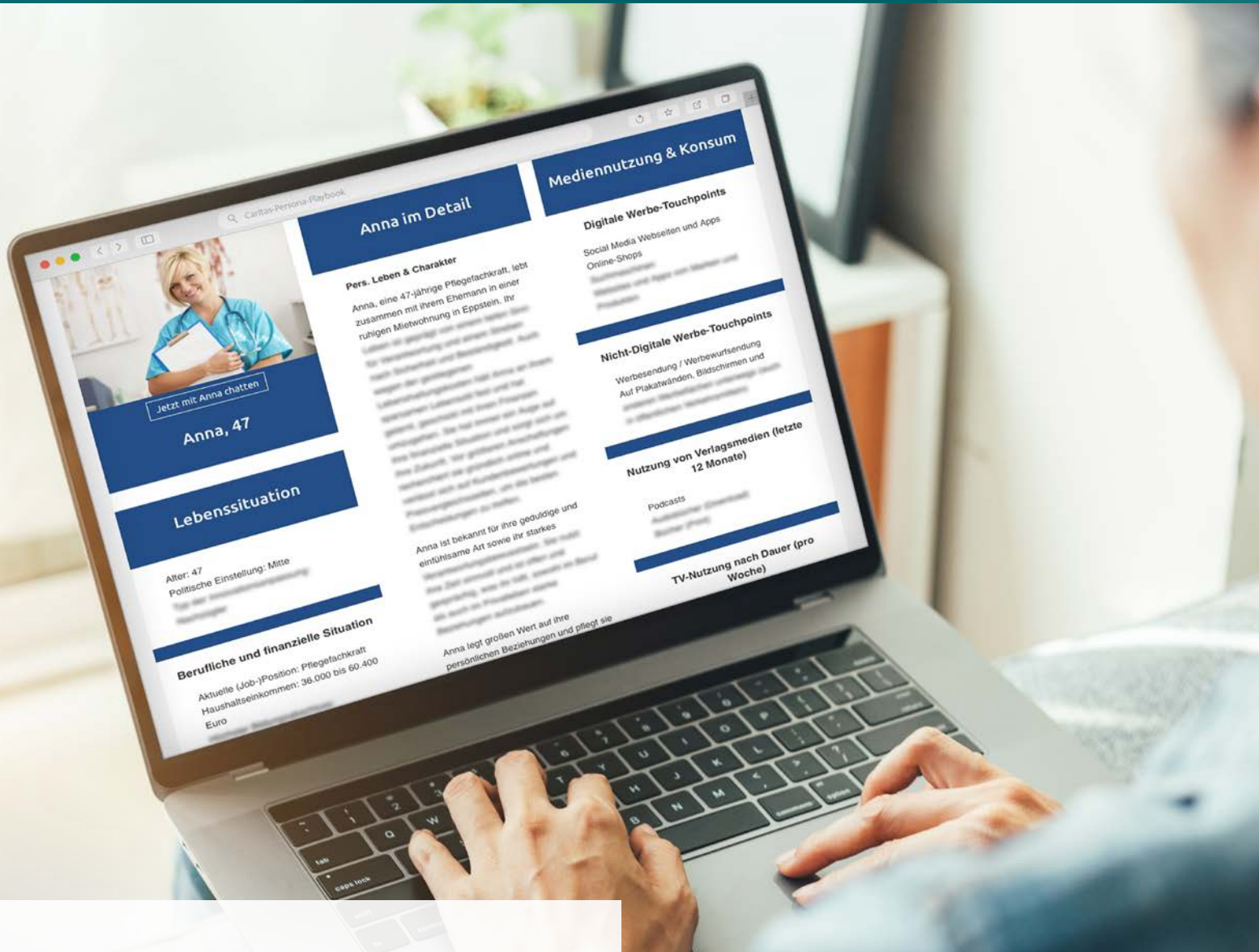


Datenbasierte Candidate Personas im Employer Branding



Genaueres Zielgruppenwissen führt zu besserem Employer Branding.

Die Caritas im Bistum Limburg hat ihre wichtigsten Zielgruppen mit datenbasierten Candidate Personas analysiert. Damit stellt sie ihre strategische Arbeitgeberkommunikation auf eine valide wissenschaftliche Basis.

Das Projekt: Datengestütztes Employer Branding



Start Level: hoher Recruiting-Druck, vielfältige Zielgruppen

Im sozialen Bereich ist der Fachkräftemangel besonders stark ausgeprägt: Kitas, Pflegeheime und Beratungsstellen sind nur einige der Arbeitsfelder, in denen händierend nach geeigneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gesucht wird.

Die Caritasverbände im Bistum Limburg sind mit fast 10.000 Festangestellten einer der größten Arbeitgeber im sozialen Sektor. Regelmäßig muss in den verschiedenen Einrichtungen und Diensten der Caritasverbände eine Vielzahl von Vakanz besetzt werden. Hauptzielgruppen sind Pflege-, Pflegehilfs- und Verwaltungskräfte, Erzieherinnen und Erzieher, Sozialpädagoginnen und -pädagogen sowie Sozialarbeiterinnen und -arbeiter.

Um dauerhaft erfolgreicher zu rekrutieren und bei den verschiedenen Zielgruppen eine höhere Bekanntheit zu erlangen, entschieden sich die Caritasverbände für die Entwicklung einer neuen Arbeitgebermarke – begleitet von Raven51. Das Ziel: die Identifikation der wichtigsten Attraktivitätsfaktoren und Alleinstellungsmerkmale als Arbeitgeber sowie die Entwicklung eines gemeinsamen Arbeitgeberauftritts für alle Regionalcaritasverbände und den Diözesancaritasverband.



„Datenbasierte Candidate Personas stellen das Employer Branding der Caritas im Bistum Limburg auf ein valides Fundament.“

Dr. Karl Weber und Jörg Klärner
Vorstände des Caritasverbandes für die Diözese Limburg



Next Level: Employer Branding auf Basis echter Zielgruppendaten

Damit die Caritas in der HR-Kommunikation künftig die Sprache ihrer Idealkandidatinnen und -kandidaten spricht, nahm die Zielgruppenanalyse im Prozess eine Schlüsselfunktion ein. Hierbei kamen neben klassischen Employer-Branding-Methoden auch datenbasierte Candidate Personas des Persona Instituts zum Einsatz.

Der Vorteil datenbasierter Candidate Personas:

Sie geben einen umfassenden Einblick in Mediennutzungsverhalten, Soziodemografie, Interessen, Pain Points, Wünsche und Karriereziele aller relevanten Zielgruppen – und zwar auf Basis von mehr als einer Million Interviews nach wissenschaftlichen Standards.

Die datenbasierten Candidate Personas zeichnen ein genaues Bild der verschiedenen Caritas-Zielgruppen. Zusätzlich geben sie konkrete Hinweise für das strategische Employer Branding und das operative Recruiting: z. B. welche Themen für die Zielgruppen bei der Jobsuche am wichtigsten sind, was sich Talente für den Bewerbungsprozess wünschen und wie sie in der Recruiting-Kommunikation angesprochen werden möchten. All diese Insights flossen in die Analyse und EVP-Konzeption ein.

Parallel dazu analysierte Raven51 in Interviews und Workshops die Caritasverbände im Bistum Limburg als Arbeitgeber. Die darin erhobenen Ergebnisse wurden mit den datenbasierten Candidate Personas abgeglichen, um die wichtigsten Attraktivitätsfaktoren zu definieren und mit einer passenden kreativen Leitidee in den Fokus zu rücken. Für eine talentzentrierte Kommunikation, die bei Kandidatinnen und Kandidaten wirklich ankommt.

Zusätzlich werden die datenbasierten Candidate Personas die Caritasverbände künftig bei Kampagnen unterstützen. Denn die Personas geben für jede Zielgruppe detaillierte Handlungsempfehlungen zur Wahl der passenden Media-Kanäle und Werbeformate. Das Ergebnis: niedrige Streuverluste, eine höhere Budgeteffizienz und mehr Sichtbarkeit bei den dringend gesuchten Fachkräften!



Einblicke: Das Persona Playbook



Pflegefachkraft (m/w/d)

- Painpoints / Herausforderungen:**
 - Körperliche Erschöpfung
 - ...
- Benefits:**
 - Betriebliche Gesundheitsvorsorge/-programme
 - ...
- Werbetouchpoints:**
 - Webseiten potenzieller Arbeitgeber
 - ...

- Ansprache:**
 - Kurze Videos
 - ...
- Bewerbungsprozess:**
 - Schnelles Feedback (Eingangsbestätigung, Ankündigung, wie es
 - ...
- Arbeitsmarkt (Hessen):**
 - Mediangehalt: 43.080 – 46.764 (Brutt Jahresgehalt)
 - ...

[> Zur Zielgruppen-Matrix](#) [> Zur Persona-Sedcard](#)

Anna, 47

Jetzt mit Anna chatten

Anna im Detail

Pers. Leben & Charakter
 Anna, eine 47-jährige Pflegefachkraft, lebt zusammen mit ihrem Ehemann in einer ruhigen Mietwohnung in Eppstein. Ihr Leben ist geprägt von einem tiefen Sinn für Verantwortung und einem Streben nach Sicherheit und Beständigkeit. Auch wegen der gestiegenen Lebenshaltungskosten hält Anna an ihrem sparsamen Lebensstil fest und hat...

Mediennutzung & Konsum

Digitale Werbe-Touchpoints
 Social Media Webseiten und Apps
 Online-Shops
 Suchmaschinen
 Webseiten und Apps von Marken und Produkten

Nicht-Digitale Werbe-Touchpoints

6 Persona Playbook Caritasverbände Bistum Limburg

Insgesamt wurden im Projekt fünf datenbasierte Candidate Personas entwickelt:

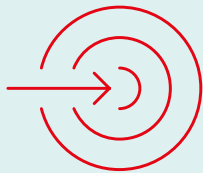
- Pflegehilfskraft (m/w/d)
- Pflegefachkraft (m/w/d)
- Sozialpädagoge, Sozialarbeiter (m/w/d)
- Verwaltungsfachkraft (m/w/d)
- Erzieher, päd. Fachkraft für Kindertagesstätten (m/w/d)

Im Persona Playbook sind die wichtigsten Insights zu den verschiedenen Zielgruppen zusammengefasst. Die verlinkte Online-Sedcard gibt im Web-Browser noch tiefere Einblicke. Besonders interessant: Die Chat-Funktion erlaubt einen echten Dialog mit der fiktiven Candidate Persona.



Das Ergebnis: Daten statt raten!

Der gemeinsame Erfolg
von Caritas und Raven51:



- ✓ **Tieferes Verständnis**
der wichtigsten Zielgruppen
- ✓ **Entwicklung fundierter
Employer-Branding-Botschaften**
- ✓ **Klare Richtlinien und Media-
Empfehlungen** für künftige
Kampagnen



Die Caritas ist der Wohlfahrtsverband der katholischen Kirche und einer der größten Träger sozialer Arbeit in Deutschland. Ihr Auftrag: Not sehen und handeln. Die Caritas engagiert sich für Menschen in schwierigen Lebenslagen – unabhängig von Herkunft, Religion oder Lebenssituation.

Der Caritasverband für die Diözese Limburg ist der Spitzenverband der Freien Wohlfahrtspflege in Hessen und Rheinland-Pfalz. Er vertritt die Interessen seiner Mitglieder und gestaltet die Sozialpolitik auf Landes-ebene aktiv mit. Die sechs regionalen Caritasverbände im Bistum Limburg bieten vielfältige Dienste und Einrichtungen an, von der Kinder- und Jugendhilfe über Alten- und Pflegeeinrichtungen bis hin zu Beratungsdiensten für Menschen in besonderen Lebenslagen.

NEXT LEVEL
RECRUITING



Raven51 hebt Recruiting auf ein neues Level. Mit über 51 Jahren Markterfahrung und der geballten Kompetenz von mehr als 170 Recruiting-Spezialisten ist Raven51 eine der TOP 5 HR-Marketing-Agenturen in Deutschland.

Unsere Kernkompetenzen: Employer Branding & Marketing, Job Advertising & Traffic Generation sowie wirkungsvolle Talent-Attraction-Strategien.

Noch Fragen?
Wir beraten Sie gerne.

Ihr Kontakt zu Raven51:
→ 0800 7283651 → mail@raven51.de