

## Targeting mit Google AdWords



Während Recruiting und Employer Branding mit schnellen Schritten die Social-Media-Kanäle wie Facebook, Twitter, XING und Co. erobern, verschwinden klassische Online-Kanäle zunehmend aus dem Blickfeld. Dabei bewegen sich die Nutzer im Netz nicht nur in Social-Media, sondern informieren sich auf Nachrichtenseiten, nutzen Online-Banking-Dienste, buchen Reisen über die Bahn oder Flugportale und nutzen webbasierte E-Mail-Postfächer. Hier schlummert ein Potential an Werbemöglichkeiten für Human Resources, welches bisher nur wenig genutzt wird.

Auch wenn sich die Infrastruktur des Internets stetig weiterentwickelt und durch Dienste wie [Facebook](#) oder [Foursquare](#) neue Gebrauchsmechanismen entstehen, so gilt noch immer, dass im Bereich der Suche von Inhalten ein Player die Nase vorn hat: [Google](#). Die von Google gesammelten Daten zur Nutzerstruktur des Internets bringen dem Suchdienst jährlich Millionen an Werbeeinnahmen. Für Werbetreibende verbirgt sich hinter [Google AdWords](#) und dem Pendant [AdSense](#) ein gewaltiges Potential, welches insbesondere auch für HR interessant ist.

Jeder Google Nutzer kennt die textbasierten AdWords-Anzeigen, die oberhalb der Suchergebnisse und an der linken Menuleiste eingeblendet werden. Was aber nur wenige wissen: Über Google AdWords lassen sich auch Bannerkampagnen steuern. Der Clou: Über AdWords können gestaltete Banner (ob JPEG, Flash, GIF oder Video) für jedes beliebige Thema zielgenau geschaltet werden – denn mit seinem starken Partnernetzwerk verfügt Google über eine sehr hohe Anzahl relevanter Websites für fast jedes Thema. Das Partnernetzwerk reicht von youtube.com über spiegel.de bis hin zu persönlichen Blogs. Zudem ermöglicht Google ein sehr genaues Targeting – sowohl mit Blick auf die Zielgruppe, als auch mit Blick auf geografische Daten. Die Steuerung ist dabei so fein, dass eine Kampagne auf einen Radius von wenigen Metern ausgerichtet werden kann. Ein noch ungenutztes Potential im Bereich Guerilla-Personalmarketing ...

Die Steuerung und Bedienung von AdWords ist keine Wissenschaft, verlangt gleichwohl aber ein profundes Wissen um die diversen Spielarten und Möglichkeiten des Dienstes. So kann eine Kampagne beispielsweise über das Such-Netzwerk (also die Google-Suche) geschaltet werden oder über das Content-Netzwerk. Die Schaltung der Anzeigen erfolgt in diesem Fall über hinterlegte Keywords.

Eine im vergangenen Monat durch drsp gesteuerte Kampagne für ein Maschinenbauunternehmen, welches Werkstudenten gesucht hat, verlief äußerst erfolgreich: Innerhalb von 20 Tagen wurden über 1.100 relevante Klicks generiert. Diese Klicks haben zu zahlreichen Bewerbungen und letztlich zwei Einstellungen geführt. Das Budget für die Kampagne lag dabei unterhalb der Kosten für ein Onlineinserat.

Fazit: Für das Recruiting bietet Google AdWords eine kostengünstige und effiziente Möglichkeit, die gewünschte Zielgruppe anzusprechen. Mit Hilfe von AdWords lassen sich auch schwer zu erreichende Kandidaten einfangen. Interessiert?