

Candidate Experience: Begeistern Sie Bewerber mit der ersten Do-it-yourself-Variante für KMU

Was beim Möbelbau üblich ist, soll jetzt auch bei der Entwicklung von positiven Arbeitgeberauftritten von KMU Anwendung finden: das Ganze auf spielerische Art, kostengünstig und mit vergleichsweise geringem Aufwand. Wir stellen die vielversprechende BUCKMANN BOXT vor.

Wie wäre es, wenn Ihnen niederschwellig und ressourcenschonend sowie automatisch eine Management Summary geliefert wird, die das Wesentliche bezogen auf Ihren gelungenen Arbeitgeberauftritt auf nur einer Seite darstellt? Sie dadurch auf einen Blick erkennen würden, was die Kernattraktivität Ihres Unternehmens ausmacht, welche Art von Personen gut zu Ihrem Unternehmen passen und auf welche Art und Weise Sie mit ihnen idealerweise kommunizieren sollten?

Vertrauen Sie auf Ihr Können: Das Hilfe-zur-Selbsthilfe-Paket

Die bisherige angewandte Praxis beim Employer Branding in Betrieben sieht eine große Beteiligung von Mitarbeitenden in der Erhebungsphase vor. Die Folge ist oft eine überdimensionierte Erhebung, die wenig effektiv ist, lange dauert und sehr viel Geld, u. a. auch für externe Berater, kostet. Als KMU benötigen Sie aber aufgrund Ihrer begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen ein grundsätzlich anderes Vorgehen als größere Arbeitgeber: Sie sollten daher Ihr Branchenfachwissen und Ihre HR-Kompetenzen einsetzen und durch ein kostengünstiges, praxisnahes und benutzerfreundliches Instrumentarium die Datenflut reduzieren, um „die Spreu vom Weizen zu trennen“. So kommen Sie bei der Generierung Ihrer Arbeitgebermarke nicht vom „Hölzchen zum Stöckchen“. Angelehnt an den Box-Wettkampf haben Jörg Buckmann, Blogger und Momentemacher in Sachen HR-Marketing, und die menschmark GmbH & Co. KG als HR-Marketingagentur für den Mittelstand, eine Box entwickelt, die Ihnen unterhaltsam, aber sehr effektiv zusätzliches Know-how und Grundlagen für Ihre Arbeitgeberpositionierung verschafft.

Was ist in der Selbsthilfe-Box drin?

Die gesamte Box kostet 3.600 €. Darin finden Sie je eine Anleitung für die 3 Runden, die eine komplette Workshop-Mo-

deration enthält. Hinzu kommen sämtliche Materialien, mit denen die maximal 7 Teilnehmer pro Runde die jeweilige Teilstapen meistern. Um die bis dato gewonnenen Erkenntnisse möglichst nutzenstiftend zu verwerten, liefert die Ablaufbeschreibung am Ende jeder Runde sogar sofort umsetzbare Schritte. Sie werden dazu gebracht, sich mit nur einigen wenigen, dafür aber umso schlagkräftigeren Techniken zu beschäftigen. Auf diese Weise sollen relativ schnell entscheidende Wirkungstreffer erzielt werden können.

Begleitet werden die Workshop-Runden mit großformatigen Arbeitsblättern, Transferkarten, magazinähnlichen Specials mit Tipps und Infos zu Zielgruppen, Karrierewebsites sowie Stellenanzeigen und Aktionskarten. Alle wesentlichen Erkenntnisse werden schnell sichtbar.

Es wurde auch an individuell anpassbare Wordvorlagen auf einem USB-Stick gedacht: von der Einladung der Teilnehmer über den Ablauf der 3 Workshops bis zu einer gesamten Kurzübersicht für den Moderator.

So gehen Sie vor

Anhand der Ablaufbeschreibung und den dazugehörigen oben genannten Materialien fügen Sie 3 Runden/Workshops durch:

1. Im „Sparring“ bestimmen Sie Ihre wesentlichen Attraktivitätsmerkmale als Arbeitgeber und bringen diese mit wenigen Mitarbeitenden in knapp 5 Stunden präzise auf den Punkt. Damit erhalten Sie die Quintessenz der Aspekte, die Sie kommunizieren sollten, um Bewerber für Ihr Unternehmen zu begeistern.
2. Die interne Arbeitsgruppe geht in den „Infight“ und setzt sich binnen 3 Stunden intensiv mit Ihrer Kernzielgruppe auseinander. Dadurch wird klar, welcher Personenkreis mit den erarbeiteten Themen konkret angesprochen werden soll.
3. In weiteren 3 Stunden geht es nun darum, welche bisherigen bzw. künftigen Mittel und Maßnahmen für den gelungenen Marktauftritt („Lucky Punch“) sorgen. So wird deutlich, wie genau die zuvor beschriebene Zielgruppe am besten erreicht werden kann.

Das bedeutet für Sie: In insgesamt 2,5 Tagen gelingt Ihnen der komplette Durchlauf – angeleitet durch einen Moderati-

Was bringt das? Die Antworten der Tester:



**Kanton Zürich
Volkswirtschaftsdirektion
Amt für Wirtschaft und Arbeit**

„Für das **Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA) im Kanton Zürich** sind die ‚wertvollen Erkenntnisse‘ intern in relevante Teilprozesse eingeflossen und werden sowohl in der Eigendarstellung als auch im operativen Geschehen rund um das Rekrutieren passender Kandidaten berücksichtigt.“



© GERRY NITSCH

„Die **Magazine zum Globus AG** hat die Erkenntnisse in ein entsprechendes Briefing übersetzt, zusätzlich haben Verantwortliche aus dem Marketingbereich in allen Workshop-Runden mitgewirkt und die Inhalte in ihren Bereich transferiert.“

onsleitfaden, der einen zügigen Projektstart ermöglicht und erst mal ohne externe Beratung auskommt. Wichtig: Ihr Erfolg hängt maßgeblich von der Fähigkeit ab, die Workshops zu moderieren, abgesehen von der Auswahl motivierter Teilnehmer. Das heißt, wählen Sie eine Person, die Erfahrung in der Workshopmoderation mitbringt.

Weiter mit interner oder externer Kraft

Vorab steuern die Macher noch eine persönliche Einführung und pro Runde jeweils eine Stunde Telefon-Coaching bei. Nach Runde 3 kann es zu einem „Wechsel der Zuständigkeiten“ innerhalb der Arbeitsgruppe oder des Unternehmens kommen. Dabei kann der Auftrag nun sowohl an externe Berater als auch an andere interne Verantwortliche abgegeben werden. Die Ergebnisse sind für sich genommen aussagekräftig genug, um sie je nach Bedarf direkt als Briefing oder Aus-

gangsbasis für andere Unternehmenseinheiten wie Marketing oder Personalentwicklung oder externe Akteure einzusetzen.

Schaffen Sie sich Ihre solide Ausgangsbasis

Es ist unmöglich, die gesamte Außenkommunikation mal eben so per Anleitung zu machen. Dennoch: Ihre Mitarbeiter sind quasi Experten in der Beurteilung der Arbeitgeberattraktivität. Dies dann zielgruppenadäquat und differenzierend auf den Punkt zu bringen, erfordert zusätzliche Marketingkompetenzen, die Sie extern einkaufen können.

Als Unternehmen befassen Sie sich so oder so mit Ihren Grundlagen und mit Instrumenten wie der BUCKMANN BOXT können Sie auf eigene Faust schnell konkrete Ergebnisse in Sachen Kernattraktivität, passende Zielgruppen sowie geeignete Mittel und Maßnahmen in der Hand halten. ▶

Rossella Vicenzino Timis

ANZEIGE



Personal **Strategischer**
dienst- Partner der
leistung **Wirtschaft**
2.0

„Unsere Mitarbeiter und ihr Know-how sind das, was uns auszeichnet.“

Aus- und Fortbildung sichern die Zukunft Ihrer Mitarbeiter/-innen und Ihres Unternehmens.

- > Bewerber/-innen zielgerichtet weiterqualifizieren
- > Mitarbeiter/-innen fortbilden, Kompetenzen entwickeln
- > Personal langfristig durch Personalentwicklung binden

Sie wollen mehr darüber erfahren?
perso2.0@PieningGmbH.de oder
Telefon 0800 0558833

**Wir bewegen Menschen,
Menschen bewegen uns.**
www.piening-personal.de

Piening
Personal