



Case Study Süllau Handelsges. mbH

Edeka Süllau modernisiert die Personalsuche

Die Süllau Handelsges. mbH ist ein Partnermarkt von EDEKA und umfasst insgesamt drei Lebensmittelmärkte: Bargteheide, Ratzeburg und Trittau.



„Mit mobileJob ist es uns gelungen, nicht nur mehr Stellen schneller zu besetzen als in der Vergangenheit, sondern auch die richtigen Kandidaten zu finden.“

Eric Süllau, Geschäftsführer EDEKA Süllau

Die Ausgangssituation

Der Kunde klagte über schwache Bewerberzahlen auf seine Stellenausschreibungen, da diese über konventionelle Recruitingkanäle nicht funktionierten.

Das Recruiting-Ziel

Schnelle, kostengünstige und erfolgreiche Einstellung neuer Kollegen über ein nahtloses und mobiles Bewerbungsmanagement.

Das mobileJob.com-Ergebnis

In kürzester Zeit lagen 18 relevante Bewerbungen von Kandidaten vor, die bestens zur vakanten Position passten. Folge: Alle Stellen wurden besetzt.

Der mobile Bewerbungsprozess als Erfolgsfaktor

Durch zielgruppengenaue Facebook-Ads werden relevante und insbesondere passiv wechselwillige Kandidaten angesprochen und mithilfe eines kurzen und mobilen Bewerbungsprozesses als Bewerber gewonnen.

Case Study Süllau Handelsges. mbH

Der EDEKA Partnermarkt Süllau verzeichnete einen erhöhten Bedarf an Kassenspersonal, der zügig gedeckt werden musste. Konventionelle Recruitingkanäle über Printmedien oder Jobportale lieferten für diesen Standort schon länger kaum Bewerbungen. Gesucht wurde ein moderner Ansatz, der zeitnahe und effiziente Einstellungen schaffte. Das war der Startschuss für die Zusammenarbeit mit mobileJob.com.



1
Punktgenau:
Ihr Job wird genau dort für passende Kandidaten sichtbar, wo diese offen und ansprechbar sind.



2
Komprimiert:
Alle Informationen rund um Ihren Job auf einen Blick. So fällt es Kandidaten leicht, sich zu bewerben.



3
Schnell und unkompliziert:
Über den Austausch mobiler Kurznachrichten entsteht die Expressbewerbung.

Ziel: Bewerbungsprozess ohne Medienbruch

Das Ziel war es, einen einfachen und nahtlos mobil ablaufenden Bewerbungsprozess ohne Medienbruch umzusetzen. Gleichzeitig sollte die Kampagne die Quantität und Qualität der Bewerbungen erhöhen. Mit mobileJob.com wurden vor allem passiv suchende Kandidaten angesprochen. Der Expresslebenslauf stellte eine immense Zeit- und Kostenersparnis dar, da nur relevante Kandidaten berücksichtigt wurden.

42 Euro Kosten pro Bewerber

18 Bewerber innerhalb eines Monats

18 Bewerber in vier Wochen

Im Zeitraum von nur einem Monat wurden 18 Bewerber gewonnen. Die Kosten pro Bewerber lagen bei knapp 42 €, eine enorme Ersparnis im Vergleich zu den Rekrutierungskosten der Vergangenheit. Da ein Großteil der Bewerber die Anforderungen erfüllte wurde die Stelle innerhalb kürzester Zeit besetzt. Aufgrund des erfolgreichen Pilotprojektes wurde die Zusammenarbeit auch auf EDEKA-Standorte ausgeweitet.