

OUTBOUND-MARKETING

Wer seine Stellensuche selbst in die Hand nimmt, agiert wie ein Unternehmen im Outbound-Modus. Das ist kein Zufall – es ist eine Strategie.

Outbound-Marketing steht für aktives Zugehen auf potenzielle Kunden – im klassischen Sinn etwa durch Telefonakquise. Der Erfolg hängt von der Zielgenauigkeit ab: Je besser das Bedürfnis erkannt wird, desto höher die Erfolgsquote. Dieses Prinzip gilt ebenso bei der Stellensuche. Wer klare Vorstellungen von Job-Inhalt und Job-Umfeld hat, kann gezielt vorgehen – etwa per Initiativbewerbung oder Direktansprache.

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.

Outbound und Inbound schliessen sich nicht aus. Wer aktiv sucht und gleichzeitig ein überzeugendes LinkedIn-Profil pflegt, erhöht seine Chancen auf beiden Wegen.

Artikel zu Outbound Marketing (sämtliche Artikel)

- Legen Sie all Ihre Assets in die Waagschale?
- Bewerben und Rekrutieren funktionieren wie Geldanlage