

EMPLOYER BRANDING UND NACHHALTIGE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION (TEIL 4/4)

Autorin: Corina Hoch

Trends und Ausblick:

Der Online-Markt entwickelt sich klar in Richtung Videomarkt. Die Generation Y schaut sich lieber schnell einmal ein gutgemachtes Imagevideo an, anstelle lange Texte zu lesen. So einfach wie möglich und informativ wie nötig. Mit Charme und Witz zum Ziel.

„YouTube hat mehr als eine Milliarde Nutzer, das sind fast ein Drittel aller Internetnutzer. Täglich werden auf YouTube Videos mit einer Gesamtdauer von mehreren hundert Millionen Stunden wiedergegeben und Milliarden Aufrufe generiert.“ (Quelle: <https://www.youtube.com/yt/press/de/statistics.html>). Wenn ein Unternehmen die nötigen Kompetenzen aufbaut bzw. einkauft, bietet dieser Kanal Employer Branding zusätzlich eine große Chance.

Fazit:

Nachhaltige Unternehmenskommunikation dient zur Stärkung der Arbeitgebermarke und ist das Kriterium für ein erfolgreiches Employer Branding. Nicht jeder findet die richtigen Worte oder Türöffner mit der Community zu kommunizieren. Es gibt verschiedene Ansätze und Möglichkeiten für eine gute Unterstützung:

- Implementieren eines ausgebildeten Inhouse Social Media Experten,
- engagieren eines Online Marketing Freelancers oder
- Einbindung von erfahrenen Online-Marketing-Agenturen.

Ein ausgebildeter Social Media Experte verdient in Deutschland gut 3.500 Euro brutto / Monat, für einen Freelancer zahlt man einen Betrag ab 400 Euro am Tag und eine gute Social Media Agentur berechnet ca. 95 Euro je Stunde.

Employer Branding und nachhaltige Unternehmenskommunikation, egal ob mit Hilfe von on- oder offline Maßnahmen ist immer mit Aufwand verbunden, die Kontinuität erfordert. Keine Kommunikationsstrategie – so gut sie auch ist – funktioniert über Nacht für die nächsten 3 Jahre. Unternehmen sollten darauf achten ihren speziellen USP / Benefit herauszuarbeiten und zu präsentieren. Was ist das Besondere, warum Bewerber gerade in diesem und nicht in einem anderen Unternehmen tätig sein möchten? Individualität und Charakter sowie Begeisterung sollten an erster Stelle stehen. Am Ende kommt es nicht darauf an, dass alle Mitarbeiter gleich angezogen sind, sondern dass diese Authentisch sind und Spaß an Ihrem Job haben.