

■ Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser

Digitalstrategie, Tracking und Erfolgsmessung
im Online Recruiting und Social Media

fokus > digital
Die Digitalagentur der
Pflege- und Sozialwirtschaft



Ihr Referent

 **Giovanni Bruno | Unternehmer, Autor, Digitalspezialist in der Pflegewirtschaft**

 Geschäftsführender Gesellschafter | fokus digital GmbH

 Seit 2017 konzentrieren sich die Angebote und Services unserer Digitalagentur auf die speziellen Anforderungen in der Pflege- und Sozialwirtschaft - vor allem im Bereich der Personalgewinnung.



Mitglied im Ausschuss für
digitale Wirtschaft



Springer Gabler

Fachbuchautor



Deutsche
Public Relations
Gesellschaft e.V.

Landesvorstand Berlin/
Brandenburg



Westfälische
Hochschule Dozent für PR, Reputation &
Journalismus



VINCENTZ

Autor für Fachverlage in der
Altenpflege

Wir unterstützen

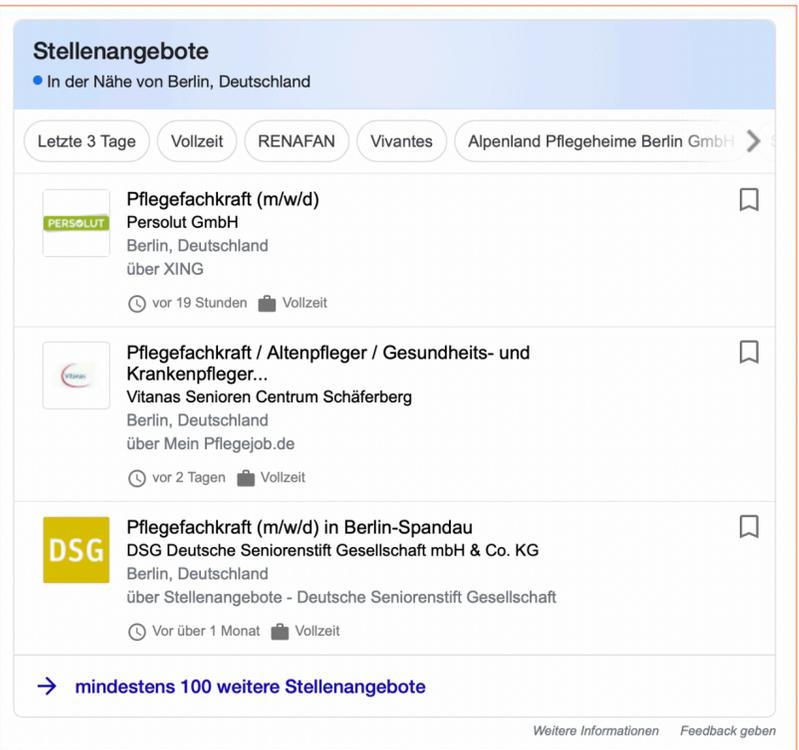
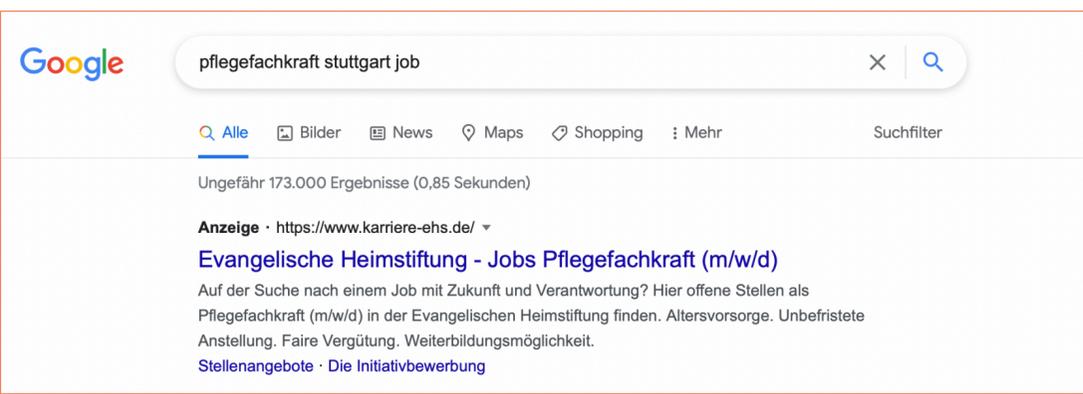
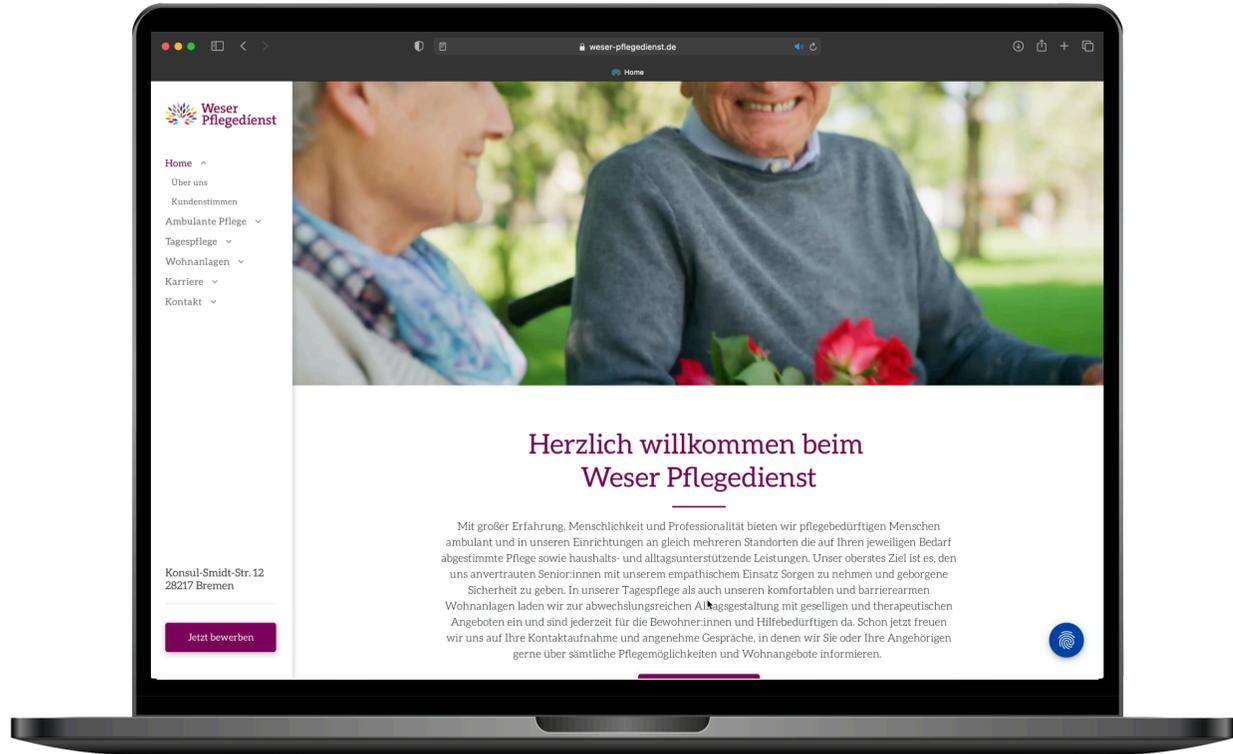


Eine Initiative der
Deutschen Alzheimer Gesellschaft e.V.

Schwerpunkte der fokus digital GmbH

-  **Digitalisierung in der Pflege- und Sozialwirtschaft**
-  Digitale Arbeitgebermarke
-  Unternehmenskommunikation
-  Reputation & Monitoring
-  Personalgewinnung & Personalbindung
-  Vernetzung von Mitarbeiter:innen
-  Social Media Recruiting
-  **Besetzung von offenen Stellen mittels digitaler Recruiting-Strategien**

Schwerpunkte der fokus digital GmbH



Schwerpunkte der fokus digital GmbH



Employer Branding,
Reputation,
Mitarbeiterbindung



Homepage, Mobile,
Gestaltung,
Karriereseiten



Suchmaschinen,
Auffindbarkeit,
Google-Optimierung



Mitarbeiter-
Kampagnen und
Image-Aufbau



Gestaltung und
Inhalte für die
Stellenanzeigen



Social Media
Facebook, YouTube,
Instagram, uvm.



Community-Aufbau,
Mitarbeiter-
Vernetzung



Optimierung von
Bewerbungs-
prozessen



Google for Jobs,
lokal optimierte
Stellenanzeigen



Recruiting-Kampagnen
aus mehreren Medien



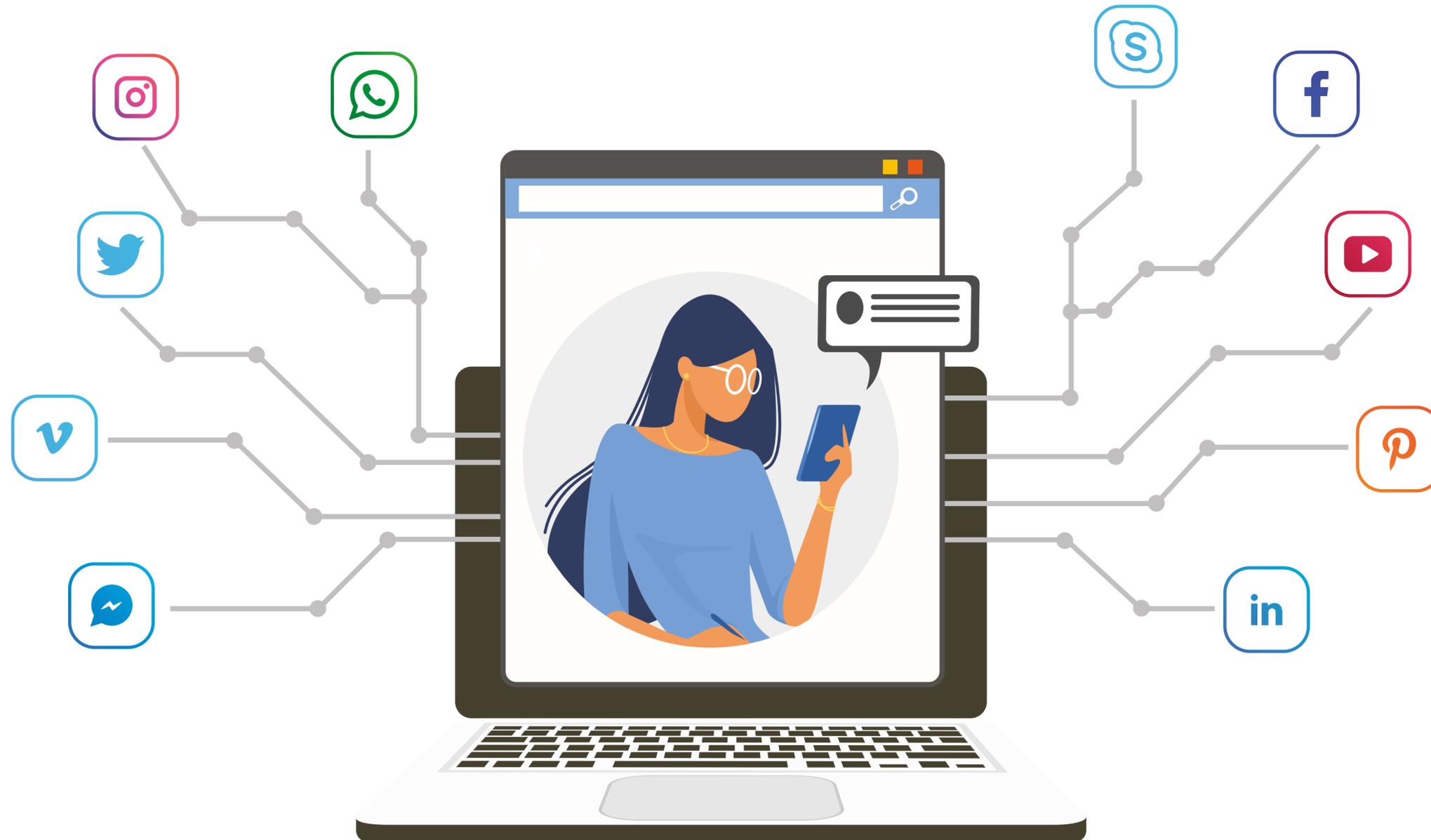
Video-Produktion,
mobiles Videostudio,
Recruiting-Videos



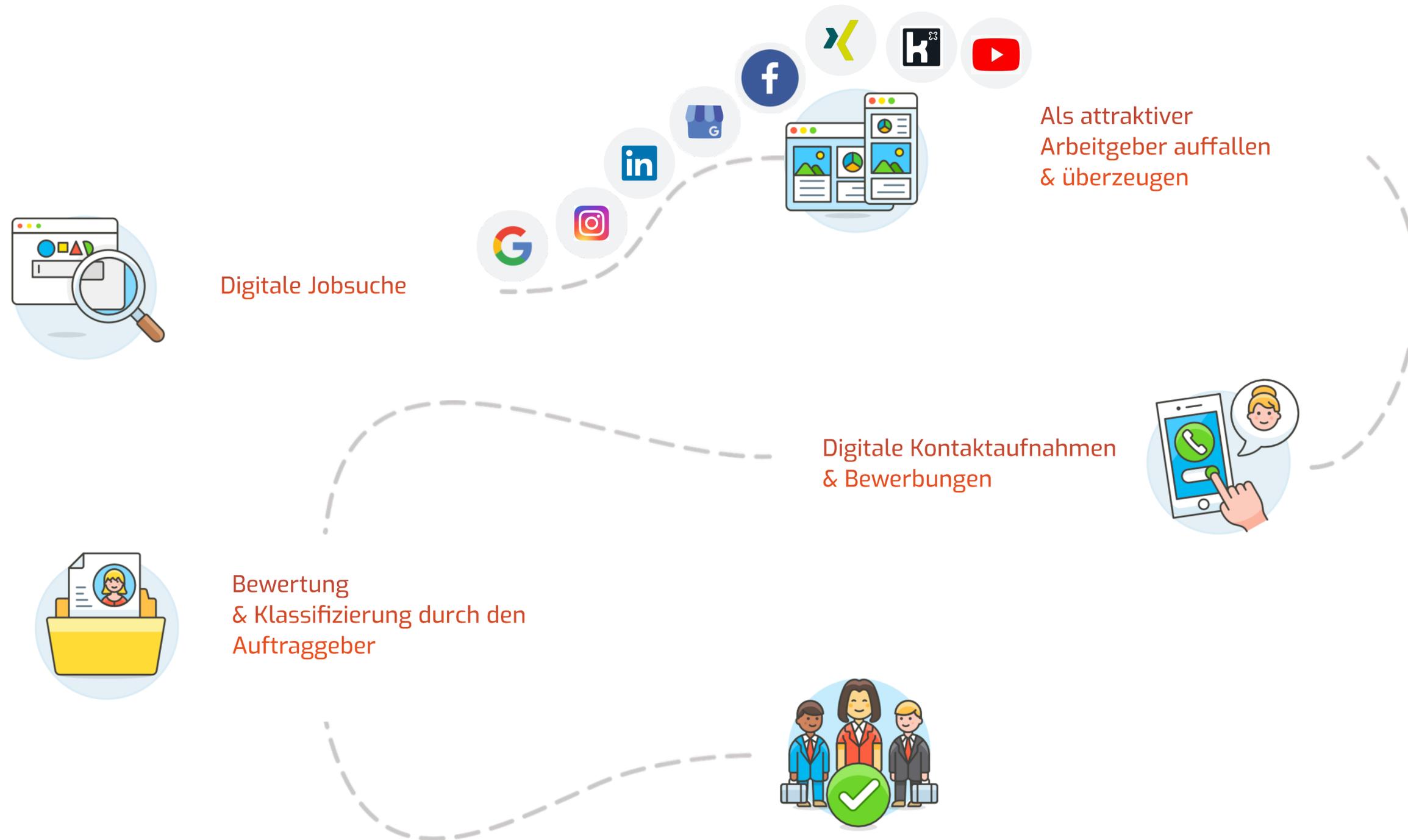
Online-
Veranstaltungen
(10-300 Personen)

Der heutige Workshop

Impuls zur Digitalstrategie und zu Möglichkeiten im Recruiting | DSGVO-Perspektive



Unser Verhalten ist heutzutage datenbasiert

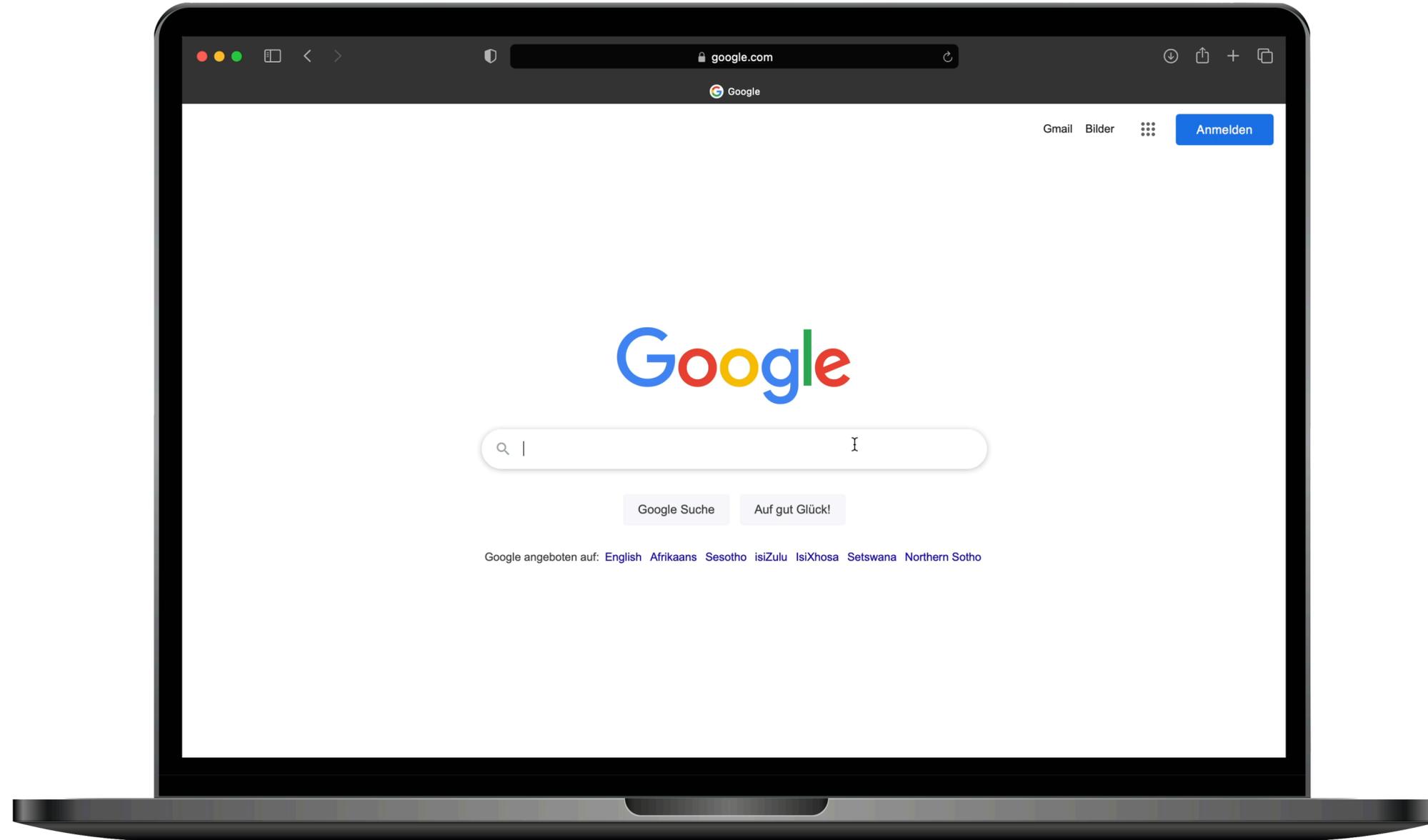


Rechtmäßigkeit der Verarbeitung

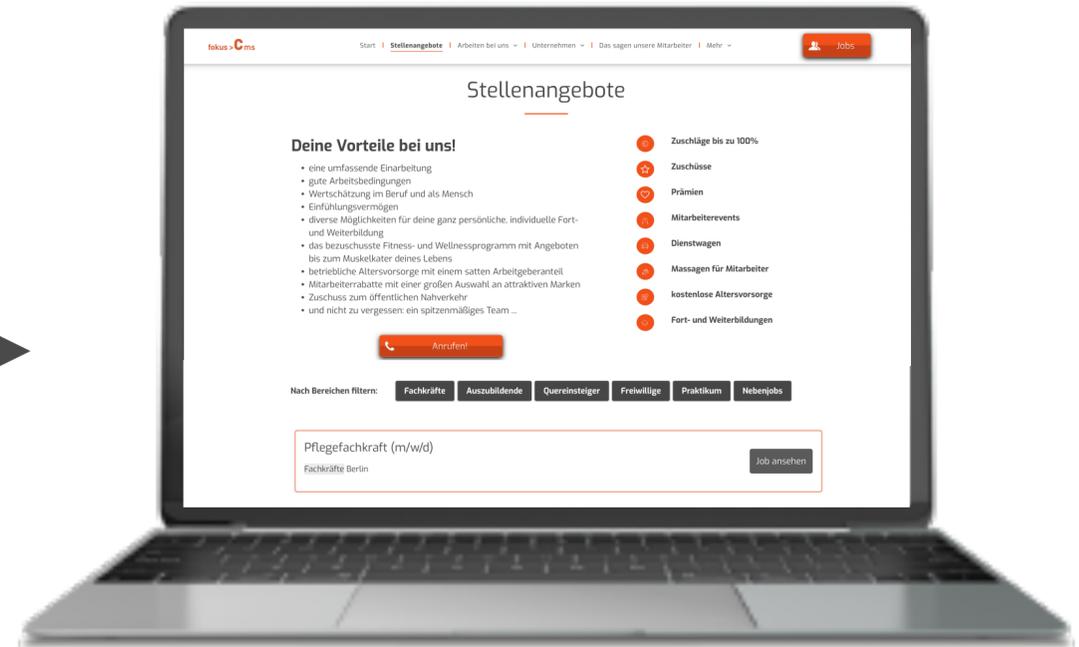
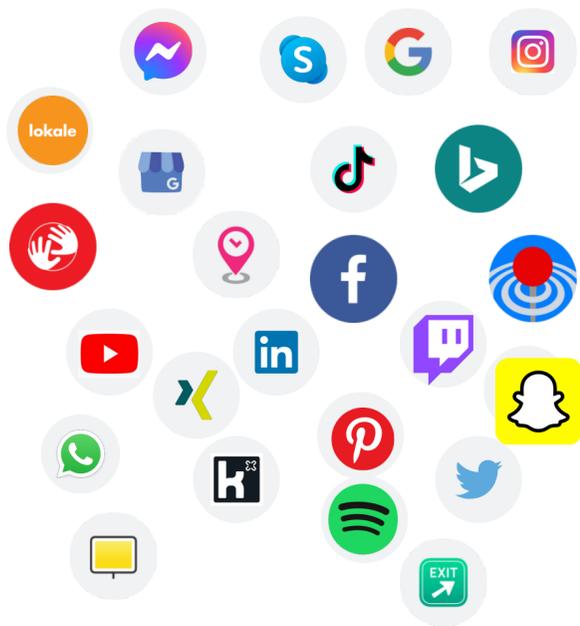
Die Verarbeitung ist nur rechtmäßig, wenn mindestens eine von sechs Bedingungen erfüllt ist (Art. 6 Abs. 1 DSGVO):

1. Die betroffene Person hat ihre Einwilligung zur Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten gegeben.
2. Die Verarbeitung dient der Erfüllung eines Vertrags, dessen Vertragspartei die betroffene Person ist, oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen (z. B. Angebotserstellung), die auf Antrag der betroffenen Person erfolgen.
3. Die Verarbeitung unterliegt der Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung, welcher der Verantwortliche unterliegt.
4. Die Verarbeitung ist erforderlich, um lebenswichtige Interessen der betroffenen Person oder einer anderen natürlichen Person zu schützen.
5. Die Verarbeitung liegt im öffentlichen Interesse oder ist zur Erfüllung hoheitlicher Aufgaben erforderlich.
6. Die Verarbeitung ist zur Wahrung berechtigter Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich, sofern die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person nicht überwiegen. Dieser Rechtfertigungsgrund gilt nicht für Behörden.

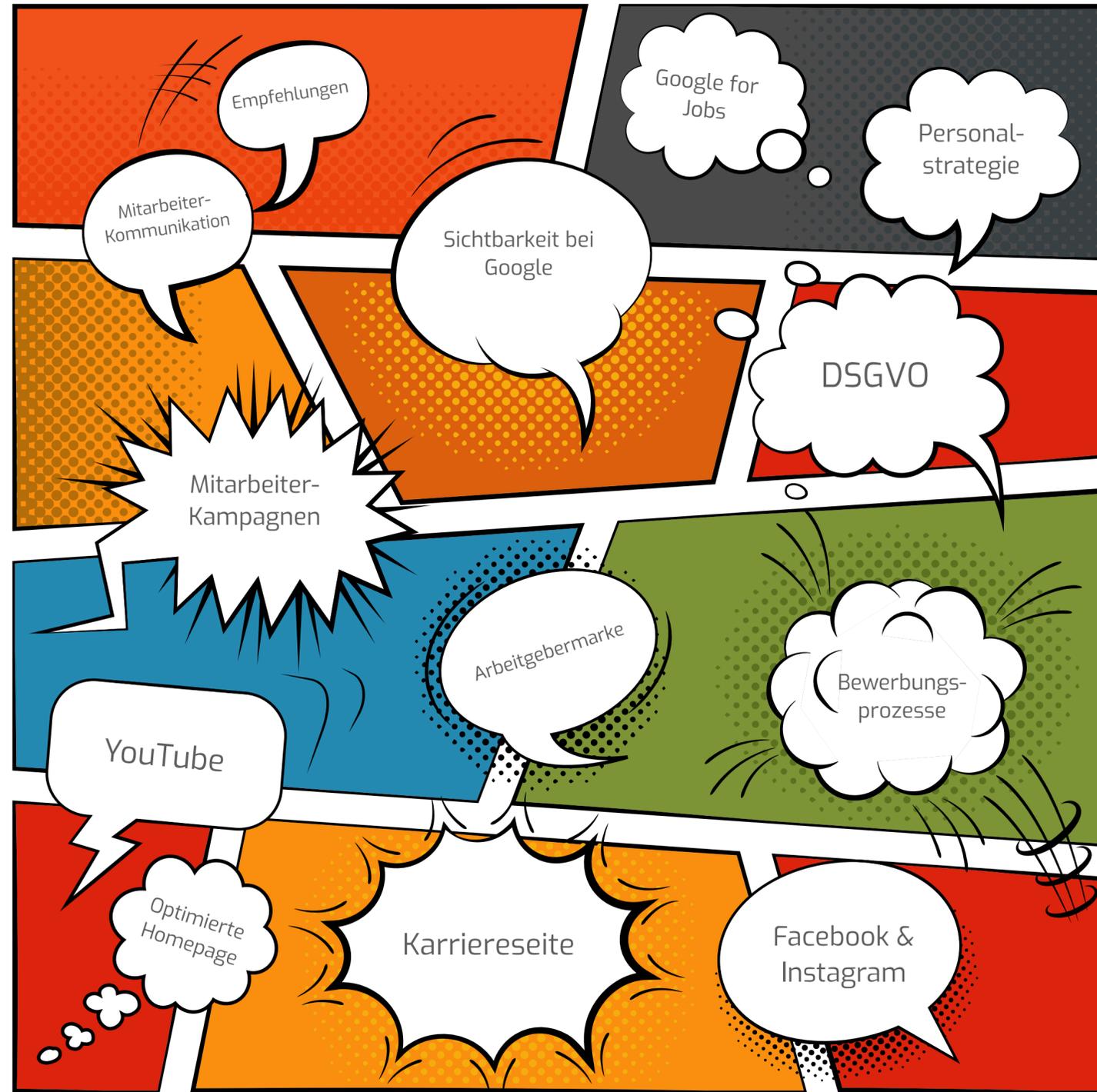
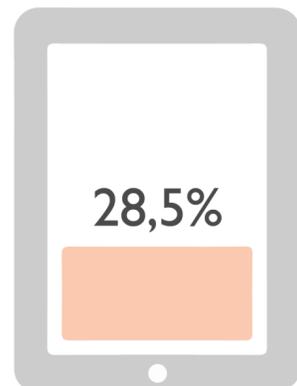
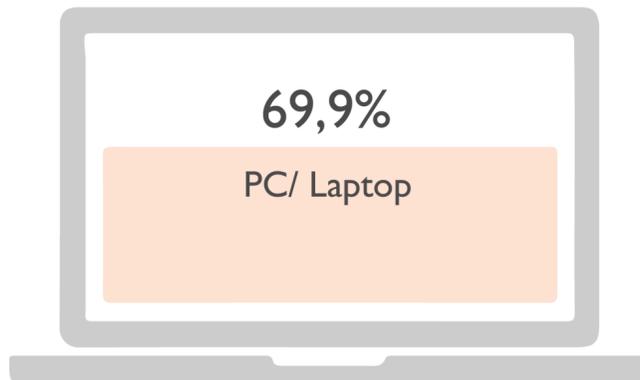
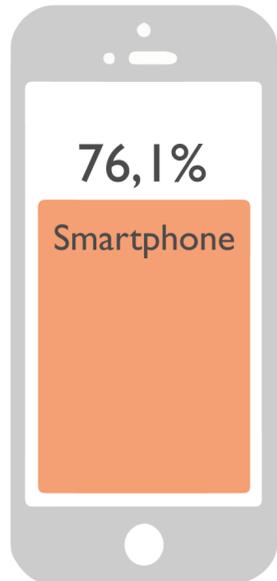
Unser Verhalten ist heutzutage datenbasiert

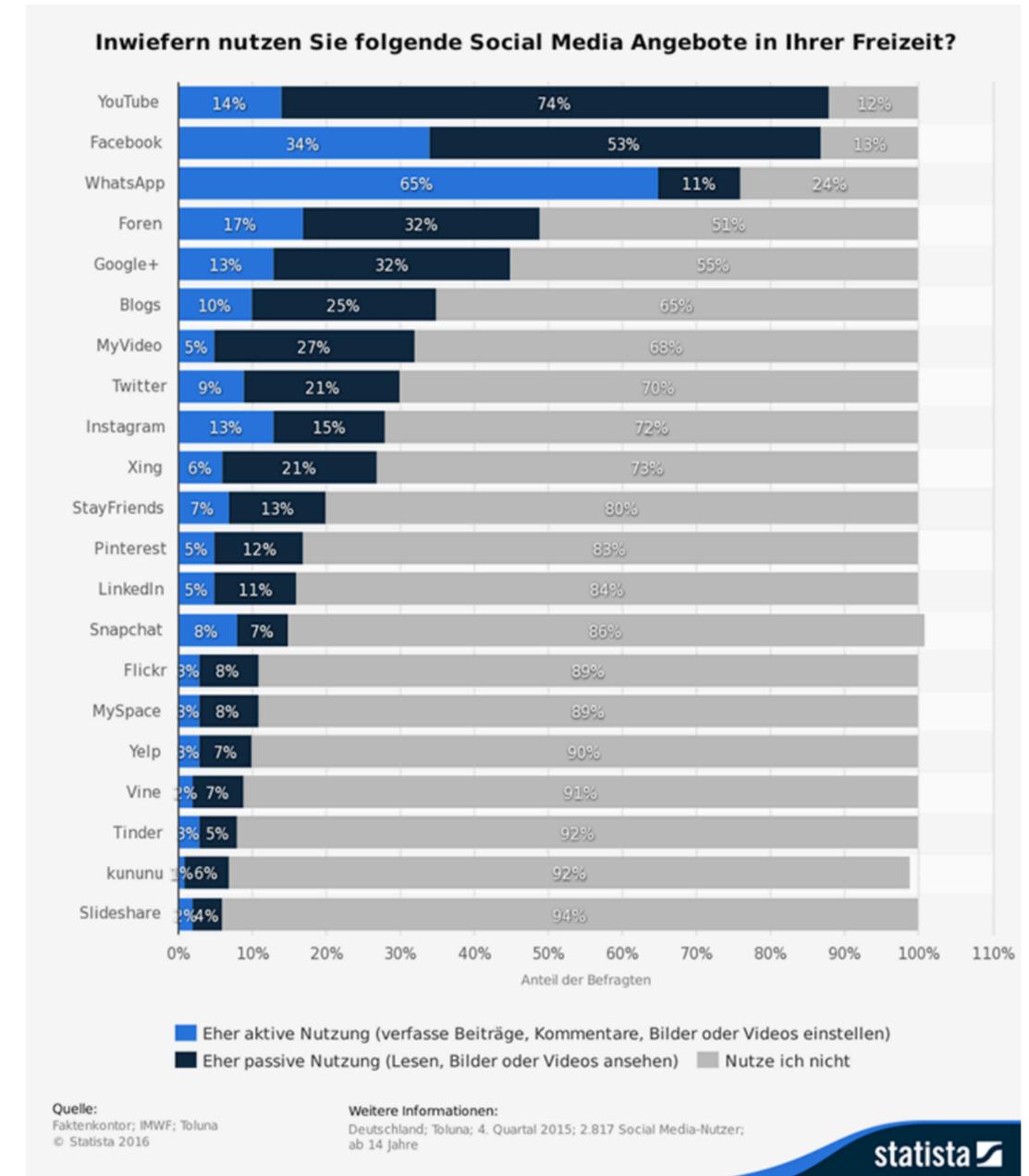
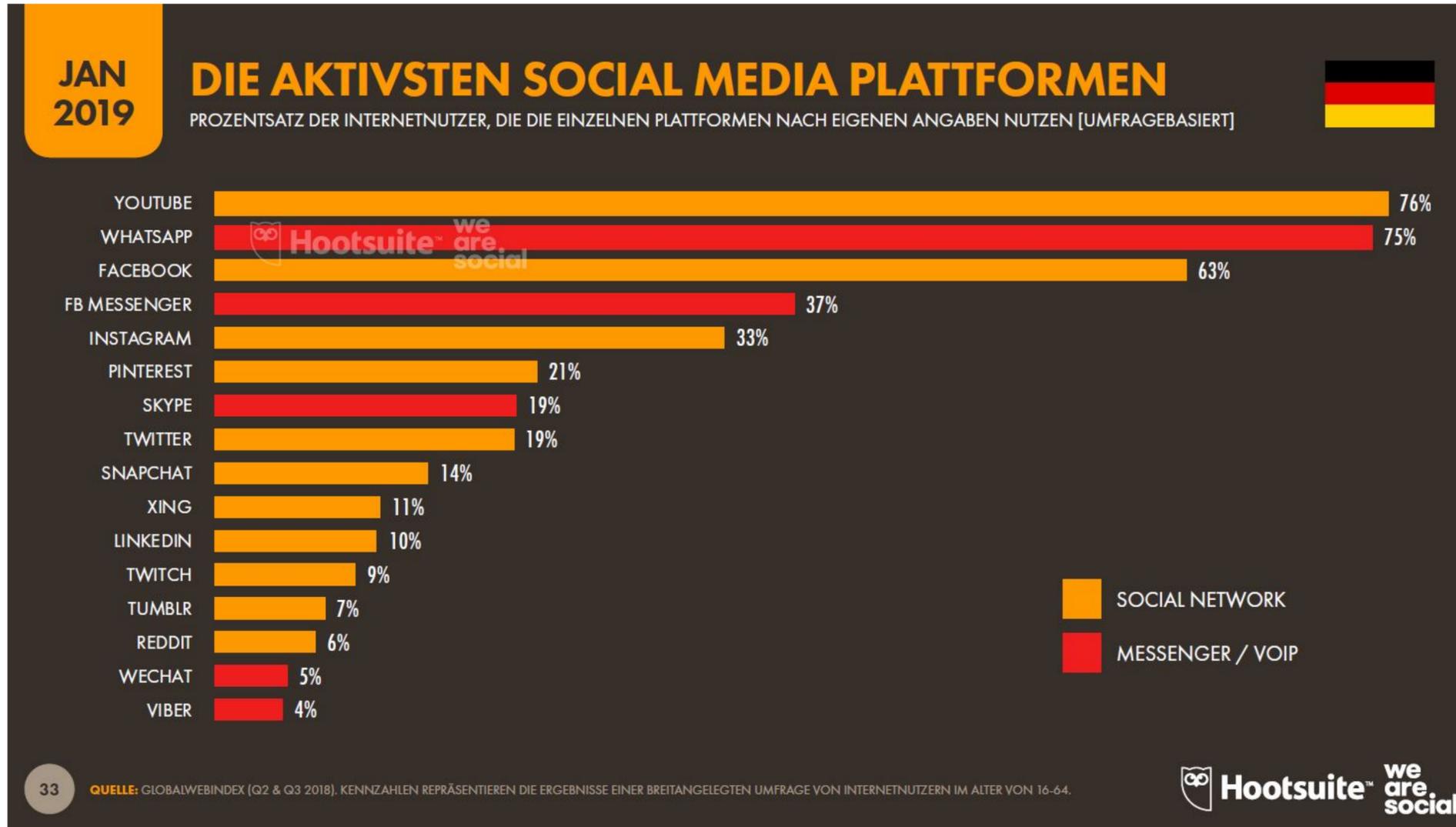


Personalgewinnung wird immer digitaler



Personalgewinnung wird immer digitaler





■ Für jede Zielgruppe eine eigene Strategie

➤ Arbeitgeber sollten zielgruppenspezifisch kommunizieren

➤ Zukunftstrends

➤ **Zielgruppenspezifische Kommunikation**
Fragmentiertes Verhalten (medien-verstreut)

Tracking & Targeting werden relevanter



Hauswirtschaft



Fachkräfte



PDL



Hilfskräfte



WBL



Quereinsteiger:innen



Auszubildende



Einrichtungsleitung

■ Für jede Zielgruppe eine eigene Strategie

➤ Targeting hilft bei der Ansprache der richtigen **aktiven** oder **passiven** Bezugsgruppe

Entscheidend sind die Zielgruppen und ihr Medienverhalten: Während Nachwuchs vorrangig über Instagram und TikTok ansprechbar ist, sind Fachkräfte eher über YouTube, Facebook, regionale Kampagnen und Google effizient erreichbar.

Suchen aktiv nach neuen Jobs

Latent unzufrieden, suchen nicht aktiv

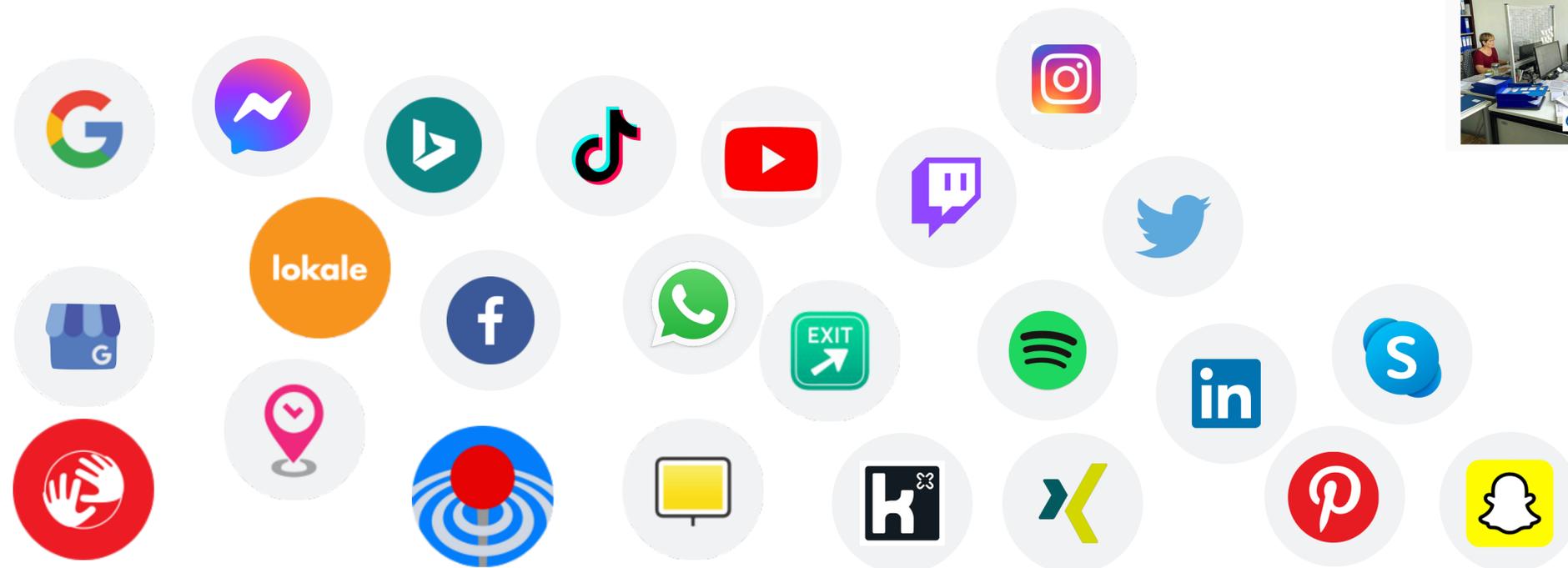
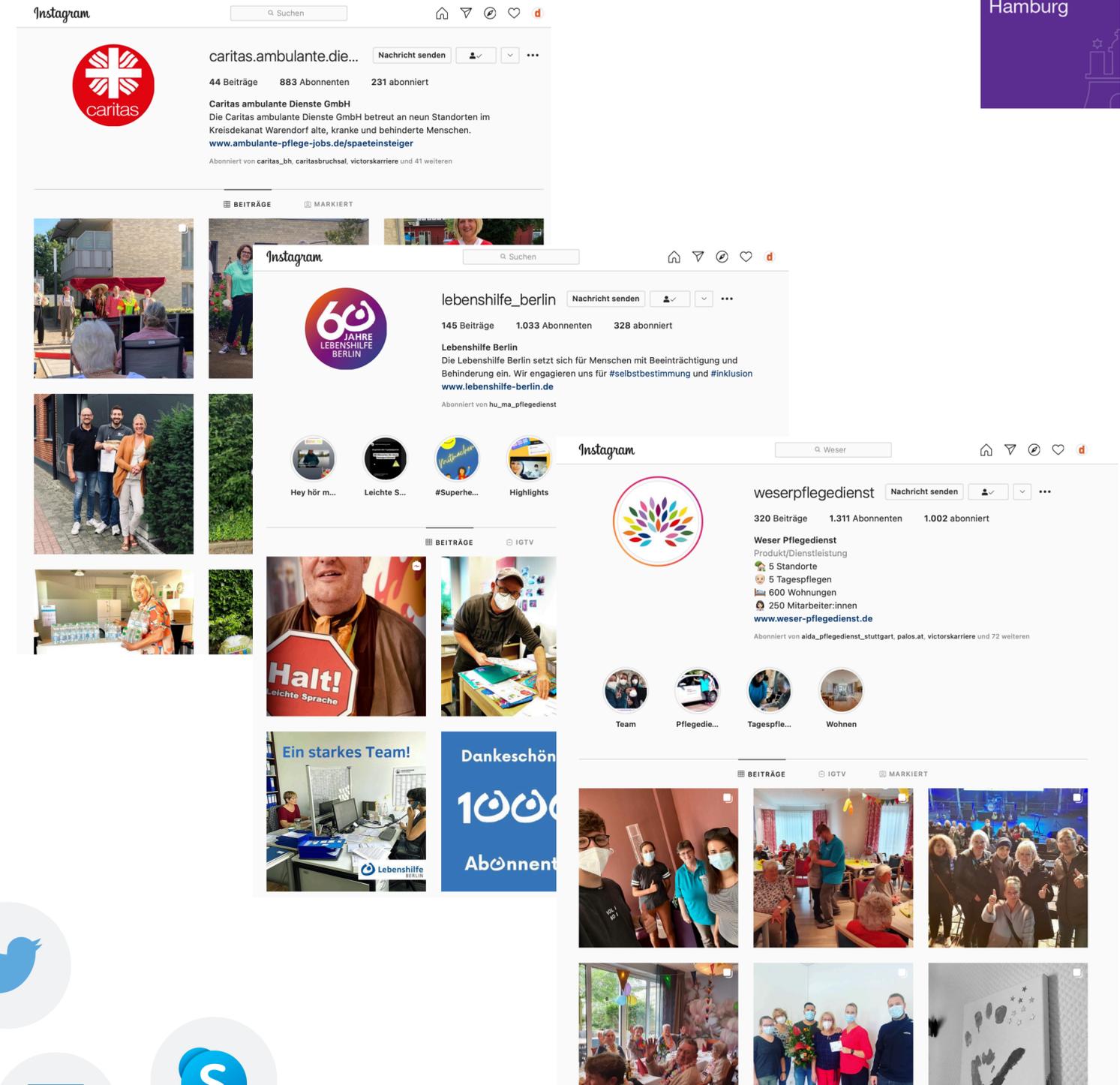
Zufrieden, aber offen für neue Jobangebote

Nicht wechselwillig

Was passiert bei Start der Kampagnen?

Soziale Netzwerke, Website & Co. sammeln Daten

Auch das "Facebook-Pixel" sowie Instagram arbeiten mit Cookies, bzw. vergleichbaren Technologien, dienen Marketingzwecken und sind damit nicht unbedingt erforderlich und somit einwilligungspflichtig.



Was passiert bei Start der Kampagnen?

Targeting über Facebook, z. B. regional um einen Standort

The grid displays ten different ad placements:

- Facebook In-Stream-Videos:** A video ad with a play button overlay.
- Facebook Video-Feeds:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.
- Facebook Marketplace:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.
- Facebook Stories:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.
- Instagram Feed:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.
- Instagram Stories:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.
- Instagram IGTV:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.
- Instagram Explore:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.
- Audience Network Native, Banner und Interstitial:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.
- Audience Network In-Stream-Videos:** A video ad with a play button overlay and a 'Jetzt bewerben!' button.

Zielgruppendefinition



Deine Zielgruppe hat genau die richtige Größe.

Potenzielle Reichweite: 11.000 Personen

Schätzwerte können deutlich variieren, je mehr Personen dem Tracking unter iOS 14.5 nicht zustimmen oder andere Möglichkeiten zur Datenkontrolle auf Facebook nutzen.

Geschätzte Ergebnisse pro Tag

Reichweite

634 - 1,8K

ThruPlay

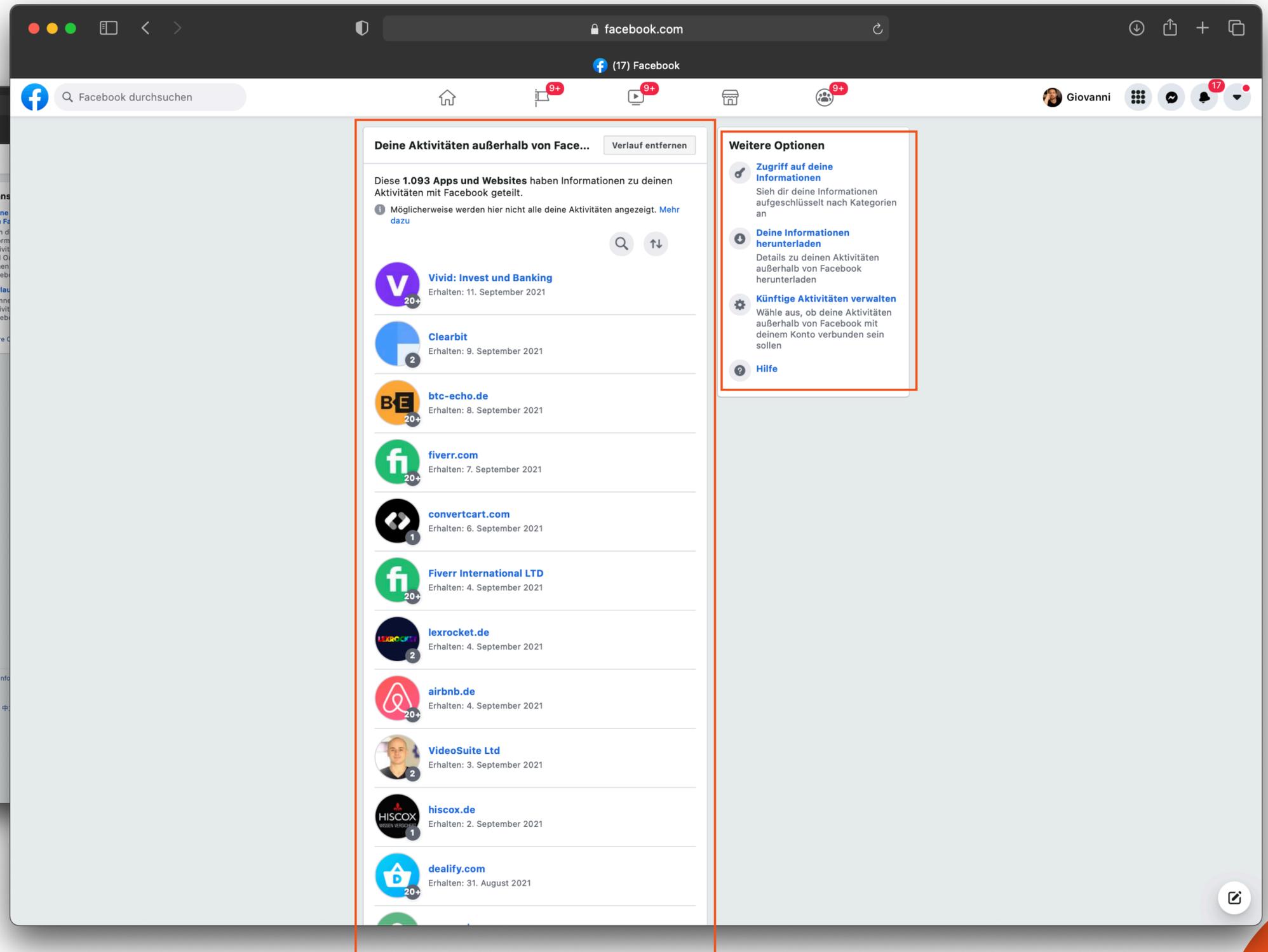
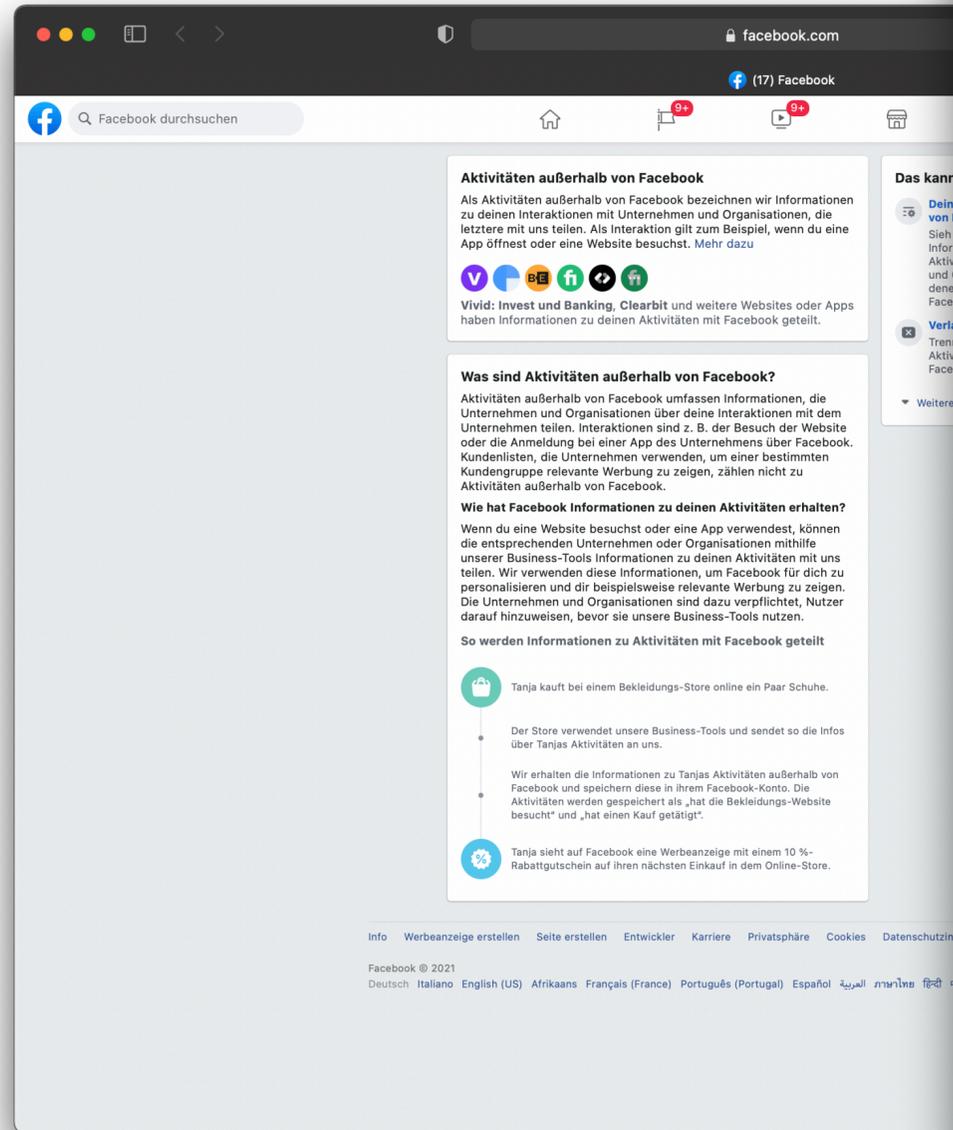
30 - 85

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherigen Kampagnendaten, dem von dir eingegebenen Budget, Marktdaten, Targeting-Kriterien und Werbeplatzierungen. Die Zahlen sollen dir einen Eindruck über die Performance deines Budgets vermitteln. Es handelt sich aber nur um Schätzungen und die Ergebnisse sind nicht garantiert.

Schätzwerte können deutlich variieren, je mehr Personen dem Tracking unter iOS 14.5 nicht zustimmen oder andere Möglichkeiten zur Datenkontrolle auf Facebook nutzen.

Facebook sammelt ohne Ende Daten

https://www.facebook.com/off_facebook_activity/



Bei welchen Medien werden Daten gesammelt?

Alle Medien sammeln Daten.



Beispiel Facebook

- Nutzerinteraktion (Themen und Inhalte, mit denen man interagiert)
- Häufigste Kontaktpunkte
- Profiling durch Nutzerverhalten
- Freunde, mit denen ich interagiere
- Profile, die ich besuche
- Nachrichten und Semantik, die ich versende
- Aufenthaltsdauer
- Politische Richtung
- Sexualität
- Gesundheit
- Geld
-

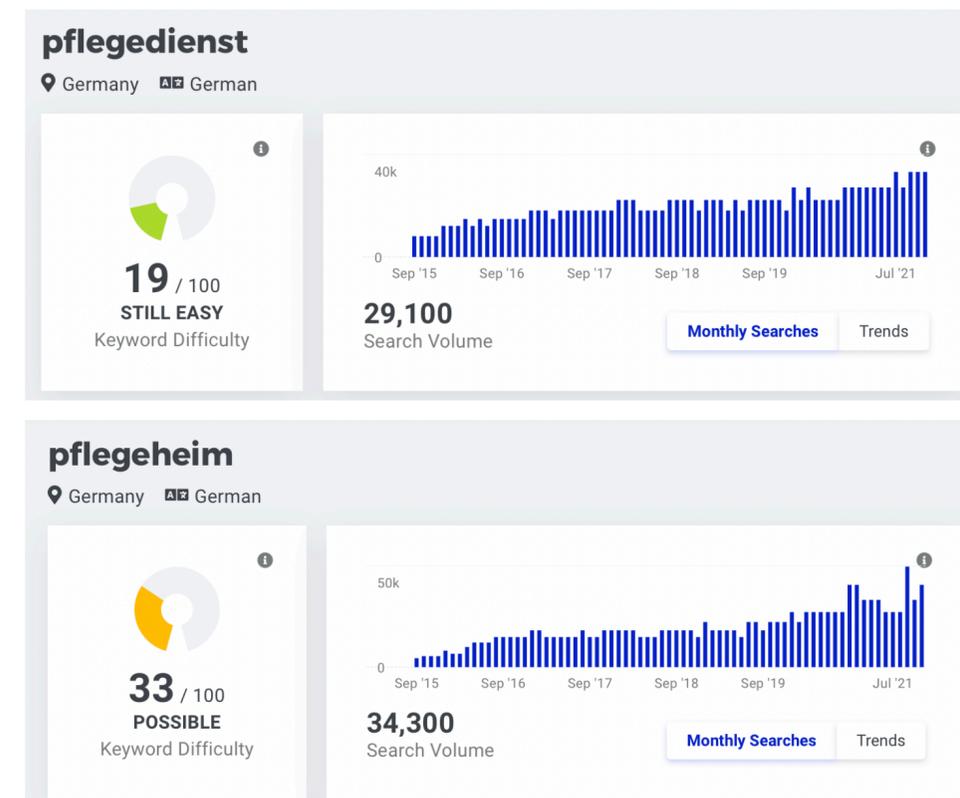


Bei welchen Medien werden Daten gesammelt?

Alle Medien sammeln Daten.

Google ist nicht anders

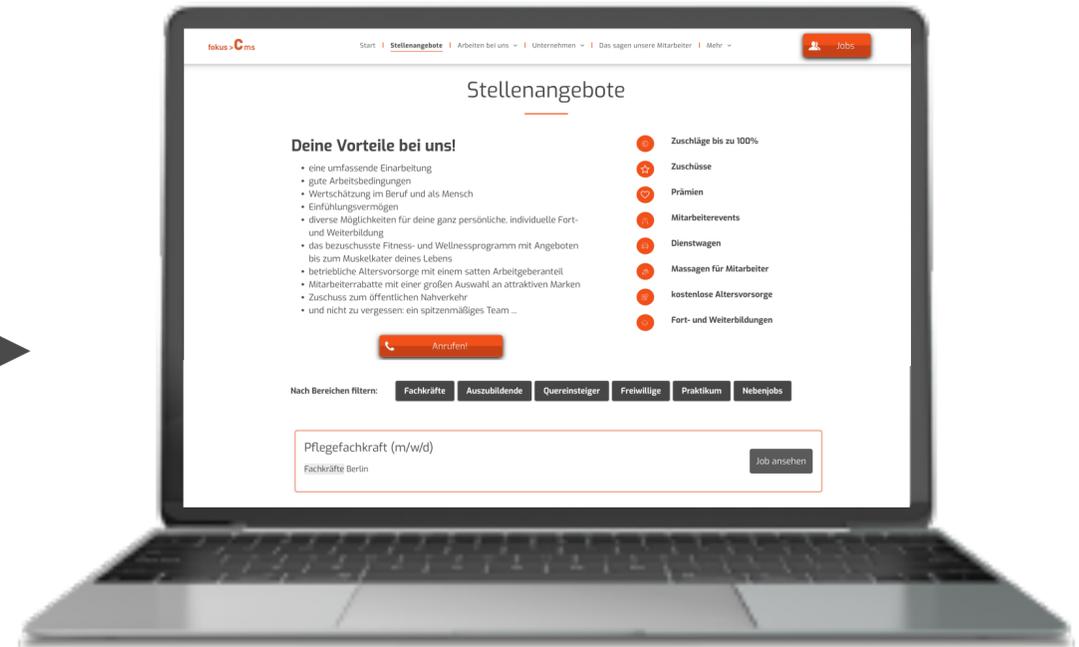
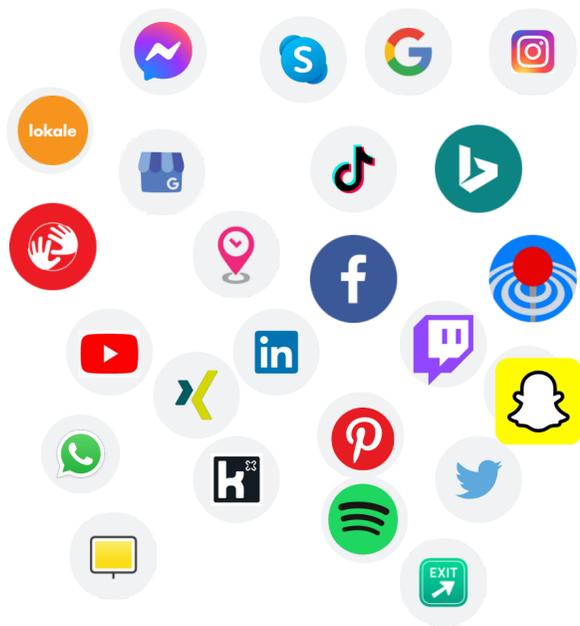
- Suchverhalten (Keywords, die man bei Google eingibt)
- Suchverhalten mit Suchergebnis (richtiges Ergebnis oder zurück in die Google-Suche?)
- Aufenthaltsdauer auf Website
- Suchintention / Semantik in den Keywords (Jobs = Stellenangebote = offene Stellen)
-



Was ist ok?

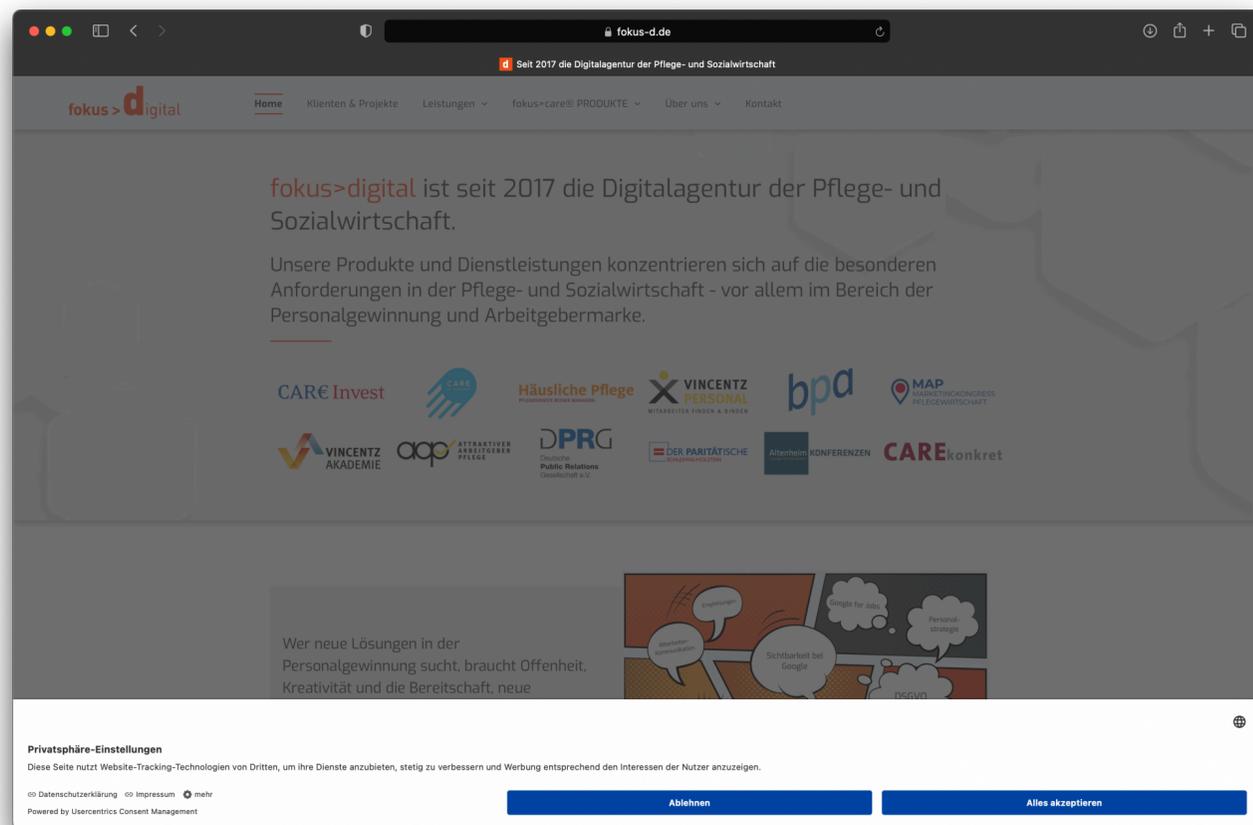
- **Anonyme Statistiken** – Es werden ausschließlich anonyme Statistiken ohne Profilbildung erstellt.
- **Kein Tracking über Webseiten hinweg** – Nutzer werden nicht über mehrere Webseiten, Dienste oder Apps verfolgt.
- **Kein Tracking über Endgeräte hinweg** - sog. Cross Device Tracking
- **Keine Bereitstellung an Dritte** – Die erhobenen Daten werden nicht Dritten zugänglich gemacht (damit wäre auch die Nutzung von externen Tools zulässig, solange deren Anbieter die Daten nicht zu eigenen Zwecken verarbeiten, sondern eine "Auftragsverarbeitung" vorliegt).

Was passiert nach dem Klick?



Website-Besuche und Cookies

 Nutzer müssen gefragt werden und ihre Präferenzen nachträglich ändern können



Privatsphäre-Einstellungen

Dieses Tool hilft Ihnen, verschiedene Tags / Tracker / Analyse-Tools auf dieser Webseite auszuwählen und zu deaktivieren.

[Datenschutzerklärung](#) [Impressum](#)

Kategorien Services

Marketing
Diese Technologien werden von Werbetreibenden verwendet, um Anzeigen zu schalten, die für Ihre Interessen relevant sind.

Google Ads
Google Tag Manager
New Relic
nr-data.net

Funktionell
Diese Technologien ermöglichen es uns, die Nutzung der Website zu analysieren, um die Leistung zu messen und zu verbessern.

Essenziell
Diese Technologien sind erforderlich, um die Kernfunktionalität der Website zu aktivieren.

Services speichern **Ablehnen** **Alles akzeptieren**

Powered by Usercentrics Consent Management

Privatsphäre-Einstellungen

Dieses Tool hilft Ihnen, verschiedene Tags / Tracker / Analyse-Tools auf dieser Webseite auszuwählen und zu deaktivieren.

[Datenschutzerklärung](#) [Impressum](#)

Kategorien Services

Marketing
Diese Technologien werden von Werbetreibenden verwendet, um Anzeigen zu schalten, die für Ihre Interessen relevant sind.

Funktionell
Diese Technologien ermöglichen es uns, die Nutzung der Website zu analysieren, um die Leistung zu messen und zu verbessern.

Essenziell
Diese Technologien sind erforderlich, um die Kernfunktionalität der Website zu aktivieren.

Services speichern **Ablehnen** **Alles akzeptieren**

Powered by Usercentrics Consent Management

Privatsphäre-Einstellungen

Dieses Tool hilft Ihnen, verschiedene Tags / Tracker / Analyse-Tools auf dieser Webseite auszuwählen und zu deaktivieren.

[Datenschutzerklärung](#) [Impressum](#)

Kategorien Services

Cloudflare
Essenziell

cloudfront.net
Essenziell

Google AJAX
Essenziell

Google Webfonts
Essenziell

gstatic.com
Essenziell

reCAPTCHA
Essenziell

Usercentrics Consent Management Plattform
Essenziell

Services speichern **Ablehnen** **Alles akzeptieren**

Powered by Usercentrics Consent Management

 Der EuGH entschied nicht nur, dass eine Einwilligung aktiv erfolgen muss, sondern auch, dass Nutzern die folgenden Informationen bereitgestellt werden müssen:

- **Art und Funktionsweise der Cookies** – Die Nutzer müssen wissen, welche Arten von Daten zu welchen Zwecken verarbeitet werden (z.B. IP-Adressen, verhaltens- und interessenbezogene Angaben zu Zwecken von Onlinemarketing, Profiling etc.). Diese Aufklärung kann umfangreich ausfallen, weshalb sie in voller Länge in der Datenschutzerklärung platziert werden kann. Eine Erläuterung der verwendeten Bezeichnungen der Cookie-Gruppen (z.B. “Marketing” oder “Statistik”), ist bereits im “Cookie Banner” zu empfehlen.
- **Lebensdauer von Cookies** – Die Lebensdauer von Cookies beträgt bei den meisten Marketingdiensten 24 Monate. Jedoch sollten Sie dies für die von Ihnen eingesetzten Dienstleister prüfen oder sie nach der Lebensdauer fragen. Anbieter von Consent-Management-Plattformen haben die Lebensdauer für die am häufigsten verwendeten Dienste häufig schon voreingetragen.
- **Identität der Dienstleister, die die Cookies verarbeiten** – Sie müssen die eingesetzten Dienstleister benennen, im Optimalfall schon im Cookie-Banner und mit Link zu deren Datenschutzerklärung. Sie sollten auch mitteilen, wenn die Cookies nur in Ihrer Verantwortung verarbeitet werden (z.B. bei dem Dienst Matomo, sofern Sie für diesen eine Einwilligung einholen).
- **Widerspruchsmöglichkeit** – Bereits aus dem Gesetz ergibt sich, dass den Nutzer der Widerspruch so leicht fallen muss, wie die ursprüngliche Einwilligung. Zur Ausgestaltung des Widerrufs erhalten Sie im Folgenden weitere Informationen.

Browser: pflegehilfe.org

🌟 10 beliebte Pflegedienste in Hannover | 2021

Verbund Pflegehilfe | Kostenlose Beratung - Rufen Sie uns an: **06131/49 32 042** | Mo - So von 8:00 bis 20:00 Uhr

Hervorragend ★★★★★ | 18.838 Bewertungen auf ★ Trustpilot

TÜV SAARLAND SEHR GUT | Kundenzufriedenheit

[> Pflege zu Hause](#) | [> Pflegeeinrichtungen](#) | [> Barrierefreiheit](#) | [> Mobil im Alter](#) | [> Finanzierung](#)

Start > [Ambulanter Pflegedienst](#) > [Niedersachsen](#) > Hannover > [Alle Stadtteile](#)

Pflegedienste mit den besten Kunden-Bewertungen in Hannover

4.8 von 5 Sternen aus 43 Bewertungen

Premiumpartner



Archi-Med GmbH ★★★★★ Insgesamt

„Guter Service“

Archi-Med GmbH hat mich telefonisch kontaktiert. Vielen Dank für Ihren schnellen Rückruf und die professionelle Beratung, die uns sehr geholfen hat. Vielen Dank für Ihre Zeit und Ihre Vorschläge am Telefon. [weiterlesen](#)

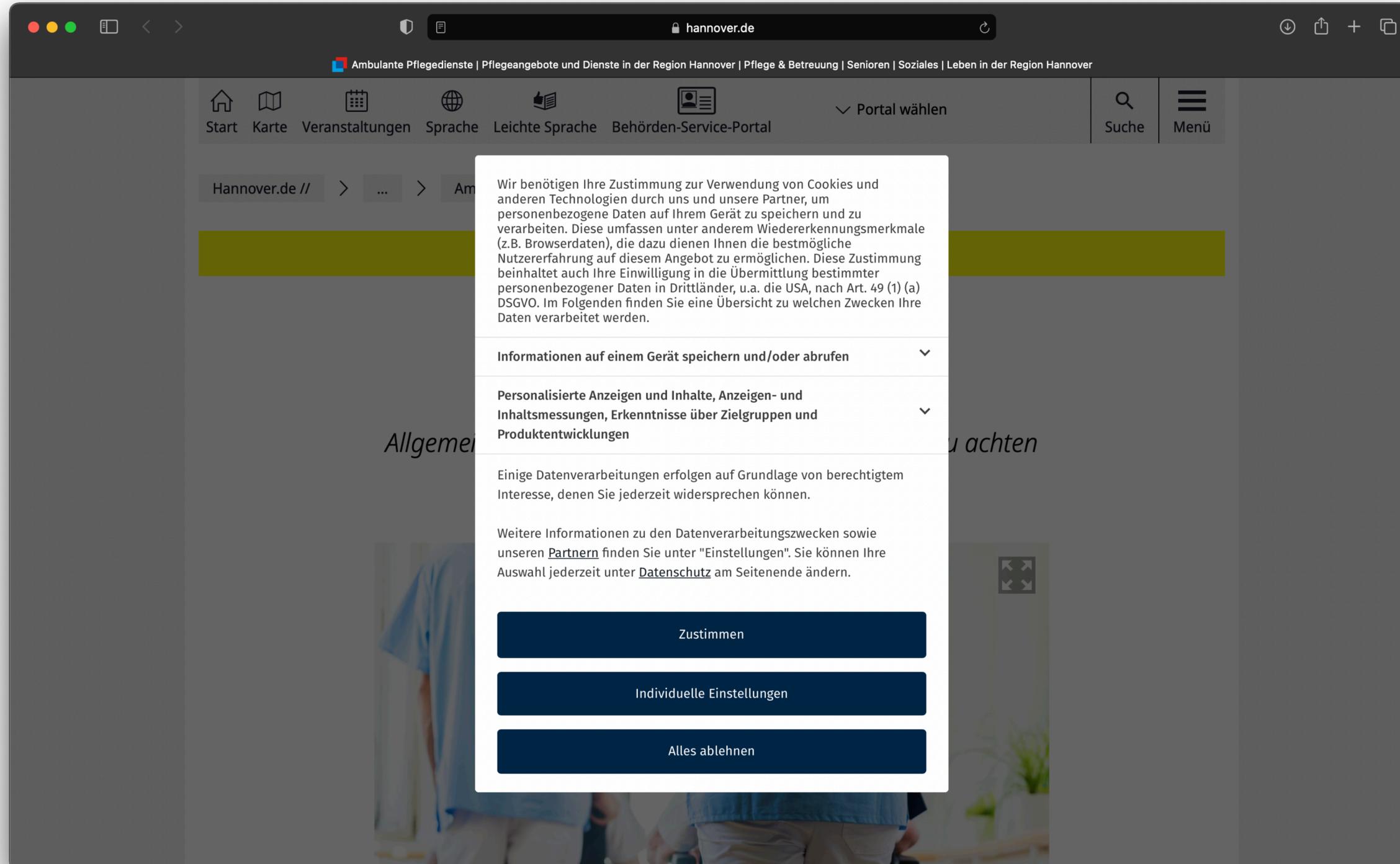
[weitere 17 Bewertungen ansehen](#)

Akzeptieren Sie die Cookie-Nutzung?

Liebe Besucher und Besucherinnen, Cookies sind für unser Onlineangebot erforderlich (z. B. für die Darstellung unserer Website). Darüber hinaus verwenden wir zur Verbesserung der Website weitere Cookies, um Ihnen ein optimales Surferlebnis zu bieten. Ihre Einwilligung zur Verwendung von Cookies können Sie jederzeit ändern oder widerrufen.

[Datenschutzerklärung](#)
[Impressum](#)

Andere Beispiele



The screenshot shows a web browser window displaying the website hannover.de. The browser's address bar shows the URL hannover.de. The website's navigation bar includes links for Start, Karte, Veranstaltungen, Sprache, Leichte Sprache, and Behörden-Service-Portal. A search bar and a menu icon are also visible. A cookie consent dialog is overlaid on the page, containing the following text:

Wir benötigen Ihre Zustimmung zur Verwendung von Cookies und anderen Technologien durch uns und unsere Partner, um personenbezogene Daten auf Ihrem Gerät zu speichern und zu verarbeiten. Diese umfassen unter anderem Wiedererkennungsmerkmale (z.B. Browserdaten), die dazu dienen Ihnen die bestmögliche Nutzererfahrung auf diesem Angebot zu ermöglichen. Diese Zustimmung beinhaltet auch Ihre Einwilligung in die Übermittlung bestimmter personenbezogener Daten in Drittländer, u.a. die USA, nach Art. 49 (1) (a) DSGVO. Im Folgenden finden Sie eine Übersicht zu welchen Zwecken Ihre Daten verarbeitet werden.

Informationen auf einem Gerät speichern und/oder abrufen

Personalisierte Anzeigen und Inhalte, Anzeigen- und Inhaltsmessungen, Erkenntnisse über Zielgruppen und Produktentwicklungen

Einige Datenverarbeitungen erfolgen auf Grundlage von berechtigtem Interesse, denen Sie jederzeit widersprechen können.

Weitere Informationen zu den Datenverarbeitungszwecken sowie unseren [Partnern](#) finden Sie unter "Einstellungen". Sie können Ihre Auswahl jederzeit unter [Datenschutz](#) am Seitenende ändern.

Zustimmen

Individuelle Einstellungen

Alles ablehnen

The screenshot shows a web browser window with the URL pflegedienst-rose.de. The page title is "Ambulanter Pflegedienst Hannover und Garbsen - Pflegedienst Rose".

Header: Logo "Pflegedienst Rose" and the slogan "Ganz nah dran." with a phone number "0511/261100-10".

Navigation: Pflegedienst Rose, Leistungen, Patienten-Info, Arzt-Info, Karriere, Kontakt.

Hero Section: Two images: a caregiver talking to an elderly woman, and a white van with "Mobile Betreuung Rose" and "Ganz nah dran." branding. A sign on the van reads: "Jetzt neu 24-Stunden-Pflege: Bezahlbare Lebensqualität."

Main Content: "Ambulanter Pflegedienst Hannover" with the text "Liebevolle Pflege und Betreuung in gewohnter Umgebung".

Contact Hannover: Pflegedienst Rose Hannover, Wallensteinstraße 17, 30459 Hannover.

Footer: Cookie notice: "Wir benutzen Cookies um die Nutzerfreundlichkeit der Webseite zu verbessern. Durch Ihren Besuch stimmen Sie dem zu." with buttons for "Verstanden" and "Weitere Informationen".

Andere Beispiele



The screenshot shows a web browser displaying the website diakovere.de. The page title is "DIAKOVERE Pflegedienste | Ambulante Krankenpflege in Hannover". The website header includes the DIAKOVERE logo, a search bar with the text "Wonach suchen Sie?", and a "MENÜ" button. A large white modal window is centered on the screen, containing the following text:

Wir von der DIAKOVERE gGmbH und unsere Partner verwenden auf unserer Webseite verschiedene Technologien (bspw. Cookies) und verarbeiten personenbezogene Daten wie IP-Adressen oder Browserinformationen, die funktional oder für Marketing- und Analysezwecke eingesetzt werden. Sie können unsere Webseite grundsätzlich auch ohne das Setzen von derartigen Technologien besuchen. Hiervon ausgenommen sind technisch notwendige Technologien, also erforderliche Cookies. Sie können die aktuellen Einstellungen durch Klicken auf "Informationen & Einstellungen" (unten) einsehen und ändern. Ihnen steht jederzeit ein Widerrufsrecht zu. Weitere Informationen finden Sie unter "Informationen & Einstellungen" und in unserer Datenschutzerklärung.

Durch klicken auf den "Akzeptieren"-Button erklären Sie sich einverstanden, dass wir alle vorgenannten Technologien einsetzen dürfen.

The modal window features three buttons: "Akzeptieren", "Nur erforderliche erlauben", and "Informationen & Einstellungen". At the bottom of the modal, it says "Powered by usercentrics" and "Impressum | Datenschutz".

The background of the website shows a woman standing next to a white van with the DIAKOVERE logo and the text "DIAKOVERE PFLLEGEDIENSTE www.diakovere.de". Below the modal, the website footer includes the text "DIAKOVERE STARTSEITE > DIAKOVERE PFLLEGEDIENSTE" and "DIAKOVERE PFLLEGEDIENSTE - AMBULANTE KRANKENPFLEGE UND PALLIATIVDIENST".



- **Eindeutige Bezeichnung** – Zulässig sind Schaltflächen, die Begriffe, wie “Ablehnen” und “Akzeptieren” tragen. Der Begriff “Nur notwendige Cookies akzeptieren” wurde vom LG-Rostock für unzureichend gehalten (das Urteil wird nachfolgend erläutert).
- **Farbe der Schaltflächen** – Vorsicht sollte bei Leitung der Nutzer mithilfe von Farben angebracht sein. Es gibt zwar keine klaren Vorgaben. Wer jedoch die “Akzeptieren“-Schaltfläche farblich knallig gestaltet und “Ablehnen“-Schaltfläche grau, so dass sie in den Hintergrund tritt, der setzt sich dem Vorwurf aus, die Nutzer bewusst in die Irre zu führen.
- **Größe und Form:** Die Schaltflächen zum Akzeptieren und Ablehnen sollten nach Möglichkeit gleich groß sein, um als gleichwertig zu gelten.

Wir verwenden Cookies und andere Technologien, um Informationen auf Ihrem Gerät zu speichern und abzurufen. Diese können auch personenbezogene Daten umfassen (z. B. Wiedererkennungsmerkmale, IP-Adressen, Profildaten), die in den Bereichen personalisierte Anzeigen und Inhalte, Anzeigen- und Inhaltsmessung, Erkenntnisse über Zielgruppen und Produktentwicklung verwendet werden. Einige unserer Partner verarbeiten Ihre Daten auf Grundlage von [berechtigtem Interesse](#), was Sie jederzeit widerrufen können.

Weitere Informationen zur Verwendung Ihrer Daten sowie zu unseren Partnern finden Sie unter „Einstellungen“ oder in unseren [Datenschutzbestimmungen](#).

Sie sind nicht verpflichtet, der Verarbeitung Ihrer Daten zuzustimmen, um dieses Angebot zu nutzen. Ohne Ihre Zustimmung können wir Ihnen bestimmte Inhalte aber nicht anzeigen. Sie können Ihre Auswahl jederzeit unter „Einstellungen“ am Seitenende widerrufen oder anpassen. Ihre Auswahl wird ausschließlich auf dieses Angebot angewendet.

EINSTELLUNGEN **AKZEPTIEREN**

Diese Webseite verwendet Cookies

Wir verwenden Cookies, um unsere Website darstellen zu können. Diese Cookies sind zwingend notwendig und können nicht deaktiviert werden. Weiter verwenden wir Cookies um Inhalte und Anzeigen zu personalisieren, Funktionen für soziale Medien anbieten zu können und die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren. Außerdem geben wir Informationen zu ihrer Verwendung unserer Website an unsere Partner für soziale Medien, Werbung und Analysen weiter. Unsere Partner führen diese Informationen möglicherweise mit weiteren Daten zusammen, die Sie ihnen bereitgestellt haben oder die sie im Rahmen Ihrer Nutzung der Dienste gesammelt haben. Sie geben Einwilligung zu unseren Cookies, wenn Sie auf den Button “Cookies zulassen” klicken.

Nur notwendige Cookies verwenden Cookies zulassen [Details zeigen](#)

- **Ablehnung auf zweiter Ebene** – Sehr häufig müssen Nutzer eine Unterseite der Consent-Management-Plattform aufrufen, um nicht unbedingt erforderliche Cookies abzulehnen. Ein derartiges Verfahren ist risikoreich und wäre ausgehend von der Rechtsprechung des BGH eher unzulässig (BGH, 28.05.2020 – I ZR 7/16, Rn. 32).

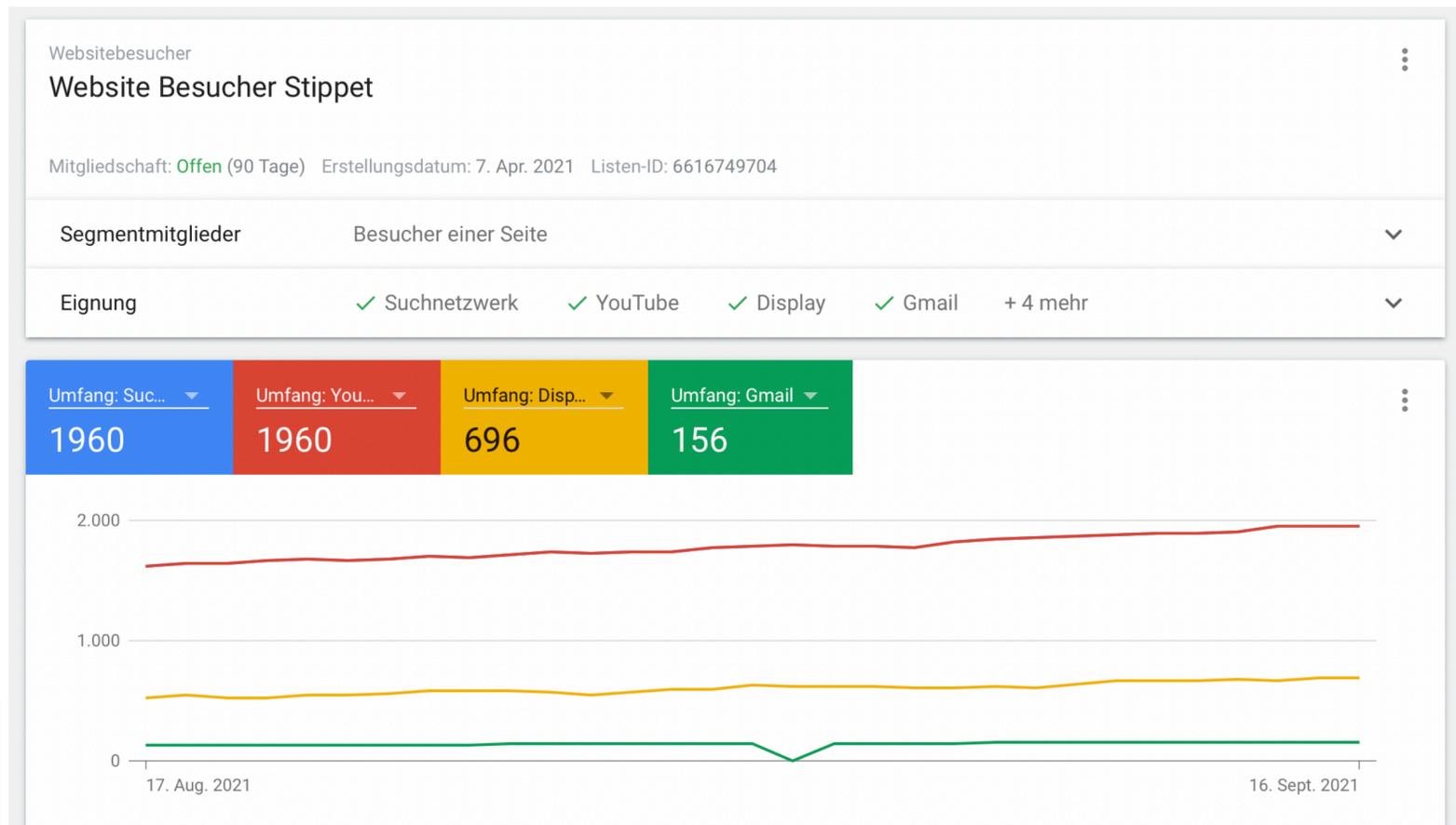


Bei welchen Medien werden Daten gesammelt?

Alle Medien sammeln Daten.

Google ist nicht anders

- Z. B. Remarketing
- Besucht jemand eine Stellenanzeige, ist eine Wiederansprache möglich



Gültigkeitsdauer

Geben Sie ein, wie viele Tage Nutzer in diesem Zielgruppensegment bleiben sollen

540 Tage

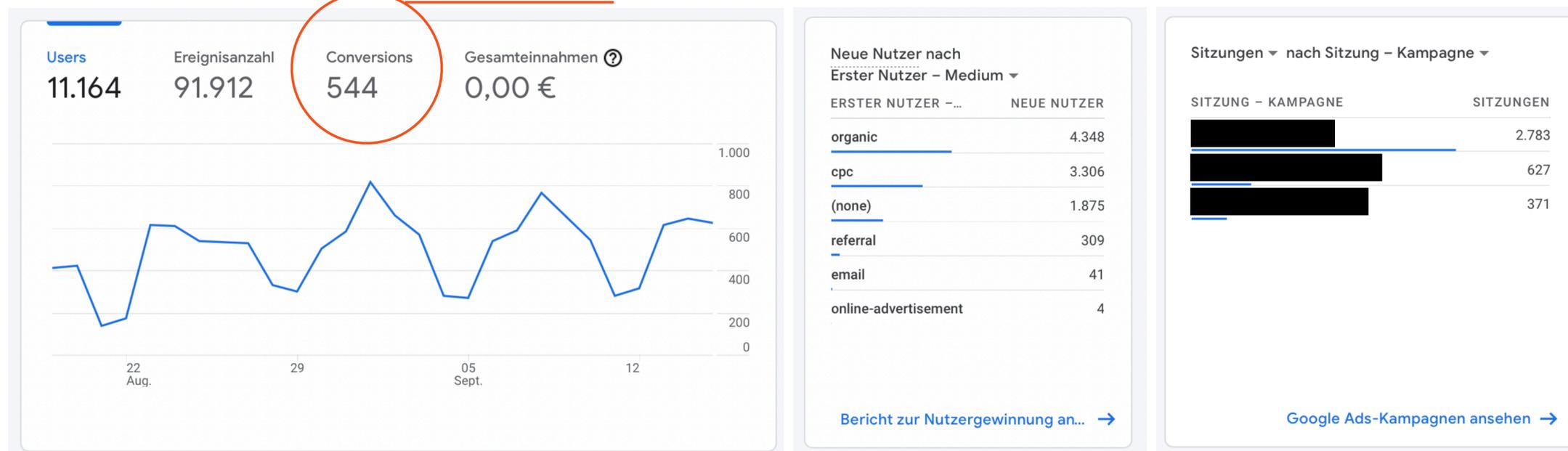
Die maximale Gültigkeitsdauer beträgt 540 Tage

Die Gültigkeitsdauer ist der Zeitraum, in dem Nutzer in Ihrem Segment mit selbst erhobenen Daten bleiben, nachdem sie mit Ihrem Unternehmen interagiert haben.

Was passiert bei Start der Kampagnen?

 Soziale Netzwerke, Website & Co. sammeln Daten, wenn Sie das Tracking korrekt einstellen

Bewerbungen



 Google Analytics

Was passiert bei Start der Kampagnen?

Soziale Netzwerke, Website & Co. sammeln Daten, wenn Sie das Tracking korrekt einstellen



Medium	Neue Nutzer	Sitzungen mit Interaktionen	Engagement-Rate	Sitzungen mit Interaktionen pro Nutzer	Durchschnittliche Interaktionsdauer	Ereignisanzahl	Conversions
	100 % der Gesamtsumme	100 % der Gesamtsumme	Durchschn. 0 %	Durchschn. 0 %	Durchschn. 0 %	100 % der Gesamtsumme	100 % der Gesamtsumme
Gesamt	9.883	9.007	53,61 %	0,81	1 m 32 s	91.912	544
organic	4.348	4.814	61,39 %	0,97	1 m 56 s	44.651	273
cpc	3.306	1.309	33,31 %	0,39	0 m 27 s	16.005	45
(none)	1.875	2.402	56,31 %	1,01	2 m 10 s	25.933	194
referral	309	436	61,84 %	1,17	2 m 10 s	4.978	27
email	41	45	84,91 %	1,10	2 m 16 s	332	5

Was passiert bei Start der Kampagnen?

 Soziale Netzwerke, Website & Co. sammeln Daten, wenn Sie das Tracking korrekt einstellen



Medium	+	Neue Nutzer	Sitzungen mit Interaktionen	Engagement-Rate	Sitzungen mit Interaktionen pro Nutzer	Durchschnittliche Interaktionsdauer	Ereignisanzahl <small>Alle Ereignisse</small>	Conversions <small>Alle Ereignisse</small>
Gesamt		9.883 <small>100 % der Gesamtsumme</small>	9.007 <small>100 % der Gesamtsumme</small>	53,61 % <small>Durchschn. 0 %</small>	0,81 <small>Durchschn. 0 %</small>	1 m 32 s <small>Durchschn. 0 %</small>	91.912 <small>100 % der Gesamtsumme</small>	544 <small>100 % der Gesamtsumme</small>
organic		4.348	4.814	61,39 %	0,97	1 m 56 s	44.651	273
cpc		3.306	1.309	33,31 %	0,39	0 m 27 s	16.005	45
(none)		1.875	2.402	56,31 %	1,01	2 m 10 s	25.933	194
referral		309	436	61,84 %	1,17	2 m 10 s	4.978	27
email		41	45	84,91 %	1,10	2 m 16 s	332	5

Was passiert bei Start der Kampagnen?

Soziale Netzwerke, Website & Co. sammeln Daten, wenn Sie das Tracking korrekt einstellen



Medium	Neue Nutzer	Sitzungen mit Interaktionen	Engagement-Rate	Sitzungen mit Interaktionen pro Nutzer	Durchschnittliche Interaktionsdauer	Ereignisanzahl	Conversions
	100 % der Gesamtsumme	100 % der Gesamtsumme	Durchschn. 0 %	Durchschn. 0 %	Durchschn. 0 %	100 % der Gesamtsumme	100 % der Gesamtsumme
Gesamt	9.883	9.007	53,61 %	0,81	1 m 32 s	91.912	544
organic	4.348	4.814	61,39 %	0,97	1 m 56 s	44.651	273
cpc	3.306	1.309	33,31 %	0,39	0 m 27 s	16.005	45
(none)	1.875	2.402	56,31 %	1,01	2 m 10 s	25.933	194
referral	309	436	61,84 %	1,17	2 m 10 s	4.978	27
email	41	45	84,91 %	1,10	2 m 16 s	332	5

Was passiert bei Start der Kampagnen?

 Soziale Netzwerke, Website & Co. sammeln Daten, wenn Sie das Tracking korrekt einstellen



Medium	Neue Nutzer	Sitzungen mit Interaktionen	Engagement-Rate	Sitzungen mit Interaktionen pro Nutzer	Durchschnittliche Interaktionsdauer	Ereignisanzahl	Conversions
Gesamt	9.883 100 % der Gesamtsumme	9.007 100 % der Gesamtsumme	53,61 % Durchschn. 0 %	0,81 Durchschn. 0 %	1 m 32 s Durchschn. 0 %	91.912 100 % der Gesamtsumme	544 100 % der Gesamtsumme
organic	4.348	4.814	61,39 %	0,97	1 m 56 s	44.651	273
cpc	3.306	1.309	33,31 %	0,39	0 m 27 s	16.005	45
(none)	1.875	2.402	56,31 %	1,01	2 m 10 s	25.933	194
referral	309	436	61,84 %	1,17	2 m 10 s	4.978	27
email	41	45	84,91 %	1,10	2 m 16 s	332	5

Worauf sollten Sie bei der Erstellung von Recruiting-Kampagnen achten?

Wann sind Cookies unbedingt erforderlich?

Der Einsatz unbedingt erforderlicher (auch als “notwendig”, bzw. “essentiell” bezeichneter) Cookies, bedarf keiner Einwilligung der Nutzer. Es existiert jedoch kein verbindlicher Katalog notwendiger Cookies.

- Warenkorb-Cookie – Die Speicherung der in einem Onlineshop ausgewählten Produkte in einem Cookies gilt als erforderlich.
- **Nutzereingaben – Auch wenn Nutzereingaben, z.B. in Onlineformularen, die sich über mehrere Webseiten erstrecken, gespeichert werden, darf diese Speicherung als erforderlich betrachtet werden.**
- **Login – Der Login-Status, z.B. in einer Community, wird von einem Nutzer erwartet und kann daher als unbedingt erforderlich betrachtet werden.**
- **Sicherheit der Nutzer – Beim Einsatz von Cookies zu Sicherheitszwecken muss neben deren Notwendigkeit, auch deren Zweck betrachtet werden. Zulässig sind vor allem erforderliche Maßnahmen, die dem Schutz der Nutzer und ihrer Daten dienen (z.B. die Verhinderung von sogenannten Brute-Force-Angriffen durch wiederholte Login-Versuche).**
- Sprachauswahl – Auch die Speicherung der Sprachauswahl auf einer internationalen Webseite wird von Nutzern erwartet und gilt als erforderlich.
- **Cookie-Opt-In – Cookies, die eine Cookie-Einwilligung speichern sind ebenfalls unbedingt erforderlich, damit das “Cookie-Banner” nicht bei jedem Aufruf der Webseite neu erscheint.**
- **Wiedergabe von Multimedia-Inhalten – Sofern die Cookies für die Wiedergabe essenziell sind, dürfen sie eingesetzt werden (so LG Köln, 29.10.2020 – 31 O 194/20).**
- Lastenverteilung – Cookies, die der gleichmäßigen Lastenverteilung (Load Balancing) einer Website dienen, gelten als unbedingt erforderlich.

Worauf sollten Sie bei der Erstellung von Recruiting-Kampagnen achten?

Wann sind Cookies **nicht** unbedingt erforderlich?

Als nicht unbedingt erforderlich werden Cookies betrachtet, die alleine den Marketing- und Werbezwecken der Anbieter von Onlineangeboten oder Werbenetzwerken dienen.

- **Konversionsmessung** – Die Konversionsmessung dient insbesondere der Prüfung, ob ein Nutzer, der eine Werbeanzeige geklickt hat, z.B. einen Kauf getätigt hat. So kann die Effektivität von Werbeanzeigen gemessen werden.
- **Remarketing** – Als Remarketing wird die Einblendung von Werbeanzeigen aufgrund früher besuchter Webseiten oder Onlineshops bezeichnet. So kann ein Nutzer noch Tage später an ein Produkt erinnert werden, das er zwar betrachtet, aber noch nicht erworben hatte.
- **Zielgruppenbildung** – Anhand von Nutzerprofilen (z.B. bei Facebook oder Google gespeicherten) können anhand von demografischen, örtlichen oder an mutmaßlichen Interessen orientierten Kriterien Nutzer als Zielgruppe für Werbeanzeigen ausgewählt werden.

Welche Strafen drohen?

- **Untersagungsverfügungen der Behörden** (d.h. praktisch die Pflicht eine Einwilligung einzuholen).
- **Bußgelder** (die von Ihrem Umsatz abhängen und zumindest in Deutschland nach einem einheitlichen Verfahren abhängig vom Umsatz berechnet werden sollen und mindestens einen Tagesumsatz betragen sollen).
- **Abmahnungen** (mit Unterlassungsforderungen samt Vertragsstrafen von ca. 2.500 – 5.000 Euro bei Wiederholung) und Schadensersatzforderungen der Nutzer (bisher waren diese eher selten, könnten jedoch nach dem Urteil zunehmen).
- **Abmahnungen durch klagebefugter Organisationen** (z.B. Verbraucherzentrale, Wettbewerbszentrale, etc).
- **Abmahnungen durch Mitbewerber** (derzeit ist es noch unklar, ob Mitbewerber Datenschutzverstöße abmahnen können, aber die Tendenz zeigt in diese Richtung; LG Köln bejahte dies zuletzt, LG Köln, 29.10.2020 – 31 O 194/20).

Einige Empfehlungen



■ Empfehlung: Lassen Sie einen professionellen Datenschutz-Check machen

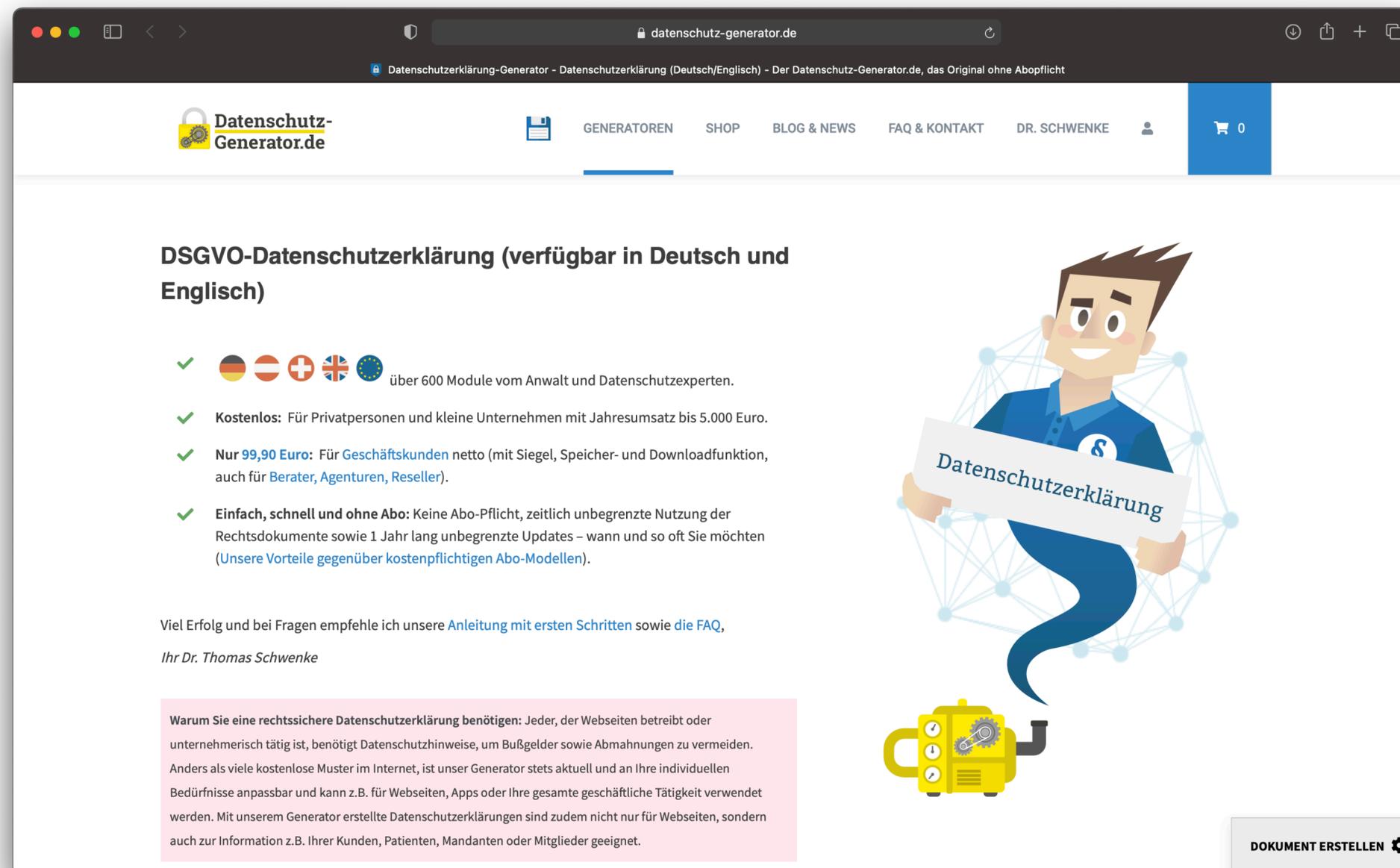
Datenschutz-Check

- Technologie-Check
- Datenschutzerklärung
- Website-Datenschutz
- DSGVO (Verarbeitungsverzeichnis, etc.)
- Cookie-Setzung bzw. Cookie Consent Banner
- Remarketing
- EKD-relevante Vorgehensweise
- Unterstützung bei der Einrichtung

Empfehlung: Lassen Sie einen professionellen Datenschutz-Check machen

Es gibt auch Standard-Lösungen

<https://datenschutz-generator.de/datenschutzerklaerung/>



The screenshot shows the website 'Datenschutz-Generator.de' with a navigation menu including 'GENERATOREN', 'SHOP', 'BLOG & NEWS', 'FAQ & KONTAKT', and 'DR. SCHWENKE'. The main content area features a heading 'DSGVO-Datenschutzerklärung (verfügbar in Deutsch und Englisch)' followed by a list of four bullet points:

- ✓  über 600 Module vom Anwalt und Datenschutzexperten.
- ✓ **Kostenlos:** Für Privatpersonen und kleine Unternehmen mit Jahresumsatz bis 5.000 Euro.
- ✓ **Nur 99,90 Euro:** Für **Geschäftskunden** netto (mit Siegel, Speicher- und Downloadfunktion, auch für **Berater, Agenturen, Reseller**).
- ✓ **Einfach, schnell und ohne Abo:** Keine Abo-Pflicht, zeitlich unbegrenzte Nutzung der Rechtsdokumente sowie 1 Jahr lang unbegrenzte Updates – wann und so oft Sie möchten (**Unsere Vorteile gegenüber kostenpflichtigen Abo-Modellen**).

Below the list, there is a testimonial: 'Viel Erfolg und bei Fragen empfehle ich unsere [Anleitung mit ersten Schritten](#) sowie [die FAQ](#),
Ihr Dr. Thomas Schwenke'

A pink box contains the text: 'Warum Sie eine rechtssichere Datenschutzerklärung benötigen: Jeder, der Webseiten betreibt oder unternehmerisch tätig ist, benötigt Datenschutzhinweise, um Bußgelder sowie Abmahnungen zu vermeiden. Anders als viele kostenlose Muster im Internet, ist unser Generator stets aktuell und an Ihre individuellen Bedürfnisse anpassbar und kann z.B. für Webseiten, Apps oder Ihre gesamte geschäftliche Tätigkeit verwendet werden. Mit unserem Generator erstellte Datenschutzerklärungen sind zudem nicht nur für Webseiten, sondern auch zur Information z.B. Ihrer Kunden, Patienten, Mandanten oder Mitglieder geeignet.'

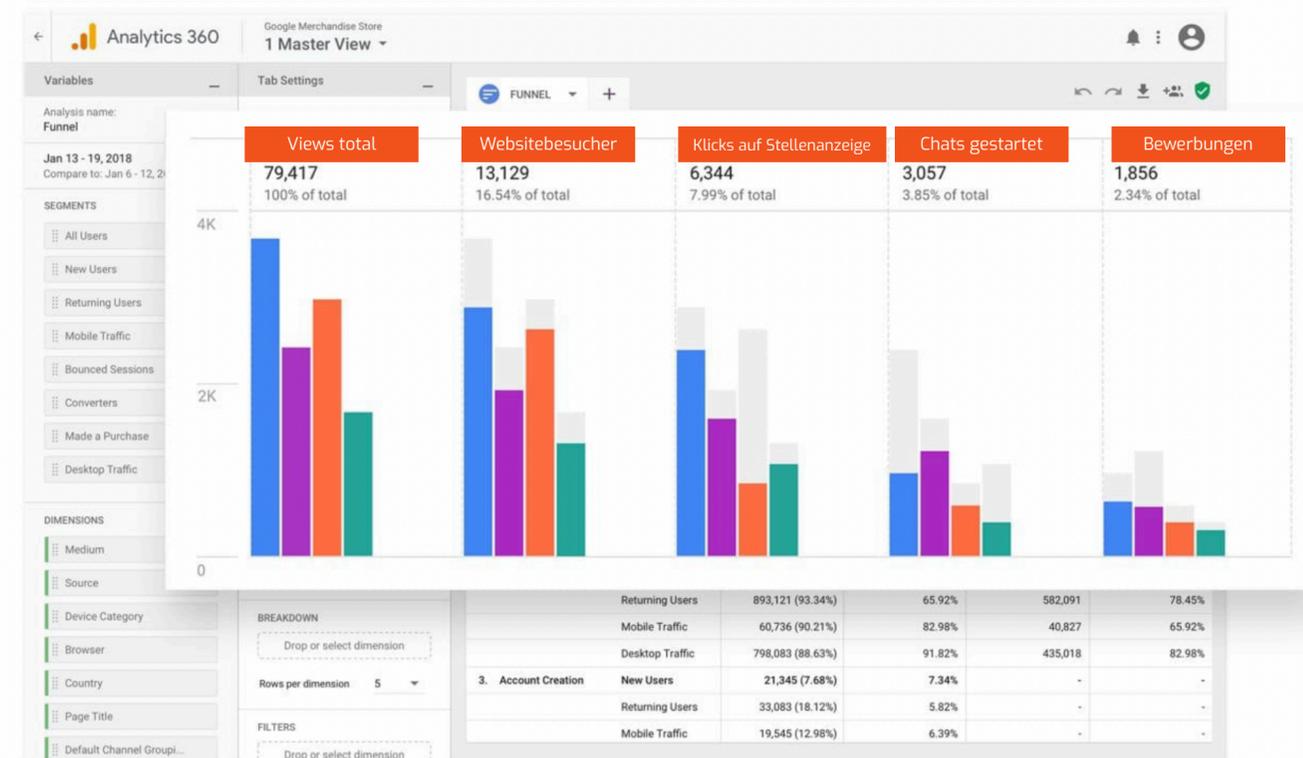
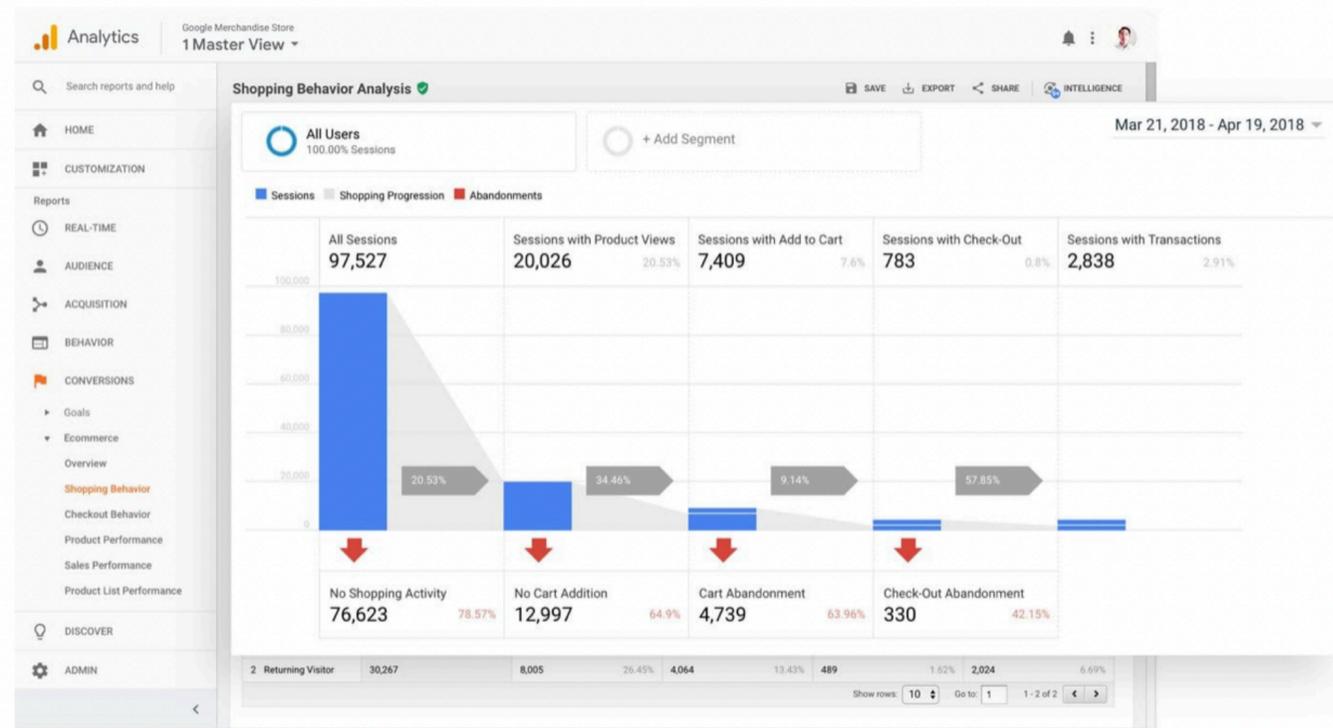
On the right side of the page, there is an illustration of a man in a blue shirt holding a sign that says 'Datenschutzerklärung' and a yellow generator icon.

At the bottom right, there is a button labeled 'DOKUMENT ERSTELLEN' with a gear icon.

Empfehlung: Beginnen Sie mit Google Analytics 4

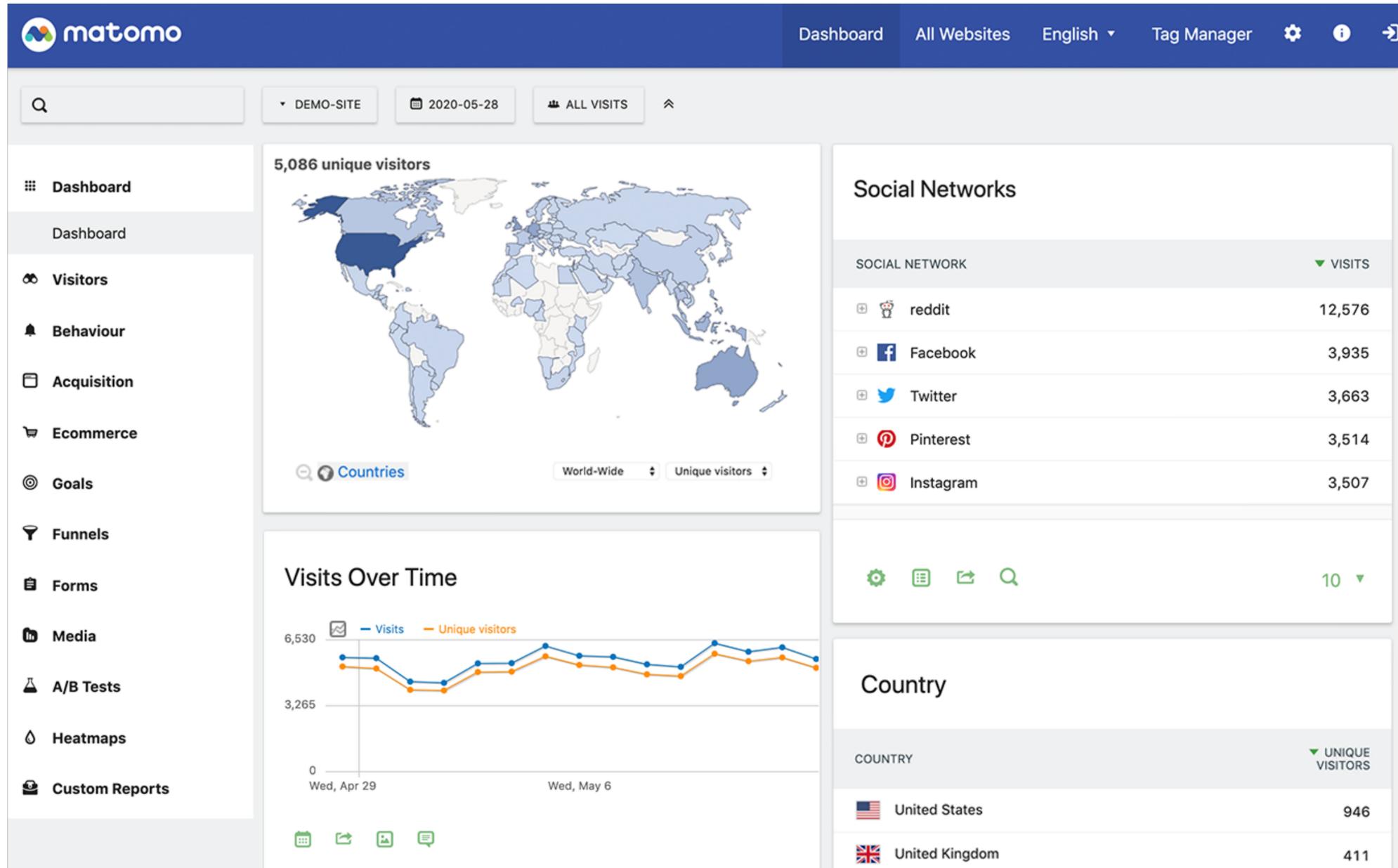
 <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>

- Tracking DSGVO-konform
- Website-Datenschutz
- DSGVO (Verarbeitungsverzeichnis, etc.)
- Cookie-Setzung
- Remarketing
- EKD
- Unterstützung bei der Einrichtung



Alternativ: Matomo

 <https://matomo.org>



5,086 unique visitors

Social Networks

SOCIAL NETWORK	VISITS
reddit	12,576
Facebook	3,935
Twitter	3,663
Pinterest	3,514
Instagram	3,507

Visits Over Time

Line chart showing Visits (blue) and Unique visitors (orange) from Wed, Apr 29 to Wed, May 6. The Y-axis ranges from 0 to 6,530.

Country

COUNTRY	UNIQUE VISITORS
United States	946
United Kingdom	411

Alternativ: fokus>care® ANALYTICS

 <https://www.fokus-d.de/fokus-analytics>

fokus > digital

Besucherprofil
ID 2357c11dc081cd90
Frankfurt am Main, Chrome 84.0, Windows 10, 1920x1080

Zusammenfassung
Verbrachte insgesamt 24 Minuten 26s auf der Website, und besuchte 16 Seiten in 3 Besuchen.
0 Ziele konvertiert.
Jede Seite benötigte im Durchschnitt 1.395s um bei diesem Besucher zu laden.

Erster Besuch Samstag, 18. Juli 2020 - vor 0 Tagen von Direkte Zugriffe
Letzter Besuch Sonntag, 19. Juli 2020 - vor 0 Tagen von Google

Geräte
3 Besuche von Desktop Geräten: Allgemeines Desktop (3x)

Ort
3 Besuche von Unterschiedliche Städte, Deutschland (Karte einblenden)

Besuch #3 Sonntag, 19. Juli 2020 21:04:59
2 Aktionen in 1 Minuten 30s
www.fokus-d.de/Whitepaper: Digitales Personalmarketing /whitepaper-personalmarketing
www.fokus-d.de/fokus CARE - die App für die Pflege /mitarbeiter-apps

Besuch #2 Sonntag, 19. Juli 2020 00:40:40
10 Aktionen in 22 Minuten 26s
/ueber-uns
www.fokus-d.de/Über die fokus digital GmbH /ueber-uns
/mitarbeiter-apps /ueber-uns
/kontakt /ueber-uns

Besuch #1 Sonntag, 19. Juli 2020 00:06:15
4 Aktionen in 30 s
www.fokus-d.de/Die fokus digital GmbH - Agentur für digitales Marketing /
/lexikon
www.fokus-d.de/Die fokus digital GmbH - Agentur für digitales Marketing /
/social-media-wall

Für diesen Besucher sind keine weiteren Besuche vorhanden.

fokus > Metrics

Dashboard Besucher Verhalten Seiten

Seiten

SEITEN-URL

- /index
- /mitarbeiter-apps
- /whitepaper-personalmar
- /crossmedia-wie-funktion
- /mitarbeiter-apps
- /die-bellebesten-ios-ges
- /gesundheitsmarketing-w
- /karriere-und-bewerbers
- /kontakt
- /Projekte
- /social-media-welche-vo
- /ueber-uns
- /umstieg-auf-mobile-first
- site

Traffic Flow Diagram:

- Von internen Seiten: fokus-d.de/mitarbeiter-apps (100%)
- Von Suchmaschinen
- Aus sozialen Netzwerken
- Von Websites
- Direkte Eingaben

299 Seitenansichten

Eingehender Traffic:
1 von internen Seiten
0 von internen Suchen
4 von Suchmaschinen
2 aus sozialen Netzwerken
1 von Websites
0 von Kampagnen
221 direkte Zugriffe

Ausgehender Traffic:
3 zu internen Seiten
0 interne Suchen
0 Downloads
0 ausgehende Verweise
226 Ausstiege

Zu internen Seiten:
67% fokus-d.de/mitarbeiter-apps
33% fokus-d.de/ueber-uns

70 Seite erneut geladen

1-14 von 14

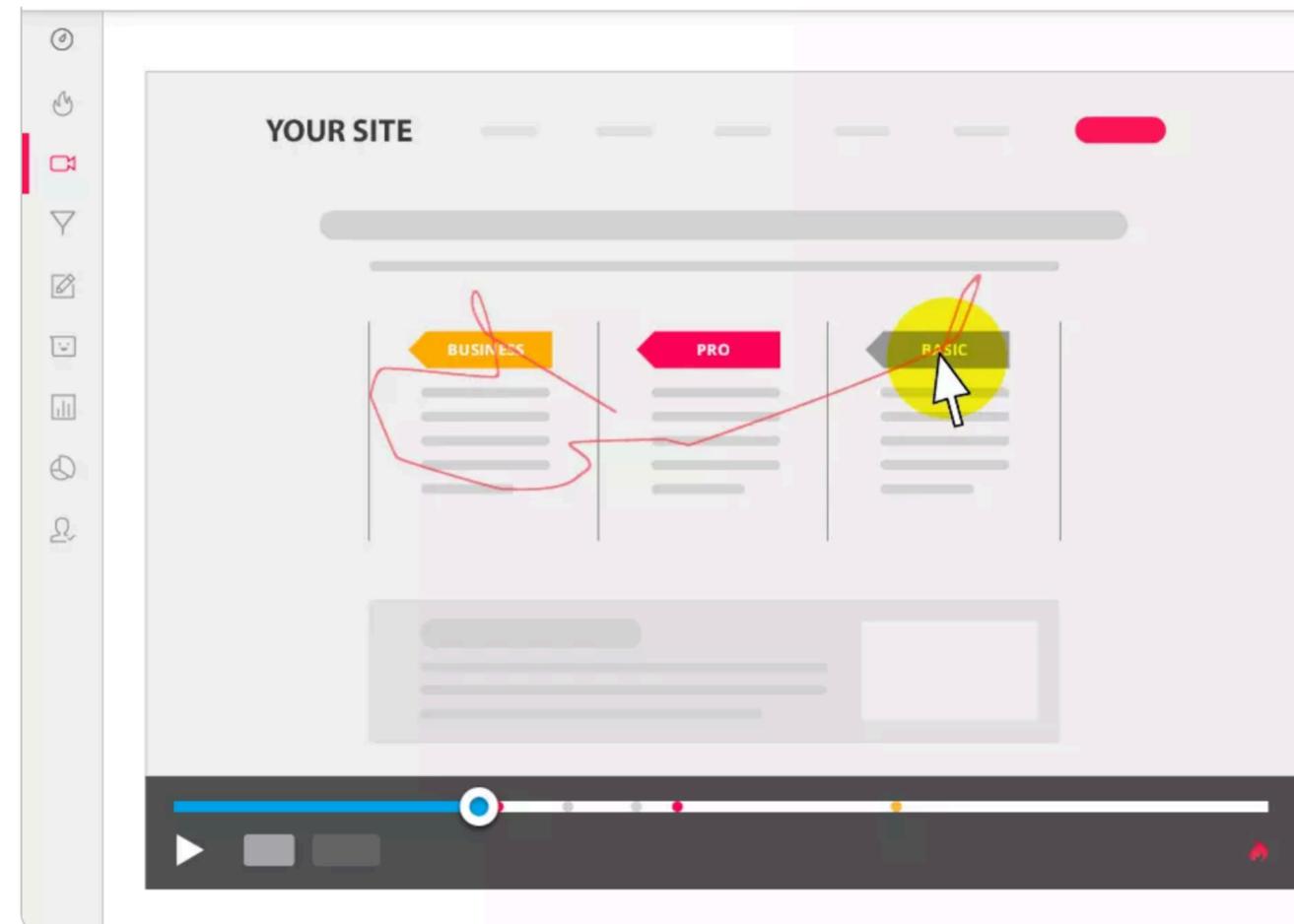
Empfehlung: Schauen Sie, was Ihre Besucher:innen tun

Session Tracking

Heatmaps: Wo wird hingeklickt?



Wie bewegen sich die Website-Besucher:innen?



Empfehlung: Ein wichtiger Lösungsansatz für die Website & Karriereseite

Cookie Consent Banner richtig einstellen

Diese Webseite verwendet Cookies

Wir verwenden Cookies, um Inhalte und Anzeigen zu personalisieren, Funktionen für soziale Medien anbieten zu können und die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren. Außerdem geben wir Informationen zu Ihrer Verwendung unserer Website an unsere Partner für soziale Medien, Werbung und Analysen weiter. Unsere Partner führen diese Informationen möglicherweise mit weiteren Daten zusammen, die Sie ihnen bereitgestellt haben oder die sie im Rahmen Ihrer Nutzung der Dienste gesammelt haben.

1. **Cookies zulassen**
Auswahl erlauben
Nur notwendige Cookies verwenden

2. **Notwendig** **Präferenzen** **Statistiken** **Marketing** Details ausblenden ^

Cookie-Erklärung Über Cookies

Notwendig (37)
Präferenzen (7)
Statistiken (19)

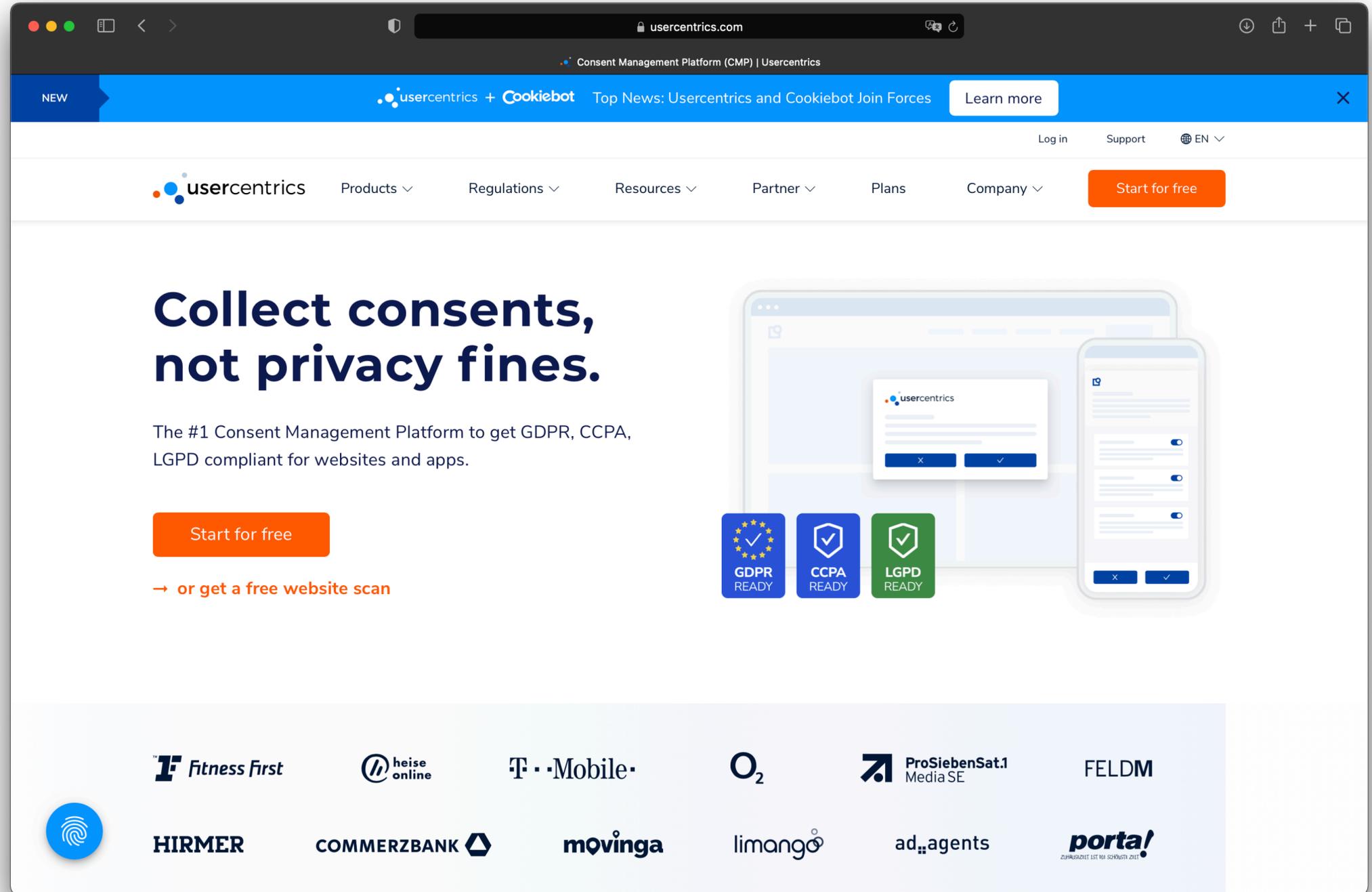
Notwendige Cookies helfen dabei, eine Webseite nutzbar zu machen, indem sie Grundfunktionen wie Seitennavigation und Zugriff auf sichere Bereiche der Webseite ermöglichen. Die Webseite kann ohne diese Cookies nicht richtig funktionieren.

Name	Anbieter	Zweck	Ablauf	Typ
...

Empfehlung: Ein wichtiger Lösungsansatz für die Website & Karriereseite

 **Cookie Consent Banner**

 usercentrics.com



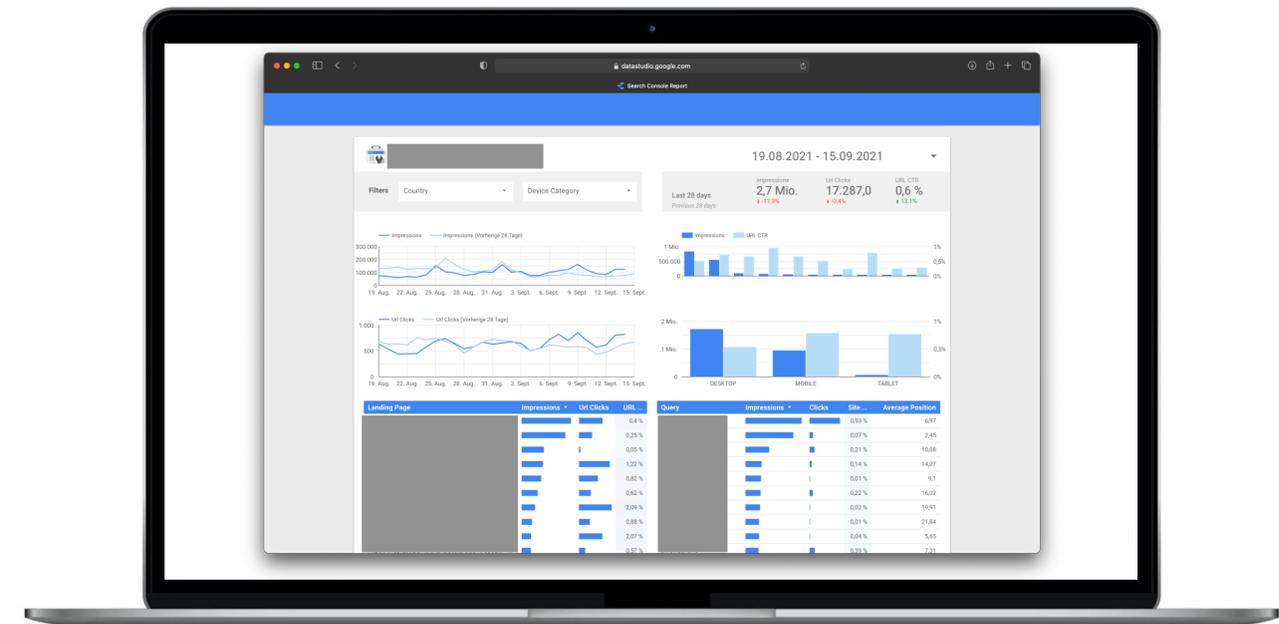
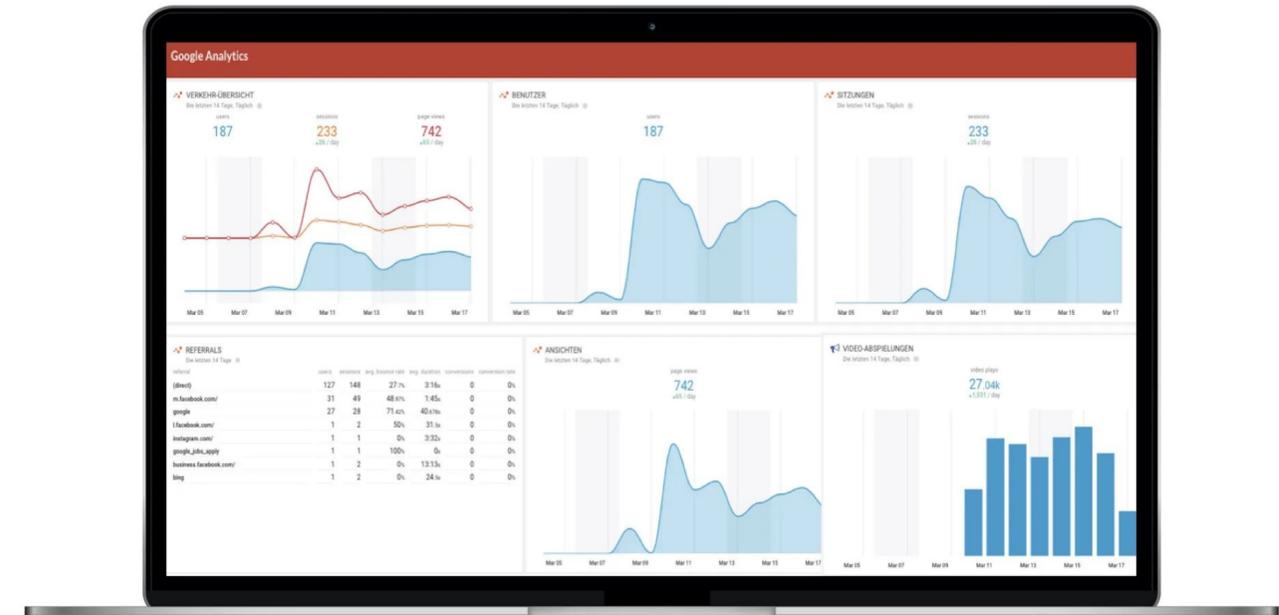
The screenshot shows the Usercentrics website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Usercentrics logo, a 'NEW' badge, and a news banner for 'usercentrics + Cookiebot'. Below the navigation, the main headline reads 'Collect consents, not privacy fines.' followed by the sub-headline 'The #1 Consent Management Platform to get GDPR, CCPA, LGPD compliant for websites and apps.' There are two orange buttons: 'Start for free' and '→ or get a free website scan'. To the right, there are three icons for 'GDPR READY', 'CCPA READY', and 'LGPD READY'. At the bottom, a grid of logos for various clients is displayed, including Fitness First, heise online, T-Mobile, O2, ProSiebenSat.1 Media SE, FELDM, HIRMER, COMMERZBANK, movinga, limango, adagents, and porta!.

Empfehlung: Setzen Sie ein „lückenloses“ und sauberes Tracking auf

 Recruiting-Dashboards helfen beim Überblick

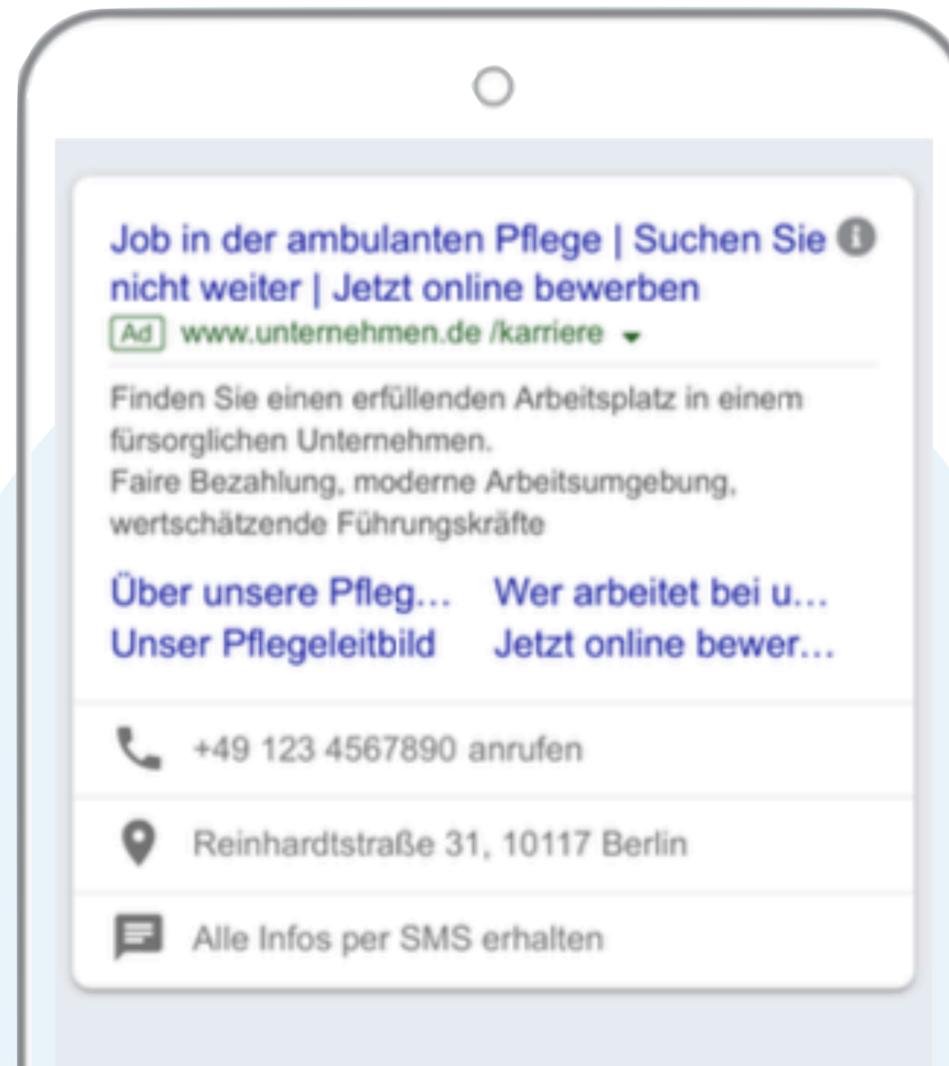
 Alle digitalen Medien und Kennzahlen auf einen Blick

 Google Analytics #web-analytics #agencies #ecommerc...	 Google Ads #paid-advertising #agencies #ppc-anal...	 Facebook Ads #paid-advertising #agencies #ppc-anal...	 Youtube #social-media #agencies #competition
 Zapier Real-Time #marketing-analytics	 WooCommerce #ecommerce #billing-finance #agencie...	 Instagram #social-media #agencies	 AdRoll #paid-advertising #agencies #ppc-anal...
 LinkedIn Pages #social-media #agencies	 Facebook #social-media #agencies	 Twitter #social-media #agencies #competition	 Stripe #billing-finance #ecommerce #ecom
 Google Sheets #custom-datasource #marketing-analyt...	 Google Console #web-analytics #agencies #seo	 Bing Ads #paid-advertising #agencies #ppc-anal...	 LinkedIn Ads #paid-advertising #agencies #ppc-anal...
 CallRail #marketing-analytics #agencies	 LiveChat #devops	 Hubspot #marketing-analytics #agencies	 Hubspot CRM #marketing-analytics #agencies
 Zendesk #devops	 Freshdesk #devops	 Google My Business #brand-monitoring #seo	 SEO Audit #brand-monitoring #web-analytics #seo
 SEO Rank Tracker #seo #marketing-analytics #keywords	 xInstagram (Deprecated) #social-media #agencies #deprecated	 VKontakte #agencies	 Yandex Metrica #web-analytics #agencies #ecommerc...
 Salesforce #billing-finance	 QuickBooks #billing-finance	 MailChimp #email-marketing #agencies	 ActiveCampaign #email-marketing #agencies
 Constant Contact #email-marketing #agencies	 GetResponse #email-marketing #agencies	 AWeber #email-marketing #agencies	 SendGrid #email-marketing #agencies
 Campaign Monitor #email-marketing #agencies	 SurveyMonkey #marketing-analytics #agencies	 WordPress.COM #brand-monitoring #blogging	 WordPress.ORG #brand-monitoring #blogging
 Twitter Search #brand-monitoring #blogging	 Google News #brand-monitoring #blogging	 RSS Feed #brand-monitoring #blogging	 Moz #brand-monitoring #blogging
 Alexa #brand-monitoring #blogging	 WhatConverts #marketing-analytics #agencies	 Xero #billing-finance #ecommerce	 ChartMogul #billing-finance #ecommerce
 Yext #brand-monitoring	 BirdEye #brand-monitoring	 SEMrush #brand-monitoring #marketing-analytic...	 Zendesk Chat #devops
 MySQL #database #marketing-analytics	 PostgreSQL #database #marketing-analytics	 Redshift #database #marketing-analytics	 SQL Server #database #marketing-analytics



Empfehlung: Werbeanzeigen + Remarketing sind ok

 Probieren Sie „Nutzer-Targeting“ aus



-  Pflegefachkräfte
-  Betreuungskräfte
-  Auszubildende
-  Pflegeassistenz / Hilfskräfte
-  Quereinsteiger:innen
-  PDL
-  uvm.

Was ist im Datenschutz nicht erlaubt?

Absolute No Gos

- IP-Adressen tracken, z. B. mit Analyse-Tools
- Daten verarbeiten ohne Einwilligung / Cookies automatisch setzen
- Cookies setzen ohne Einwilligung
- Häkchen bereits aktivieren
- Personen im Online Marketing „identifizieren“ können
- Sensitive Daten erheben
 - rassische und ethnische Herkunft
 - politische Meinungen
 - religiöse oder weltanschauliche Überzeugung
 - Gesundheitsdaten
 - Angaben zu Sexualleben oder der sexuellen Orientierung
 - biometrische Daten
 - genetische Daten

Laut Verbraucherzentrale

- Recht auf Auskunft und auf eine Kopie der Daten
- Recht auf Löschung / Recht auf Vergessenwerden
- Widerspruchsrecht
- Recht auf Berichtigung
- Recht auf Einschränkung der Verarbeitung (Sperrung der Daten)
- Recht auf Datenmitnahme
- Form und Fristen
- Kopplungsverbot

■ Datenschutz fördern lassen



Bundesland-spezifischer
Fördertöpfe



Der fokus>digital Prozess

Recruiting-Strategie | Personalgewinnung | Personalbindung | Digitalisierung



■ Danke & alles Gute

Nehmen Sie gern jederzeit Kontakt zu uns auf.

Giovanni Bruno | Geschäftsführender Gesellschafter
fokus digital GmbH
Reinhardtstr. 31
10117 Berlin

bruno@fokus-d.de
+49 30 - 629 32 936

www.fokus-d.de



fokus > digital
Die Digitalagentur für die
Pflege- und Sozialwirtschaft