

A close-up photograph of two hands, one from a person with a black leather watch, holding each other. Both the index and ring fingers of each hand have a small black anchor tattoo. The background is a soft-focus outdoor scene with greenery and a bright sky.

EMPLOYER BRANDING

Eine Liebesgeschichte für Unternehmen in 4 Akten

Fachkräftemangel beklagen, aber ...

- ⚓ mit Aktionismus die Hilflosigkeit kaschieren
- ⚓ keine vernünftige Anamnese durchführen
 - Wer wollen wir sein? Wie wollen wir wahrgenommen werden?
 - Wen wollen wir und welche Ziele wollen wir gemeinsam erreichen?
 - Passen wir zusammen und woran erkennen wir das?
- ⚓ an Symptomen herumdoktern statt Ursachen wirksam zu behandeln



Was macht für
dich einen
attraktiven
Arbeitgeber aus?

Sichtbarkeit

Weiterempfehlung als Arbeitgeber

Emotionale Verbindung

Ein unterstützendes Umfeld schaffend

Brand Experience

Authentizität

Ein unterstützendes Umfeld schaffend

Soziale Verantwortung

Echt Menschen, echte Geschichten

Einzigartigkeit

Unvergessliche Momente

Funktionelle Benefits

Wiedererkennungswert

klare Differenzierung

im Dialog mit den Mitarbeitenden

kontinuierliches Feedback

Vision und Ziele als Nordstern

wertschätzendes Miteinander

Emotionale Benefits

Vertrauen

**Lokales Engagement für geimnützige
Zwecke in der Region**

Versprechen einhaltend

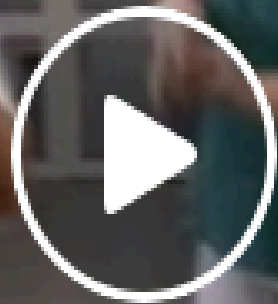
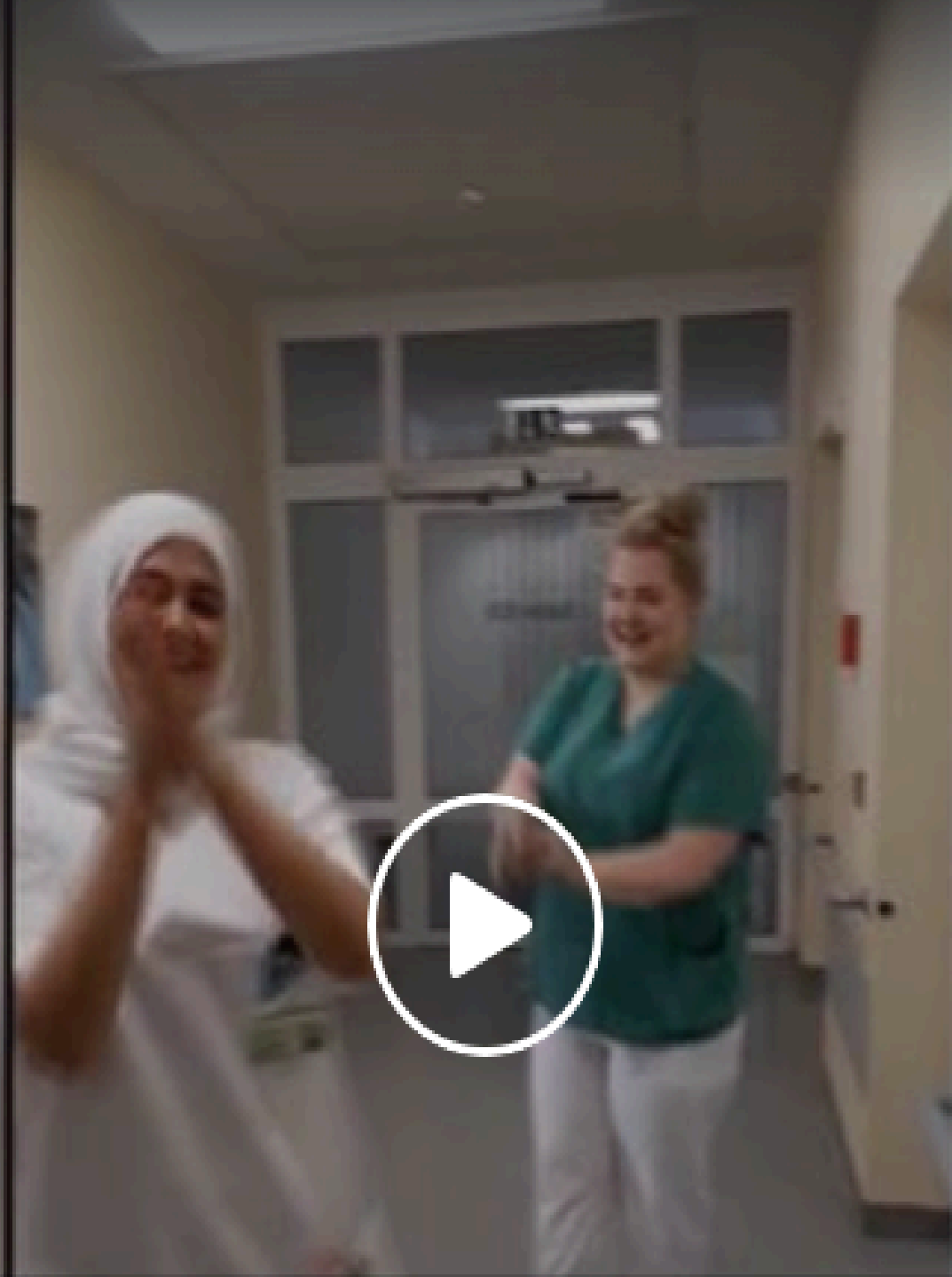
Angebot von Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten

Diversity und Inklusion

Werte lebend

Wertebasierte Führung

**Ehrliche, aufrichtige und
transparente Kommunikation**



Wie cool ist das
denn?!

Finde ähnliche Inhalte

SPRING
IN UNSEREN
POOL



geht mit coole Clips viral!



mit Erfolg: Mit über 87.000
hen Likes kommen die Vide

Warum haben manche Unternehmen keine Probleme, die passenden Menschen anzuziehen?

- ⚓ Sie haben die veränderten Spielregeln am Arbeitsmarkt kennengelernt und wenden diese bewusst, konsequent an
- ⚓ Sie haben verstanden, dass sie etwas etwas verbindet - im Falle der Klinik Dortmund ist es Humor, auch in Krisenzeiten.
- ⚓ Sie sind mit ihren Mitarbeitenden im Dialog, verstehen ihre Nöte und Wünsche und warum sie gerne im Unternehmen arbeiten.



Recruiting- & Karriere-Events

Du willst dein Team und die Kolleg:innen von morgen nicht nur im Interview kennenlernen, sondern auch mal abseits vom Business? Dann sind unsere Events & Workshops genau das Richtige für dich!



Say HI*

to our upcoming events



Events

Warum funktioniert Employer Branding?

 Lustige Videos, kreative Plakatwerbung, Events & Co. - Wenn Ihr solche Personalmarketing-Maßnahmen umsetzen wollt, müsst sich auch schauen, ob Ihr das könnt und ob die dafür notwendige Kultur habt oder was euch ausmacht.

Die Frage, ob Ihr das könnt, hängt also maßgeblich davon ab, wie Ihr im zusammenarbeitet und wie das Team tickt.

Dem entsprechend sucht Ihr eure eigenen Ideen zur Umsetzung.



Anziehen statt jagen



Alle sind vergleichbar und sehen gleich aus



DAS SOLIDE FUNDAMENT FÜR ERFOLGREICHE PERSONALGEWINNUNG

Employer Branding kann helfen

Was ist eine strategische Arbeitgebermarke ?

Marke

Die Wahrnehmung
eines Unternehmens



Branding

Steuerung der
Markenwahrnehmung



Ein(zige) Definition

“Eine **Arbeitgebermarke** ist die **Wahrnehmung**, die Ihre aktuellen und zukünftigen Mitarbeitenden von Ihrem Unternehmen haben. Im Prozess des **Employer Brandings** geht es darum, den **Identitätsschatz bewusst, strategisch und strukturiert zu bergen**. Diese Identität bildet die Grundlage für den **Aufbau** und die **Pflege** von **Beziehungen** und wird **authentisch** und **glaubwürdig** sowohl intern **verankert** als auch extern **positioniert**.”

— Annemarie Zoppelt

Die gute Nachricht...

Es gibt in jeder Organisation
eindeutig etwas Einzigartiges,
das sie attraktiv macht - also einen
“Sweet Spot”!

A close-up photograph of two hands clasped together in a firm grip. The hand on the left is a woman's, with a small black anchor tattoo on the back of the hand. The hand on the right is a man's, also with a black anchor tattoo on the back of the hand. The background is a soft, out-of-focus green and blue, suggesting an outdoor setting. The overall mood is one of partnership and strength.

EMPLOYER BRANDING

Eine Liebesgeschichte für Unternehmen in 4 Akten

A photograph of a man in a brown leather jacket and blue jeans leaning over a bronze statue of a man sitting on a bench. The statue is positioned on a stone-paved area in front of a red brick wall. The man is looking at the statue, which is holding a large white object. The scene is outdoors, and the ground is paved with cobblestones.

ERSTER AKT: SICH (SELBST) KENNEN LERNEN

A romantic scene featuring a couple in profile, looking at each other. The woman on the left has long blonde hair and is wearing a blue jacket. The man on the right has dark hair and is wearing a dark sweater. They are surrounded by warm, out-of-focus bokeh lights, suggesting an evening setting. In the bottom foreground, there are two lit candles in glass holders.

ZWEITER AKT: ERSTE DATES

A photograph of a formal dining table set for a meal. The table is covered with a white tablecloth and features several place settings. Each setting includes a white plate, silverware, and a glass. Some of the glasses are filled with a red liquid and have a small red umbrella floating in them. The background is softly blurred, showing a window with blinds and some decorative items on a shelf.

DRITTER AKT: BINDUNG UND VERTRAUEN



Vierter Akt: Gemeinsame Zukunft



TIPPS FÜR EINE GLÜCKLICHE “EHE”



Tipps für eine glückliche Ehe

- Employer Branding immer von innen starten - der Blick in den Spiegel ist wertvoll und Du kannst nichts erfinden, was nicht da ist!
- Employer Branding ist Gemeinschaftsaufgabe. Jeder sollte sich einbringen können. Lasst Kolleg:innen eure "Wingmen" bzw. "Wingwomen" sein.
- Nicht versuchen, allen zu gefallen. Nur ein klares Profil zieht die passenden Menschen an.



Tipps für eine glückliche Ehe

- Nicht jeder Versuchung erliegen. Langfristige Ziele verfolgen statt Affairen/ Trends zu jagen
- Ursachen und Herausforderungen proaktiv auf den Grund gehen und nicht nur Symptome wegbügeln.




ROADSHOW
— 2024 —

**Nur 5% der Menschen gehen in die Umsetzung,
nachdem sie inspiriert wurden. Gehört Ihr auch dazu?**

Fragen? Ich bin nur ein Funkspruch entfernt!

Annemarie Zoppelt - talentrix consulting GmbH

a.zoppelt@talentrix-consulting.com

+49 (0) 176 2274 2669



powered by:

talentrix
consulting