



Kompetenzfokus Employer Branding – Kommunikationsanalyse zur Identifikation von Erfolgsfaktoren in der Talentansprache

Düsseldorf, Mai 2010

Agenda

- **Kommunikationsanalyse zur Optimierung der Talentansprache**
- **Profil BrandPact**

Benchmark-Analyse zur Identifikation von Stellhebeln zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit im „Kampf um Talente“

– Ausgangssituation –

Herausforderungen Employer Branding

- „Kampf um Talente“ erfordert strategisch fundiertes Personalmarketing zum Aufbau einer glaubwürdigen, attraktiven und unverwechselbaren Arbeitgebermarke
- Dringende Notwendigkeit zur Differenzierung in der Kommunikation, um von der Zielgruppe „gehört“ zu werden:
 - Klare Abgrenzung der Kommunikationsinhalte, -formate, -instrumente etc. vom Wettbewerb
 - Angebot eines im Wettbewerbsumfeld eindeutigen Mehrwerts für (potenzielle) Bewerber und Mitarbeiter
- Selten objektive Sicht auf Best Practices der Wettbewerbskommunikation, z.B. Identifikation von Basis- und Erfolgsfaktoren, sowie innovativer und effektiver Kommunikationsansätze

Zielsetzung

- **Identifikation von Erfolgsfaktoren der Employer of Choice-Kommunikation** !
- **Ableitung von Best Practices und Identifikation von Optimierungspotenzialen für die eigene Kommunikation** !



Konzentration auf wesentliche Faktoren zur pragmatischen Ableitung erster Handlungsoptionen mit großem Wirkungspotenzial

– Umfang BrandPact Analyse (exemplarisch) –

Pragmatischer Analyseansatz

- Employer Branding mit Vielzahl von Einfluss- und Erfolgsfaktoren entlang des „Berufslebenszyklus“
- Ganzheitliches Recruiting-/ Talentmanagement-Konzept für maximale Effektivität und Effizienz in der Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung
- Enge Zusammenarbeit von Personal- und Marketing-/ Kommunikationsabteilung absolut notwendig
- Talentansprache des Unternehmens als wichtiges Feld zur Gewinnung neuer Mitarbeiter
- Internet als Top-Informationsquelle über potenzielle Arbeitgeber

→ Fokus der BrandPact Analyse z.B.:
Online-Karriereseiten der Unternehmen;
sekundär: Print-Kampagnen und Recruiting-PR

Illustrativ

Fokus der BrandPact Analyse

Talentansprache / Gewinnung

Recruiting-PR
Recruiting-Website
Recruiting-Events
Recruiting-Imagekampagne
Unternehmenspräsentation

Talententwicklung

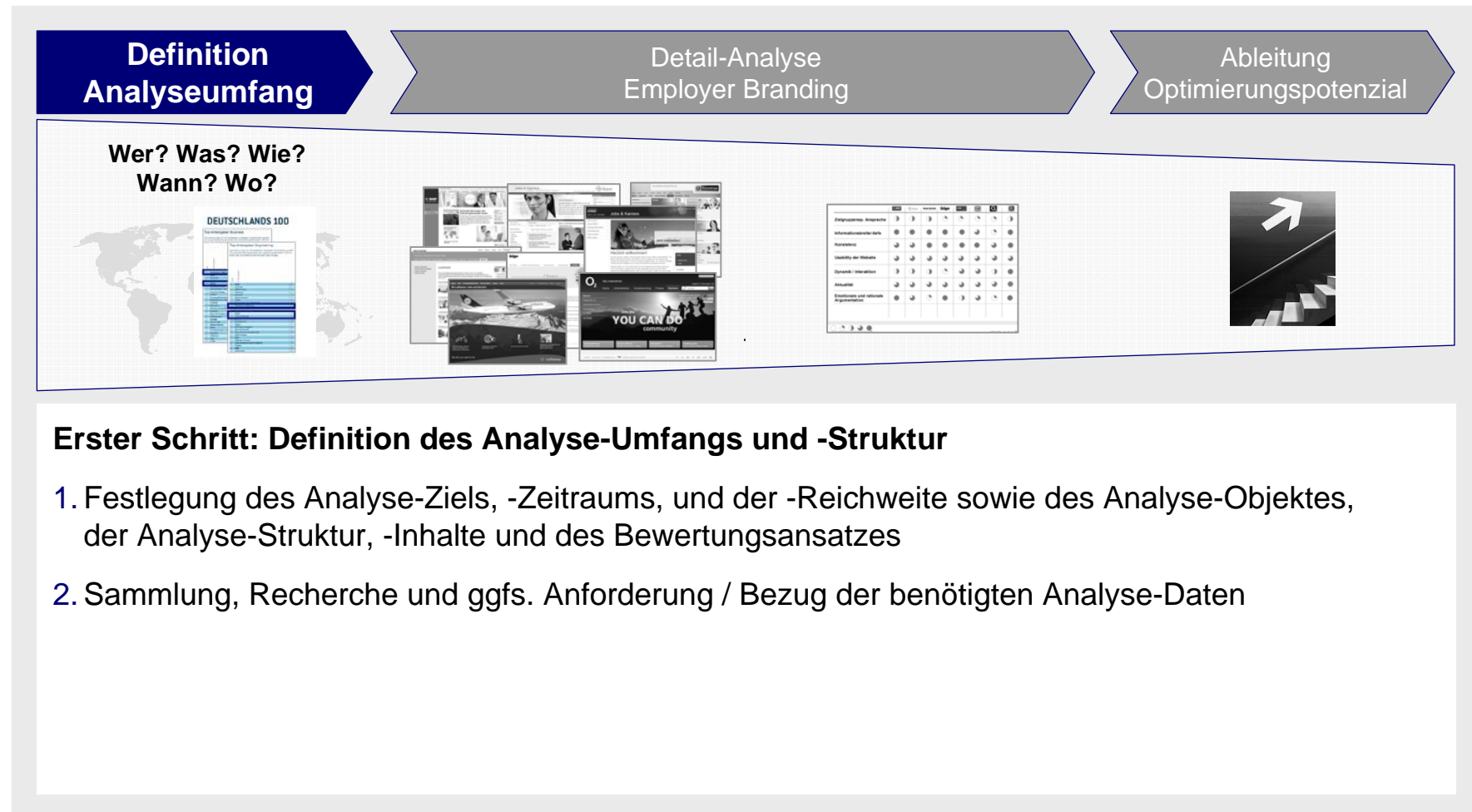
Karrierepfade
Entwicklungsgespräche
Entwicklungsprogramme

Talentbindung

Leistungs- und Vergütungsmanagement
Alumni-Management

Die gemeinsame Definition des Analyse-Umfangs und -Struktur garantiert ein effizientes Vorgehen und optimale Ergebnisse

– Idealtypischer Analyseprozess –



Analyse-Umfang: Festlegung entscheidender Analyse-Dimensionen

– Analyse-Dimensionen –

Definition Analyseumfang

Detail-Analyse
Employer Branding

Ableitung
Optimierungspotenzial

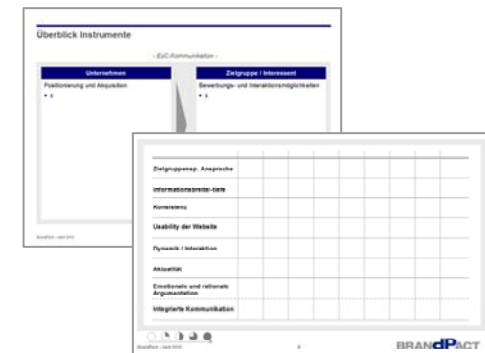
Wer? Wann? Wo?

- Analyse-Ziel: Festlegung der zu analysierenden Unternehmen
- Analyse-Zeitraum
- Analyse-Reichweite: geographische Eingrenzung



Was? Wie?

- Analyse-Inhalte, z.B. Identifikation von
 - Nutzenversprechen und Kernbotschaften
 - Art und Tonalität der Auftritte
- Analyse-Objekt:
 - Kampagne und/oder einzelne Kommunikationsinstrumente
 - Media-Mix
- Analyse-Struktur / Vorgehen:
 - Bewertungsraster in Bezug auf Reihenfolge, Kategorisierung etc. der Analysedimensionen



Anschließend erfolgt eine dezidierte Detail-Analyse der Employer Branding Kommunikation

– Idealtypischer Analyseprozess –

Definition Analyseumfang

**Detail-Analyse
Employer Branding**

Ableitung
Optimierungspotenzial

Analyse pro Wettbewerber



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Strategische Ausrichtung										
Strukturelle Merkmale										
Kommunikation										
Qualität der Inhalte										
Design / Identifikation										
Ästhetik										
Struktur und visuelle Organisation										

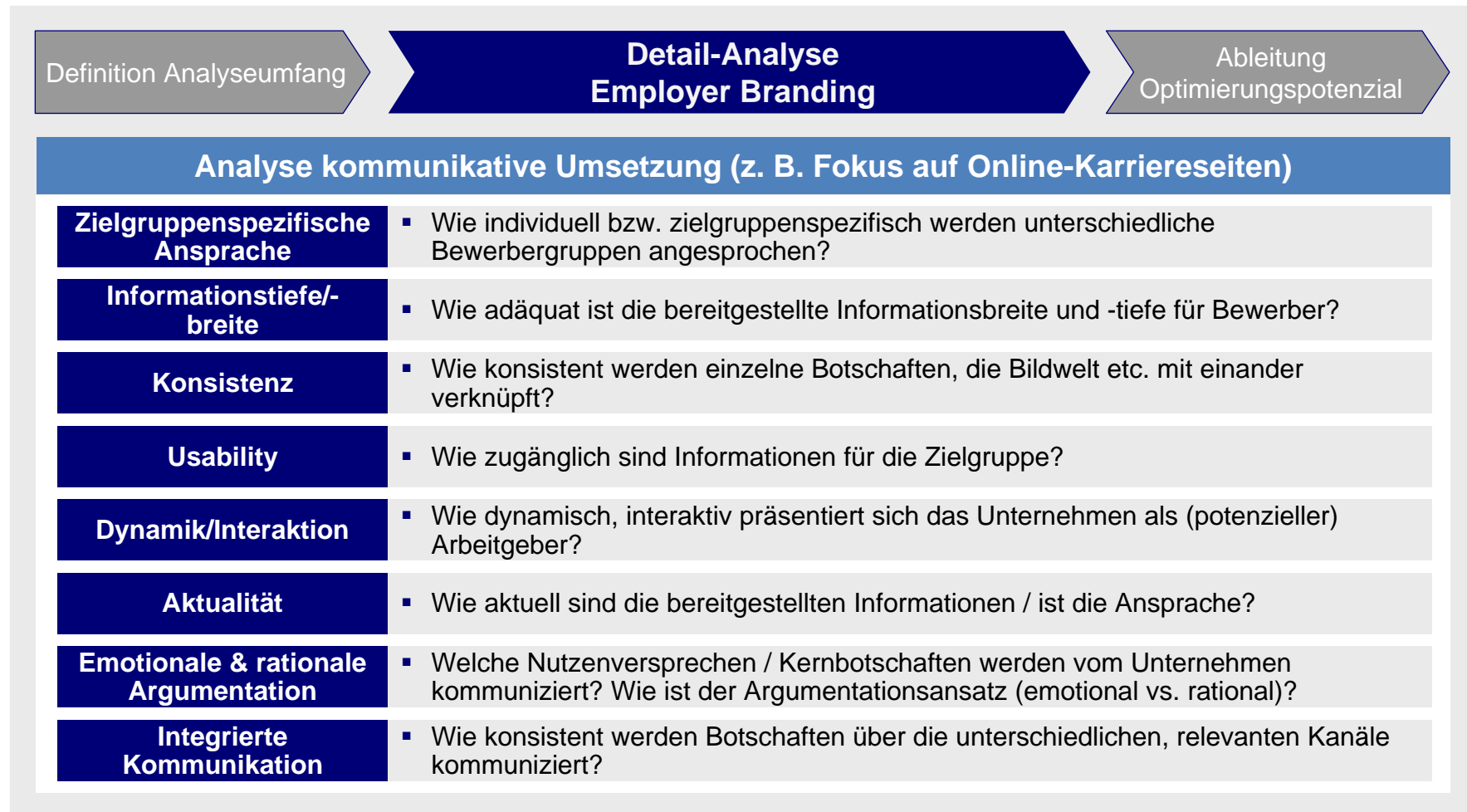


Zweiter Schritt: Durchführung der Detail-Analyse der Employer Branding Kommunikation

1. Detail-Analyse der Talentanspracheinstrumente, insbesondere Online-Karriere-Seiten pro Wettbewerber
2. Gegenüberstellung der Kommunikationsauftritte der Unternehmen nach definierten Kriterien

Detail-Analyse: Zur Analyse der Talentansprache empfiehlt sich ein einheitliches Raster

– Analyseraster –



Beispiel Detail-Analyse und Bewertung ausgewählter Unternehmen der Top 100 besten Arbeitgeber in Deutschland

– Beispiel Detail-Analyse –

Definition Analyseumfang

Detail-Analyse
Employer Branding

Ableitung
Optimierungspotenzial

Beispiel

Ergebnisse Best-Practice

Positionierung als attraktiver Arbeitgeber und Unternehmen, in dem jeder Mitarbeiter echten gesellschaftlichen Mehrwert schafft

Überblick Instrumente: Dräger setzt auf print, online und persönlichen Kontakt mit der Zielgruppe

Direkte Verlinkung des Dräger Karrierebereichs über Startseite der Corporate Homepage: thematische Navigation auf Karriere-Seiten

Online-Inhalte (1/3): Emotionale und rationale Argumente sprechen für Dräger als Arbeitgeber

Events: Dräger ist auf klassischen Recruiting-Messen in ganz Deutschland vertreten und spricht auch schon Schüler gezielt an

Bewertung Online: sympathischer und informativer Onlineauftritt mit Schwächen in der Interaktivität und Dialogmöglichkeiten

Employer of Choice Communications – Benchmarking-Analyse Deutschland: Zielsetzung und Analyse-Design

Analyse-Design

- Zielsetzung der Analyse:
 - Identifikation von Key Learnings zur Talentsprache mit besonderem Fokus auf „Karriere“ Bereiche auf Unternehmens-Webseiten
 - Vergleich der Employer Kommunikation hinsichtlich definierter Kriterien und Ableitung von Optimierungspotenzialen durch Best-Practice Learning
 - Auswahl der Unternehmen: Selektion von 8 Unternehmen, die als Top Arbeitgeber Deutschlands in unterschiedlichen Rankings genannt werden
 - Mischung aus Wettbewerbern und branchenfremden Unternehmen
 - Fokus auf internat.
 - Mischung aus ICB
 - Zeitraum und Method.

Employer of Choice Communications – Benchmarking-Analyse Deutschland: Key Learnings

Key Learnings

- Zielgruppenspezifische Ansprache: Differenzierte Ansprache nach Qualifikationsstatus und Tätigkeitsarten / Fachbereichs innerhalb der Zielgruppe der Bewerber erhöht Qualität
- Informationsbreite/ -tiefe: Ungleichwertiges und strukturiertes Informationsangebot erhöht Attraktivität
- Konsistenz: Konsistenz von Text und Bildern, Match zwischen Angebot (Anforderungsprofil für Bewerber) und Kommunikationsauftritt erhöht Glaubwürdigkeit
- Usability: Funktioneller und transparenter Online-Auftritt, Suchmaske und Bewerbungsprozess erhöht Attraktivität
- Dynamik/Interaktion: Interaktive Elemente, Schaffung von Dialogmöglichkeiten über verschiedene
- Aktualität
- Emotionale & rationale Argumentation

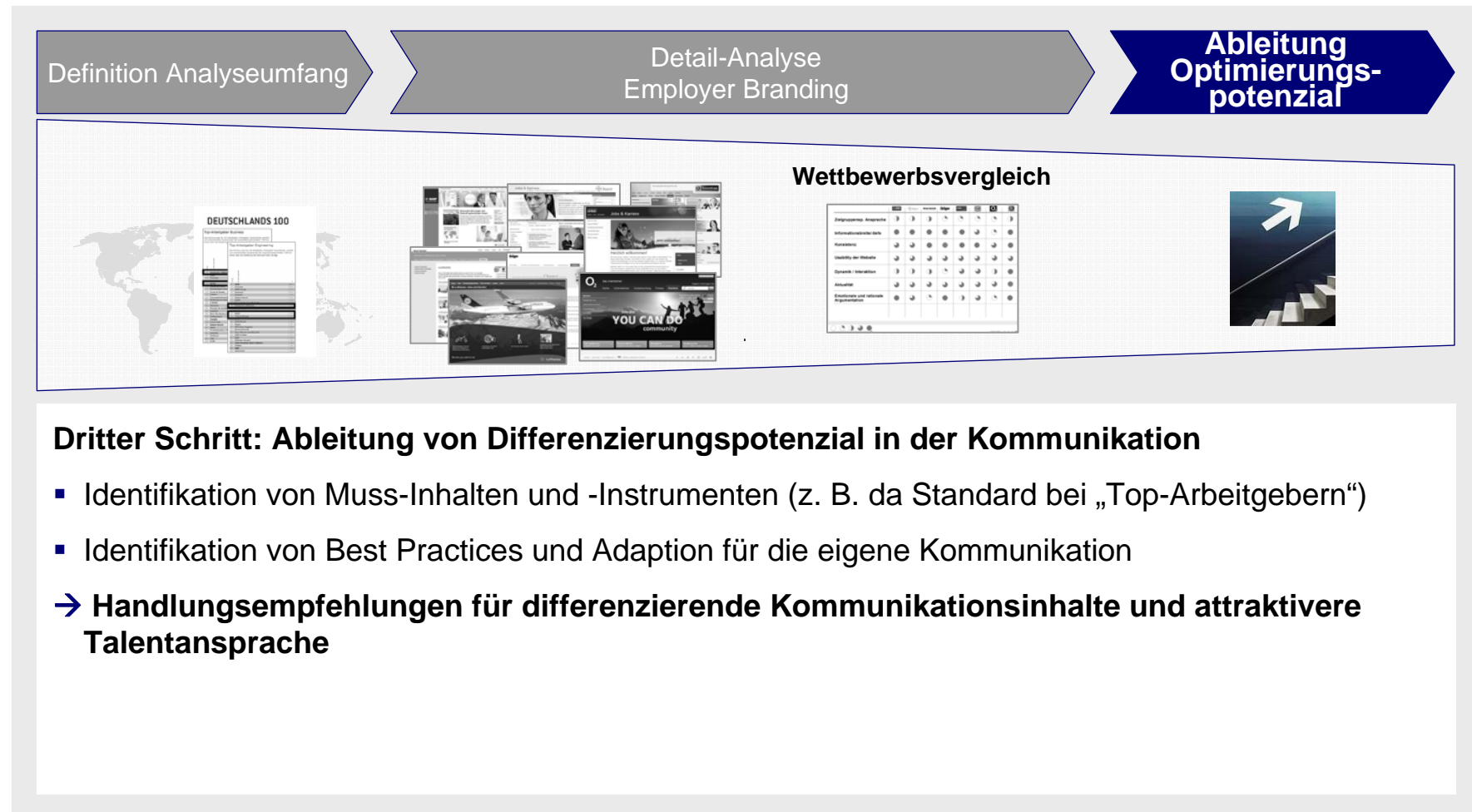
Employer of Choice Communications – Benchmarking-Analyse Deutschland: unternehmensspezifische Ergebnisse

Zielgruppe, Ansprache	Info	Struktur	Usability	Dynamik	Aktualität	Emotionale & rationale Argumentation
Informationsbreite/ -tiefe	+	+	+	+	+	+
Konsistenz	+	+	+	+	+	+
Usability der Website	+	+	+	+	+	+
Dynamik / Interaktion	+	+	+	+	+	+
Aktualität	+	+	+	+	+	+
Emotionale und rationale Argumentation	+	+	+	+	+	+

Relevante Rankings zur Auswahl der Unternehmen z. B. Deutschlands 100: Ranking des Great Place to Work Institutes

Ableitung von Optimierungspotenzialen auf Basis der Analyseergebnisse und Formulierung klarer Handlungsempfehlungen

– Idealtypischer Analyseprozess –



Ergebnis: objektive Analyse und faktenbasierte Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen für die Kommunikation

– Analyse Ergebnis–

Vorteile externer Analyse

- Klare Vorteile der „**Vogelperspektive**“ bzw. eines externen Partners, z.B.
 - **Bewährter und professioneller Analyseprozess**
 - Breiter **Erfahrungsschatz** und Insights / Kenntnis Best Practices aus verschiedenen Branchen
 - **Maximale Objektivität** bei der Analyse und Ableitung von Handlungsempfehlungen
 - **Garantierte Vergleichbarkeit** der Ergebnisse durch Analyse „aus einer Perspektive“
- **Operative Entlastung des Tagesgeschäfts** (Kapazitäten)
- **Unterstützung** bei der **Adaption von Best Practices** und Optimierung der Kommunikationsinhalte



Agenda

- **Kommunikationsanalyse zur Optimierung der Talentansprache**
- **Profil BrandPact**
 - **Wer wir sind**
 - **Wie wir konkreten Mehrwert für unsere Kunden schaffen**
 - **Warum BrandPact einen Unterschied macht**
 - **Wie Sie uns erreichen**

BrandPact – Strategieberatung für Markenmanagement und Kommunikation

– Überblick –

BrandPact GmbH – Facts & Figures

- **Gründung:** 2007
- **Hauptsitz:** Düsseldorf, Deutschland
- **Geschäftsführung:** Anne Beerlink und Nina Schuster
- **Mitarbeiter:** 8 (2009)*
- **Beratungs-Fokus:** Markenmanagement und Kommunikation
- **Leistungsspektrum:** Strategieprojekte, Projekt- und Interims-Management im Bereich Markenmanagement und Kommunikation



BRANDPACT
Efficient solutions -
Direct ImPact

* fest angestellte und freie Mitarbeiter

Agenda

- **Kommunikationsanalyse zur Optimierung der Talentansprache**
- **Profil BrandPact**
 - Wer wir sind
 - **Wie wir konkreten Mehrwert für unsere Kunden schaffen**
 - Warum BrandPact einen Unterschied macht
 - Wie Sie uns erreichen

Strikte Fokussierung auf unsere Kompetenzen: Strategieberatung für Markenmanagement und Kommunikation

– Kompetenz-Fokus –

– Einordnung Beratungsspektrum –

Fokussierung auf Marketing-Strategie-Kompetenz:

- Strategie-Dienstleister
 - Zieldefinition und Strategieentwicklung
 - Umsetzungsberatung, keine direkte operative Umsetzung (z.B. Kreation)
- Besondere Marketing-Expertise
 - Fundierte Erfahrung im Bereich Marketing-Strategie, insbes. Marken-Management und Kommunikation
 - Kein ausgedehntes Beratungsangebot (z.B. Einkauf, Logistik, Produktion etc.)



Wir beraten unsere Kunden entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Markenkommunikation

– Überblick Leistungsspektrum –



Umfassende Beratung entlang der gesamten Wertschöpfungskette

- Abbildung des gesamten Spektrums: von der ersten Analyse über die Strategieentwicklung und professionelle Umsetzungsunterstützung bis zum Controlling der Kommunikationsleistung
- Individuelle Einsatzmöglichkeiten einzelner Projekt-Module
 - Gemeinsame Identifikation des tatsächlichen Beratungsbedarfs
 - Individuelles „Schneiden“ von Projektabschnitten je nach Kundenbedürfnissen



Status-Analyse zur realistischen Einordnung der Markenperformance und Identifikation von Optimierungspotenzialen im Wettbewerb

– Kompetenzen: Status-Analyse –

**Brand & Market
Analysis**

Brand &
Communication
Strategy

Brand &
Communication
Implementation

Brand &
Communication
Controlling

Fundierte Einschätzung des Status-Quo aus externer Perspektive

- Analyse des Markenstatus und relevanter Market-Insights: Markenbekanntheit, Markenwahrnehmung, Zielgruppenbedürfnisse/ Entscheidungstreiber, Informationsverhalten der Zielgruppen etc.
- Analyse der Kommunikationsleistung im Wettbewerbsumfeld: Fit Kommunikationsziele und eingesetzte Kommunikationsinstrumente/ -botschaften, Integrationsgrad und Differenzierungspotenzial der Aktivitäten etc.
- Analyse von Markt-Trends: Medienlandschaft und relevante Entwicklungen im Markt-Umfeld



Zielgerichtete Strategieentwicklung zur Erhöhung der Wirksamkeit des Marken- und Kommunikationsauftrittes

– Kompetenzen: Strategieentwicklung –



Entwicklung zielgerichteter Strategien für Marken- und Kommunikationsauftritt

- Brand Strategy
 - Markenportfolio- und Markenarchitektur-Optimierung
 - Entwicklung einer relevanten, glaubwürdigen und differenzierenden Markenpositionierung
- Communication Strategy
 - Zielgruppen-Definition und -Priorisierung
 - Entwicklung positionierungskonformer Kommunikationsstrategie
 - Strategieentwicklung im Rahmen von Change Communication



Professionelle Umsetzung als Voraussetzung für einen erfolgreichen Marken- und Kommunikationsauftritt

– Kompetenzen: Umsetzungsplanung –



Integrierte Umsetzungsplanung der Marken- und Kommunikationsstrategien

- Umsetzungsplanung
 - Entwicklung funktionaler Marken-/Aktivitätenpläne
 - Definition der Kommunikationskaskade und -botschaften
 - Mitgestaltung der Budgetplanung und Organisations-Struktur
- Umsetzungs-Support:
Unterstützung bei Agenturauswahl und -briefing sowie operativer Umsetzungs-Support



Etablierung einer praxis-tauglichen Controlling-Toolbox zur Kontrolle und Steuerung der Markenperformance

– Kompetenzen: Etablierung Controlling-Instrumentarium –



Entwicklung von Instrumenten zum Controlling der Marken- und Kommunikationsperformance

- Potenzial-Tracking im Entwicklungsprozess:
Überprüfung von Konzepten/geplanten Aktivitäten und Identifikation von Optimierungspotenzialen durch Aufsetzen effektiver Pre-Testings
- Etablierung eines kontinuierlichen Controlling-Instrumentariums
 - Definition von KPIs, Zielgruppen und Untersuchungsfrequenzen
 - Aufsetzung zielgerichteter Marktforschungs-Set-Ups
 - Identifikation von Wechselwirkungen und Etablierung eines ganzheitlichen Controlling-Frameworks



Agenda

- **Kommunikationsanalyse zur Optimierung der Talentansprache**
- **Profil BrandPact**
 - Wer wir sind
 - Wie wir konkreten Mehrwert für unsere Kunden schaffen
 - **Warum BrandPact einen Unterschied macht**
 - Wie Sie uns erreichen

BrandPact steht für individuelle, pragmatische und effiziente Lösungen, die direkten Mehrwert für unsere Kunden schaffen

– Differenzierender Beratungsansatz –

Marketing- Expertise

- Wir fokussieren uns auf das, was wir können
- Wir bieten spezifische Beratungskompetenz im Bereich Markenmanagement und Kommunikation

Pragmatische Lösungen

- Wir erarbeiten Lösungen mit direktem Mehrwert
- Wir reduzieren Komplexität und bereiten einfache Entscheidungsgrundlagen vor

Individuelle Beratung

- Wir konzentrieren uns auf das Wichtigste, nicht das Mögliche
- Wir finden die Stellhebel in Ihrer Kommunikation, die mit geringem Aufwand die bestmöglichen Ergebnisse liefern

Partnerschaftliche Zusammenarbeit

- Wir begreifen Kundenbeziehungen als langfristige Partnerschaften
- Wir begleiten unsere Kunden ganzheitlich bei ihren individuellen Herausforderungen

Agenda

- **Kommunikationsanalyse zur Optimierung der Talentansprache**
- **Profil BrandPact**
 - Wer wir sind
 - Wie wir konkreten Mehrwert für unsere Kunden schaffen
 - Warum BrandPact einen Unterschied macht
 - **Wie Sie uns erreichen**

Wie Sie uns erreichen

– Kontakt –

BrandPact GmbH

Marketing Strategy Consulting
Königsallee 14
40212 Düsseldorf

Phone: +49 211-13866-265

Fax: +49 211-13866-282

mailto: info@brandpact.com

Ansprechpartner:
Anne Beerlink, Nina Schuster



BRANDdPACT

Marketing Strategy Consulting