

Was Bewerber online wirklich anspricht

Online-Karrierebereiche stehen auf dem Prüfstand: Die Erwartungen der Bewerber an Inhalte, Nutzerfreundlichkeit und Technik steigen. Unternehmen machen nicht genügend klar, warum der Bewerber sich ausgerechnet bei ihnen bewerben sollte - ein Kardinalfehler.

Websites sind für die öffentliche Darstellung von Unternehmen heute selbstverständlich. Allerdings gibt es hier einige Mängel, wenn es um die direkte Ansprache der Zielgruppe geht. Oft bleiben Unternehmen zu oberflächlich. Das zeigt eine Untersuchung der Unternehmensberatung NetFederation zu Corporate Websites großer deutscher Unternehmen.

Firmen bieten zwar zielgruppenspezifische Informationen für künftige Mitarbeiter an, doch 82 Prozent der Unternehmen machen nicht genügend klar, warum der Bewerber sich ausgerechnet bei ihnen bewerben sollte – angesichts des Fachkräftemangels ein Kardinalfehler.

„Im Kampf um die Aufmerksamkeit der Zielgruppen stehen Karriere-Websites heutzutage in direkter Konkurrenz zu zahlreichen attraktiven Online-Angeboten, wie den populären sozialen Netzwerken im Bereich ‚Infotainment‘, aber auch den aufmerksamkeitsstarken Online-Kampagnen großer und kleiner Marken. Wichtig für den Erfolg ist daher ein Zusammenspiel von Inhalten, Gestaltung und technischer Umsetzung, das anderen unterhaltenden Online-Angeboten in puncto Nutzungsgefühl in nichts nachsteht“, sagt Sven Severin, Geschäftsführer der marketing solutions direkt GmbH, einem Unternehmen der direkt gruppe. marketing solutions direkt entwickelt ziel-

gruppenspezifische Karriere-Websites für Unternehmen und setzt diese um.

3 Tipps für die Planung und Umsetzung einer erfolgreichen Karriere-Website

- **Stellen Sie Ihre Einzigartigkeit heraus**
Warum sollen Bewerber Ihr Unternehmen auswählen? Eine attraktive Arbeitgebermarke ist hier wichtig. Sie kann durch eine lebendige und authentische Darstellung vermittelt werden. Dabei helfen Case Studies und lebendige Geschichten (Stichwort: Storytelling) über das Arbeitsumfeld. Lassen Sie Ihre Mitarbeiter ihre Success Stories erzählen und über ihre Karrieren im Unternehmen berichten oder ihren Arbeitsplatz beschreiben. Laden Sie auch zu einem lebendigen Dialog ein. Sprechen Sie Ihre Besucher persönlich an. Bieten Sie Interessenten die Möglichkeit, über die Website Fragen an das Unternehmen zu stellen, die natürlich auch zeitig beantwortet werden.

- **Klarheit ist oberstes Gebot**
Besucher, die auf Ihrer Website eine Stelle in Ihrem Unternehmen suchen, sollten auch schnell fündig werden. Denn wer nicht gleich das findet, was er wissen möchte, ist schnell wieder weg. Eine übersichtliche und klar strukturierte Karriereseite ist deshalb wichtig. Die Nutzerführung sollte einfach sein, damit gesuchte Inhalte schnell

gefunden werden können. Auch die Gestaltung der Seite sollte, natürlich unter Einhaltung des Corporate Designs, modern und zeitgemäß sein. Hier müssen die Elemente, die das Markenimage transportieren sollen, gut auf die Anforderungen der Nutzerführung abgestimmt werden. Wir nennen diese Abstimmung „Viewsability“. Das heißt: Benutzeroberflächen derart zu gestalten, dass wichtige Usability-Aspekte,

Sven Severin, Geschäftsführer der marketing solutions direkt GmbH: „Wichtig für den Erfolg ist ein Zusammenspiel von Inhalten, Gestaltung und technischer Umsetzung, das anderen unterhaltenden Online-Angeboten in puncto Nutzungsgefühl in nichts nachsteht.“

Corporate-Design-Vorgaben sowie die Erwartungen der Nutzer an Funktionalität und Design von Websites ins Gleichgewicht gebracht werden.

- **Ihre Karriereseite sollte immer up to date sein**

Zu einer modernen Website gehört auch eine zeitgemäße technische Umsetzung. Achten Sie darauf, dass die Karriereseite für die Darstellung und Nutzung auf mobilen Endgeräten geeignet ist (Stichwort: responsive Design). Für die Generation der Digital Natives sind Share-to-Social-Funktionalitäten und Kommentarfunktionen heute eine Selbstverständlichkeit. Wenn Sie diese Zielgruppe zukünftig für sich gewinnen wollen, sollten deren Erwartungen an eine Karriereseite also erfüllt sein.



Fazit

Bei der Planung und Umsetzung einer erfolgreichen Karriere-Website sollten Unternehmen auf Inhalte und Informationen achten, die ihren Bewerbern einen konkreten Mehrwert versprechen und die Einzigartigkeit der Arbeitgebermarke herausstellen. Wenn sie diese Inhalte dann in puncto Funktionalität und Design modern präsentieren und einfach nutzbar machen, dann haben Unternehmen im Wettbewerb um Fachkräfte beste Chancen.

Link

www.corporate-benchmark.de