

## Checkliste

### Wie sich Open Graph für Employer Branding und Recruiting nutzen lässt und welche Voraussetzungen nötig sind

#### Ich bin interessiert an...

- ✓ der Integration des eigenen Internetauftritts in multimediale Soziale Netzwerke
- ✓ der Verknüpfung meiner Karrierewebseite mit Sozialen Netzwerken und der damit verbundenen viralen Verstärkung laufender Personalmarketingmaßnahmen
- ✓ moderner Kommunikation
- ✓ zusätzlichen statistischen Daten
- ✓ der Stärkung des Marketingeffektes durch Präsentation der Facebook Open Graph-Inhalte auf der Unternehmens- bzw. Karrierewebseite
- ✓ einem unterhaltsamen und innovativen Erscheinungsbild der Unternehmens- bzw. Karrierewebseite durch Integration der Facebook Open Graph-Elemente

#### Funktionsweise

##### Ich möchte profitieren...

- ✓ von der Teilnahme an innovativen Kommunikationswegen
- ✓ von zusätzlichem Traffic auf der Unternehmens- bzw. Karriereseite
- ✓ von der Vernetzung über die Grenzen der Social Community hinaus
- ✓ von Bewerbern, die Interesse an meinem Unternehmen zeigen, indem sie an der offenen Kommunikation in sozialen Netzwerken teilnehmen

#### Voraussetzungen

##### Ich kann bereitstellen...

- ✓ Fachpersonal für die technische Integration der Facebook Open Graph-Elemente auf der Unternehmens- bzw. Karriereseite
- ✓ eine Facebook Fanpage oder einen Facebook Account, die über die Open Graph API eingebunden werden
- ✓ Online-Zugang der Mitarbeiter zu Facebook
- ✓ Facebook Fans bzw. Freunde
- ✓ Mitarbeiter, die sich mit der Thematik der Online Social Networks auseinandersetzen und den Facebookauftritt redaktionell betreuen
- ✓ Budget für die Umsetzung
- ✓ eine Employer Branding- und Personalmarketing-Strategie mit Affinität zu neuen Recruitingwegen
- ✓ offene Stellenausschreibungen, interessante Unternehmensneuigkeiten und die Offenheit, einen Einblick in das Unternehmen bzw. Unternehmensbereiche zu gewähren

## **Inhaltlich**

### **Ich achte besonders auf...**

- ✓ Themenbereiche, die sich für multimediale Plattformen eignen
- ✓ dialogorientierte Aufbereitung der Themen, aktive Beteiligung der eigenen Mitarbeiter und eine zeitnahe Kommunikation
- ✓ die Vernetzung mit relevanten Facebook-Nutzern und anderen Fanpages

## **Budget**

### **Ich habe volle Kostenkontrolle über...**

- ✓ Personalkosten bzw. Fremdkosten, die für das Erstellen der nötigen Schnittstellen entstehen
- ✓ Personalkosten, die für das Erstellen der Facebook-Nachrichten anfallen
- ✓ Kosten für die Schulung von Personal
- ✓ Hard- und Softwarekosten

Zu: Artikel „Open Graph“ (Fachteil Trends im E-Recruiting), Personalwirtschaft 11/2010,  
Autor: Carsten Franke, CEO, milch & zucker AG, <http://www.milchundzucker.de>