

Instagram

ALL DIE SCHÖNEN BILDER

TIPPS FÜR DEN EINSATZ VON #INSTAGRAM FÜR IHR #AZUBI-RECRUITING

Viele Jugendliche teilen Bilder und Videos täglich auf Instagram mit ihren „Freunden“. Anfang 2016 gab es in Deutschland rund 9 Mio. Nutzer, Tendenz steigend. Wie Sie mit Instagram potenzielle Bewerber für Ihre Ausbildung gewinnen und wie die Plattform funktioniert, erfahren Sie in diesem Beitrag.

Insta, wie das Produkt von Jugendlichen genannt wird, gehört zu Facebook und ist eigentlich „nur“ eine App, mit der Fotos und Videos erstellt und verbreitet werden können. Die App ist so beliebt, weil Erstelltes z. B. mit verschiedenen Filtern bearbeitet und mit Texten sowie Emojis versehen werden kann. Die im Instagram-Netzwerk hochgeladenen Bilder und Videos können, ganz ähnlich wie ein Facebook-Post, kommentiert, mit „Gefällt mir“ markiert oder miteinander geteilt werden.

Die Bedienung ist simpel und die Nutzer sehen direkt beim Start der App, was andere gerade hochgeladen haben: Die aktuellsten Bilder aller Instagram-Nutzer werden gelistet.

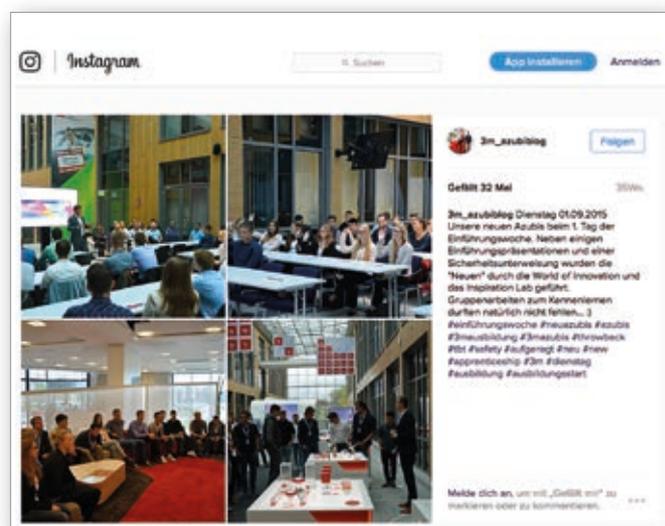
Interessant für Unternehmen: Abonnenten und #-Suche

Eine weitere Parallele zu Facebook: Nutzer können Abonnent (sog. Follower) einer Person bzw. eines Unternehmens werden. Dazu wählen Sie bei einem Bild den Button „Folgen“ und erhalten automatisch die neuesten Bilder der abonnierten Personen/ des Unternehmens in Ihrer persönlichen, aktuellen „Bilderliste“.

Das Besondere ist die Suchfunktion von Instagram: Bilder und Videos sind von allen Nutzern recherchierbar, wenn sie entsprechend verschlagwortet werden. Sucht ein Instagrammer nach einem bestimmten Begriff, z. B. „Ausbildung“ oder „Ausbildungsstart“, werden ihm alle Bilder angezeigt, für die diese Such-/ Schlagworte vergeben wurden. Je zahlreicher die Verschlagwortung, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine größere Anzahl Nutzer erreicht wird.

Einsatz im Azubi-Marketing

Um mit Instagram potenzielle Bewerber für Ihre Ausbildungsstellen zu interessieren, wählen Sie z. B. möglichst authentische Bilder aus, die einen guten Eindruck von den angebotenen Berufsbildern vermitteln. Ideal, wenn die Fotos von den Azubis selbst erstellt werden, z. B. von einem aktuellen Azubiprojekt oder einem Auslandsaufenthalt. Jedes Bild sollte auch eine kurze Beschreibung erhalten. Sprechen Sie vorab mit Ihren Azubis über Richtlinien, die dabei einzuhalten sind (z. B. die Erlaubnis von Personen einholen, die auf den Bildern abgebildet sind). Einige Ausbildungsunternehmen haben bereits einen eigenen Instagram-Kanal, z. B. die 3M Deutschland GmbH.



3m_azubiblog postet mit einer Beschreibung und nennt viele Begriffe.

Bekanntheit steigern und Kontakte knüpfen

Ihre Auszubildenden werden garantiert Ihre ersten Follower sein und die Bilder stolz mit ihren eigenen Followern teilen.

Sobald jemand eines Ihrer Fotos kommentiert oder „liked“, bekommen Sie eine Nachricht. So können Sie zeitnah reagieren und einen potenziellen neuen Bewerber direkt ansprechen.

Oder andersherum: Wenn Sie ein Bild kommentieren, wird der Ersteller auf Ihr Profil aufmerksam. Und je mehr Unternehmen Sie folgen, desto höher ist auch die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Profil wiederum anderen Nutzern vorgeschlagen wird.

TIPP

Das Praktische an Instagram ist die Verknüpfungsmöglichkeit Ihres Instagram-Profiles mit dem bei Facebook: Bilder, die Sie bei Instagram hochladen, erscheinen gleichzeitig bei Facebook. Einmalige Arbeit für doppelte Reichweite in den sozialen Medien!

HOW TO...

Schritt 1: App laden

Die App ist für iOS-, Android und Windows-Geräte in den entsprechenden Stores verfügbar.

Schritt 2: Account erstellen

Erstellen Sie zunächst einen Instagram-Account mit einem aussagekräftigen Nutzernamen, über den Sie zukünftig Bilder hochladen möchten.

Um Nutzer zusätzlich auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen, können Sie in Ihrem Profil z. B. Ihre Karriere-Seite angeben – so kann sich ein potenzieller Azubi gleich über Ihr Unternehmen informieren, sobald er über Ihre geposteten Bilder aufmerksam geworden ist.

Schritt 3: Bilder hochladen und verschlagworten

Ein Bild laden Sie ganz einfach hoch: Auf einem Mobilgerät ein bereits gespeichertes Foto aufrufen, auf „Teilen“ tippen und die Option Instagram auswählen. Oder Sie erstellen direkt über die App ein Foto, bearbeiten es und laden es hoch.

Denken Sie unbedingt vor dem Hochladen daran, die Bilder zu verschlagworten: Ordnen Sie jedem Foto bzw. Video einen oder mehrere Begriffe zu, vor denen jeweils das #-Symbol (Hashtag-Symbol) steht. Denkbar sind z. B. Ihr Firmenname und eine Beschreibung des Bildinhalts, ggf. nennen Sie auch die Stadt, z. B. #Hamburg, um Schüler aus der Region auf sich aufmerksam zu machen. Durch diese Hashtags sind die Begriffe über die Instagram-Suchfunktion auffindbar. Dieser Schritt ist nur vor dem Hochladen möglich!

Außerdem kann auf einem Foto ein Ort markiert werden – z. B. Ihr Unternehmenssitz oder eine Messe, auf der Sie vertreten sind. Diese Fotokarte ist ähnlich aufgebaut wie „Orte“ bei Facebook. Beim Einfügen der Bildunterschrift gibt es darunter die Option, die Fotokarte zu aktivieren. Nachdem dies geschehen ist, erscheint ein Feld „Benenne diesen Ort“. Sie werden automatisch geortet, wenn Sie dort klicken (der Ortungsdienst für Instagram muss hierfür aktiviert sein).

Sobald ein Bild hochgeladen ist, erscheint es in Ihrem und in den Newsfeeds aller Ihrer Follower. Und wann immer ein Instagram-Nutzer nach einem Begriff, den auch Sie eingegeben und „verlinkt“ haben, sucht (z. B. #Ausbildung, #Azubi, #Werkunterricht, #Lehrwerkstatt, #Ihre Firma), taucht Ihr Foto bzw. Video in seiner Suche auf.

z.B. Beispiel:

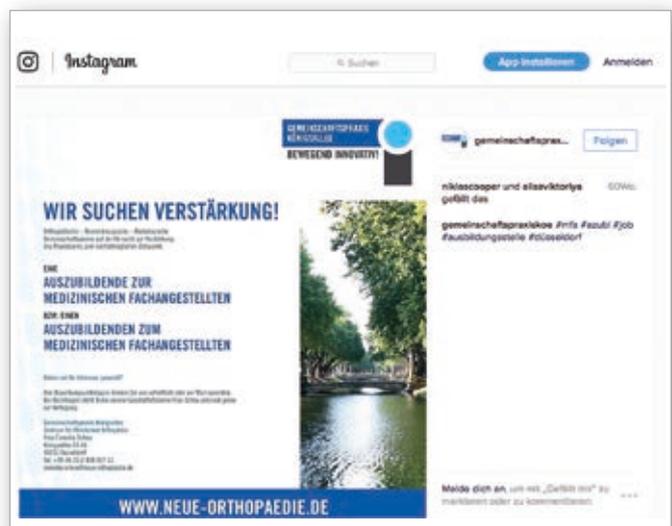
Lassen Sie von Ihren Azubis regelmäßig Bilder aus deren Ausbildungsalltag auf Instagram dokumentieren. Stellen Sie ihnen dafür z. B. ein Smartphone und einen Account zur Verfügung. Denkbar sind Projekte, die während der Ausbildungszeit durchgeführt werden als Bildergeschichten oder Collagen, Kurzvideos zu den Einführungstagen, den Grundlehrgängen in der Lehrwerkstatt oder im Labor.

TIPP

Welches Ziel möchten Sie mit Instagram verfolgen? Erstmal „nur“ über Ihr Unternehmen informieren oder Auszubildende gezielt ansprechen? Sich von Mitbewerbern ähnlicher Ausbildungsstellen abheben, indem Sie z. B. eine besondere Qualifikation, die bei Ihnen erworben werden kann, fotografisch darstellen? Machen Sie sich Notizen zu Anlässen, bei denen Bilder entstehen können. Ideal ist es, einen kleinen Redaktionsplan zu erstellen, um regelmäßig, aber nicht übermäßig zu posten.

Das geht seit Kurzem auch: Werbung

Unternehmen können bezahlte Werbung direkt in Instagram schalten und so z. B. die eigenen Ausbildungsplätze bewerben.



Stellenanzeige einer Arztpraxis

FAZIT

Der Einsatz von Instagram als zusätzliche Recruiting-Maßnahme kann sich lohnen: Die hohe Nutzerzahl verspricht eine große Verbreitung und somit eine größere Präsenz Ihres Unternehmens bei der Zielgruppe. Wenn Ihre Azubis Ihr Unternehmen präsentieren, erhält Ihre Marke/Ihr Unternehmen einen größeren Bekanntheitsgrad und eine stärkere Persönlichkeit. Das ist die Authentizität, die die Generation Z anspricht.



JOSEF BUSCHBACHER

Herausgeber von „wir Ausbilder“. Berater und Coach mit jahrelanger Erfahrung als Ausbilder. Gesellschafter der Smadias – Deutsche Ausbilderakademie.