#regionaldigital

FALLSTUDIE – SPARKASSE ROTTAL-INN

Social Media Recruiting mit easyWeb HR

"Wir haben 2 neue Privatkundenberater eingestellt und dabei unsere Arbeitgeberpräsenz ausgebaut."

Mit dem Rekrutierung-Konzept von easyWeb konnte die Sparkasse durch zielgruppenorientierte Ansprache nicht nur neue Bewerber generieren, sondern auch knapp 120.000 Menschen online erreichen.

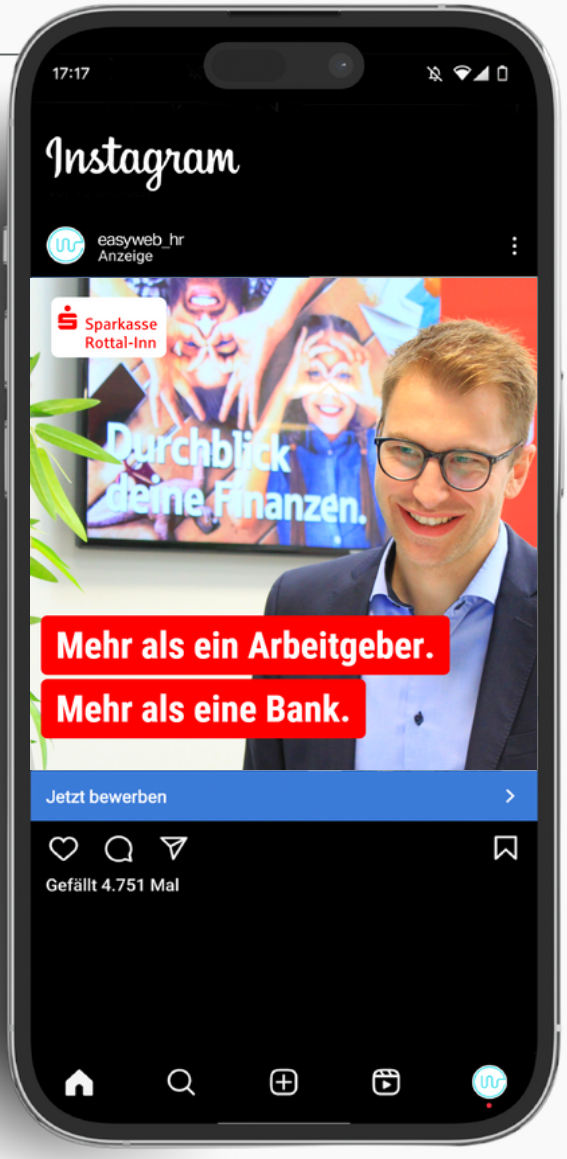
Sparkasse Rottal-Inn

Sparkasse Rottal-Inn
Pfarrkirchener Str. 16 – 84307 Eggenfelden
08721 1200-0
info@spk-ri.de

Standort:
Eggenfelden

Geschäftsfeld:
Bank- und Finanzwesen

Gesuchtes Jobprofil:
Privatkundenberater



Wir bei easyWeb schätzen Vielfalt und legen großen Wert darauf, allen Menschen unabhängig von Herkunft oder geschlechtlicher Identität mit gleichem Respekt zu begegnen. Um die Lesbarkeit unserer Whitepaper zu erleichtern, verwenden wir vorerst die männliche Form. Bitte beachten Sie jedoch, dass sämtliche personenbezogenen Bezeichnungen geschlechtsneutral zu verstehen sind. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Inhalte geschlechtergerecht zu gestalten.

HINTERGRUND

Mitarbeitergewinnung der Zukunft

Die Sparkasse Rottal-Inn, eine der führenden Banken in Niederbayern, wollte seine Personalgewinnung modernisieren und optimieren.

Wir haben der Sparkasse aus Eggenfelden ein erprobtes Konzept vorgeschlagen, das auf der direkten Ansprache von potenziellen Bewerbern über die sozialen Medien basiert.

UMSETZUNG

Schnell & langfristig rekrutieren

Die Sparkasse Rottal-Inn setzt seit April 2023 auf eine unserer bewährtesten Methoden zur Gewinnung von qualifizierten Fachkräften.

Um die Vorteile einer Anstellung in der Sparkasse zu kommunizieren, haben wir uns in ausführlichen Gesprächen mit der Bank abgestimmt. Dabei haben wir erfahren, was die Mitarbeitenden an ihrem Arbeitgeber schätzen und was die Bank als attraktiven Arbeitgeber auszeichnet. Basierend auf diesen Erkenntnissen haben wir eine Kampagne für Privatkundenberater konzipiert.

Wir erstellten eine Landingpage mit allen relevanten Stelleninformationen und zielgruppenspezifischen Inhalten.

Ein unkompliziertes Kontaktformular erleichtert den Bewerbungsstart. Ein speziell gestaltetes "Creative" mit diversen Kernbotschaften hebt die Vorteile der Sparkasse Rottal-Inn als Arbeitgeber hervor.

UMSETZUNG

Qualität vor Quantität

Bedarfsermittlung

Im Gespräch haben wir die Anforderungen der Stelle des Privatkundenberaters ermittelt. Analysiert wurden Stärken, Schwächen und Potenziale der Vakanz!

1

Schnittstellen- und Accountmanagement

Wir verknüpften die bestehenden Social-Media-Profile mit unseren Recruitingtools. Natürlich DSGVO-konform. Hier platzierten wir die Daten der Sparkasse und erstellten die digitale Zielgruppe.

2

Bereitstellung einer Landingpage

Wir erstellten eine Landingpage im Corporate Design der Sparkasse. Diese ist intuitiv zu bedienen und auf mobile Geräte optimiert.

3

Aufsetzen der Recruitingkampagne

Wir erstellten authentische Creatives, sowie eine vollumfängliche Social-Media-Werbekampagne, welche den großen passiven Bewerbermarkt ansprechen sollte.

4

Bewerbermanagement

In regelmäßigen Reportings informierten wir die Sparkasse über alle relevanten Kennzahlen der Kampagnen. Zusätzlich erkundigten wir uns über den Status und die Qualität der Bewerber, um die Kampagne weiter zu optimieren.

5

INSIGHTS

Ergebnis

Wir haben ein Dashboard eingesetzt, um alle Kosten und Kennzahlen in Echtzeit zu erfassen. Somit konnten wir die Kampagne ständig optimieren.

Es wurde darauf geachtet, dass die Daten so aufbereitet wurden, dass alle Projektbeteiligten diese nachvollziehen konnten.

Außerdem haben wir in regelmäßigen Abständen Reportings über den Projektstatus durchgeführt.

Kampagnenkennzahlen

Kampagnenlaufzeit: 30 Tage (15.04.-15.05.23)

Impressionen
121.019

Reichweite
43.064

Kampagnenbudget
403,23 €

Kosten pro Link-Klick
0,74 €

Bewerberleads
2

Einstellungen
2

Kosten pro Bewerbung bzw. Einstellung
201,62 €