



Für bestehende & neue Mitarbeiter:innen
attraktiv sein

Erfolgsfaktor Employer Branding auf Social Media





Wir sind
digitale
Sichtbarkeit



**Wie viele Meter
scrollt der Daumen
durchschnittlich pro Tag
durch Social Media?**





SportBrain



Unsere Vision

MENSCHEN BEGEISTERN



Digitales Marketing mit Begeisterung und Hirnschmalz



Beratung, Strategie & Storytelling



Social Media & Paid Media



Content & Video Produktion



Studio & Virtual Events



Website & Design



Chatbot

Erfolgsfaktor Employer Branding auf Social Media

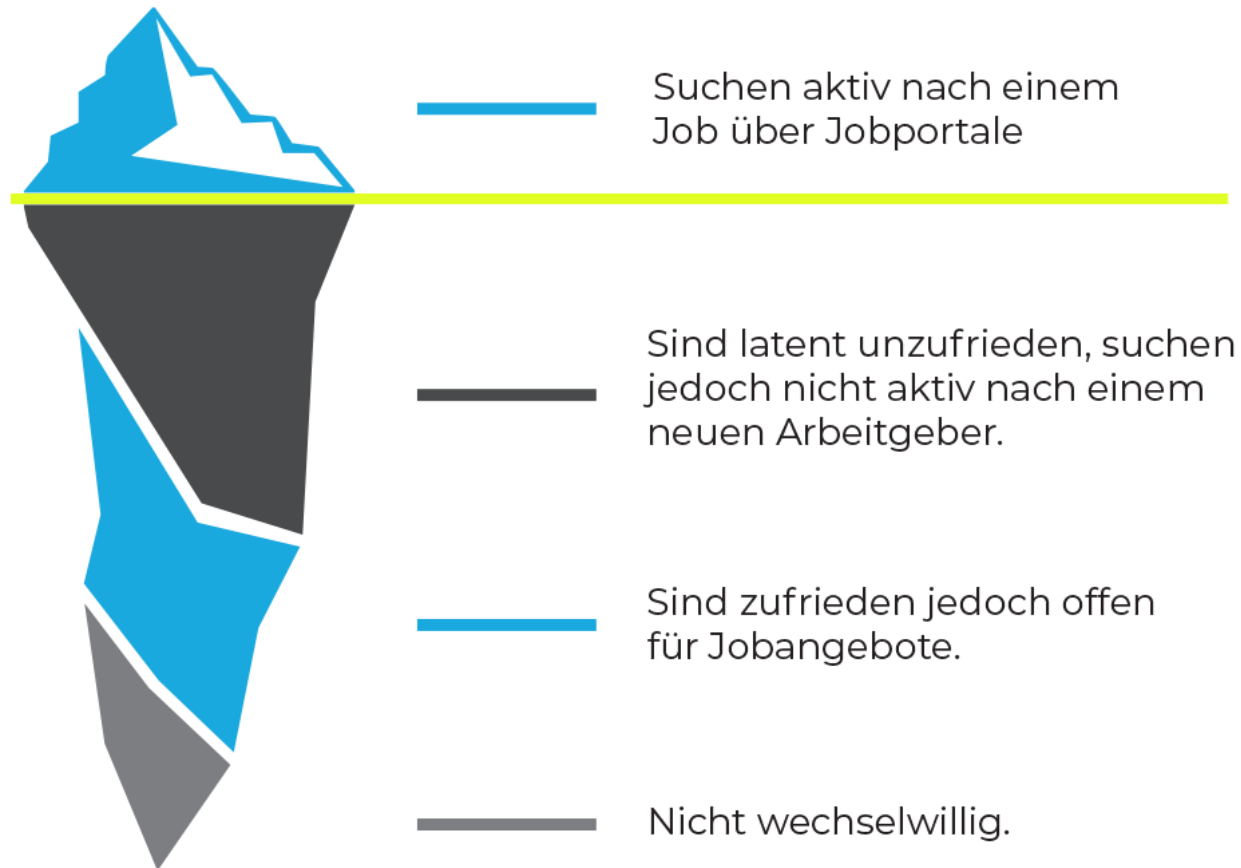
Unsere Ziele für heute:

- Verständnis schaffen, weshalb Social Media für Employer Branding perfekt ist.
- Inspiration geben, was man auf Social Media alles für die Employer Brand machen kann.
- Einblick in Themen geben, in welchen wir 2023 viel Bewegung erwarten.

Warum Social Media im Employer Branding



Das Social Media Potential



Erfolgsfaktor Employer Branding auf Social Media

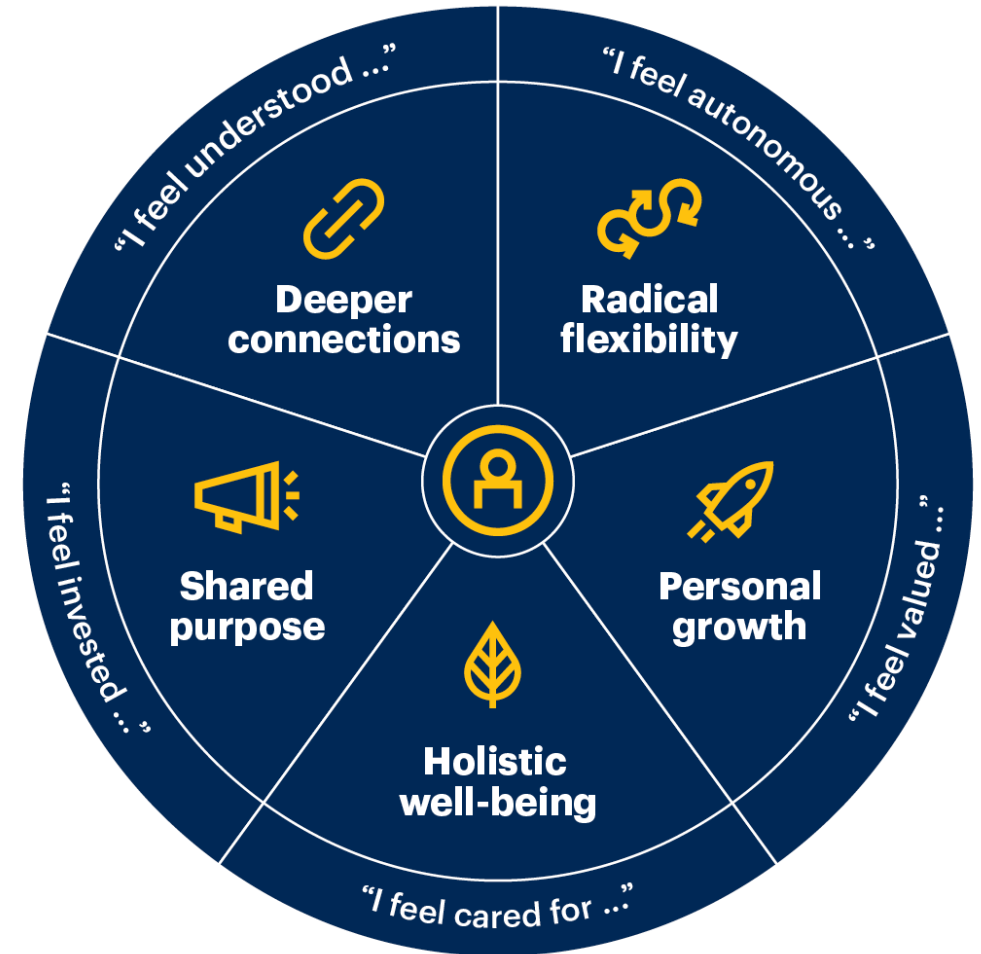
Bestehende & neue MA's

Employer Value
Proposition

Employer Retention

The Human Deal

The human deal increases employee satisfaction with the EVP by 15%.



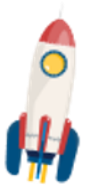
gartner.com

n = 5,000 employees worldwide
Source: Gartner 2021 EVP Employee Survey
© 2021 Gartner, Inc. All rights reserved. CMTKT_1284850

Gartner

“

**We don't want to get
fooled by pretty words
and amazing benefits.**



”

“

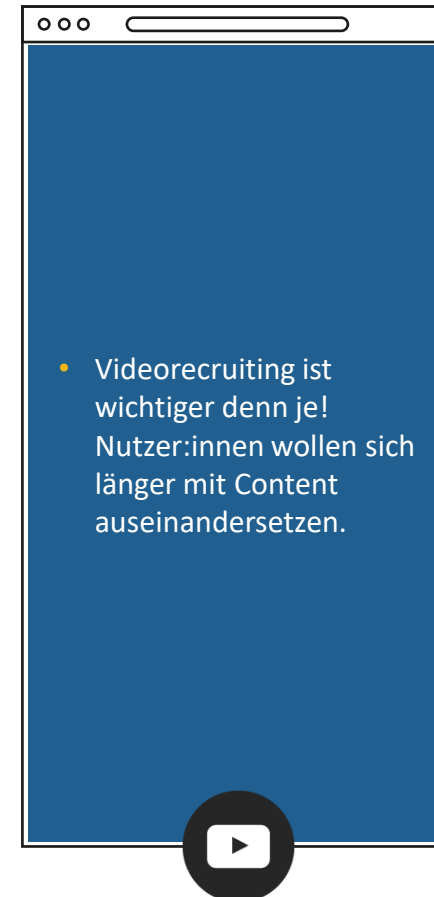
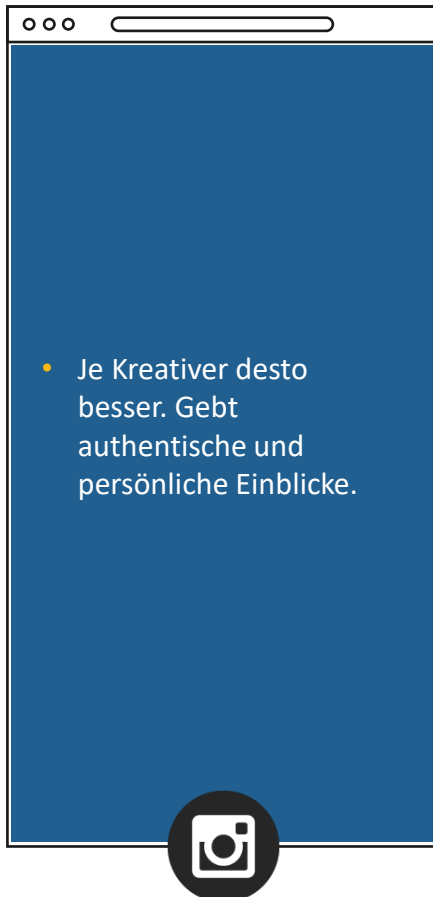
**People you know, talking
about things you care
about.**

Pete Davies,
Senior Director of Product Management bei LinkedIn

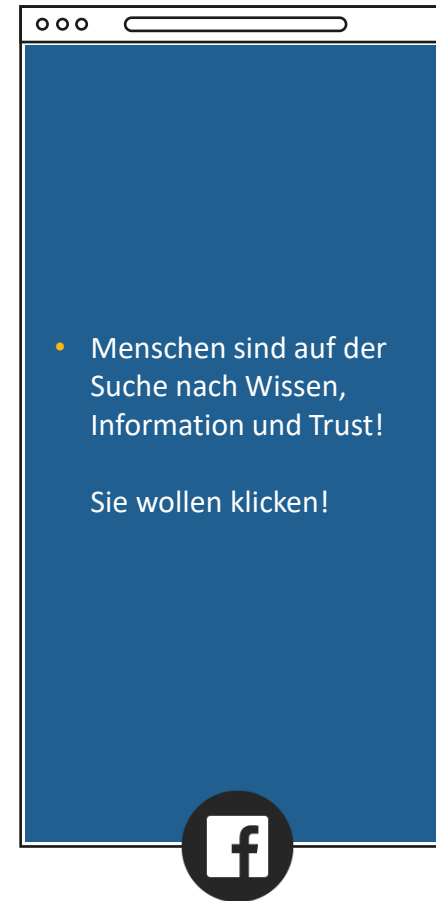
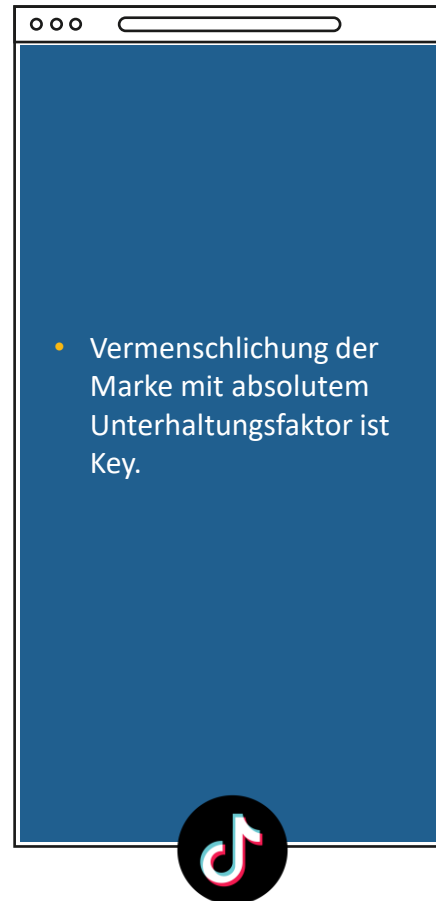


”

Was die Kanäle auszeichnet.

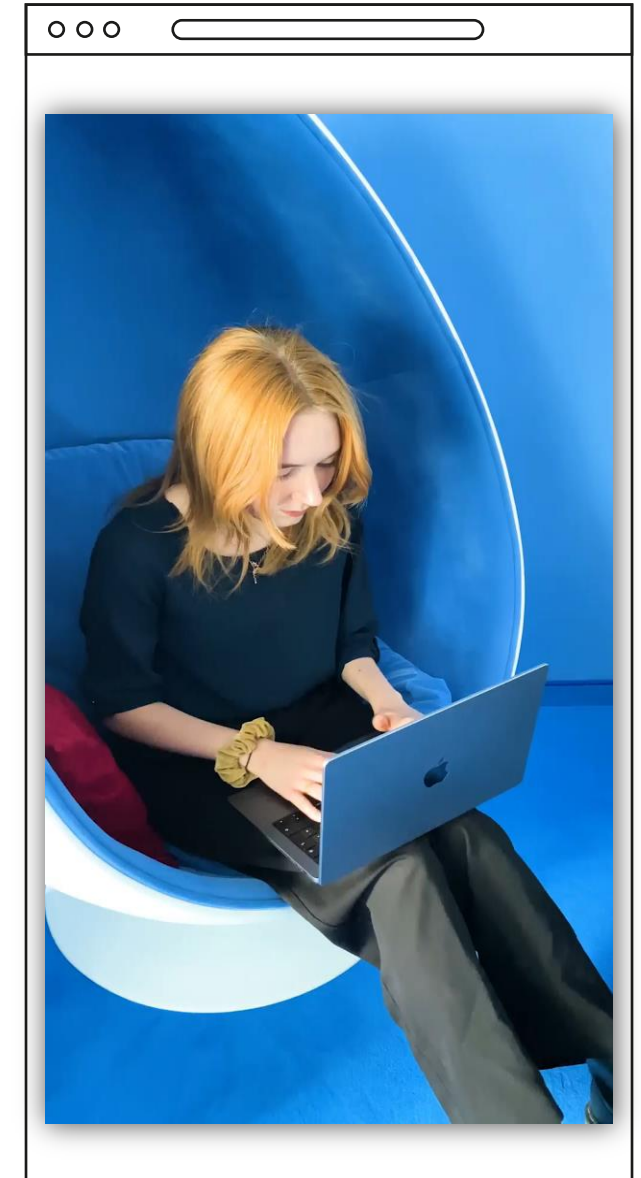


Was die Kanäle auszeichnet.



Gern gesehene Inhalte

- Erfahrungsberichte & Meinungsbeiträge
- kritische & herausfordernde Themen des Unternehmens
- Fach- und Erklärthemen zum Wissensaufbau
 - Informativer Content
 - Wissenswerte Zahlen und Fakten
- Humorvolles Entertainment auf „unknown“ Awareness-Ebene
- Teamvorstellungen & Mitarbeitenden eine Bühne geben
- Gelebte Werte und Vision der Arbeitgebermarke
 - Blick hinter die Kulissen
- User-generated Content



Beispiele aus der Praxis

Employer Branding





5 einfache Tipps zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität



5 einfache Tipps

**Seid authentisch und
lebt eure Werte.**

**Nach außen und von
„ganz oben“!**





16:29 Uhr

Bürotypen
Der Sprücheklopfer

00:06 / 00:14

Geschw. 🔊 ⋮

 **ziehl_abegg** ✓
ZIEHL-ABEGG · 4-24

Folgen

Dad Jokes next level 🤪👉 #ziehlabegg #officelife classics
#bürocomedy #büroalltag #spaßbeiderarbeit #jobleben
#boomersoftiktok

🎵 original sound - ZIEHL-ABEGG

👍 1665 💬 25 📄 87 🔗 📧 📱 🌐 📺 📶

https://www.tiktok.com/@ziehl_abegg/video/7... Link kopieren

- **Michael.Malcharek**
Wer später kommt, darf früher gehen 🤪
4-24 Antworten 44
- **Jens Bolm**
„Chef, warum muss ich eigentlich 12 Stunden am Tag arbeiten?“ „Na, du wolltest doch Halbtags“
4-24 Antworten 10
- **Auto Löffler** ✌️
Das Schulterzucken einfach 1:1 ich, wenn ich um 15:00 Uhr gehe und der eine Kollege mir genau solche Sprüche drückt.. 🤪
4-24 Antworten 16
- **Frank**
Einfach nicht drauf reagieren dann macht es den Kollegen keinen Spaß mehr
4-28 Antworten 1
- **Blaifuss80**

Anmelden zum Kommentieren

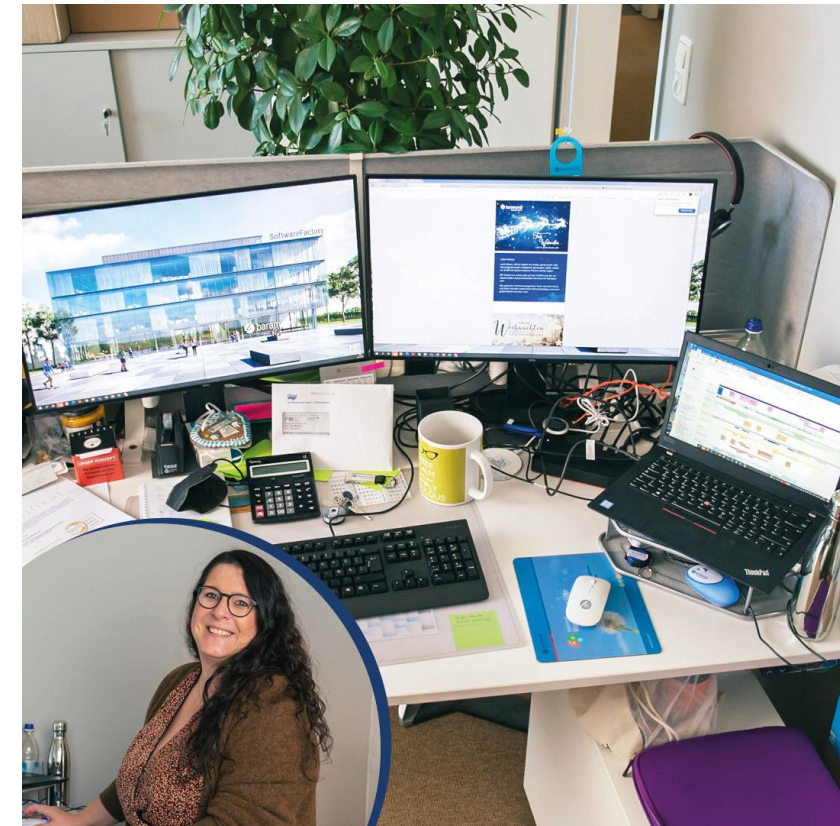
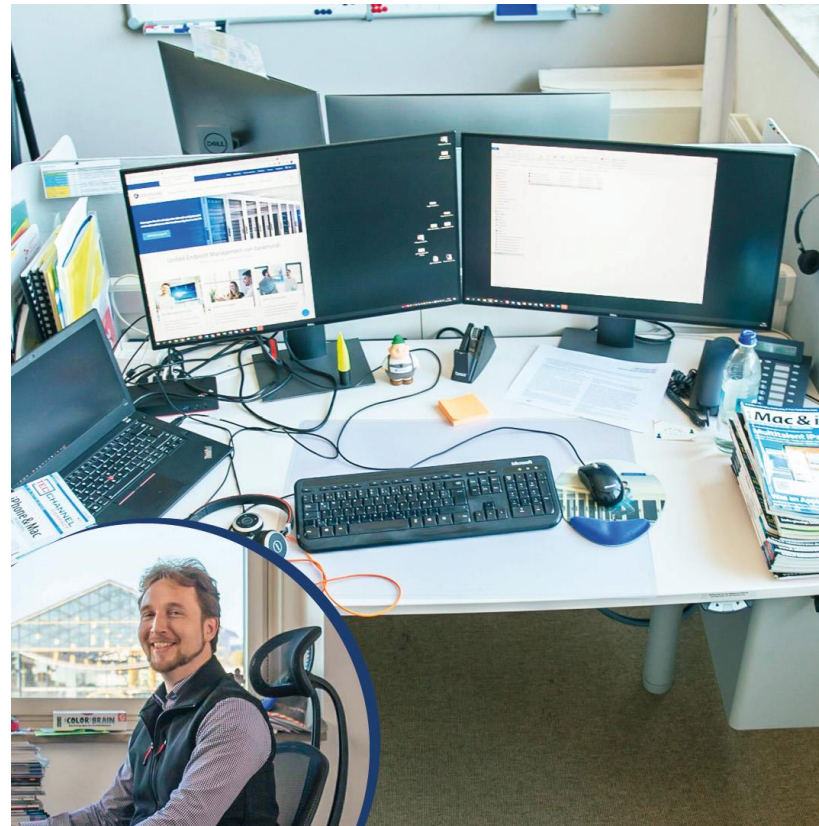
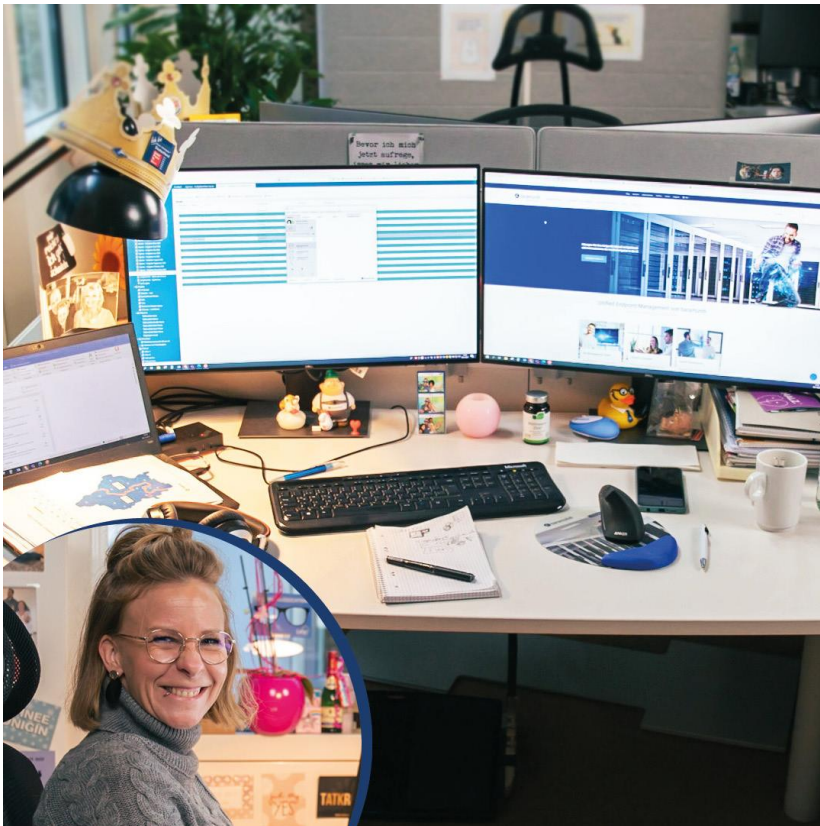
5 einfache Tipps

**Interagiert mit eurer
Zielgruppe und
erstellt relevante
Inhalte.**



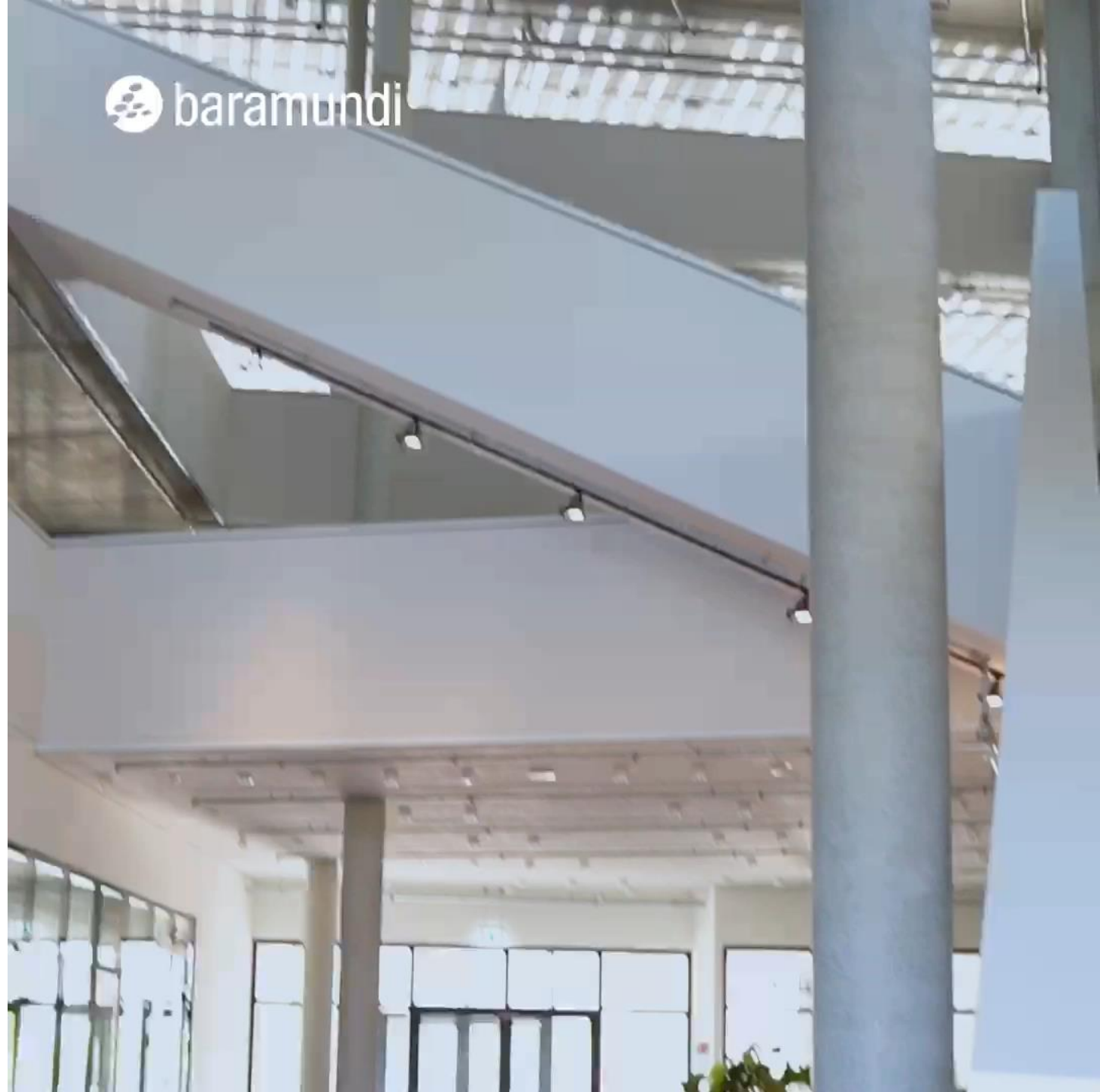
5 einfache Tipps

Gebt ehrlich Einblick “Behind-the-scenes”!



5 einfache Tipps

**Zeigt eure Vielfalt
und seid kreativ /
lasst kreativ sein.**



6 einfache Tipps

Bindet Eure Mitarbeiter:innen ins Digital-Employer-Branding ein!



Ramona Petrasch • 1.

🧠 Learning & Development Manager bei baramundi software Gm...

3 Wochen • Bearbeitet • 🌐

👉 Mit welchem Gefühl legst du dich Sonntagabend schlafen? 👉

28. April 2023, 12:30 Uhr, mehr als 1.000 Macher:innen 🌟! Das war das **Rocketeer** Festival - und ich mitten drin als Speaker für die **baramundi software**.

👏👏 Auf der MAIN STAGE. 👏👏

Was für ein atemberaubender Moment voller Adrenalin. „3..2..1..jetzt lauf' los.“

Und ich laufe auf die Bühne und bin überwältigt von so vielen Pionier:innen, die mir lauschen. In meinem Vortrag ging's darum, dass DU die Veränderung durch dein MACHEN gestaltest. Für dein zukünftiges Gefühl an Sonntagabenden 😊. **#betterwork**

Danke für euren Support 👏👏, **Eva Dabberger, Barbara Mayr, Sascha Kellermann, Alexandra Wagner, Julia Reiber, Rainer Wenninger, Armin Leinfelder, Gülsen Beken-Schüßler, Stefanie Fischer, Bernd Wilhelm, Dominik von Petersdorff, Robert Klinger, Christoph Schön, Marius Brandl, Sandra Winter**, u.v.m..

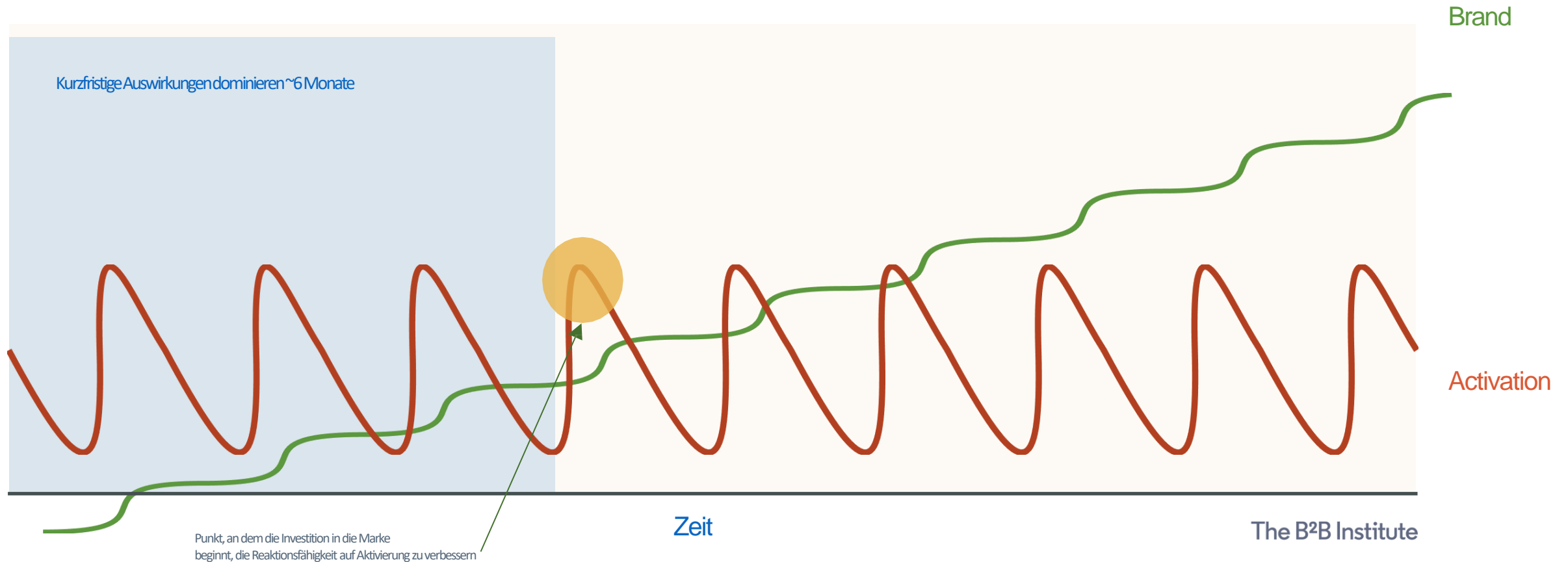
Paid Media **Einblicke**



Erfolgsfaktor Employer Branding auf Social Media

Always On - Vorteile für die Marke

Arbeitgebermarkensteigerung gegenüber der Basis



LinkedIn: Was wir targetieren können.

Zielgruppe

Gespeicherte Zielgruppen

Zielgruppen

Neue Zielgruppe erstellen

Wo ist Ihre Zielgruppe?

Standorte (aktuell oder dauerhaft)

Deutschland

Ausschließen

Personen an anderen Standorten

Profilsprache Ihrer Zielgruppe:

Englisch

Die Größe Ihrer Zielgruppe kann je nach ausgewählter Sprache variieren. Englisch wird möglicherweise auch in Regionen, in denen eine lokale Sprache verfügbar ist, als Standardsprache gewählt, damit alle Mitglieder in der Region erreicht werden.

Wer ist Ihre Zielgruppe?

Für Ihre erste Kampagne wurde diese Zielgruppe vorgeschlagen, die auf den Follower:innen Ihrer Unternehmensseite basiert. Diese Zielgruppe können Sie unten ändern.

Zurücksetzen und von vorne beginnen

Prognostizierte Ergebnisse

Größe der Zielgruppe

4.200.000+

Aufschlüsselung der Segmente

Tätigkeitsbereich

Geschäftsentwicklung

31 %

Operations

31 %

Vertrieb

21 %

Kunst und Design

12 %

Medien und Kommunikation

9 %

Segmente ausblenden

1 Tag

7 Tage

30 Tage

Ausgaben (30 Tage)

1.800,00 €–3.000,00 €

Impressions (30 Tage)

48.000–130.000


Click-Through-Rate (CTR)

0,51 %–0,88 %

LinkedIn als Paid EB Plattform

- LinkedIn ist die optimale Plattform für Employer Branding
- ... und für direkte Stellenbewerbungen

Wer ist Ihre Zielgruppe?

 Für Ihre erste Kampagne wurde diese Zielgruppe vorgeschlagen, die auf den Follower:innen Ihrer Unternehmensseite basiert. Diese Zielgruppe können Sie unten ändern. [Zurücksetzen und von vorne beginnen](#)


Einschließen von Personen, die **BELIEBIGE** dieser Kriterien erfüllen: 



Tätigkeitsbereiche

Geschäftsentwicklung,Marketing,Vertrieb,Medien und Kommunikation,Operations,Kunst und Design

AND die zudem **BELIEBIGE** dieser Kriterien erfüllen: [Schließen](#)

 Suchen [Mehr über Targeting-Kriterien erfahren](#)

Zielgruppen
 Nutzen Sie Ihre Daten für das Retargeting von Personen, die Ihre Website besucht haben, oder um bekannte Kontakte und Accounts zu erreichen.



Zielgruppenattribute
 Fügen Sie Zielgruppenkriterien wie Jobbezeichnung, Branche oder Kenntnisse hinzu. 

- Unternehmen
- Demografische Daten
- Ausbildung
- Berufserfahrung
- Interessen und Merkmale

Ausschließen von Personen, die **BELIEBIGE** dieser Kriterien erfüllen: 

Unternehmen (aktuelle Jobs)

SportBrain - Agentur für digitale Sichtbarkeit

 Wir haben Ihr Unternehmen hier bereits für Sie hinzugefügt, damit Ihre aktuellen Mitarbeiter:innen als Zielgruppe für diese Stellenangebote ausgeschlossen werden. [Mehr erfahren](#) 

LinkedIn Tools dürfen nicht verwendet werden, um Menschen anhand von Persönlichkeitsmerkmalen wie Geschlecht, Alter oder tatsächlicher bzw. angenommener Rasse/ethnischer Herkunft zu diskriminieren. [Mehr erfahren](#)


Meta: Was wir targetieren können.

Spezielle Anzeigenkategorien

Bitte gib an, ob deine Anzeigen im Zusammenhang mit Krediten, Jobs oder Wohnraum bzw. gesellschaftlichen Themen, Wahlen oder Politik stehen. Die Anforderungen für Anzeigen sind von Land zu Land unterschiedlich.

[Mehr dazu](#)

Kategorien ⓘ

 Jobangebote

▼

Länder

Wähle aus, wo du diese Kampagne schalten möchtest. Wenn an diesen Orten weitere Anforderungen für das Schalten von Anzeigen gelten, werden deine Werbeoptionen angepasst.

Deutschland

▼

Infos zu dieser Kategorie

Dabei hilft das Angeben dieser Kategorie

▼

Anforderungen für spezielle Anzeigenkategorien

▼

Zielgruppe

Lege fest, wer deine Werbeanzeigen sehen soll. [Mehr dazu](#)

[Neue Zielgruppe erstellen](#)

Gespeicherte Zielgruppe verwenden ▼

Custom Audiences

Neu erstellen ▼

🔍 Vorhandene Zielgruppen suchen

Ausschließen

* Standorte

Erreiche Personen, die an diesem Ort wohnen oder kürzlich dort gewohnt haben. ⓘ

Deutschland

✓ Deutschland


▼

✕

🔍 Standorte durchsuchen

Durchsuchen

Mehrere Standorte gleichzeitig hinzufügen



Die Postleitzahl-Auswahl ist nicht verfügbar. Die Standort-Auswahl muss sämtliche Bereiche einer ausgewählten Stadt, Adresse oder gesetzten Standortnadel im Umkreis von 15 km umfassen.

🗨

✕

Alter

18

▼

65+

▼

Wähle die Altersgruppe 18-65+ aus, wenn du Werbung in dieser speziellen Anzeigenkategorie schaltest. [Mehr dazu](#)

Geschlecht

☒ Alle

☐ Männer

☐ Frauen

Detailliertes Targeting

Personen einschließen, die übereinstimmen mit ⓘ

🔍 Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen

Vorschläge

Durchsuchen


Sprachen

Alle Sprachen

Alles wird restriktiver und transparenter?

Begünstigter und Zahlender

Du musst für jede Anzeigengruppe mit einer Zielgruppe in der EU die Person oder die Organisation angeben, die von der Anzeigengruppe profitiert, sowie die Person oder Organisation, die die Anzeigengruppe finanziert. [Mehr dazu](#)

 Informationen zum Begünstigten und zum Zahlenden bald erforderlich

×

Ab dem 10. Juli 2023, musst du Angaben zum Begünstigten und zum Zahlenden jeder neuen oder bearbeiteten Anzeigengruppe mit einer Zielgruppe in der EU machen.

[Mehr dazu](#)

Begünstigter ⓘ

Wähle eine Person oder Organisation aus

☒ Eine andere Person oder Organisation bezahlt dafür

Zahlender ⓘ

Wähle eine Person oder Organisation aus

One
More thing!



One more thing!



TOP-Trend 1 mit 95 % Zustimmung:

Professionelle und ehrliche interne Kommunikation wird zu entscheidenden Wettbewerbsvorteilen führen.



TOP-Trend 2 mit 82 % Zustimmung:

Die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit von HR & Marketing wird im Bereich „Employer Branding“ zum Standard.



TOP-Trend 3 mit 62 % Zustimmung:

Video-Content für Social-Plattformen wird wesentlicher Bestandteil im B2B-Content-Marketing.

TOP-Trend 4 mit 42 % Zustimmung:

Corporate Influencer sind wesentlicher Bestandteil unserer MarKom-Strategie.




Corporate Ambassadors:

Posten in den sozialen Medien über ihr Unternehmen und gewähren Einblicke in Ihren Arbeitsalltag.

In der Regel sind es Mitarbeitende, die die Unternehmenswerte teilen und sich mit der Marke identifizieren.




Organische Gründe




SportBrain - Agentur für digitale Sichtbarkeit
 1.071 Follower:innen
 1 Monat •

@nline Marketing Konferenz 2023 - ein voller Erfolg. ✓

Ein tolles Event von und mit dem Marketing-Club Augsburg ... mehr anzeigen







Christoph von Külmer • Sie
 SportBrain - Wir sind die kreative Agentur für Digitale Sichtbarkeit. Stra...
 1 Monat •


Markenbotschafter auf LinkedIn sind die Rockstars der organischen Reichweite!


... mehr anzeigen







Alexandra Hetmann • Sie
 ... mehr anzeigen









Christoph von Külmer und 36 weitere Personen


 Gefällt mir



 Kommentar

Organische Impressions: 1.028 Impressions

Statistiken einblenden




Alexandra Hetmann und 62 weitere Personen





Alexandra Hetmann • Sie
 ... mehr anzeigen


6 Kommentare




Alexandra Hetmann • Sie
 ... mehr anzeigen


 Gefällt mir


 Kommentar


 Teilen


 Senden

3.916 Impressions

Analysen anzeigen

Die richtigen identifizieren ...

- Grundsätzlich können alle Mitarbeitenden die Stars eurer organischen Reichweite sein!

Wissen
Wollen
Können

The image shows a LinkedIn profile for Johannes Kliesch. The header features a banner for 'Snocksulting Podcast' with a man and a woman, and a circular profile picture of Johannes Kliesch with a '#HIRING' tag. The profile text includes his name, a brief bio about his success with Amazon and Shopify, his topics of interest, his location in Mannheim, and a link to join his team. It also shows he has 78,821 followers and 500+ contacts. At the bottom, there are two blue boxes: one for 'Serviceleistungen' (brand consulting, social media marketing) and another for 'Gesucht: Initiativbewerbung' (job openings).

Snocksulting Podcast

Überall wo es Podcasts gibt!

Noch mehr praktische Tipps von mir? Dann hör in unseren wöchentlichen Podcast rein!

Johannes Kliesch · 2.

Mit Basic-Produkten auf Amazon und Shopify zum zweistelligen Millionenumsatz | Wir helfen dir bei deiner Amazon Erfolgsgeschichte | Team SNOCKS

Themen: #startup, #branding, #amazonfba, #ecommerce und #marketing

Mannheim, Baden-Württemberg, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

<https://snocks.ly/joinourteam>

78.821 Follower:innen · 500+ Kontakte

Katharina Beck, Alina Eckert und 5 weitere gemeinsame Kontakte

[Nachricht](#) [✓ Follower:in](#) [Mehr](#)

Vernetzen Sie sich, wenn Sie sich kennen [+ Vernetzen](#)

Serviceleistungen
Markenberatung, Social-Media-Marketing, Suc...
[Details anzeigen](#)

Gesucht: Initiativbewerbung (m/w/d) und 5 w...
SNOCKS · Mannheim, Baden-Württemberg, Ger...
[Alle 6 Jobs anzeigen](#)

“

Document don't create!



”

Ich hoffe wir konnten sie ebenso begeistern wie unsere Kunden weltweit.

