

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|----|
| | Einleitung | 9 |
| 1 | Die Personalkrise und ihre Gründe | 11 |
| 1.1 | Der demografische Wandel und die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt | 13 |
| 1.2 | Die Web 2.0-Welle und ihre Bedeutung für Unternehmen | 13 |
| 1.3 | Die Generation der »Digital Natives« und ihre eigene Denkweise ... | 15 |
| 2 | Herausforderung und Chance: Social Media | 19 |
| 2.1 | Die Begriffe »Social Web« und »Social Media« | 20 |
| 2.2 | Die Relevanz von Social Media für die Personalwirtschaft | 21 |
| 2.3 | Erwartungen der Bewerber an Social-Media-Angebote der Unternehmen | 28 |
| 3 | Vorplanung für den Social-Media-Einstieg | 31 |
| 3.1 | Bestandsaufnahme | 32 |
| 3.2 | Ziele definieren | 33 |
| 3.3 | Interne Entscheidungen | 34 |
| 3.4 | Nach außen gerichtete Entscheidungen | 37 |
| 3.5 | Monitoring und Erfolgsmessung | 39 |
| 3.6 | Aufwand und Budget | 44 |
| 4 | Networking für Professionals: XING und LinkedIn | 47 |
| 4.1 | Nutzung ohne spezielle Recruiter-Mitgliedschaften | 49 |
| 4.2 | Stellenanzeigen schalten | 50 |
| 4.3 | Spezielle Recruiter-Angebote | 51 |
| 4.4 | Employer Branding mit Profilen und Unternehmensseiten | 59 |
| 4.5 | Zusammenfassung | 64 |
| 5 | Facebook – Angeln, wo die Fische sind | 67 |
| 5.1 | Einsatzmöglichkeiten von Facebook | 70 |
| 5.2 | Karriere-Fanpage für Ihr Employer Branding | 71 |
| 5.3 | Aktionen für das Recruiting nutzen | 93 |
| 5.4 | Der Erfolg einer Karriere-Seite | 95 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 5.5 | Recruiting und Employer Branding mit Facebook Ads | 98 |
| 5.6 | Zusammenfassung | 101 |
| 6 | Twitter – Recruiting mit 140 Zeichen | 103 |
| 6.1 | Zielgruppe: Jung, dynamisch, städtisch | 104 |
| 6.2 | Recruiting mit Twitter – Twitcruiting | 105 |
| 6.3 | Twitter und Mobile Recruiting | 114 |
| 6.4 | Zusammenfassung | 115 |
| 7 | Videos und Pinterest – Visuell auf Mitarbeiterfang | 117 |
| 7.1 | Videos für mehr Glaubwürdigkeit und Transparenz | 119 |
| 7.2 | Videoplattformen als Basis | 123 |
| 7.3 | Einbindung bei Facebook und Twitter | 125 |
| 7.4 | Hippes Employer Branding mit Bildern: Bilderpinnwand Pinterest | 126 |
| 7.5 | Zusammenfassung | 128 |
| 8 | Weblogs – Employer Branding, Recruiting oder »Schwarzes Brett« | 131 |
| 8.1 | Corporate Weblogs für das Personalmanagement | 133 |
| 8.2 | Wichtige Entscheidungen vorab | 135 |
| 8.3 | Externe Blogs | 138 |
| 8.4 | Recruiting mit Blogs | 144 |
| 8.5 | Enterprise 2.0 – Interne Blogs für Weiterbildung, Kommunikation und Zusammenarbeit | 145 |
| 8.6 | Zusammenfassung | 151 |
| 9 | Wissensmanagement, Personalausbildung und Kollaboration mit Wikis | 153 |
| 9.1 | Schneller Zugriff auf Wissen | 154 |
| 9.2 | Wikis in der Personalwirtschaft | 155 |
| 9.3 | Faktoren für ein erfolgreiches Wiki | 156 |
| 9.4 | Wiki-Beispiele aus dem Personalbereich | 166 |
| 9.5 | Zusammenfassung | 172 |
| 10 | Personalkommunikation durch Enterprise Microblogging | 175 |
| 10.1 | Die Kandidaten: Yammer, Swabr und Communote | 177 |
| 10.2 | Microblogging im Unternehmen – Anwendungsbeispiele | 181 |
| 10.3 | Capgemini – erfolgreicher Yammer-Anwender | 184 |
| 10.4 | Zusammenfassung | 186 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| II | Arbeitgeber-Bewertungsportale: | |
| | Das i-Tüpfelchen fürs Arbeitgeber-Image | 189 |
| II.1 | Bewertungen beeinflussen das Nutzerverhalten. | 190 |
| II.2 | Aktive Imagepflege und Mitarbeiterinbindung. | 191 |
| II.3 | Die wichtigsten Portale im Überblick | 197 |
| II.4 | Zusammenfassung | 208 |
| I2 | Klare Regeln: Social Media Guidelines und Policy | 211 |
| I2.1 | Guideline oder Policy?. | 212 |
| I2.2 | Was gehört in eine Social Media Guideline?. | 213 |
| I2.3 | Besondere Beispiele. | 217 |
| I3 | Mobile Recruiting – Neue Mitarbeiter per Smartphone | 233 |
| I3.1 | Der Siegeszug der mobilen Endgeräte. | 234 |
| I3.2 | Bedeutung für das Recruiting. | 235 |
| I3.3 | Möglichkeiten des Mobile Recruiting | 237 |
| I3.4 | Zusammenfassung | 246 |
| I4 | Social-Media-Risiken | 247 |
| I4.1 | Risiken durch Nichtnutzung | 248 |
| I4.2 | Risiken bei Nutzung | 249 |
| I4.3 | Zusammenfassung | 253 |
| I5 | Zusammenfassung und Ausblick | 255 |
| I5.1 | Zusammenfassung | 256 |
| I5.2 | Status quo in Sachen Social Media. | 260 |
| I5.3 | Ausblick | 263 |
| I5.4 | Schlusswort | 267 |
| | Stichwortverzeichnis | 269 |