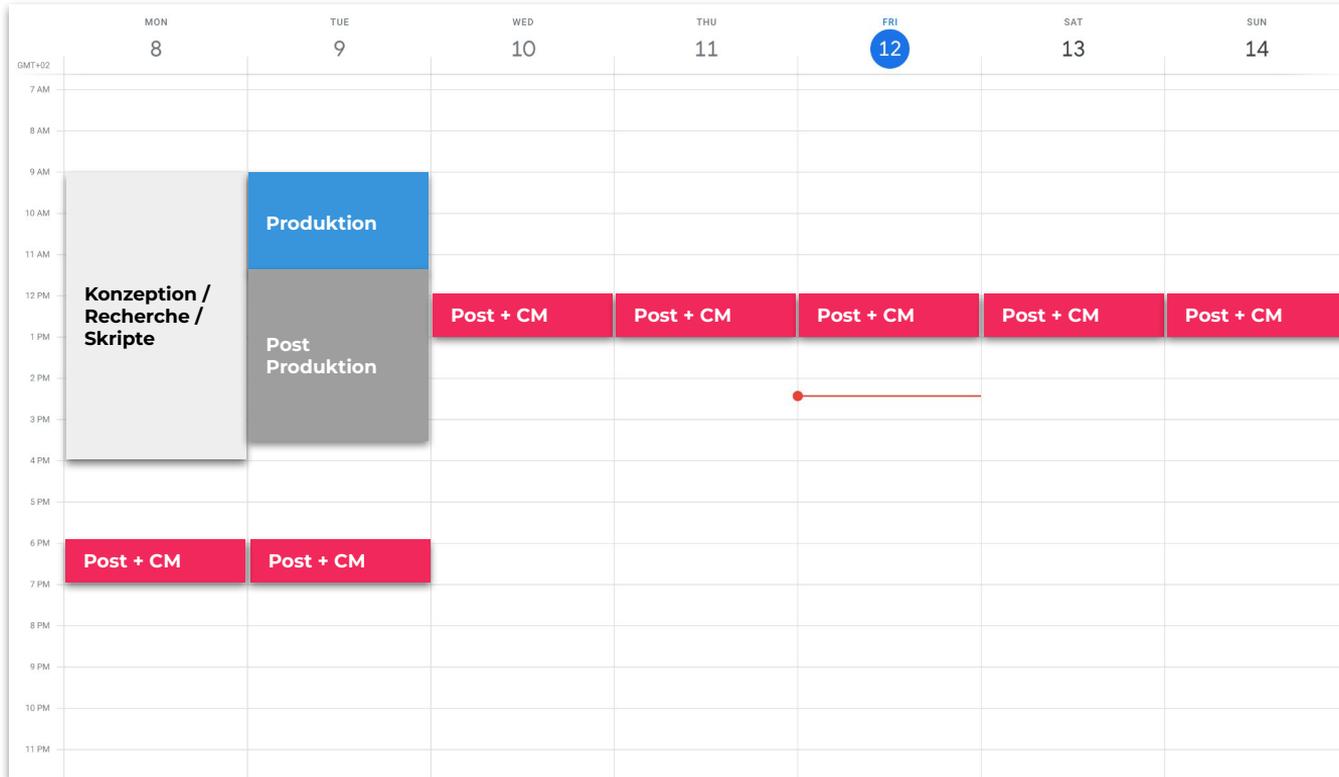
Zeitplan.



Zeitplan.



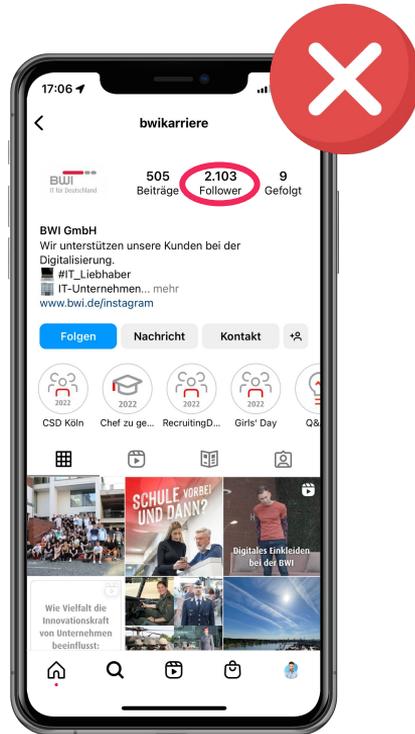
Zeitplan.



Generation Z.

- 44% nennen Spaß und Sinn als größte Motivation für Leistung.
- Der wichtigste Wert ist Vertrauen (65%).
- Sprunghaft und schlecht darin, Entscheidungen zu treffen.
- Leben vor dem Bildschirm.
- Ungeduldig und schnell gelangweilt.





99% aller Accounts fokussieren sich auf die Followerzahl

**FOLLOWER PER SE
SIND KEINE ERFOLGSMETRIK**



**FOLLOWER PER SE
SIND KEINE ERFOLGSMETRIK**
schon gar nicht für Karriere-Accounts



Social Media Strategie.

Employer Branding
Eigene Auftritte

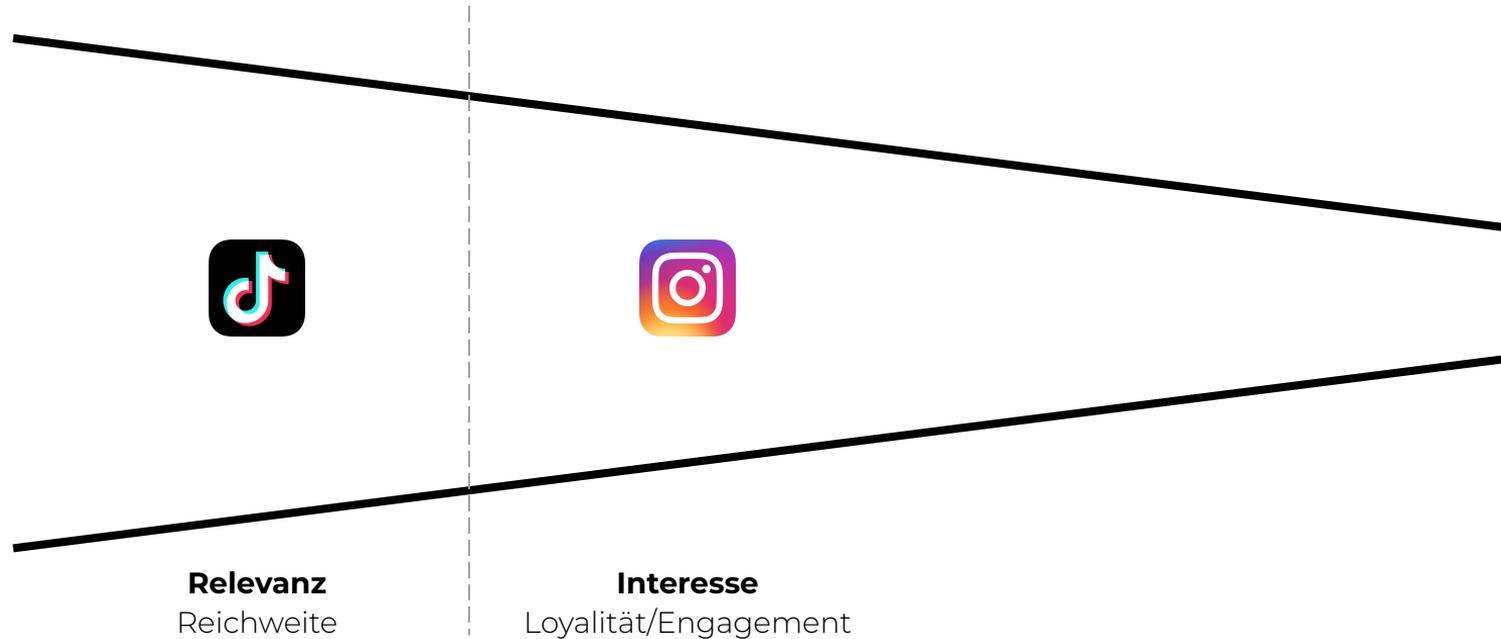
Recruiting
Werbeanzeigen

Employer Branding Zielsetzung.

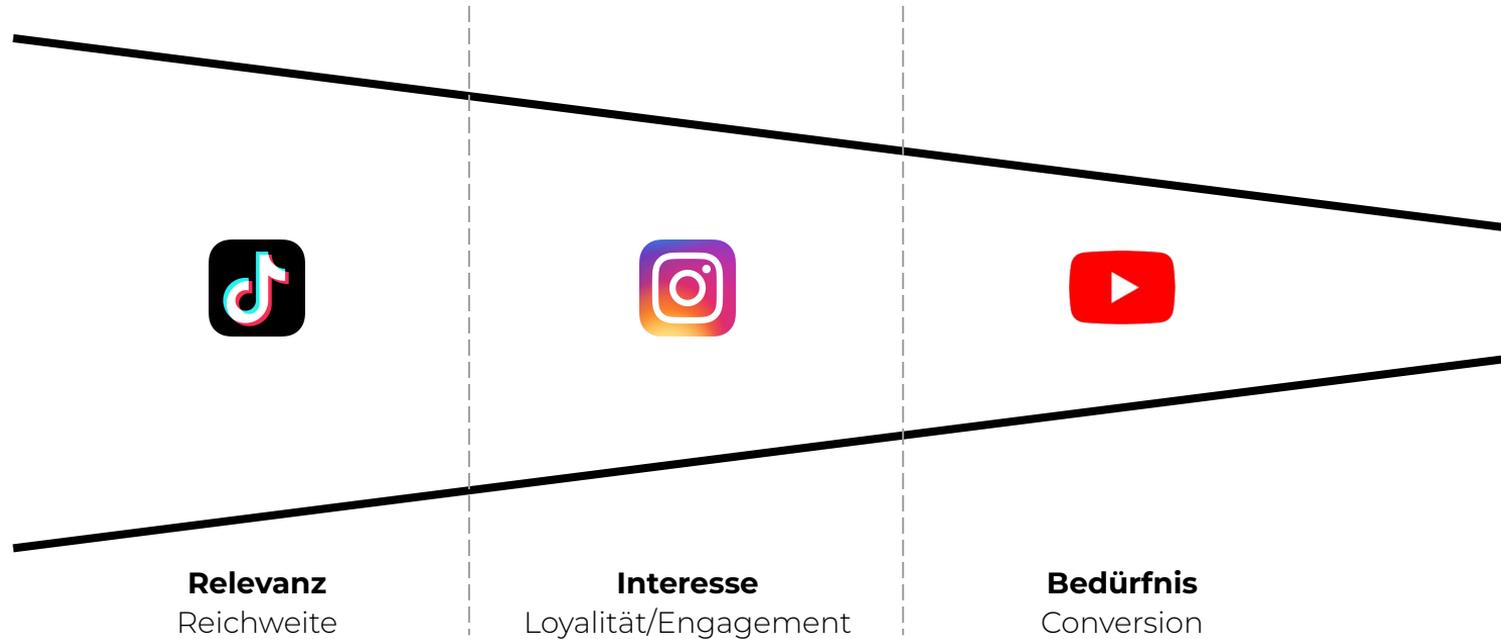


Relevanz
Reichweite

Employer Branding Zielsetzung.



Employer Branding Zielsetzung.



Format.



Video

Format.



Video



Bild

Format.



Video



Bild



Text

Format.



Video



Bild



Text



Audio

Kennzahlen.



Reel

Kennzahlen.



Reel



Story

DIESE KENNZAHLEN SOLLTE MAN IM BLICK HABEN



Engagement Rate.

$$\frac{\text{Likes \& Comments}}{\text{Postaufrufe}} \times 100 = \text{ER in Prozent (\%)}$$

Social Relevance.

$$\frac{\text{Gespeicherte Inhalte}}{\text{Postaufrufe}} \times 100 = \text{SR in Prozent (\%)}$$

Social Share of Voice.

$$\frac{\text{Shares \& Mentions}}{\text{Postaufrufe}} \times 100 = \text{SSoV in Prozent (\%)}$$

FAZIT

1

Authentizität + Selbstlosigkeit = Vertrauen

2

Es geht nicht darum **WAS** Sie machen
und **WIE** Sie es machen, sondern darum
WARUM Sie etwas machen.

3

Social Media ist nicht 'Intuition', sondern eine Disziplin, die knallharter **Messbarkeit unterliegt.**



KARRIEREGURU



Tobias Jost

Spiegel-Bestseller Autor (Ich erreiche täglich 850.000+ Schüler & Studenten auf Social Media)

Themen: #karriere, #recruiting und #employerbranding

München, Bayern, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

15.830 Follower:innen · 500+ Kontakte



Nr. 1 HR
Creator in
Social Media



KarriereGuru



Harvard Business School
Online

Vielen Dank!

business@der-karriereguru.de

KARRIEREGURU

 **ChemieVerbände**
RHEINLAND-PFALZ

