

Hurra, du hast dich genau richtig entschieden! 🎉

Wir sind **Laut & Sichtbar:** Dein virtuelles Marketingteam

Als erfahrene Digitalagentur mit den Schwerpunkten Videoproduktion, Social Media Management und Suchmaschinenoptimierung, sind wir dein Expertenteam, wenn es um ausdrucksstarkes und hochwertiges, digitales Marketing geht. Wir machen Unternehmen seit 2019 mit herausragenden Videoproduktionen und einem ganzheitlichen, digitalen Ansatz laut und sichtbar.

Starke Referenzen sprechen für sich: Wir helfen nicht nur renommierten Kunden aus der Region digital laut und sichtbar zu werden, sondern auch überregionalen Größen, wie unser Kunde Hörlungs Hörgeräte, der mithilfe unseres ganzheitlichen Recruiting Erfolgskonzeptes in unter drei Wochen eine offene Stelle besetzen konnte.

Dank unserer Erfahrung in den Bereichen Videoproduktion, Social Recruiting und Employer Branding können wir dir dabei helfen, deine offenen Stellen günstig und schnell zu besetzen. Dafür haben wir unser Expertenwissen exklusiv in unserem Erfolgskonzept für E-Recruiting zusammengefasst, damit du sofort loslegen kannst.

Starte jetzt deine erfolgreiche Recruitingkampagne mit unserem Erfolgskonzept.

Du möchtest noch tiefer in das Thema Social Recruiting einsteigen?

Melde dich [hier](#) zu unserem kostenlosen E-Mail-Training an. In insgesamt 10 E-Mails bekommst du von uns hilfreiche Tipps aus der Praxis, die du direkt in deinen eigenen Recruiting-Kampagnen umsetzen kannst.

Oder: Kontaktiere uns direkt und lerne uns völlig unkompliziert und unverbindlich in einem kostenlosen Online-Call kennen.

Jetzt anmelden!

Fragen kostet nichts! 🙌

Ich beantworte deine Fragen gerne

Keno Voß
CEO & Gründer Laut & Sichtbar GmbH

keno@laut-sichtbar.com
[04921 59 13 999](tel:049215913999)



Verschwende einfach keine Zeit mehr

Das **Erfolgskonzept**: Neue Mitarbeitende auf Knopfdruck gewinnen.



4 Fakten über Laut & Sichtbar

Von uns erhältst du das Erfolgskonzept, um systematisch neue Mitarbeitende zu gewinnen. 4 Fakten über uns als Agentur:

-  **Im Fokus steht Qualität**
-  **Viele Erfolgsgeschichten**
-  **Branchenübergreifend**
-  **Führende Agentur für Videomarketing**

Du hast Fragen zum Konzept? Dann schreib uns an team@laut-sichtbar.com und wir beantworten Dir deine Fragen.

Das Erfolgskonzept zusammengefasst:

1

Recruiting-Videoproduktion

Erfahre, was ein Recruiting Video ausmacht, worauf du achten musst und wie du selbst starten kannst.

2

Werbeanzeigen in Social Media

Erfahre, wie eine Werbeanzeige gestaltet werden muss und womit du die besten Ergebnisse erzielen wirst.

3

Der perfekte Recruiting-Funnel

Erfahre, wie dein Bewerbungs-Funnel aufgebaut sein muss und welche Inhalte Bewerbungen generieren.

4

Employer Branding als Fundament

Erfahre, welche Grundlagen du für die Inhalte schaffen musst, damit Video, Anzeigen und der Funnel perfekt werden.

Mit einem hochwertigen Recruitingvideo sorgst du für maximale Aufmerksamkeit und Sympathie

1

Zusammengefasst: Das Recruitingvideo ist ein unverzichtbarer Bestandteil einer erfolgreichen Recruiting-Strategie im Jahr 2023. Zeige Dein Unternehmen von der besten Seite und schaffe eine emotionale Bindung zwischen deinem Unternehmen und Bewerbenden. Mittelständische Unternehmen sollten unbedingt Recruiting-Videos in ihre Personalmarketing-Strategie aufnehmen.

Durch den Einsatz von Recruiting-Videos spart dein Unternehmen Zeit und Kosten und erreicht auf einfache und effiziente Weise genau die Fachkräfte, die du brauchst.

Kein Video, keine Bewerbungen? Darum sollten Recruitingfilme ein fester Bestandteil deines Personalmarketings sein

Eine aktuelle Studie zeigt, dass 80% der Jobinteressenten ein Recruiting-Video als hilfreich empfinden, um einen ersten Eindruck von deinem Unternehmen und der angebotenen Stelle zu erhalten. Zudem erhöht das Anschauen eines Recruiting-Videos die Wahrscheinlichkeit einer Bewerbung um 49%. Durch die Verwendung von Video-Content können potenzielle Bewerbende einen tieferen Einblick in deine Unternehmenskultur erhalten und erfahren, was es bedeutet, Teil der Organisation zu sein. Ein gut gemachtes Recruitingvideo trägt dazu bei, dass sich Interessenten direkt mit deinem Unternehmen identifizieren und motiviert sind, sich zu bewerben.

Was macht einen wirksamen Recruitingfilm aus?

Damit sich dein Recruitingvideo vom durchschnittlichen Imagefilm abhebt, erstelle zunächst ein detailliertes Skript mit einem kreativen Story-Ansatz. Wichtig ist, dass sich deine Zielgruppe den Film gerne anschaut (Stichwort „Entertainment-Charakter“). Zudem sollte auf eine gute allgemeine Qualität der Aufnahmen geachtet werden.



Wie kannst du selbst aktiv werden?

Überlege dir vorab für welche Plattform du deinen Film produzieren möchtest und bestimme dementsprechend das optimale Seitenformat (16:9 oder 9:16, also Hochkant- oder Querformat). Für eine bestmögliche Stabilisierung deines Videomaterials solltest du dir ein sogenanntes „Gimbal“ für dein Smartphone zulegen. Wir hatten das DJI Osmo 4 bereits selbst im Einsatz und können es daher bedenkenlos weiterempfehlen, es gibt aber auch zahlreiche Alternativen, die ähnlich funktionieren.

Vor dem Aufnahmestart

solltest du deinen Fokuspunkt (das zu filmende Objekt) auf dem Bildschirm durch ca. 2-sekündiges Tippen auf den Bildschirm markieren und damit die Belichtungseinstellungen festsetzen. So sorgst du bei Schwenks und sich verändernden Lichtverhältnissen für eine ruhigere und gleichbleibende Bildqualität.

Für die Produktion

deines Films ziehst du dir die gemachten Aufnahmen (i.d.R. per USB-Kabel) auf einen leistungsfähigen Rechner und schneidest dann die Sequenzen nach deiner Skriptvorgabe mit einem Schnitt-Programm, wie z.B. dem kostenlosen DaVinci Resolve oder auch dem kostenpflichtigen Adobe Premiere Pro. Mach dich vorab mit dem Einsatz unterschiedlicher „Framerates“ vertraut und nutze die Mechanismen, um z.B. deine 60fps-Schnittbildaufnahmen zu verlangsamen und damit ruhiger und weicher wirken zu lassen.



Das sagt unser Kunde

„Beim Videodreh wurden alle Wünsche perfekt umgesetzt. Die gute Planung, professionelle Umsetzung und schnelle Nacharbeit führten zu einem Ergebnis, mit dem wir mehr als zufrieden sind.“

Videoproduktion Infosnacks:

- 1** Am Ende deines Films darf der sogenannte **Call-to-Action** (z.B. „Lerne uns kennen!“) und ein Texthinweis zum Karrierebereich auf der Website deines Unternehmens nicht fehlen.
- 2** Für eine bestmögliche Stabilisierung deines Videomaterials solltest du dir ein sogenanntes „**Gimbal**“ für deine Recruitingvideoproduktion anschaffen.
- 3** Für **Echtzeitaufnahmen** nutze die Auflösung 4k bei 24fps oder 30fps. Für **verlangsamte B-Roll-Aufnahmen** nutze die Auflösung 4k bei 60fps.



So erstellst du Recruiting-Ads auf Facebook und Instagram, die Bewerbende wirklich begeistern

1

Zusammengefasst: Eine Recruiting Ad muss auf dein Unternehmen zugeschnitten sein und zu eurer Unternehmenskultur passen. Du musst die Benefits in den Vordergrund stellen, die dich von anderen Unternehmen deiner Branche abheben und du musst potenzielle Bewerbende mit einer Ansprechenden Werbung dort erreichen, wo sie am aktivsten sind.

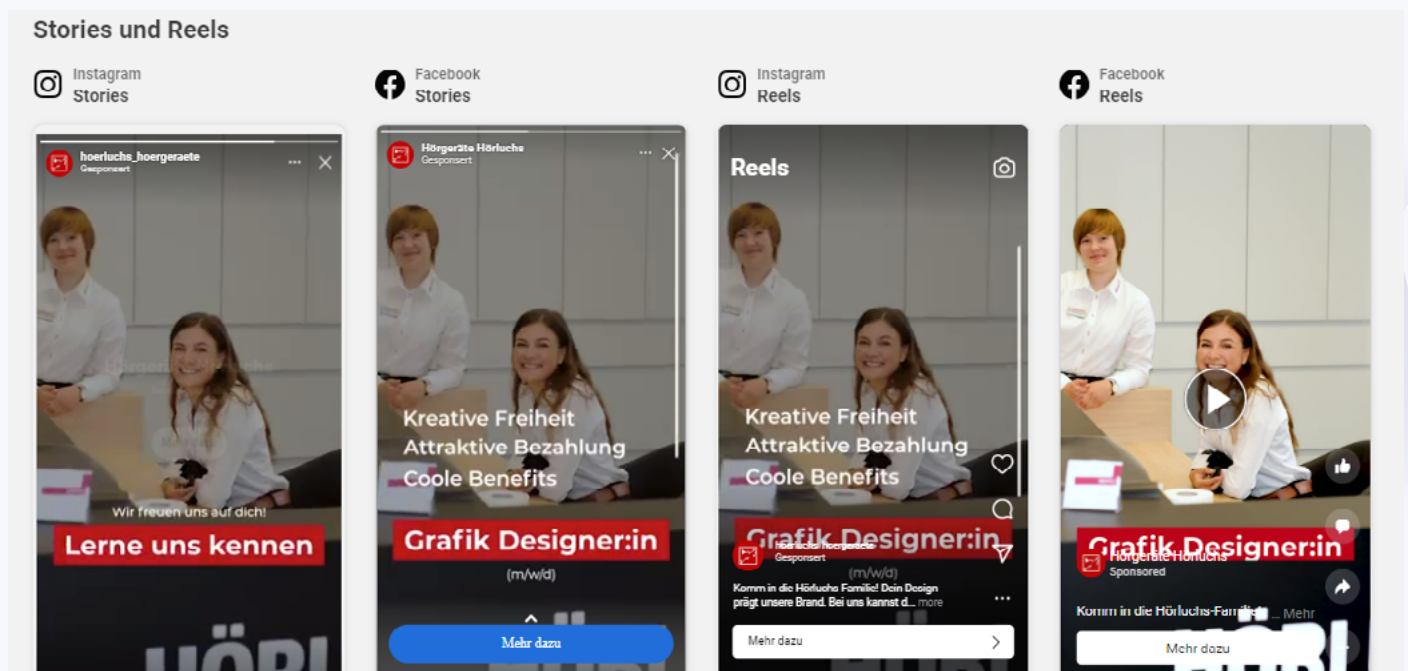
Der richtige Aufbau deiner Werbeanzeige: Aus unterschiedlichen Kunden-Ads haben wir folgende Erfahrungen generieren können, die erfolgreich Bewerbungen generiert haben:

Das Creative

ist entscheidend und muss potenzielle **Bewerbende ab der ersten Sekunde ansprechen**. Achte dabei darauf, dass die ausgeschriebene Stelle optisch im Vordergrund steht und klar erkennbar ist, was dein Unternehmen sucht.

Auch hat die Erfahrung gezeigt, dass vor allem Gesichter, Menschen und das Team zu sehen sein müssen. Dies schafft eine direkte Verbindung zu den Personen, mit denen später gearbeitet wird. **Humor in den Creatives** kommt ebenfalls sehr gut bei Jobinteressenten an.

Teste im Bestfall **mindestens drei verschiedene Creatives** in den Formaten 9x16 und 1x1, bei denen du den Aufbau oder das Bild- bzw. Videoelement veränderst. So kannst du herausfinden, was am besten funktioniert hat und weiter verbessern. **Nutze allgemein immer Untertitel**, damit deine Videos auch dann "erlebt" werden können, wenn der potenzielle Bewerbende keinen Ton aktiviert hat.



Der Beschreibungstext

deiner Werbeanzeige muss positiv formuliert werden und potenzielle Bewerbende einladen, dein Unternehmen kennenzulernen. Bewusst sprechen wir in der Regel nicht von „Bewirb dich jetzt“ sondern von „**Lerne uns kennen**“. Dies ist weniger verbindlich und gibt dem Bewerbenden die Möglichkeit dein Unternehmen über die Inhalte im Funnel erst einmal kennenzulernen.

Wir haben die Erfahrung gemacht, dass die **TOP3 Benefits** in den Beschreibungstext aufgenommen werden sollten und der Text nicht zu lang sein darf. Teste auch hier unterschiedliche Text-Ideen und Headlines, für den besten Erfolg deiner Kampagne.

Der Kampagnenaufbau

entscheidet unmittelbar über den Erfolg deiner Kampagne. **Strukturiere deine Kampagnen immer gleich**: Kampagnen → Anzeigengruppen → Werbeanzeigen mit jeweils korrekten Benennungen von der „Obersten Ebene“ bis zur einzelnen Werbeanzeige und den passenden Einstellungen. Die unterschiedlichen Creatives solltest du **als jeweils einzelne Werbeanzeige** einrichten, so kannst du den Erfolg besser monitoren.

Die Ads-Placements

der Werbeanzeige sollten sinnvoll ausgewählt werden. Es ist **nicht zielführend, alle Placements zu nehmen**, die standardmäßig vorgeschrieben werden. In Kombination mit einem Mobile Funnel sollten **alle Desktop-Placements ausgeschlossen** werden. Und darum zeigt auch die Erfahrung, dass die Placements „Shop, Postfach, Explore, Marketplace“ kaum bis gar nicht geklickt werden und daher **Kosten verursachen, ohne sinnvoll für deine Kampagne zu sein**.



Das sagt Hörluchs zum Konzept

Dank der exakt auf unsere Bedürfnisse hin zugeschnittenen Kampagne konnten wir zügig unsere offene Stelle im Marketing fachkompetent besetzen. Beratung, Gestaltung und Umsetzung waren perfekt und der Einsatz des eingesetzten Budgets hat sich voll ausgezahlt.

Werbeanzeigen-Infosnacks:

- 1 Das Kampagnenziel „Traffic“ in Kombination mit der Gebotsstrategie „Größtes Volumen“ und „Link Klicks“ als Ergebnis erzielte bei unseren Kunden die höchste Conversion-Rate.
- 2 Stellenanzeigen bei Facebook und Instagram können lediglich regional ausgesteuert werden. Du kannst nicht nach Merkmalen filtern und das Mindestalter beträgt 18 Jahre.
- 3 Nutze den Facebook Pixel, um Nutzerdaten mit deinem Funnel oder deiner Website zu verbinden und die Bewerbungen via Facebook Tracking nachvollziehbar zu machen.



So erstellst du Recruiting-Funnel, die dir auf Knopfdruck und planbar neue Bewerbungen bringen

2

Zusammengefasst: Ein Recruiting-Funnel dient potenziellen Bewerbenden dazu, dein Unternehmen besser kennenzulernen, direkt nachdem sie auf die Ad geklickt haben. Hier hast du die Möglichkeit Benefits, Teamstimmen und eure Kultur zu zeigen. Durch gezielte Quizfragen kannst du den Bewerbenden kennenlernen und herausfinden, ob diese Person zu euch passt.

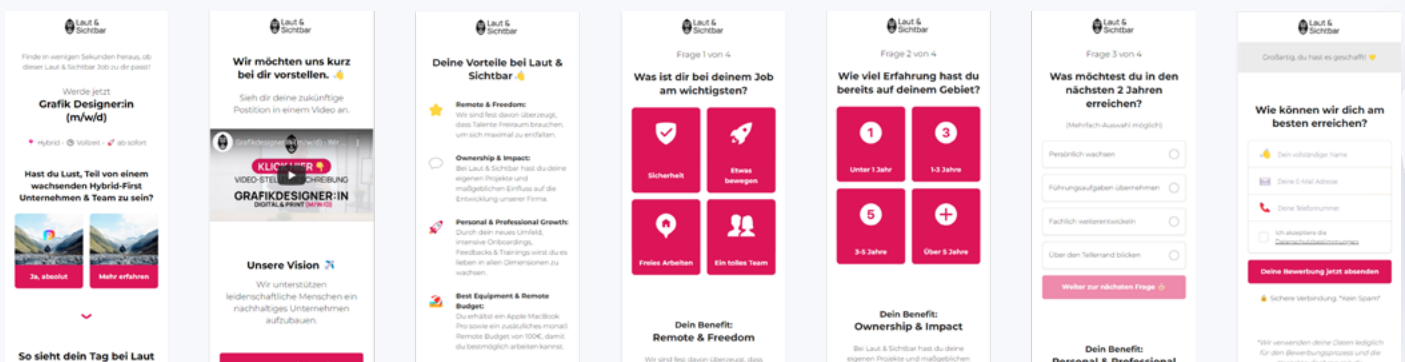
Der richtige Aufbau deines Recruiting-Funnels: Aus unterschiedlichen Kunden-Funnel haben wir folgende Erfahrungswerte ableiten können, die erfolgreich Bewerbungen generiert haben:

Das Design

muss auf den ersten Blick das **Corporate Design deines Unternehmens** wiedergeben. Achte hier also darauf, dass Farben, Bilder und auch das globale Design zu eurem CD passt. Grundsätzlich solltest du das Design **freundlich, offen und einfach** gestalten. Wir haben dafür unterschiedliche Design-Templates erarbeitet und können diese für unsere Kunden verwenden.

Der Aufbau

erfolgt oft nach einem erfolgreichen Prinzip. Die Startseite fasst alles Wichtige auf einen Blick zusammen. Mach klar, **für welche Stelle sich beworben** wird und was dein Unternehmen von anderen wirklich unterscheidet. Als nächstes stellst du dein Unternehmen vor und **nennst danach die Benefits**, die für dein Team am wichtigsten sind (lies dazu auch gerne den Exkurs zum Thema: Employer Branding Basics). **Mit einem Quiz** kannst du den potenziellen Bewerbenden besser kennenlernen und vorfiltern. Zum Schluss erfolgt das Eingeben der Kontaktdaten und damit ist der Bewerbungs-Funnel auch schon beendet.



So gut kann auch dein Funnel aussehen



Der Inhalt

soll **potenzielle Bewerbende überzeugen**, sich bei deinem Unternehmen zu bewerben. Es ist also wichtig, dass dein Unternehmen sich von der besten Seite zeigt und dabei authentisch bleibt. Unsere Erfahrungen haben gezeigt, dass die **Auflistung der TOP3 - TOP5 Benefits** für einen Funnel am sinnvollsten sind. Auch sind **Teamstimmen ein wichtiges Mittel** für das Schaffen von Vertrauen. Wenn dein Unternehmen einen hochwertigen Imagefilm hat oder humorvolle Teambilder, dann solltest du diese im Funnel unterbringen.

Die Analyse & Datenübergabe

des Funnels zeigt dir, auf welchen Seiten potenzielle Mitbewerber **geblieben oder auch abgesprungen** sind. Es zeigt dir auch, was von einem Bewerbenden angeklickt wurde. Die Daten deines Bewerbenden werden dann zusammengestellt und dienen dir als Grundlage, um die richtigen Personen herauszufiltern und **für ein Gespräch in dein Unternehmen** einzuladen.

Die Optimierung

des Funnels ist genau so wichtig, wie das erstmalige Aufsetzen. Durch die Analytics hast du die Möglichkeit **Problemstellen im Funnel auffindig zu machen** und zu optimieren. Dies können zu komplizierte oder lange Fragen sein, die falsche Bildauswahl oder ein zu komplexer Aufbau des gesamten Funnels. Optimierte die Seiten und **beobachte das Verhalten neuer Bewerbenden**. Du wirst einen Unterschied feststellen und kannst dann weiter optimieren. Ziel ist es, eine möglichst **große Anzahl an potenziellen Bewerbenden zu den geringsten Kosten** zu generieren.



Das sagt unser Kunde

Wir sind sehr zufrieden. Von der Beratung bis hin zur kreativen Umsetzung hat alles super geklappt. Die Videos und die neue Homepage sind wirklich toll. Vielen Dank

Recruiting-Funnel-Infosnacks:

- 1** Du kannst vor der Eingabe der Kontaktdaten eine Seite einbauen, welche den Bewerbenden fragt, wann dieser (oft selbst noch berufstätig) am besten erreichbar ist.
- 2** Du kannst die Komplexität und Länge des Funnels an den jeweiligen Beruf anpassen. Doch je länger der Funnel, desto höher kann die Absprungrate sein.
- 3** Teile deinen bestehenden Mitarbeitenden mit, dass diese den Funnel nicht anklicken sollen, wenn dieser in den sozialen Medien angezeigt wird. Das verbessert deine Statistiken.



Mit der richtigen Employer Branding Strategie wirst du zum Top-Arbeitgeber in deiner Region

1 Zusammengefasst: Zu einer erfolgreichen Employer Branding Strategie braucht es mehr als nur ansprechende Stellenangebote und Anzeigen. Nur, wenn auch die inneren Werte deines Unternehmens passen, du mit den richtigen Benefits wirbst und dabei vor allem authentisch bleibst, kannst du zum Top-Arbeitgeber deiner Region werden und neue Fachkräfte von dir überzeugen.

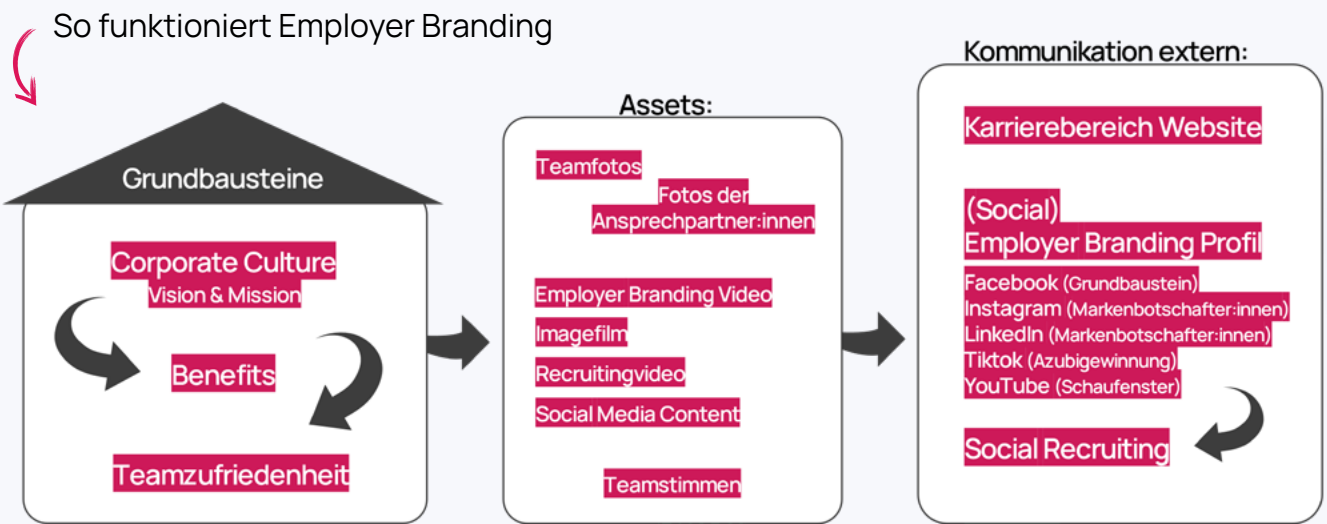
Employer Branding setzt bei deiner Unternehmensvision und Kultur an und schafft damit wichtige Grundlagen, die anschließend als deine Arbeitgebermarke sichtbar gemacht werden:

Corporate Culture

ist der Grundbaustein für deine **Teamzufriedenheit**. Zusammen mit deiner **Unternehmensvision und Werten** gilt es eine Arbeitsumgebung zu schaffen, in der sich dein Team und potentielle Bewerbende von Anfang an **gut aufgehoben und wertgeschätzt** fühlen. Jedes Unternehmen hat eine Kultur, ob gewollt oder nicht, also warum keine Kultur schaffen, die alle lieben?

Die richtigen Benefits

machen den Unterschied. In Zeiten des Fachkräftemangels und der digitalen Transformation reichen ein bunter Obstkorb und flexible Arbeitszeiten nicht mehr aus, um neue Talente zu gewinnen. Selbst **ein überdurchschnittliches Gehalt ist heute keine Erfolgsgarantie mehr** im Recruiting. Die Arbeitsbedürfnisse ändern sich. **Neue Arbeitsmethoden**, wie Zeit- und Ortsunabhängiges Arbeiten oder die Möglichkeit zur **Workation** setzen sich immer mehr durch und gelten als besonders attraktive Benefits. Aber auch klassische Benefits, wie Bonusprogramme, Homeoffice oder **hochwertige technische Ausstattung** können den Unterschied machen.



Die Teamzufriedenheit

beeinflusst deine Personalfuktuation! Finde heraus, wie es um die Zufriedenheit in deinem Team steht. Führe regelmäßige Umfragen durch, um die Stimmung in deinem Team und an verschiedenen Standorten einordnen zu können. Transparente Kommunikation ist hierbei der Schlüssel zu mehr Wertschätzung und einem besseren Betriebsklima für alle.

Deine Kultur sichtbar machen

Um erfolgreich für deine Arbeitgebermarke werben zu können, brauchst du überzeugendes Bildmaterial, das deine Unternehmenskultur, dein Team, eure Arbeitsweise und Benefits optisch ansprechend und gleichzeitig authentisch widerspiegelt. Das sollten ein Imagefilm, Teamfotos, Recruitingvideos und Social Media Content sein.

Das ideale Schaufenster für deine Arbeitgebermarke

ist vollständig digital. Um deine Arbeitgebermarke maximal sichtbar zu machen, musst du verschiedene digitale Kanäle nutzen und mit ansprechenden Inhalten füllen. Nutze die Karriereseite auf deiner Website als Basis, die alle überzeugenden Infos und Jobangebote enthält. Ergänzend bietet es sich an, verschiedene Social Media Plattformen als Sprachrohr zu den verschiedenen Zielgruppen zu nutzen, die zu deinen Jobangeboten passen. Mit individuellen Recruiting-Funnels und Social Ads kannst du deine Zielgruppen noch genauer ansprechen und erreichst diese genau dort, wo sie sich am häufigsten aufhalten.



Das sagt eine Bewerberin

Eine Bewerbung über ein Online-Fragebogenformular abzuschließen war eine großartige Abwechslung zum klassischen und oft recht langwierigen Bewerbungsprozess. Eine große Erleichterung war die leichte, schnelle Beantwortung der Fragen, der direkte, unkomplizierte Upload meiner Bewerbungsunterlagen und die Bestätigung zum Eingang meiner Bewerbung mit Angabe eines voraussichtlichen Rückmeldetermins.

Employer Branding Infosnacks:

- 1 Authentizität** ist der Schlüssel! Zeige wie es wirklich ist bei dir zu arbeiten und vermeide Falschdarstellungen. Nur so kannst du nachhaltig geeignete Fachkräfte gewinnen.
- 2 Lass dein Team für dich sprechen:** Nichts ist glaubhafter und baut mehr Vertrauen auf, als zufriedene Teammitglieder, die authentisch und begeistert von deinem Betrieb sprechen.
- 3 Employer Branding ist ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess.** Hole dir regelmäßig Feedback von deinem Team und von Bewerbenden ein und reagiere souverän auf Reputation von außen.