

Whitepaper

Multiposting? Aber richtig!

Mit der passenden Lösung zum
effizienteren Recruiting



Inhalte

- **Dürfen wir Ihnen Mika vorstellen?** Seite 03
- **Die zentralen Recruiting-Herausforderungen** Seite 04
 - 3 Optimierungspotenziale in der Übersicht Seite 05
- **Die Lösung: Multiposting** Seite 07
 - Varianten des Multipostings Seite 08
 - Multiposting, wie es für Mika passend ist Seite 09
 - Vorteile sinnvoll ausschöpfen Seite 10
- **Multiposting: Takeaways** Seite 12
- **Checklisten**
 - Stellenanzeigen Seite 14
 - Kanäle Seite 15





Dürfen wir Ihnen Mika vorstellen?

Als Personalerin bei dem mittelständischen Unternehmen W. Cordia GmbH ist Mika für den Rekrutierungs- und Onboardingprozess verantwortlich. Dabei ist für sie deutlich spürbar: Die Personalgewinnung ist anspruchsvoller geworden.

Der Wettbewerb um qualifizierte Kandidat*innen hat an Fahrt aufgenommen. Für sie wird es immer schwieriger, passende Talente zu erreichen, statt im Angebot der vielen anderen Arbeitgeber unterzugehen.

Sie ist sich bewusst: Um ihre Chancen zu erhöhen, muss ihr Recruiting effektiver und bewerberorientierter werden. Doch es hapert schon heute an der Zeit, um alle Aufgaben gut unter einen Hut zu bringen. Wie soll ihr das in der Praxis gelingen?

Die zentralen Recruiting-Herausforderungen

Post & Pray allein funktioniert nicht, vor allem bei schwierig zu besetzenden Stellen.

Mika wünscht sich eine Übersicht an Möglichkeiten und Empfehlungen, um ihre Stellen bestmöglich besetzen zu können.

Ein guter Bewerbungsprozess muss transparent und schnell funktionieren. Der Kontakt mit Kandidat*innen sollte zu jedem Zeitpunkt persönlich und wertschätzend gestaltet werden.

Wie kann Mika ihre Tätigkeiten nun aber so optimieren, um Bewerbenden wieder mehr Aufmerksamkeit zu schenken?

Es wird zunehmend herausfordernder, Talente zu erreichen* und zu begeistern.

Was kann Mika tun, um sich mit ihrem Jobangebot vom Wettbewerb abzuheben und Kandidat*innen zu überzeugen?

Fakt ist ...

Mika braucht endlich sinnvolle Unterstützung. Viele Aufgaben kommen zu kurz, Potenziale bleiben ungenutzt. Das wird ihr im Arbeitsalltag immer wieder bewusst.

Um eine passende Lösung zu finden, schaut sie, was sie gezielt optimieren kann. Um schlussendlich wieder mehr Zeit für wichtige Dinge zu haben: Kandidat*innen im Rekrutierungs- und Onboardingprozess ideal zu betreuen.

3 Optimierungspotenziale in der Übersicht

Um ihr Recruiting effizienter zu gestalten, fokussiert sich Mika auf drei Aspekte, die sie als besonders wichtig erachtet. Sie wünscht sich:



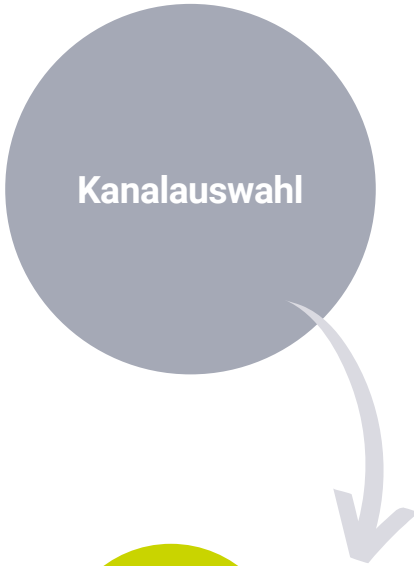


Ein Ansatz ...

Der Idealfall wäre eine smarte Lösung, die Mika im Recruiting an den richtigen Stellen unterstützt und entlastet. Die W. Cordia GmbH setzt im Recruiting weiterhin auf Stellenausschreibungen.

Doch die Vorbereitung von Stellenanzeigen – textlich wie grafisch, nach spezifischen Vorgaben der Jobbörsen und Plattformen – und die Veröffentlichung in ausgewählten Medien ist zeitintensiv. Zudem wünscht sich Mika mehr Transparenz:

- Welche Medien passen am besten zur Position?
- Welche Medien liefern die besten Ergebnisse?



Die Lösung: Multiposting

Weniger Aufwand, bessere Resultate. Genau das verspricht das Multiposting von Jobangeboten.

Stellenanzeigen werden zeitgleich in unterschiedlichen Jobportalen sowie Plattformen veröffentlicht. Somit ist Multiposting die effizientere und zeitsparendere Alternative zum manuellen Schalten von Stellenanzeigen.



Varianten des Multipostings

Das Gute ist, dass Mika etliche Anbieter und Software-Lösungen findet, die Multiposting anbieten. Sie erkennt jedoch schnell: **Multiposting ist ungleich Multiposting.**

- Multiposting-Services über Agenturen
- Spezialisierte Multiposting-Tools, z. B. als Software-as-a-Service
- Multiposting als integrierte Lösung in Bewerbermanagementsystemen

Welches ist nun aber die richtige Option? Eine, mit der Mika automatisch die meisten Jobportale belegen kann? Oder eine, die bereits im Bewerbermanagementsystem integriert ist?

Die Antwort ist einfach: Eine Multiposting-Option, die sich an Mika und ihren Bedarfen ausrichtet.



Multiposting, wie es für Mika passend ist



Stellenanzeigen einfach erstellen (lassen)

- Als Recruiterin möchte Mika Stellenanzeigen schnell selbst erstellen können. Im besten Fall kann sie dafür auf Anzeigenvorlagen zurückgreifen, die speziell auf das Unternehmen zugeschnitten sind.
- Um die jeweiligen Zielgruppen spezifisch ansprechen zu können, sollte es für Stellen aus verschiedenen Bereichen jeweils passende Anzeigenvorlagen geben.
- Gerade, wenn die Zeit knapp ist oder Mika sich professionelle Unterstützung wünscht, würde sie Stellenanzeigen gerne beauftragen können.

Mediaempfehlung abfragen

- Mika benötigt eine Übersicht an favorisierten Medien je Zielgruppe, die sie ideal kombinieren kann. Das erleichtert es ihr, die passenden Medien für eine Ausschreibung zu wählen.
- Ideal wäre eine detaillierte Empfehlung pro Position nach gewissen Suchkriterien (z. B. Fachgebiete, Land/Region/Wirtschaftsgebiet, Medienpräferenz, Sprache)

Multiposting-Software in bestehende Strukturen und Prozesse integrieren

- Die Multiposting-Software soll den Ausschreibungsprozess erleichtern – unternehmensweit. Von Vorteil wäre es, wenn weitere Standorte, Einrichtungen und Abteilungen das Tool zugleich nutzen könnten. Sprich, jede(r) Nutzende sollte Zugriff auf die spezifischen Anzeigenvorlagen, Kostenübersichten und Auswertungsdaten haben.
- Klar ist für Mika zudem, dass durch die Multiposting-Software bestehende Rahmenvertragsvereinbarungen weiterhin genutzt werden sollen. Außerdem möchte sie immer einen Überblick über die Recruiting-Budgets haben.

Kann eine Multiposting-Software all das leisten? Mit der richtigen Lösung kann dies definitiv gelingen.

Vorteile sinnvoll ausschöpfen

Synergien nutzen und Kanäle harmonisieren

Indem Mika für die Kommunikation ihrer offenen Stellen mehrere Kanäle wählt, schafft sie für potenzielle Interessierte gleich mehrere Kontaktpunkte. An jedem Punkt sollten Kandidat*innen so überzeugt und aktiviert werden, dass sie sich weiter informieren möchten, z. B. auf der Karriere-Website. Und sich letztlich zur Bewerbung entschließen.

Kontaktpunkte können unterschiedlich sein, etwa in Form

- einer Stellenanzeige in der Jobbörse
- einer Stellenanzeige auf der eigenen Karriere-Website
- einer Anzeige auf LinkedIn
- einer Anzeige im Google-Netzwerk
- einer Anzeige oder eines Posts auf Instagram

Doch Reichweite um jeden Preis, wird Mika nicht zum Erfolg führen. Viel entscheidender ist es, eine gute Reichweite innerhalb der Zielgruppe zu generieren. Dafür muss sie die richtigen Kanäle identifizieren.

Einheitlich und aussagekräftig auf allen Kanälen

Nicht zu unterschätzen: Stellenanzeigen markieren nicht nur, dass ein Job zu vergeben ist.

- Sie repräsentieren ein Unternehmen als Arbeitgeber.
- Sie möchten bei den Kandidat*innen einen positiven Eindruck hinterlassen und im Gedächtnis bleiben.
- Sie möchten Kandidat*innen so stark begeistern, dass sie sich bewerben.
- Sie schaffen Wiedererkennungseffekte und stärken die Arbeitgebermarke – allerdings nicht, wenn das Jobangebot auf diversen Plattformen unterschiedlich aussieht oder das Erscheinungsbild fragmentiert wirkt.

Gute Stellenanzeigen können all das leisten. Gute Multi-posting-Lösungen übrigens auch, indem sie Recruiter*innen helfen, überzeugende Stellenanzeigen zu erstellen und zu veröffentlichen.



Erfolgreiche Stellenanzeigen einmal erstellen, mehrfach nutzen.

Gerade für Stellen, die Mika regelmäßig ausschreibt, kann sie auf bestehende Anzeigenvorlagen zurückgreifen, die sich bereits in der Vergangenheit bewährt haben. So spart sie Zeit. Auch bei neuen Stellen kann sie auf bewährte Elemente aus Anzeigen zurückgreifen und sich diese für neue Ausschreibungen zunutze machen.

Geld sparen ist gut. Setzen Sie es gleich richtig ein.

Selten sind Recruiting-Budgets unbegrenzt. Im Gegenteil – häufig dominiert das Minimalprinzip. Multiposting ist nicht kostenlos, aber es hilft Budgets zielführend einzusetzen. Auf Basis von Auswertungen und konkreten Empfehlungen kann sich Mika auf die Kanäle fokussieren, die die größten Erfolge für die Ausschreibung versprechen.



Multiposting: Takeaways

- **Multiposting ist ungleich Multiposting:** Es gibt unterschiedliche Lösungen.
- **Flexibel statt standardisiert:** Das beste Multiposting-Tool ist das, was die individuellen Bedürfnisse abdeckt und sich optimal in den Recruiting-Prozess integrieren lässt.
- **Klasse statt Masse:** Besser passende Kanäle sinnvoll kombinieren, statt auf besonders vielen, aber irrelevanten Plattformen zu veröffentlichen.
- **Schneller Stellen schalten:** Mit dem richtigen Multiposting-Tool lassen sich Stellenanzeigen einfach erstellen und mit wenigen Klicks in den gewünschten Medien platzieren – unabhängig von weiteren Dienstleistern.
- **Erfolge im Blick:** Dank der Auswertungen des Multiposting-Tools zeigt sich, welche Jobbörsen und Plattformen die besten Ergebnisse liefern.



Auf die Plätze, fertig ... Moment noch!

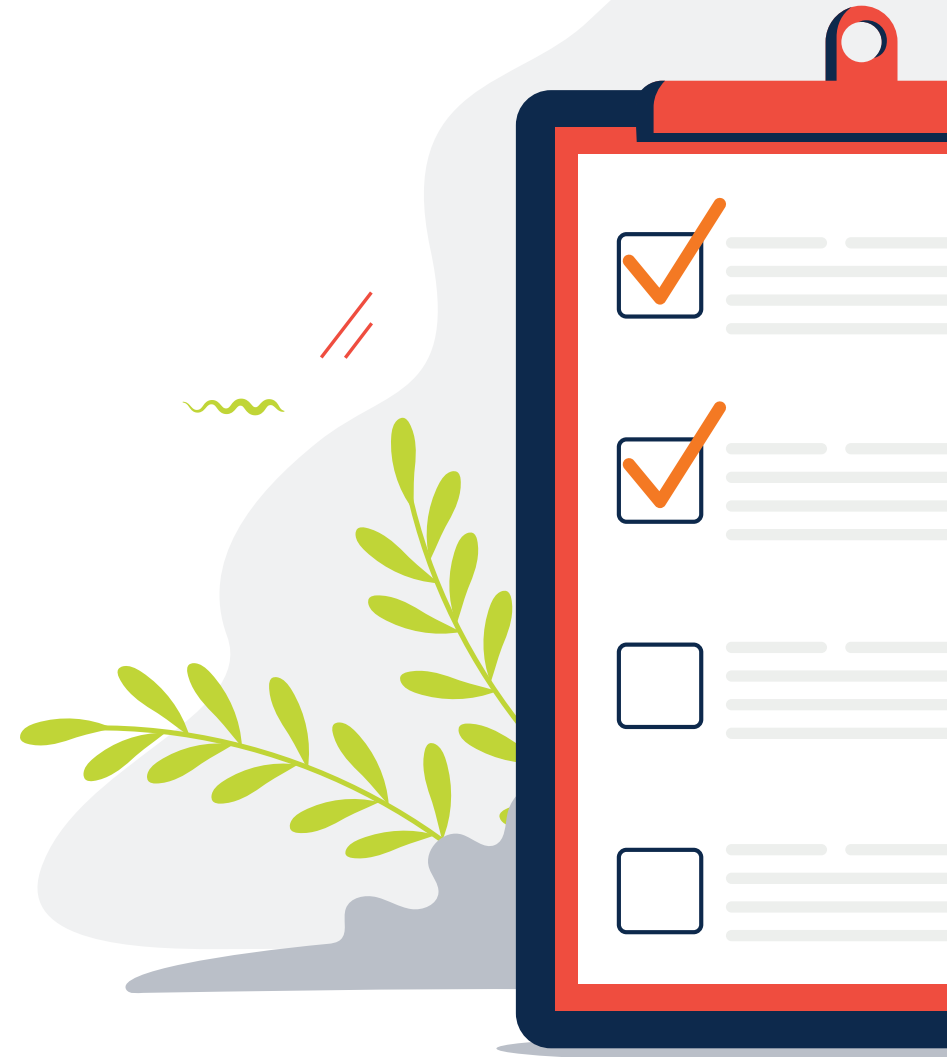
Bevor es losgeht, braucht es etwas Grundlagenarbeit. Denn Multiposting kann nur gute Ergebnisse liefern, wenn:

- die Stellenanzeige technisch wie inhaltlich einwandfrei und ansprechend ist.
- die Auswahl der Medien zur Zielgruppe passt.

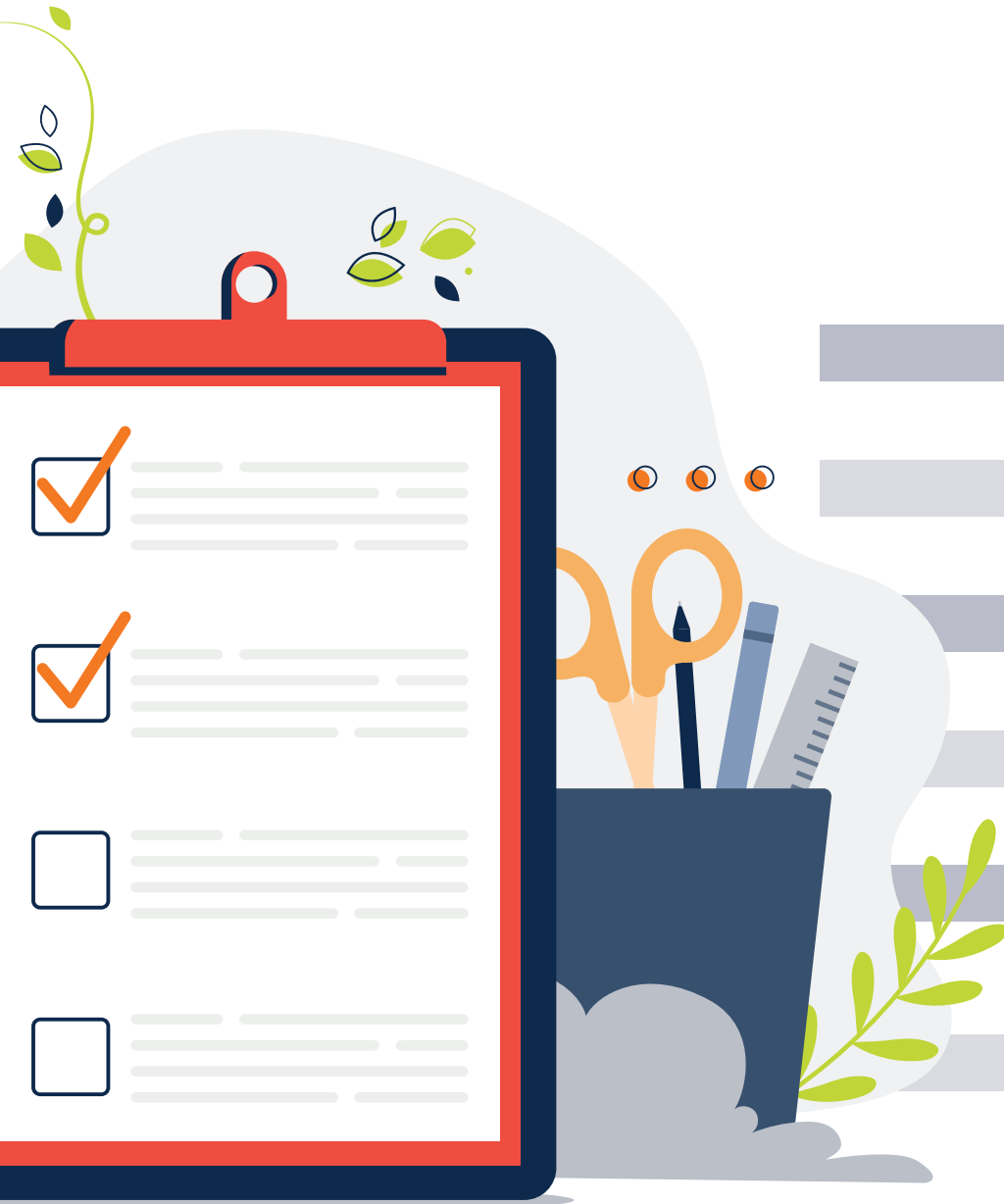
Deswegen haben wir Ihnen Checklisten beigefügt, die Ihnen eine gute Hilfestellung geben können.

Checkliste Stellenanzeigen

1. **Jobtitel** präzise formulieren – mit den gängigen Suchbegriffen der Zielgruppe, auf Füllwörter verzichten
2. **Untertitel** (optional) mit weiteren Schlagwörtern anreichern, die Aufschluss über die Position oder die Anforderungen geben
3. **Haupttext**, in dem sinnvolle Varianten bzw. verwandte Begrifflichkeiten genannt werden, die zum Job passen (sog. Schlagwörter)
4. **Kontakt** nennen, sowohl für die Bewerbung an sich als auch für Fragen im Vorfeld
5. **Gestaltung**: Muss zum Unternehmen, zur Stelle und zur Zielgruppe passen, inkl. Key Visual und weiterer (CD-)relevanter Bestandteile
6. **Insgesamt**: Inhalt und Gestaltung sinnvoll strukturieren, um Leser*innen bestmöglich entgegenzukommen
7. **Formulierungstipps**: So lang wie nötig, so kurz wie möglich, prägnant, fehlerfrei, aussagekräftig, floskellos, animierend – einfach wertschätzend



Checkliste Kanäle



1. **Intranet:** Der ideale Platz, um Stellenausschreibungen intern zu veröffentlichen. Vielleicht sind die passenden Kandidat*innen schon längst im Unternehmen und können gezielt weiterqualifiziert werden?
2. **Karriere-Website:** Der wichtigste Kanal, um Jobangebote extern zu kommunizieren. Am besten über einen integrierten Stellenmarkt, der offene Positionen stets aktuell und übersichtlich präsentiert.
3. **Jobbörsen:** Bei aktiv Jobsuchenden hoch im Kurs. Um ausreichend Reichweite und mehrere Touchpoints zu generieren, empfiehlt es sich, Jobbörsen-Kombis zu buchen. Sie sind oftmals günstiger als Einzelschaltungen.
4. **Social Media:** Sowohl ein Post im Unternehmensprofil als auch Werbung via Instagram und Co. eignen sich, um Personen auf Jobangebote aufmerksam zu machen. So lassen sich auch jene erreichen, die noch gar nicht auf Jobsuche sind.
5. **Suchmaschinen (wie Google):** Stellenanzeigen sollten immer für die Jobsuche über Suchmaschinen optimiert sein (Stichwort: Google for Jobs). Wer sich einen guten Platz in den Suchergebnissen sichern möchte, kann gezielt mit Suchmaschinenwerbung nachhelfen.
6. **Auswertungen:** Wie erfolgreich haben die Medien jeweils performt? Woher kamen die meisten und woher die besten Bewerbungen? Eine Analyse je Stellenausschreibung zeigt, wie Budgets zukünftig optimal eingesetzt werden können.

Wir sind gerne für Sie da



Alessandra Sirna

Bereichsleitung Software Solutions
Fon +49 2385 930-622 | Mobil +49 151 46357839
alessandra.sirna@westpress.de
[westpress.de](https://www.westpress.de)

