



Passgenau Bewerber ansprechen

Zielgruppenorientiertes Personalmarketing

Mit starker Arbeitgebermarke dem Fachkräftemangel begegnen



Das Personalmarketing gewinnt in vielen Unternehmen in Anbetracht eines immer sichtbarer werdenden Fachkräftemangels an Bedeutung.

Welche Prozess-Schritte und sich daraus ergebende Aufgaben zu einem modernen Personalmarketing gehören, fasst die Unternehmensberaterin Yvonne Wolf in der ersten Ausgabe des HR-Magazins zusammen.

Sie kommt zu dem Resultat, dass es darauf ankommt, nicht nur fachlich passende Bewerber zu finden, sondern auch solche, die zur Unternehmenskultur passen. Ein wichtiger Prozess-Schritt des Personalmarketings ist daher die Bildung einer Arbeitgebermarke, die das Unternehmen genau für die passenden Bewerber als [attraktiver Arbeitgeber](#) verkörpert.

Schritt für Schritt zum erfolgreichen Personalmarketing

Die Autorin gibt dem Leser einen Überblick über die Prozess-Schritte des modernen Personalmarketings: Zunächst geht es darum, die [Zielgruppe für die Personalsuche](#) möglichst genau festzulegen sowie die regionalen Grenzen, innerhalb derer gesucht werden soll. Sodann gilt es, die Zielgruppe und deren Medienpräferenzen zu analysieren.

Ein weiterer wichtiger Arbeitsschritt im Personalmarketing ist die Ermittlung der einzigartigen Arbeitgebermerkmale (UEP = unique employer proposition). Mit diesen Eigenschaften präsentiert sich das Unternehmen in den von seiner Zielgruppe favorisierten Medienkanälen, und zwar in einer diesen Kommunikationskanälen entsprechenden Weise.

Soziale Medien für das Personalmarketing nutzen

Im Trend liegt die direkte Ansprache über die verschiedenen Plattformen der [Sozialen Medien](#). Nicht nur bei den ständig vernetzten Digital Natives erfreut sich das Video als Kommunikationsmedium für die Unternehmenspräsentation zunehmender Beliebtheit.

Welche Fragen der Zielgruppe mit einem solchen Video beantwortet werden sollten, und welche anderen Möglichkeiten es gibt, mit einer authentischen [Arbeitgebermarke](#) die



gewünschte Zielgruppe zu erreichen, beschreibt die Autorin in ihrem Beitrag. Dieser steht unter dem angegebenen Link kostenfrei zum Download zur Verfügung.

Links:

- ▶ Der Artikel zum Download (PDF): [Grundlagen des Personalmarketings](#)
- ▶ Weitere Informationen zum Thema [Personalmarketing](#)
- ▶ Checklisten und Arbeitshilfen zum Thema [Arbeitgeberattraktivität, Employer Branding und Arbeitgebermarke](#)