

## Thema: Employer Branding im Mittelstand

### Ihre Argumente:

#### Sinn und Nutzen von Employer Branding im Mittelstand

##### Systematisches Employer Branding ermöglicht Ihnen...

- ✓ Zielgenaue Ansprache potentiell neuer Mitarbeiter
- ✓ Erhöhung der Attraktivität als Arbeitgeber
- ✓ Erregen von Aufmerksamkeit auch von hochqualifiziertem Personal
- ✓ Identifizierung Ihres Potenzials als mittelständischer Arbeitgeber
- ✓ Bewusste Differenzierung auf dem Arbeitsmarkt von Großkonzernen

#### Funktionsweise

##### Das macht eine Employer Branding Kampagne aus...

- ✓ Erarbeitung einer strategischen Grundlage für Ihre Marktbearbeitung
- ✓ Ermittlung des Differenzierungspotenzials von Wettbewerbern
- ✓ Abgleich mit den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppen
- ✓ Auf Basis einer eindeutigen Positionierung Entwicklung einer kreativen Kampagnenidee, die funktioniert
- ✓ Zielgerichtete Kommunikation im Rahmen Ihrer Marktbearbeitung

### Ihr Beitrag:

#### Voraussetzungen

##### Nehmen Sie sich Zeit und...

- ✓ Definieren Sie Ihre Zielgruppen (Azubis, Studierende, Berufserfahrene etc.) sowie kritische Berufsprofile
- ✓ Benennen Sie Ihre Benefits (Standort, Personalpolitik, Unternehmenskultur etc.)
- ✓ Beziehen Sie dafür Ihre Mitarbeiter/innen in den Prozess ein
- ✓ Integrieren Sie bei der Ausgestaltung Ihrer Arbeitgebermarke die Unternehmenskommunikation und das Marketing
- ✓ Räumen Sie dem Projekt höchstmögliche Priorität im Unternehmen ein (Einbezug der Geschäftsführung)

#### Resourcen

##### Definieren Sie...

- ✓ Ihre zeitlichen und monetären Kapazitäten
- ✓ Verantwortlichkeiten (Employer Branding kann nicht nur "nebenher laufen")
- ✓ Den Umfang und Anzahl der Maßnahmen, die zum RollOut ergriffen werden können
- ✓ Mitarbeiter/innen, die Sie im Sinne von Botschaftern in Ihre Marktbearbeitung mit einbeziehen können