

Employer Branding

Wie Sie sich im Kampf um die besten Mitarbeiter erfolgreich positionieren

Ihr persönlicher Nutzen:

- ✓ Gewinnen Sie **Impulse und Ideen** für die **Positionierung Ihrer Arbeitgebermarke**
- ✓ Machen Sie Ihr **Unternehmen wettbewerbsfähiger** im „war for talents“
- ✓ **Reduzieren Sie** durch gezielte Vorgehensweise **Recruitingkosten**
- ✓ Lernen Sie, wie Sie die Arbeitsqualität im Unternehmen steigern können
- ✓ Nutzen Sie die **Erfolgspotenziale**, die strategisch fundiertes Employer Branding bietet
- ✓ Profitieren Sie von Best Practises



Ihr Trainer:



Ing. Christian Reitterer, MBA

ist geschäftsführender Gesellschafter von prom², Marketing- und Change-managementexperte. Er hatte zahlreiche Managementfunktionen in der Markenartikelindustrie im In- und Ausland inne und ist preisgekrönter Marketing-spezialist. U.a. erhielt er dreimal den EFFIE, den Print Oskar, zahlreiche weitere Kommunikationspreise und war Unternehmer des Monats (Wirtschaftsblatt).

Darüber hinaus ist er Kuratoriumsmitglied des European Brand Institutes Vienna und Experte für Markenbewertung des Österreichischen Normungsinstitutes. Er absolvierte Executive Ausbildungen bei namhaften Instituten wie etwa der IMADEC University Vienna und IMD Lausanne.



Ihre Trainingsinhalte:*

Tag 1

Employer Branding – die Notwendigkeit, Ihr Unternehmen am Arbeitnehmermarkt und den Arbeitnehmern gegenüber attraktiv zu positionieren

- Employer Branding: Eine Modeerscheinung oder Notwendigkeit für jedes Unternehmen?
- Das Zusammenwirken des Corporate Brand und des Employer Brand
- Wirkungsdimensionen und Vorteile des Employer Brandings
- Das Stärken des Unternehmensimage durch konsequentes Employer Branding
- Erschließen von Marketingsynergien
- Den Wert des Employer Brands im Unternehmen (an)erkennen und weiterentwickeln
- Was macht mein Unternehmen bereits in Richtung Employer Branding? – Eine „Selbstreflektion“

Wie ich eine Strategie für mein Unternehmen erarbeite

- Wie funktioniert mein Unternehmen?
- Was unterscheidet mein Unternehmen von anderen?
- Was muss ich tun, um mich von anderen Wettbewerbern am Arbeitsmarkt positiv abzuheben?
- Welche Zielgruppen spreche ich in meinem Tätigkeitsfeld an?

Marke und Markenführung verstehen und mitreden können – SIMULATIONS WORKSHOP

Internal Brand Game – zum besseren Verständnis der Markencreation und Markenführung

- Tools für die Markendefinition
 - Core Values
 - Brand Personality
 - Brand Hierarchie
 - Brand Positioning (-statement)
- Zusammenhänge zwischen Markendefinition und Kommunikation

Wie Sie die besten Mitarbeiter gewinnen und sie ans Unternehmen binden

- Wie Sie es schaffen, die Arbeitgeberattraktivität zu erhöhen
- Mitarbeiterzufriedenheit durch Beziehungsqualität
- Der „Leistungs-Zufriedenheitsmotor“
- Die Wichtigkeit eines funktionierenden Beschwerdemanagements

- Arbeitsplatzqualität und Employer Branding
- Wie Sie es schaffen, die Fluktuationskosten zu senken
- Die Bedeutung von Führungsqualität
- Die Faktoren für effektives Teambuilding

Tag 2

Wie Sie die Unternehmenskultur definieren und erlebbar machen können

- Wie definiert man Unternehmenskultur „merkwürdig“ und kommunizierbar
- Wie Sie es schaffen, dass die Unternehmenswerte zum Bestandteil der Unternehmenskultur werden
- Wie Sie den Kommunikationsfluss im Unternehmen verbessern
- Wie Sie Kommunikationsstrategien für das Unternehmen entwickeln
- Wie Sie Veränderung im Unternehmen managen und wie diese dokumentiert werden
- Internes Branding: Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen
- Höchstleistungen im Unternehmen ermöglichen

Wie Sie klar und effektiv im Unternehmen kommunizieren

- Kommunikation und Information als entscheidende Motivationsfaktoren im Unternehmen
- Welche Parameter und Motive bewegen Menschen?
- Vertrauen schaffen und behalten
- Gedanken zur Effizienzverbesserung in der Unternehmens- und Mitarbeiterführung
- Verstehen von Networking – Mechanismen
- 10 Tipps für effektives internes Networking und Bilden von Allianzen
- Gezielt wahrnehmen: ich als Drehscheibe zum internen und externen Austausch

Externe Kommunikation

- Wie Sie ein Kommunikationsbriefing schreiben
- Wie Sie ein integriertes Kommunikationskonzept erstellen
- Woran Sie eine gute Positionierung erkennen
- Welche Kommunikationsmaßnahmen gibt es?
- Impact und Kostenrelation von Kommunikationsmaßnahmen
- Testen Sie im Team Stellenanzeigen und andere Kommunikationsmaßnahmen!

* Eine inhaltliche Schwerpunktsetzung im Rahmen dieses Trainingsprogramms kann in Abstimmung zwischen den Teilnehmern und dem Trainer erfolgen.

