

Fehlende Mitarbeiter = Fehlende Wertschöpfung

Heike Gutknecht erklärt Ihnen, wie Sie mit Hilfe von Employer Branding Strategien die passenden Spezialisten für Ihr Unternehmen finden

Employer Branding ist mehr als eine Marketing Kampagne mit bunten Bildern im Wettbewerb um die passenden Fachkräfte. Maßgeschneiderte Konzepte decken die Bereiche Arbeitgebermarke, Arbeitgeberimage, Personalmarketing sowie Recruiting ab und sind exakt an die Bedürfnisse der Kunden angepasst. Insbesondere mittelständischen Unternehmen helfen gezielte und individuell entwickelte Employer Branding Strategien zu einer besseren Arbeitgeberpositionierung und somit auch bei der Personalbeschaffung und Personalbindung. Diese erarbeitete Strategie und die daraus abzuleitenden Maßnahmen führen dazu, dass Sie Arbeitskräfte rekrutieren und halten und Ihre Arbeitgeberattraktivität langfristig festigen können. Die Vorgehensweise erfolgt hierbei in 3 Schritten:

- » Umfassende Analyse
- » Konzepterstellung zur Umsetzung und Begleitung der beschriebenen und abgestimmten Prozesse in den Bereichen Strategie, Führung und strategisches Personalmanagement

Bauabschnitt 1: Fundament & Rohbau

- » Verantwortlichkeiten und Ressourcenplanung
- » Führungsphilosophie
- » Rollenklärung
- » Führungskräfte-Coaching
- » Werte und Positionierung



Wie bei einem Hausbau, beginnt bei Ihrem Employer Branding Prozess alles mit einem soliden Fundament, auf dem der Rohbau errichtet wird. Alle Maßnahmen aus Bauabschnitt 1 dienen dazu, Ihr Projekt auf eine feste, tragfähige Basis zu stellen. Ohne diese Basis wird das Gebilde in sich zusammenbrechen. Konkret bedeutet dies, dass Sie Führungs-Workshops für die Unternehmensleitung anbieten, in der das situative Führen trainiert wird. Erst wenn Sie die in Bauabschnitt 1 vorgesehenen Maßnahmen umgesetzt haben, können Sie im 2. Bauabschnitt, dem Innenausbau, weitere Maßnahmen starten.



Bauabschnitt 2: Innenausbau

- » Multiplikatoren suchen
- » Mitarbeiterbefragung
- » Botschaften definieren
- » Prozesse für die interne Kommunikation festlegen
- » Potential-Analyse der eigenen Mitarbeiter

Dieser Schritt kommt bewusst noch vor den Maßnahmen nach außen. Solange ausscheidende Mitarbeiter schlecht über Ihr Unternehmen reden und Ihre bestehenden Mitarbeiter nicht bereit sind, Ihr Unternehmen zu empfehlen, werden alle Maßnahmen zur Mitarbeiter-Rekrutierung langfristig scheitern. In dieser Phase können Sie Mitarbeiterbefragungen nutzen sowie Positionierungsworkshops durchführen.



Bauabschnitt 3: Außenarbeiten & Fassade

- » Maßnahmen in der cross-medialen Kommunikation eigener Mitarbeiter (z.B. Markenbotschafter oder Einführung eines Karrierebereichs auf der eigenen Webseite)

Wichtig: Beginnen Sie die Kommunikationsmaßnahmen aus Bauabschnitt 3 erst dann, wenn die Themen Führung und Positionierung erfolgreich installiert wurden und die internen Maßnahmen umgesetzt sind.

Mehr Informationen zu diesem Thema finden Sie auch auf **unserer Webseite**.



Heike Gutknecht
Personalberaterin, Partnerin