

## Checkliste für Ihr digitales HR-Marketing

### Arbeitgeberimage und -eigenschaften

- Haben Sie ein Leitbild für Ihr Unternehmen entwickelt?
- Ist die Unternehmenskultur klar definiert?
- Kennen Sie ihr Image als Arbeitgeber?
- Entspricht die Fremdwahrnehmung der gewünschten Wahrnehmung?
- Haben Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal als Arbeitgeber definiert?
- Sind Ihre Unternehmensziele klar definiert?
- Sind Ihre Ziele in der Personalarbeit klar benannt?
- Haben Sie eine Strategie für Ihr Employer Branding definiert?
- Passt Ihre Strategie für das Employer Branding zur Gesamt-Marketingstrategie?

### Verbreitung

- Haben Sie ihre Candidate Persona erstellt?
- Kennen Sie die Kommunikationskanäle, die die von Ihnen gesuchten Fachkräfte bevorzugt nutzen – online und offline?
- Haben Sie in Ihrem Unternehmen ausreichend Kapazitäten, die als optimal identifizierten Kanäle zu bedienen?
- Haben Sie in Ihrem Unternehmen das Know-how, die als optimal identifizierten Kanäle zu „bespielen“?
- Setzen Sie geeignete Tools ein, die Sie bei Ihrer Kommunikation unterstützen?
- Machen Sie Interessenten die Kontaktaufnahme leicht?
- Gibt es einfache / direkte Kommunikationswege für Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?
- Weisen Ihre eigenen Unternehmenskanäle bereits Reichweite auf?
- Sind alle Informationen auf einem Bild unterzubringen?
- Haben Sie auf Ihrer Website eine Seite „Team“ oder/und „Karriere“?

- Ist ihre Karrierewebsite auf dem neusten Stand?
- Ist ihre Karrierewebsite benutzerfreundlich?
- Werden SEO-Maßnahmen auf der Firmenwebseite angewandt?
- Kommen auch Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf Ihren Online-Kanälen zu Wort?
- Haben Sie einen festen Rhythmus für Ihre Kommunikation etabliert?
- Ist sichergestellt, dass Sie kurzfristig auf Kommentare oder Anfragen auf Ihren Plattformen reagieren?
- Berücksichtigen Sie die jeweiligen Besonderheiten der gewählten Plattformen?
- Haben Sie die Kommunikation auf den gewählten Plattformen sinnvoll miteinander vernetzt?

## **Controlling**

- Konnte die offene Mitarbeiterstelle besetzt werden?
- Besteht eine Messung der Bewerbungseingänge? (in Wochen oder Monatsabständen messbar)
- Werden Bewerbungseingänge strukturiert und vollständig abgearbeitet?
- Befinden sich die Kosten zur Gewinnung eines neuen Mitarbeiters im gewünschten Rahmen?
- Werden in den bisher genannten Punkten alle gewünschten Teilziele erreicht?

Sollten die zuvor genannten Teilziele nicht erfüllt werden, so ist ggf. ein Update der Prozessoptimierung notwendig. Diese Checkliste dient zur Orientierung, d. h. nicht alle Punkte müssen erfüllt werden, um digitales HR-Marketing erfolgreich zu etablieren.