

# Case Study: Redington

## So stellte Redington ein komplettes IT-Team ohne Jobbörsen und Agenturen ein

### Die Herausforderungen

Stellen Sie sich Folgendes vor. Sie haben zwei Monate Zeit, um ein ganzes IT-Team in einer Stadt einzustellen, in der Ihr Unternehmen noch nie Personal gesucht hat, mit praktisch null Bekanntheitsgrad als Arbeitgeber UND ohne ein Netzwerk innerhalb der dortigen IT-Community.

Die meisten Talent Acquisition Manager würden bei einer ähnlichen Herausforderung auf die Zusammenarbeit mit Agenturen zurückgreifen. Aber nicht Scott Johnson, VP of Talent Discovery bei Redington. Er beauftragte seinen CTO Adam Jones damit, fünf Softwareentwickler, darunter einen Teamleiter, für die neue Niederlassung in Bristol einzustellen.

Anstatt sich auf Agenturen zu verlassen, Lebenslaufdatenbanken zu durchforsten und Kandidaten direkt anzusprechen, beschloss er, stattdessen ein lokales Tech-Meeting zu organisieren und die Veranstaltung online zu bewerben.

**Gründung:**  
2006

**Standorte:**  
London, Bristol, Beijing

**Größe:**  
+250 Mitarbeiter

**Branche:**  
Finanzwesen

**Kernbereiche:**  
Investment Consulting, ALM, Risk Budgeting, Investment Strategy, Manager Research & Selection, pensions, finance, ESG, DC Investment und DB Investment

### Die Ergebnisse in Zahlen



**£ 20.000**

Ersparnis im Vergleich zur Inanspruchnahme von Agenturen



**1,4 Millionen**

Impressionen auf die Anzeigen



**5862**

Videoaufrufe

**4930**

Klicks

**95**

Anmeldungen zur Veranstaltung

**55**

Teilnehmer

**20**

Kandidaten in der Pipeline

**15**

Bewerber-Interviews

**5**

Einstellungen

**REDINGTON**



### Die Lösung

#### 1. Steigerung der Markenbekanntheit statt Bewerbung spezifischer Stellen

Um die größten Herausforderungen bei der Personalbeschaffung zu bewältigen – Verbesserung des Imagess und mangelnde Markenbekanntheit – beschlossen Scott und das Team von Redington, ihre Arbeitgebermarke aufzuwerten:

“Wir mussten das Bild, das viele Menschen von Redington haben, ändern, indem wir kreativer wurden, also haben wir daran gearbeitet, unsere Marke zu stärken und unsere Geschichte zu erzählen“, erklärt Kav Patel, Head of People.



“Die Veranstaltung war ein großer Erfolg. Es kamen 55 Personen aus der IT- und Tech-Community sowie aus sozialen Unternehmen, die sich für die Arbeit von Redington interessierten und auch einige Kontakte innerhalb dieses Netzwerks knüpften. Wir haben diese Veranstaltung also als Event positioniert, und letztendlich hat sie uns eine engagierte Community beschert, aus der wir in Zukunft neue Mitarbeiter einstellen können.“ - Adam Jones, CTO

#### 2. Überzeugende Botschaften an die richtige Zielgruppe übermitteln

Um für die Veranstaltung zu bewerben, arbeitete Scott mit Nick Martin, Head of Brand & Creative Marketing von Redington, zusammen, um Inhalte zu erstellen, die die Vision beziehungsweise Ziele von Redington verdeutlichen und die gewünschte Zielgruppen zu der Veranstaltung einladen:

Anschließend wurden die Inhalte zur richtigen Zeit an die richtigen Zielgruppen weitergegeben, indem man gezielt die richtigen Medien aktivierte. In diesem Fall bedeutete das soziale Medien (YouTube, Facebook, LinkedIn, Instagram und Twitter), Online-Communities (Reddit und StackOverflow) und Anzeigenetzwerke (Google Display und Google Search).

“Um unsere Ziele zu erreichen, haben wir eine Reihe von Botschaften erstellt. Diese Botschaften haben wir dann über verschiedene Kanäle verbreitet, wobei wir starke Bilder, großartige Texte und einige wirklich starke, ansprechende Videos verwendet haben.“ - Nick Martin, Head of Creative

#### 3. Schwerpunkt auf Gespräche statt auf Bewerbungen

Alle, die sich für die Veranstaltung angemeldet hatten, wurden von Scott sofort kontaktiert. Anstatt direkt in ein Bewerbungsgespräch einzusteigen, bedankte sich Scott bei den Teilnehmern für ihre Anmeldung und fragte sie, was sie dazu bewogen hat, sich anzumelden. Dies führte zu einem sinnvollen Austausch, von dem einige natürlich zu beschäftigungsbezogenen Themen führten.

Kurz nach der Veranstaltung gelang es Scott, alle fünf seiner offenen Stellen im technischen Bereich zu besetzen und gleichzeitig eine starke Bewerberpipeline aufzubauen.



**+15 Jahre Markterfahrung & 1.000 zufriedene Kunden**



Sie suchen nach der passenden Lösung im Personalmarketing?  
**Wir beraten Sie gerne.**

**Jetzt Demo anfragen**