

PETER NÄF

karrierecoaching

OUTBOUND-MARKETING

Proaktiv zum Ziel: Wenn Bewerbende den ersten Schritt machen

Outbound-Marketing steht für aktives Zugehen auf potenzielle Kunden – im klassischen Sinn etwa durch Telefonakquise. Der Erfolg hängt stark von der Zielgenauigkeit ab: Je besser das Bedürfnis erkannt wird, desto höher die Erfolgsquote. Diese Methode hat allerdings einen schlechten Ruf – viele empfinden sie als aufdringlich. Das Gegenstück, das Inbound-Marketing, setzt darauf, gefunden zu werden: Interessierte melden sich von selbst. Auch bei der Stellensuche lassen sich beide Ansätze nutzen. Unternehmen suchen gezielter nach passenden Profilen, Bewerbende definieren klare Vorstellungen von Job-Inhalt und Job-Umfeld. So wird aktives Zugehen – etwa per Direktansprache oder Initiativbewerbung – zur Erfolgsmethode.

Initiativbewerbung: Aktives Stellensuche

Wer seine Bewerbung selbst in die Hand nimmt, agiert wie ein Unternehmen im Outbound-Modus. Die Initiativbewerbung entspricht einem Investitionsverkauf: Statt ein Produkt anzubieten, bieten Bewerbende ihre Kompetenz und Persönlichkeit an. Je besser sie über potenzielle Arbeitgeber informiert sind, desto präziser können sie ihre Bewerbung ausrichten. Der Aufwand liegt im Vorfeld – in der Recherche. Wer sorgfältig und strategisch vorgeht, wird wahrgenommen. Gleichzeitig lohnt sich der Aufbau eines attraktiven LinkedIn-Profiles, um auch von Unternehmen gefunden zu werden – der Inbound-Weg. Beide Strategien ergänzen sich optimal.