

HIERY SOCIAL MEDIA ONLINE-MARKETING FÜR DEINE HEILPRAXIS

CHECKLISTE

Die 3 Schritte, die du
vor der Schaltung einer
Stellenanzeige kennen
und umsetzen
solltest



Die 3 unverzichtbaren Schritte
für deinen Online-Auftritt



In der heutigen Zeit stellt der Fachkräftemangel in den Heilberufen eine der größten Herausforderungen für selbstständige Therapeuten dar.

Vielleicht hast du bereits die Erfahrung gemacht, dass herkömmliche Methoden der Mitarbeitersuche, wie z.B. das einfache Schalten von Stellenanzeigen, nicht mehr den gewünschten Erfolg bringen.

Denn selbst die perfekte Stellenanzeige bringt nichts, wenn dein Online-Auftritt nicht überzeugt.

Potenzielle Mitarbeiter informieren sich heutzutage zuerst online über mögliche Arbeitgeber. Sie besuchen deine Webseite, schauen sich deine Profile in den Sozialen Medien an und verschaffen sich so einen ersten Eindruck von deiner Praxis.

Ein unprofessioneller oder veralteter Online-Auftritt kann dazu führen, dass selbst die beste Stellenanzeige ins Leere läuft. Deshalb solltest du schon **vor** der Schaltung einer Stellenanzeige aktiv werden.

In dieser Checkliste erfährst du die 3 unverzichtbaren Schritte für deinen Online-Auftritt, die du vor der Schaltung einer Stellenanzeige kennen und umsetzen solltest, um im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte erfolgreich zu sein.

Und bei jedem Schritt findest du detaillierte Unterpunkte zum Abhaken.

INHALT



WILLKOMMEN



SCHRITT 1

Deine Website, die begeistert



SCHRITT 2

Social Media Inhalt, der überzeugt



SCHRITT 3

Employer Branding, das anzieht



FAZIT



DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE



INFORMATIONEN

HERZLICH WILLKOMMEN



Mein Name ist Marion Hiery und ich biete Online-Marketing für Selbstständige in Heilberufen an.

Dabei sind rechtliche Aspekte zu beachten und ich weiß, worauf es dabei ankommt.

Da ich immer wieder feststelle, dass viele Selbstständige in Heilberufen den Schritt in die Online-Welt entweder noch nicht gewagt haben, dort nicht ausreichend sichtbar sind oder Schwierigkeiten haben, medizinische Fachkräfte für ihre Praxen zu gewinnen, möchte ich sie mit meinem Wissen unterstützen – im Einklang mit dem Gesetz und authentisch in ihrem Online-Auftritt.

Mehr über mich erfährst du auf meiner Website.

1 OPTIMIERE DEINE WEBSITE

Deine Website ist oft der erste Berührungspunkt für potenzielle Mitarbeiter.

Sie dient als digitale Visitenkarte deiner Praxis und sollte daher professionell, aktuell und ansprechend gestaltet sein.

WAS DU TUN SOLLTEST:

1.1 Prüfe das Design

Stelle sicher, dass das Layout modern und benutzerfreundlich ist.

Achte dabei auf:

Responsives Design:

Stelle sicher, dass deine Webseite auf allen Endgeräten (PC, Tablet, Smartphone) optimal dargestellt wird.

Übersichtliche Navigation:

Eine klare Menüführung erleichtert den Besuchern das Auffinden von Informationen.

Gute Bilder:

Verwende hochwertige Bilder von deiner Praxis, deinem Team und von dir.

Schnelle Ladezeiten:

Optimierte Bilder und ein guter Hosting-Anbieter sorgen dafür, dass die Seite schnell lädt.

1.2 Kommuniziere Praxisphilosophie und Werte

Zeige klar, wofür deine Praxis steht.

Welche **Behandlungsansätze** verfolgst du? Welche **Werte** sind dir wichtig? Was macht deine Praxis einzigartig?

Über mich/uns Seite: Erzähle die Geschichte deiner Praxis, deine Motivation und was dich antreibt.

1.3 Teamvorstellung

Mitarbeiter:

Stelle dich und dein Team mit Fotos und kurzen Beschreibungen vor. Das schafft Vertrauen, stellt Verbindung her und zeigt die menschliche Seite deiner Praxis.

Weiterbildung und Qualifikationen:

Hebe besondere Qualifikationen oder Fortbildungen hervor.

1.4 Karriereseite einrichten

Aktuelle Stellenangebote:

Liste offene Positionen mit detaillierten Stellenbeschreibungen auf.

Bewerbungsprozess erläutern:

Erkläre Schritt für Schritt, wie der Bewerbungsprozess abläuft und welche Unterlagen benötigt werden. Einfach und klar.

Vorteile aufzeigen:

Betone, welche Vorteile du als Arbeitgeber bietest.

1.5 Kontaktmöglichkeiten kommunizieren

Einfache Kontaktaufnahme:

Biete verschiedene Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme an (z.B. E-Mail, Telefon, Kontaktformular)

Datenschutz beachten und darauf hinweisen:

Stelle sicher, dass du die Datenschutzbestimmungen einhältst (insbesondere bei Kontakt- und Bewerbungsformularen) und weise auch auf diese Bestimmungen hin.

WARUM DAS WICHTIG IST:

Ein professioneller Online-Auftritt vermittelt **Seriosität** und **Glaubwürdigkeit**.

Potenzielle Mitarbeiter können sich ein Bild von deiner Praxis machen und sehen, ob sie zu dir passen.

RAUM FÜR DEINE NOTIZEN:

2 BAUE EINE PRÄSENZ IN DEN SOZIALEN MEDIEN AUF

Soziale Medien sind hervorragend geeignet, um deine Praxis sichtbar zu machen und eine Beziehung zu potenziellen Mitarbeitern und Patienten aufzubauen.

Sie bieten eine Plattform, um deine Praxis authentisch und nahbar zu präsentieren.

WAS DU TUN SOLLTEST:

2.1 Wähle die richtige Plattform

Fokussiere dich auf Plattformen wie Instagram, Facebook oder LinkedIn.

Wähle **EINE** gezielt aus und achte dabei unbedingt darauf, dass sie von deiner Zielgruppe genutzt wird!

2.2 Teile regelmäßig relevante Inhalte

Einblicke in den Praxisalltag:

Zeige Bilder oder Kurzvideos der Praxisumgebung, von Teammeetings oder von gemeinsamen Aktivitäten

Fachwissen teilen:

Poste Tipps, Artikel oder Videos zu Gesundheitsthemen oder sprich über Behandlungsmethoden (unter Beachtung der gesetzlichen Vorgaben).

Erfolge feiern:

Teile positive Informationen, z.B. über Zertifizierungen oder erfreuliche Patientenfeedbacks (unter Berücksichtigung der gesetzlichen Bedingungen!).

2.3 Authentizität bewahren

Zeige dich und dein Team so, wie ihr seid.

Authentische Inhalte wirken glaubwürdiger als perfekt inszenierte Posts.

Sie ziehen eher neue Mitarbeiter an, die ähnlich "ticken" und wirklich zu dir und deinem Team passen.

2.4 Engagement fördern

Interaktion:

Beantworte Kommentare und Nachrichten zeitnah.

Community aufbauen:

Stelle Fragen, starte Umfragen (z.B. um herauszufinden, was potenziellen Mitarbeitern wichtig ist).

WARUM DAS WICHTIG IST:

Viele Fachkräfte informieren sich in den sozialen Medien über potenzielle Arbeitgeber.

Ein aktiver und authentischer Auftritt erhöht deine Sichtbarkeit und Attraktivität.

RAUM FÜR DEINE NOTIZEN:

3 ENTWICKLE EIN ATTRAKTIVES EMPLOYER BRANDING

EMPLOYER BRANDING - Was ist das überhaupt?

Employer Branding ist der gezielte Aufbau und die Pflege eines positiven Arbeitgeber-Images, bei dem Werte, Kultur, Arbeitsbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten kommuniziert werden.

Ziel ist es, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen und langfristig zu binden, indem sich das Unternehmen von der Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt abhebt.

Authentizität ist dabei wichtig.

WAS DU TUN SOLLTEST:

3.1 Kommuniziere deine Unternehmenskultur

Werte und Visionen:

Teile, wofür deine Praxis steht und welche Ziele du verfolgst. Zeige, welche **Werte** in deiner Praxis gelebt werden. Welche **Arbeitsweisen**. Was ist bei euch wichtig? Gibt es besondere **Rituale oder Team-Aktivitäten**?

Arbeitsatmosphäre:

Zeige, wie der **Alltag** in deiner Praxis aussieht.

3.2 Mitarbeiter-Berichte

Erfahrungsberichte/Interviews/Testimonials:

Lass aktuelle Mitarbeiter zu Wort kommen und über ihre Erfahrungen berichten (veröffentliche z.B. Textbeiträge mit Foto oder Kurzvideos).

Persönliche Geschichten wirken besonders authentisch.

3.3 Vorteile hervorheben

Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten:

Biete deinen Mitarbeitern regelmäßig Fortbildungen oder Seminare an und mache darauf aufmerksam.

Flexible Arbeitszeiten:

Zeige, dass du auf die Work-Life-Balance achtest.

Zusätzliche Leistungen:

Erwähne z. B. betriebliche Gesundheitsförderung, Teamevents oder Boni.

Beispiel

Du könntest ein **Video** erstellen, in dem Mitarbeiter darüber sprechen, warum sie gerne in der Praxis arbeiten, welche Entwicklungsmöglichkeiten sie haben und wie das Team zusammenarbeitet.

Dieses Video kann auf der Webseite (Karriereseite) und in den sozialen Medien (evtl. in mehreren Ausschnitten) geteilt werden.

WARUM DAS WICHTIG IST:

Employer Branding beeinflusst, wie potenzielle Mitarbeiter deine Praxis wahrnehmen.

In Zeiten des Fachkräftemangels entscheiden sich viele Bewerber für den **Arbeitgeber, der ihnen nicht nur finanziell, sondern auch von der Unternehmenskultur her zusagt.**

RAUM FÜR DEINE NOTIZEN:



FAZIT

Dein Erfolg bei der Mitarbeitersuche beginnt also **vor** der Schaltung einer Stellenanzeige.

Die Menschen informieren sich heute online und über soziale Medien. Sie möchten wissen, wer du bist, wofür deine Praxis steht und ob sie zu dir passen.

In einer Zeit, in der Fachkräfte knapp sind und die Konkurrenz groß ist, ist es unerlässlich, dass du dich schon vorher langfristig als attraktiver Arbeitgeber präsentierst.

Indem du die in diesem Leitfaden beschriebenen Schritte für deinen Online-Auftritt umsetzt, legst du den Grundstein für eine erfolgreiche Mitarbeitersuche.

Wenn du danach deine Stellenanzeige schaltest, hast du eine weitaus größere Chance, trotz des Fachkräftemangels die passenden Mitarbeiter für deine Praxis zu gewinnen.

Gib den Menschen das Gefühl „da bin ich willkommen“, „wir machen zusammen bestimmt eine gute Arbeit“.

Der Aufbau einer starken Arbeitgebermarke geschieht nicht über Nacht. Aber es ist kein Hexenwerk.

Wenn du gezielt kontinuierlich daran arbeitest, wird der Erfolg nicht ausbleiben.

DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE

Setze die beschriebenen Maßnahmen um:

Nimm dir jeden Schritt vor und prüfe, wo Optimierungsbedarf besteht.

Hole dir Unterstützung:

Falls du bei bestimmten Punkten unsicher bist, ziehe Experten hinzu, z. B. Profis für Webdesign und Online-Marketing.

Bleibe dran:

Die Mitarbeitersuche ist ein fortlaufender Prozess.

Aktualisiere regelmäßig deine Inhalte und passe deine Strategien an.



Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um aktiv zu werden!

Mache deine Praxis sichtbar, baue Vertrauen auf und ziehe die Fachkräfte an, die perfekt zu dir passen.

Ich wünsche dir dabei viel Erfolg!

*Herzliche Grüße
Marion*

INFORMATIONEN

Titel: Potenzielle Mitarbeiter online begeistern - Die 3 unverzichtbaren Schritte für deinen Online-Auftritt

Autorin: Marion Martina Hiery

E-Mail: hallo@hierysocialmedia.de

Website: www.hierysocialmedia.de

Veröffentlichung: September 2024

Urheberrechtshinweis

© 2024 Hiery Consulting GmbH, Marion Martina Hiery

Alle Rechte vorbehalten. Die Inhalte dürfen nicht kopiert, verbreitet oder an Dritte weitergegeben werden. Es sei denn, du hast dir vorher ein ausdrückliches, schriftlich festgehaltenes Einverständnis der Autorin geholt.

Haftungshinweis

Die Inhalte dieses Dokuments wurden mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Gewissen erstellt. Dennoch übernimmt die Autorin keine Gewähr für die Aktualität, Vollständigkeit und Richtigkeit der Inhalte. Für Schäden, die direkt oder indirekt durch das Anwenden der Inhalte, Tipps und Aufgaben entstanden sind, kann die Autorin nicht zur Verantwortung oder zur Haftung herangezogen werden. Für die Inhalte von eventuell genannten Internetseiten sind ausschließlich die Betreiber der jeweiligen Internetseiten verantwortlich.

Hinweis zum Angebot

Die Hiery Consulting GmbH beschäftigt keine Rechtsanwälte und bietet keine Rechtsberatung an. Bei Bedarf arbeitet sie mit Fachanwälten für Gesundheits- oder Medizinrecht zusammen.

Gender-Hinweis

In den Texten wird der Einfachheit halber oft die männliche Form verwendet.

Es wird aber hiermit ausdrücklich darauf hingewiesen, dass damit selbstverständlich stets alle Geschlechter gemeint sind: M/W/divers (LGBTQIA+).