

FACHKRÄFTESICHERUNG

Bericht dmpi Projekt

Mehr Bewerbungen auf Ihrem Schreibtisch

Fachkräftesicherung und Nachwuchsgewinnung für Unternehmen

Fünf Mitgliedsunternehmen von dmpi erprobten im zweiten Halbjahr 2021 neue Maßnahmen und Instrumente zur Gewinnung von Auszubildenden und Fachkräften. Das Ergebnis des mehrmonatigen dmpi-Projekts: Alle Unternehmen konnten ihre Sichtbarkeit bei der gewünschten Zielgruppe deutlich erhöhen. Einzelne Unternehmen erhielten abhängig von der eingesetzten Technik auf ihrer Karriere-Seite bis zu 50 % mehr Bewerbungen. Tendenz steigend.

Start der Reise: Google

Sichtbarkeit bei der gewünschten Bewerber-Zielgruppe ist der erste Schritt zu mehr Bewerbungen. Jobsuchende erhalten über „Google for Jobs“ direkten Zugang zu regionalen Stellenangeboten – ohne Umwege über Jobportale. Deshalb beginnt die Suche immer häufiger direkt bei Google.

Schritt 1: dmpi Bekanntheits-Check

Zuerst die Analyse: Anhand des dmpi-Bekanntheits-Check konnten die Pilotunternehmen Klarheit gewinnen: nach welchen Suchmustern vergleichbare Stellenangebote in der Region gesucht werden

- › wo das eigene Angebot im Wettbewerb steht und
- › welche konkreten technischen und inhaltlichen Maßnahmen zu einer besseren Position verhelfen können.



dmpi
Bekanntheits
Check

www.dmpi-bw.de/bekanntheits-check

Und das sagen die Piloten



Sven Schneller, Geschäftsführer
HERMA GmbH, Filderstadt
www.herma.de

„Das Highlight: Welchen spannenden Weg wir als Verbandsgemeinschaft gegangen sind und was wir alles gemeinsam erreicht haben. Zu Beginn haben wir über Einschätzungen diskutiert, heute machen wir Optimierungen für Google und können unsere Sichtbarkeit bei der Zielgruppe genau steuern. Das Projekt war eine echte Hilfe und wir werden weiter mitmachen!“



Oliver Machhold, Geschäftsführer
Wahl-Druck Mediengruppe, Aalen
www.wahl-druck.de

„Wir hatten im Jahr zuvor einen 5-stelligen Betrag in Stellenanzeigen investiert, die jedoch nichts gebracht haben. Unser größter Benefit sind die kennzahlengestützten Analysen und Auswertungen. Jetzt wissen wir genau, wo wir stehen und was passieren muss, um mehr Bewerbungen zu erhalten.“



Thomas Rose, Geschäftsführer
Anton Debatin GmbH, Bruchsal
www.debatin.de

„Zu Beginn war ich durchaus skeptisch. Nun bin ich positiv überrascht, wie gut sich unsere Sichtbarkeit verbessert hat. Wir haben den Ansatz ‚Optimierung unserer Karriere-Webseite‘ absolut schätzen gelernt und freuen uns über die bereits erreichten Meilensteine und Erfolge.“

Schritt 2: Sichtbarkeit erhöhen

Schritt zwei war die gezielte Erhöhung der Sichtbarkeit des jeweiligen Stellenangebots. Neben technischen Maßnahmen zur Verbesserung der Karriere-Seite wurden Google-Anzeigen geschaltet. Durch eine kontinuierliche Optimierung auf die regionalen Suchmuster und die jeweils verwendeten Suchbegriffe konnte die Sichtbarkeit deutlich gesteigert werden. Bereits nach einem Monat erzielten die Pilotunternehmen zwischen 150 und bis zu 600 mehr Besucher.

Schritt 3: Karriere-Seite optimieren

Mühsam gewonnene Interessenten sind schnell wieder weg, wenn das Stellenangebot technisch und inhaltlich nicht ihren Erwartungen entspricht. Bei den Pilotunternehmen war es jeweils ein individueller Mix von technischen und inhaltlichen Details, der zu Abbrüchen bei der Kandidaten-Reise (Candidate-Journey) führte. Das Ergebnis nach Beseitigung der Hindernisse: einzelne Unternehmen erhielten bis zu 50% mehr Bewerbungen. Tendenz steigend.



Vera Kowitz, Prokuristin und Mitglied der Geschäftsleitung
Novoplast-Verpackungen GmbH & Co. KG,
Leutkirch
www.novoplast.de

„Wir haben sehr viel gelernt – namentlich, wie eine Karriereseite optimal aufgebaut werden kann insbesondere was die Sichtbarkeit betrifft. Die interessanten Auswertungen waren sehr hilfreich und für uns Neuland. Die investierte Zeit hat sich absolut gelohnt. Dieses Projekt kann ich nur weiterempfehlen. Wir bleiben dran.“



Jochen Eisemann, Geschäftsführer
Blue Lane GmbH, Pforzheim
(Mitglied der Stark-Gruppe)
www.stark-gruppe.de/bluelane

„Wir haben sehr von dem Projekt profitiert, weil uns auch inhaltlich sehr gut zugearbeitet wurde. Besonders durch das fokussierte Projektmanagement haben wir uns gut begleitet gefühlt. Wir freuen uns schon aufs Weitermachen im nächsten Jahr.“

Schritt 4: Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Im Laufe des Projekts wurden immer genauere Daten über das Such- und Nutzungsverhalten der Interessenten gewonnen und für eine kontinuierliche Verbesserung des Stellenangebots genutzt. Besonders wertvoll erwies sich der moderierte Austausch und der Unternehmensvergleich: Lerngewinne wurden übernommen und Resultate beschleunigt. dmpi konnte als Verbandsplattform wesentliche Vorteile für die Mitgliedsunternehmen ausspielen.

Dank

Ganz herzlich möchten wir uns bei den Pilotunternehmen des dmpi-Projekts Fachkräftesicherung 2021 bedanken. Danke für Ihr Vertrauen, uns „unter die Haube“ blicken zu lassen, für Ihre Offenheit neue Maßnahmen zu erproben und die Bereitschaft, Ihre Learnings weiterzugeben.
