

Recruitment in Zeiten des Fachkräftemangels!

Wie begegnen Sie dem Fachkräftemangel?

Viele Unternehmen konkurrieren um die besten der besten Hochschulabgänger. Diese Hochschulabsolventen sind "Digital Natives", die mit digitalen Medien aufgewachsen sind und erwarten mit eben diesen Medien angesprochen zu werden. Entsprechend nutzen Sie sicherlich eine ansprechende Recruitment Webseite für Ihr Unternehmen.

Doch reicht dies alleine wirklich aus?

Liest Ihre Zielgruppe die Informationen auf Ihrer Webseite?

Einige Bewerber werden sicherlich direkt nach Ihrer Webseite suchen und diese auch problemlos finden. Effektiver ist es allerdings, wenn Ihre Seite unter den Kandidaten empfohlen wird. So schaut sich der Bewerber die Seite gleich mit einem ganz anderen Interesse an. Findet die Seite weiteres Interesse und potenzieren sich die Empfehlungen, spricht man von einer viralen Verbreitung.

Virale Verbreitung Ihrer Recruitmentseite

Schaut man sich die heutige Mediennutzung der 25-35 jährigen an, sieht man den Trend, dass das Internet nicht mehr nur noch reine Informationsquelle ist. Social Networking und Spiele machen einen immer größeren Anteil aus. Serious Games nehmen diesen Trend auf. Sie nutzen die Immersion (das Eintauchen in das Spiel) um andere Ziele zu verfolgen als die reine Unterhaltung.

Dabei kommen modernste Ansätze und alle erdenklichen Medien zum Einsatz:

- Eine nichtlineare Storyline, in der der Spieler die Konsequenzen seiner Entscheidungen im Spielverlauf erkennt.
- Videosequenzen, gedreht mit echten Schauspielern, die passend zur Situation reagieren.
- Einsatz von E-Mail, Chat und Videochats zur Kommunikation mit den Spielfiguren.
- Einsatz von realen SMS und Anrufen auf dem Mobiltelefon des Spielers.

Alles dies macht die Illusion perfekt.

Nutzen auch Sie den Erfolg von Spielen und platzieren Sie ein Recruitment Serious Game auf Ihrer Webseite!

In einem Serious Game können zum einen Lerninhalte vermittelt werden, zum anderen auch (Image) Marketing Botschaften transportiert werden. Durch besagte Immersion bleibt dieses Wissen lange nachhaltig präsent. Weiter verstärkt wird dies noch durch den Einsatz des narrativen Spielformats, in dem eine Geschichte erzählt wird. Diese Geschichte bleibt sehr gut im Gedächtnis und somit auch die Botschaft, die übermittelt wurde. Geschichten kann man gut weitererzählen und darüber diskutieren.

Im Recruitment ist die wichtigste Botschaft, Ihr Unternehmen so attraktiv und innovativ wie möglich darzustellen, so dass jeder gerne bei Ihnen und keinem anderen arbeiten möchte.



Fachkräfte

Mediennutzung:

Fast 3/4 sind Gamer:

Laut einer Studie von BITCOM/ARIS spielen in der Gruppe der 14-29 jährigen 73% Video- und Computerspiele.

Der durchschnittliche Jugendliche spielt bis zu seinem 21. Lebensjahr 10.000 Stunden Computerspiele. Dies entspricht der gesamten Schulzeit von der 5. bis zur 12. Klasse.

Cross-Media-Game:

Von einem Cross Media Game spricht man, wenn in dem Spiel verschiedene Medien wie z.B. Audio, Video, Text-Chat und Video-Chat genutzt werden. Gleichzeitig werden von dem Spiel aber auch Medien aus dem realen Leben des Spielers genutzt, z.B. E-Mail, SMS, Anrufe oder auch Web- bzw. Facebook-seiten.

Immersion:

Das Eintauchen in ein Spiel verstärkt die Aufnahmefähigkeit des Spielers. Je mehr Sinne genutzt werden und je mehr Spaß das Spiel macht, desto fester verankern sich die Erlebnisse im Gedächtnis. Das Erlebnis kann jederzeit wieder abgerufen und erzählt werden, das Wissen kann aktiv genutzt werden.

Ein Serious Game über den attraktivsten Arbeitgeber: Ihr Unternehmen

Sie haben Stellenangebote, die sehr viel Potential enthalten. Stellen Sie sie mit einem Serious Game spannend dar. Der potentielle Bewerber durchlebt einen Arbeitstag mit einer mitreißenden Agenda aus Ihrem Unternehmen und taucht dabei so tief ein, dass er glatt vergisst, dass er noch gar nicht für Sie arbeitet. Ist das Spiel zu Ende gibt es mehrere Möglichkeiten:

- Noch einmal spielen, um sein eigenes Resultat / den High Score zu verbessern
- Sich bei Ihrem Unternehmen bewerben, welches sich so positiv dargestellt hat
- seinen Freunden dieses innovative Spiel zu empfehlen und es damit weiter zu verbreiten

oder er macht gleich alles.

Wie könnte so ein Recruitment Spiel aussehen?

Die international agierende Anwaltskanzlei Houthoff Buruma hat ein solches Recruitment Spiel erstellt und damit einen durchschlagenden Erfolg verzeichnet. Mehr als 800 Bewerber haben das Spiel bereits gespielt und wöchentlich werden es mehr, denn 25 von ihnen werden jede Woche zum Spiel eingeladen. Dabei lernt der Bewerber das Unternehmen kennen, aber auch Houthoff Buruma kann bereits Rückschlüsse auf die Praxistauglichkeit des Bewerbers ziehen.

Schauen Sie sich doch einmal den Trailer des Spiels an:

www.apunto-sc.com/houthoff

Das Fallbeispiel einer fiktiven Geschäftsübernahme ist an die Anwaltskanzlei angepasst und stellt nur ein Beispiel für eine Geschichte dar. Für Ihr Unternehmen würden wir mit Ihnen zusammen eine Storyline erstellen, die Ihre Arbeitsabläufe spielerisch höchst anspruchsvoll simuliert.

Gerne kommen wir mit Ihnen ins Gespräch und entwickeln ein auf Ihr Unternehmen zugeschnittenes Serious Game. Durch die Nutzung unserer eigenen "Storytelling Spieleengine" sind wir völlig frei in der Geschichte und können das Serious Game dennoch kostengünstig und in einem engen Zeitrahmen erstellen.

Sprechen Sie uns an:



Apunto SC GmbH

Neuer Wall 50
20354 Hamburg

Tel.: 040 / 822 186 331

E-Mail: info@apunto-sc.com

Web: www.apunto-sc.com

Verbreitung von Serious Games:
Serious Games sind in Amerika und im Europäischen Ausland bereits sehr weit verbreitet. Sie werden im Bildungsbereich und im kommerziellen Training sehr erfolgreich eingesetzt. Neuerdings kommt ein Trend hinzu: Der Einsatz im Marketing und im Imagemarketing. Recruitmentspiele haben vor allem ein Ziel: Das Unternehmen als höchst innovativ und interessant darzustellen, damit der Bewerber sich bei diesem Unternehmen bewirbt.



Apunto SC GmbH:

Die Apunto SC GmbH wurde 2009 in Hamburg gegründet. Wir vertreten zwei Serious Games Hersteller in Deutschland und können zusammen auf die Erfahrung von mehr als 250 Serious Game Projekten zurückgreifen.