

Würdest du bei einer völlig unbekanntem Firma anfangen?

Ein Name wie „Michael Müller GmbH“¹⁾ sagt erst mal nichts über Angebot, Ort oder Größe des Unternehmens. Gut, wenn die Stellenanzeige halbwegs interessant klingt, dann rufe ich mal die Webpage auf. Spätestens jetzt möchte ich ohne viel hin und her klicken einen Eindruck davon bekommen, was mich als potenzieller Mitarbeiter erwartet. Noch besser wäre, wenn ich der Firma schon einmal woanders begegnet wäre: vielleicht bei der Jobmesse oder als Sponsor des Stadtlaufs oder in einem interessanten Zeitungsartikel.



Wie bekannt ist Ihr Unternehmen überhaupt?

Fragen Sie doch einfach mal Ihre Bewerber oder Kunden, wie die auf Sie gestoßen sind und ob ihnen das Unternehmen vorher bekannt war. Vielleicht stellen Sie fest, dass Ihre Produkte in Fachkreise einen guten Ruf haben. Vielleicht haben Sie Kunden in aller Welt? Aber die Nachbarn um die nächste Ecke haben keine Ahnung, was die „Michael Müller GmbH“¹⁾ so macht.

Vielleicht kennen einige zwar Ihre Produkte, aber wissen nichts über Ihr tolles Team, die spannenden Aufgaben und die guten Arbeitsbedingungen?

Auch kleine Unternehmen profitieren von lokaler Bekanntheit!

Für Produkte und Dienstleistungen wissen wir: Empfehlungsmarketing ist besonders effektiv. Sind Ihre Mitarbeiter Botschafter für Sie als Arbeitgebermarke? Ja! Denn man redet in seinem Umfeld immer über seine Arbeit. Aber Sie können das bewusst fördern, indem Sie Ihre Mitarbeiter ermutigen, anderen eine Bewerbung zu empfehlen und offene Stellen frühzeitig bekannt geben. Auch Verbindungen zu den Schulen in der Gegend sind nützlich. Selbst wenn ein Schülerpraktikant oder eine Girls-Day-Teilnehmerin später nicht den passenden Beruf ergreift: Ein begeisterter Bericht über nette Leute und interessante Arbeit bleibt im Gedächtnis. Natürlich vorausgesetzt, die Praktikanten wurden wichtig genommen und nicht als lästige Pflicht betrachtet.

Es gibt eine Fülle von Möglichkeiten als Arbeitgeber positiv aufzufallen: ein paar neuen Trikots für die Sportmannschaft, ein Tag der offenen Tür, regelmäßige Artikel in der lokalen Presse, Mitarbeiter-Testimonials auf der Webpage, Teilnahme an Messen ... Überlegen Sie einfach mal, was Sie alles unternehmen, um Ihre Produkte bekannt zu machen. Vieles davon lässt sich in ähnlicher Weise auch auf Ihre Attraktivität als Arbeitgeber anwenden.

All diese kleineren und größeren Maßnahmen sind Beispiele für ein fortlaufendes Engagement, das Sie im Wettbewerb um Fachkräfte nach vorne bringt. Wir begleiten Sie gern auf diesem Weg!

¹⁾ Dieser Firmennamen dient nur als fiktives Beispiel. Keins der vielen tatsächlich unter diesem Namen existierenden Unternehmen ist hier gemeint.