Direktansprache im Active Sourcing –Leitfaden–

Wie bis zu 80% aller Kandidaten antworten:

11 geniale Tipps, die jeder Recruiter kennen muss

Moin aus Hamburg!

Schön, dass Du Dir diesen Leitfaden heruntergeladen hast.

Ich habe ihn für Dich erstellt, damit Dir ab sofort das Texten und Optimieren Deiner Active Sourcing Anschreiben noch leichter von der Hand geht.

Schnapp Dir am besten die folgenden Tipps immer dann, wenn Du für eine neue Stelle im Active Sourcing loslegst.

Du möchtest schnell mehr Besetzungserfolge im Active Sourcing feiern?

Mit Active Sourcing kannst Du vor allem latent Jobsuchende und passive Kandidaten für Euch gewinnen – **wirksam und skalierbar**. Auch für knifflige Stellen.

Aber nur, wenn Deine **Direktansprache richtig brillant** ist, begeisterst Du Deine Wunschkandidaten, denn sie erwarten auf LinkedIn und XING eigentlich gar kein Jobangebot. Wenn Du Dich dabei positiv abhebst von allen anderen Recruitern, wollen die Kandidaten nur mit Dir sprechen.

Mit unseren 11 Tipps aus diesem Leitfaden gelingt Dir das ganz leicht und sicher.

Probier's gleich mal aus: Ich wünsche Dir viel Freude und Erfolg beim Anwenden!

Ahoi, Deine Daniela

Daniela Chikato

Gründerin der talentrakete GmbH

In 12 Jahren haben wir 1.695 Kunden im Active Sourcing trainiert und gemeinsam ihre Besetzungserfolge optimiert. Wertvolle Erkenntnisse daraus findest Du in diesem Leitfaden.

Kandidaten in Bann ziehen: Welche Betreffzeile das schafft

1 Finde einen genialen Einstieg

Das Erste, was Kandidaten von Dir wahrnehmen, ist der Betreff Deiner Nachricht. Nur wenn dieser bei ihnen den **richtigen Nerv** trifft, beißen sie an – und öffnen die Nachricht.

2 Heb‘ Dich direkt positiv ab

Formuliere Deine Betreffzeile **smart und kreativ**. Beziehe Dich direkt auf die Expertise Deiner Traumkandidaten. Sei dabei ruhig etwas unkonventionell und empathisch.

3 Nutze Begriffe aus dem Job-Kosmos der Vakanz

Verwendest Du Fachbegriffe aus dem Arbeitsalltag Deiner Wunschkandidaten, **erkennen sie sich wider** in Deiner Message – und nehmen Dich als Gesprächspartner auf Augenhöhe wahr.

Unsere magische Formel für brillante Betreffzeilen

Name + spezielle W-Frage + Emoji

Beispiel für ein Jobangebot als Data Analyst:
„Moin, {Vorname},
wie löst Du knifflige Datensatz-Probleme in R? 🏆“

Inhaltlich begeistern: Was Kandidaten triggert

4 Kenne Deine Candidate Persona

Du kannst über viele Punkte zu Deinem Jobangebot schreiben. Aber sind alle **wirklich spannend und relevant** für Deine jeweilige Kandidatenzielgruppe? Ganz klar: Nein.

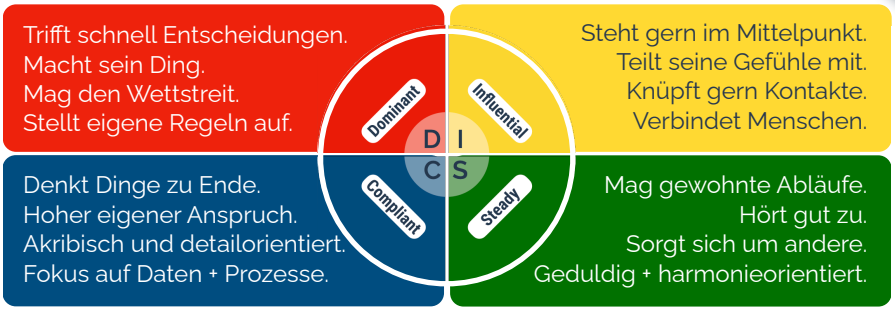
5 Finde die passenden Argumente

Die Herzen Deiner Wunschkandidaten öffnest Du nur, wenn Du genau weißt, welche Argumente und Schlüsselworte sie **inhaltlich interessieren**.

6 Beachte den Persönlichkeitstyp

Kennst Du den Persönlichkeitstyp Deiner Kandidaten, liegen die Trigger quasi auf der Hand. Mit dem **DiSC®-Modell** entschlüsselst Du die **Persönlichkeitsmerkmale** von Menschen ziemlich leicht. 👇

Die 4 DiSC®-Persönlichkeitstypen



Das richtige Ass im Ärmel: Was Kandidaten überzeugt

7 Löse ein WOW-Gefühl bei Kandidaten aus

Kennst Du die **inhaltlichen Goodies und Benefits** Eurer jeweiligen Stelle und Eures Unternehmens? Was ist **Großartiges** drin für Deine Traumkandidaten? Mache es klar greifbar für sie.

8 Gleiche Goodies für alle?

Nein. Greife **nur die für die jeweilige Candidate Persona** wertvollen Goodies in Deiner Nachricht auf. Mache Dir bewusst, womit Du Deine Wunschkandidaten wirklich vom Hocker reißt.

9 Setze auf starke Motivatoren

Einer der stärksten Motivatoren für Top-Leute ist immer ihre **persönliche Weiterentwicklung oder Weiterbildung** – und mit welchen anderen Profis sie künftig zusammenarbeiten werden.

Zeige auf, was Euch einzigartig macht:

Euer Jobangebot.
Eure Unternehmenskultur.

Logisch aufgebaut: Welche Reihenfolge funktioniert

10

Löse geschickt den gewünschten Impuls aus

Dein Ziel ist, dass Deine Wunschkandidaten **schnell mit Dir reden** (wollen). Das gelingt am besten, wenn Dein Anschreiben (fast schon) magisch aufgebaut ist.

11

Verstärke die Anziehungskraft

Das Werbewirksamkeitsprinzip **AIDA** gibt Dir die logische Reihenfolge vor. AIDA steht für: Attention • Interest • Desire • Action. Du reihst damit Deine Argumente **wirkungsvoll** aneinander. Wie Perlen auf einer Kette.

Bonus-Tipp: Echte Arbeitserleichterung

Hast Du einmal eine Nachricht so aufgebaut, kannst Du es im Handumdrehen **für alle Kandidaten** Deiner jeweiligen Zielgruppe nutzen: Du individualisierst nur noch einzelne Passagen.

AIDA – das Werbewirksamkeitsprinzip:

Attention.
Interest.
Desire.
Action.

Fragen oder Feedback?

Vereinbare gerne einen Termin zum persönlichen Gespräch.

Deine Daniela

Schnapp' Dir Deinen Wunschtermin über den folgenden Textlink:

👉 **Buche jetzt hier Deinen Termin.**

talentrakete