

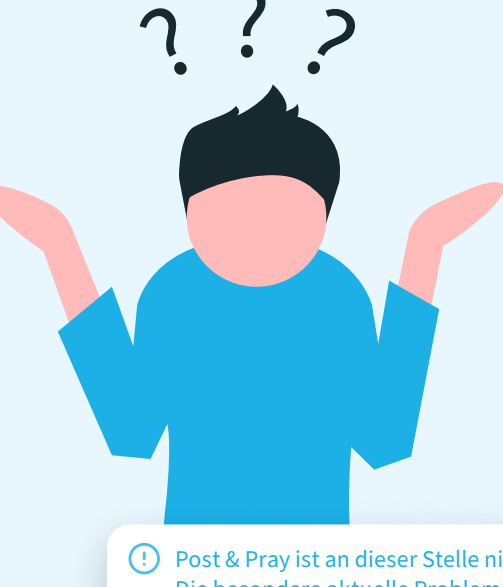


# Die softgarden Job Landingpage – der Booster für deinen Bewerbungseingang

## 1.

### Hard Facts

- Der Trend bleibt ungebrochen: Im 2. Quartal 2022 ist die Zahl der unbesetzten Stellen weiter gestiegen auf 1,9 Millionen, während sie im 1. Quartal noch 1,74 Millionen zählte (Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit – IAB).
- Auswertungen der softgarden Analytics zeigen, dass die Bewerbungen auf ausgeschriebene Jobs indes weiter sinken. Die Kluft zwischen Angebot und Nachfrage vergrößert sich also stetig.
- Durch immer mehr Anzeigenschaltungen steigen die Kosten für Personalabteilungen stetig an, ohne aber greifbare Erfolge zu erzielen.



**Schlussfolgerung:** Der Wettbewerb wird immer härter, doch die Ergebnisse der Bemühungen bleiben aus, während die Kosten steigen. So entsteht ein Teufelskreis, den es zu durchbrechen gilt.

Es drängt sich die Frage auf, ob es nicht ein Widerspruch ist, einerseits um den Fachkräftemangel zu wissen und gleichzeitig auf mehr Reichweite durch Multiposting zu setzen.

Ein von nur wenigen verfügbaren Kandidaten geprägtes Marktumfeld verlangen nach einer subtileren/durchdachteren Herangehensweise, als es bloßes Multiposting zu leisten vermag, um ebendiese Kandidaten doch zu erreichen.

! Post & Pray ist an dieser Stelle nicht das Mittel der Wahl. Die besondere aktuelle Problematik erfordert eine effiziente und kostenschonendere Herangehensweise.

## 2.

### Gegenmaßnahme Dem Online-Marketing abgeguckt

Abhilfe verspricht eine im Marketing bereits umfassend erprobte Strategie. Denn ein solch wettbewerbsintensives Umfeld wie derzeit im Recruiting ist des Online Marketer's täglich Brot und gewissermaßen ein alter Hut.



#### Prinzip Präzisionstool statt Gießkanne

Die Ergebnisse belegen, dass beim konservativen Ansatz über klassische Stellenanzeigen die Conversion Rate (im Recruiting = Bewerbungsquote) sehr zu wünschen übrig lässt. Sie entspricht schlichtweg nicht den Erwartungen an eine gute Candidate Journey.

Innovativer ist da schon der Weg über soziale Netzwerke. Inzwischen ist weithin bekannt, dass Social Media richtig genutzt, im privaten Umfeld (B2C) ein äußerst erfolgreicher Marketing-Kanal ist. Er bietet die Möglichkeit

- mit gezielten Stellenanzeigen Personen im persönlichen Umfeld anzusprechen (Stichwort: Jobempfehlungen)
- die Zielgruppe durch ausgesuchtes Targeting optimal einzugrenzen (z. B. Region, Berufserfahrung etc.)

Die Challenge hierbei ist eine optimal konvertierende Gestaltung der Zielseite. Mit dieser steht und fällt der Erfolg des Recruitingvorhabens. Während sich eine klassische Anzeige ohne Vorkenntnisse schalten lässt, muss bei einer Landingpage jedes Pixel sitzen.

Das kann kostspielig werden, denn Expertise ist gefragt. Aufwendige A/B Tests müssen durchgeführt, Suchbegriffe und Nutzerverhalten analysiert werden und einiges mehr. Schließlich werden die gewonnenen Daten entsprechend implementiert, um den bestmöglichen Bewerbungseingang zu generieren.

## 3.

### Was ist eine Job Landingpage? Richtig oder falsch?



#### Falsch

##### Eine Job Landingpage ist eine Karriereseite.

Nein: Die Karriereseite ist ein eher allgemein gehaltener Arbeitgeberauftritt, während die Job Landingpage auf einen spezifischen Job oder eine Berufsgruppe ausgerichtet ist.

##### Eine Job Landingpage muss SEO-optimiert sein, um bei den Suchergebnissen zu ranken.

Nein: Da die Seite nicht auf ein Google Ranking (=Auffindbarkeit via Google-Suche) angewiesen ist, ist eine SEO-Optimierung in den überwiegenden Fällen nicht relevant.

##### Eine Job Landingpage ist eine Spielwiese zum Erproben neuer Looks und Features.

Nein: Geprüfte Funktionalität in Bezug auf Konvertierung diktiert hier die Optik und rangiert daher vor etwaigen Vorlieben, die den Fokus ablenken könnten.



#### Richtig

##### Eine gut konvertierende Job Landingpage ...

- ✓ verfügt über eine optimale, auf die jeweilige Zielgruppe ausgelegte Struktur. (Zum Beispiel werden Widgets dem Job entsprechend platziert.)
- ✓ wird über jene Medien und Netzwerke aufgerufen, auf welchen die Zielgruppe zu finden ist
- ✓ beinhaltet diverse gezielt positionierte CTAs
- ✓ beantwortet alle W-Fragen und hebt interessentspezifische Benefits hervor
- ✓ erlaubt individuelles Branding
- ✓ setzt auf Simplizität, zum Beispiel mit One-Click Bewerbungen
- ✓ bietet bereits vorformulierte, leicht anzupassende Texte.

#### User Flow für Karriereseiten:



#### User Flow für Landingpages:



Wir haben all unsere Erfahrung und softgarden Expertise in die Entwicklung dieses Produktes einfließen lassen, damit unseren Kunden mit den Job Landingpages ein Tool zur Verfügung steht, das ihnen einen signifikanten Vorteil im Recruiting verschafft.



## 4.

# So legst du eine Punktlandung bei den richtigen Kandidaten hin



Nutze die verschiedenen Templates für deine wichtigsten Zielgruppen. An unserem Beispieltemplate für Pflege-Jobs zeigen wir dir Schritt für Schritt wie die **softgarden Job Landingpage** deine Seitenbesucher effektiv zu Bewerbern konvertiert.

Das Ziel ist die restlos zufriedenstellende **Beantwortung aller (W-) Fragen**. Auch solcher, die der Interessent sich selbst bisher noch nicht gestellt hat!



Eine Pflegekraft ist gerade auf Facebook unterwegs und wird dort gezielt von deiner ideal getargeteten Media Kampagne bespielt.

Mit einem Klick landet sie auf der für die entsprechende Zielgruppe verlinkten Job Landingpage.



### Menü

Orientierung auf einen Blick

### Header mit „Jetzt Bewerben“ Button

Der erste Eindruck zählt!

Zuerst fällt Margrets Blick auf das inhaltlich und emotional ansprechende Headerbild mit klarem Bezug zur Stelle, so dass sie gleich eine direkte Verbindung zur vorgeschalteten Ad hat. Tatsächlich scrollen 90% aller Seitenbesucher nicht weiter hinunter, deshalb wird gleich zu Beginn ein CTA positioniert!



### Jobintro

Worum geht's hier?

Es folgen alle relevanten Details zum Job. Die Reihenfolge der Inhalte ist dabei auf die jeweilige Stelle zugeschnitten. Auf einer Fullstack Developer Job Landingpage wären Informationen zum Arbeitgeber beispielsweise weiter oben platziert.



### Unternehmensvorstellung

Wer steckt dahinter?

Margret grübelt ...

Jetzt kommst du als Arbeitgeber ins Spiel.



### Benefits

Welche Vorteile bietet die Stelle?

Raum für konkrete Vorteile, die dein Unternehmen und die Stelle der Jobinteressentin zu bieten haben.



### Unternehmenskultur

Wie tickt das Unternehmen?

Für welche Values und Visionen steht dein Unternehmen? Welche Stimmung erwartet Margret, wenn sie bei dir startet?



### Testimonials / Mitarbeiter Feedback

Was sagen Insider?

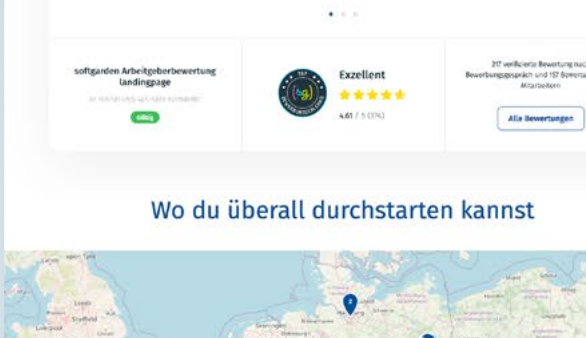
Erfahrungen aus 1. Hand überzeugen: Meinungen deiner Mitarbeiter sind für die Bewerbende interessant.



### Office / Standorte

Wo werde ich sein?

Hier zeigst du Margret / dem Besucher alle Standorte für den Jobeinstieg.



### Stellenausschreibung & Bewerbungsprozess

Was genau? Details bitte!

Transparenz schafft Vertrauen! Jobinteressenten schätzen detaillierte Informationen:

66% hätten gerne konkrete Einblicke in den Joballtag.  
71% möchten Angaben zu den Anforderungen aufgelistet sehen.  
91% wünschen sich eindeutige Informationen zum Ablauf des Bewerbungsprozesses.



### Jetzt bewerben CTA

Und nun?

Ein Sticky-CTA stellt sicher, dass die Möglichkeit zur Bewerbung beim Scrollen nicht aus dem Sichtfeld verschwindet. Den Abschluss bildet ein finaler CTA, der Margret zum Klicken einlädt!



## Du möchtest deine Candidate-Conversions auf das nächste Level bringen?

Mit unseren optimierten **Job Landingpages** vereinst du die richtige Reichweite mit dem Conversion-Booster!

Kontaktiere uns für mehr!

anfrage@softgarden.de

+49 30 884 940 446

www.softgarden.com