



## TALENTSICHERUNG DURCH EMPLOYER BRANDING REKRUTIERUNGSPROZESSE DURCHLAUFEN AKTUELL EINEN GROSSEN WANDEL

Angesichts der demografischen Entwicklung stehen den Unternehmen immer weniger gut ausgebildete, hochtalentiertere junge Mitarbeiter und Nachwuchs-Führungskräfte zur Verfügung. Das Gewinnen der besten Talente sowie die Bindung eines qualifizierten Mitarbeiterstamms werden daher immer wichtiger für die Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolgs. Wer die herausragenden Talente für sich überzeugen will, sollte darum mit **Employer Branding für eine starke Arbeitgebermarke** sorgen. Denn nur die Unternehmen, denen es gelingt, sich besser als andere in einem Umfeld rapide ändernder Rahmenbedingungen zu positionieren, werden künftig erfolgreich im Wettbewerb um die Besten sein:

- Noch nie waren die Möglichkeiten für Arbeitgeber so umfassend und vielseitig, sich über potentielle Kandidaten oder Bewerber ein Bild zu verschaffen
- Gleichzeitig konnten sich aber auch die Bewerber noch nie so gut über den möglichen Arbeitgeber informieren und sich Einblicke verschaffen
- Das Internet – hier insbesondere die sozialen Netzwerke – bietet neue Möglichkeiten, Kandidaten zu identifizieren, mit ihnen Kontakt in Kontakt zu treten, Kontakt zu halten, Empfehlungen zu generieren etc.

### Was macht erfolgreiches Employer Branding aus?

Genau das ist der Kern erfolgreichen **Employer Brandings**: Ging es beim Kampf um Talente meist um simples Marketing, schärft die Arbeitgebermarke das eigene Unternehmensprofil nach innen und nach außen und hilft zugleich, dieses systematisch und strategisch zu verbessern. Wesentlich ist dabei der Einsatz zeitgemäßer Prozesse zur Personalrekrutierung und zur Mitarbeiterbindung.

Dabei verlieren eventgetriebene Rekrutierungsaktivitäten, wie Karriere-Messen, Bewerberbroschüren, Anzeigen, etc., gegenüber prozessgetriebenen Rekrutierungsaktivitäten, wie die systematische Identifikation geeigneter Kandidaten, das Schnüren von Angeboten und der laufende Dialog mit den Kandidaten sowie der Aufbau von Talentpools, an Bedeutung. Employer Branding ist daher zwangsläufig keine kommunikative Einbahnstraße. Vielmehr ist es ein permanenter Kommunikationsprozess, der auf Transparenz, Feedback und Weiterentwicklung setzt. Es ist nichts anderes als strategisches Social Media-Management übertragen auf den HR-Bereich.

Auf Seite des Personalmanagements sind damit in zunehmendem Maße soziale und kommunikative Kompetenzen gefragt, die über ein reines Bewerbermanagement hinausreichen. Denn, wer Dialog verspricht, muss dazu auch bereit und in der Lage sein. Erfolgreiches Employer Branding kommt ohne geschulte und kompetente Teams, die den Dialog mit Bewerbern zu ihrer Kernaufgabe machen, kaum noch aus.

### Am Anfang stehen eine ehrliche Analyse und die Beantwortung folgender Fragen:

- Wofür stehen wir als Unternehmen und was macht uns als Arbeitgeber einzigartig?
- Wie treten wir auf, wer oder was sind unserer Zielgruppen, wer passt am besten zu uns und wie können wir die besten Köpfe halten?
- Wo können wir unsere Zielgruppe erreichen und wie?
- Wie werden wir attraktiver und wie können wir uns klarer abgrenzen und positionieren?

### Definieren und verfolgen Sie eine Strategie und verankern Sie das Employer Branding in Ihrer Organisation:

- Entwickeln Sie Ziele und erstellen Sie einen realistischen Zeitplan für das Erreichen der Ziele.
- Lernen Sie aktiv im Netz zuzuhören – Wie wird Ihr Unternehmen in relevanten Medien wahrgenommen?
- Bringen Sie HR- und Social Media-Experten an einem Tisch zusammen. Entwickeln Sie Ideen zur Positionierung, erarbeiten Sie Botschaften und entwickeln Sie kreative Maßnahmen. Vernachlässigen Sie dabei aber nicht den Blick über den Tellerrand. Wie machen es Andere (Branchen), Benchmarks, Best-Practices etc.
- Schätzen Sie interne und externe Kosten ein und stellen Sie ein passendes Budget für nachhaltige Maßnahmen bereit.

### Die Basis bildet eine fundierte Bestandsaufnahme

- Wo steht mein Unternehmen beim Stichwort **Employer Branding im Branchenvergleich**? Einsatz moderner Analyseverfahren; Social Media Auswertung
- Bestimmen des Status quo bei der eigenen Belegschaft sowie Identifikation von Handlungsfeldern durch systematische **Mitarbeiterbefragungen**
- Analyse von sonstigen verfügbaren Informationen wie z.B. Verlauf des Krankenstandes
- Fokusinterviews mit wesentlichen Stakeholdern.

Unsere erfahrenen Experten unterstützen Ihr Management gerne bei der Analyse Ihres Status quo, bei der Identifikation von rasch wirksamen Handlungsfeldern zur Verbesserung des wahrgenommenen Employer Brandings sowie bei sämtlichen umsetzungsbezogenen Fragen zu diesen spannenden Herausforderungen.

Damit schaffen Sie die Voraussetzungen für Ihren mittel- und langfristigen Unternehmenserfolg.

Sind Sie an weiterführenden Informationen interessiert? Bitte benachrichtigen Sie uns, wir werden uns schnellstmöglich bei Ihnen melden. Wir freuen uns über Ihre **Anfrage per Email** oder telefonisch unter 0049 (0)611 34 11 78 50.

**MFB Resultants – Wir liefern Resultate.**