

Employer Branding

Positionieren Sie sich als attraktiver Arbeitgeber - extern wie intern

Im Zuge des zunehmenden Kampfs um neue Mitarbeiter und Talente investieren Unternehmen in ihre Arbeitgebermarke und starten umfassende Hochglanzkampagnen. Im Mittelpunkt des Workshops steht, was Employer Branding ausmacht, wie die Zielgruppen adressiert werden und welche Relation das Employer Branding zu der Unternehmenskultur einnimmt.

Ihr Nutzen

In diesem Seminar lernen Sie,

- » welches die wesentlichen Prozessschritte des Employer Branding sind
- » was die Arbeitgeberpositionierung zu leisten hat
- » worauf eine EB-Strategie basiert und wie Sie sie entwickeln
- » wie Sie Employer Branding intern verankern und extern umsetzen.

Dauer | Gruppengröße

1 Tag | max. 12 Teilnehmer

Termin | Ort

10. Mai 2019, 9-17 Uhr
Seminarzentrum, Kaiserstraße 36, Heidelberg

Preis

695,- Euro netto für Teilnahme, Seminarskript,
Mittagessen und Pausengetränke

Kontakt

Telefon: + 49 (0) 62 21 – 90 586 00
E-Mail: weiterbildung@ik-heidelberg.de
Ansprechpartnerin: Dagmar Kreher
www.ik-heidelberg.de

Inhalte

Begriffsklärung und Erfahrungsaustausch

- » Was treibt das Thema?
- » Was ist Employer Branding?
- » Was sind wesentliche Elemente des Employer Branding?

Employer Branding zwischen HR und Marketing

- » Interne Organisation von Employer Branding
- » Employer Branding im Spannungsverhältnis zum Corporate Branding

Employer Branding-Kampagnen

- » Instrumente und Kanäle
- » Best Business Practices

Herausforderungen an das Employer Branding

Methode

Der Workshop ist praxisnah angelegt – der Schwerpunkt liegt auf Gruppenarbeit und anschließenden offenen Diskussionen der Ergebnisse. Zudem bietet er Gelegenheit, eigene Fragestellungen oder Fallstudien der Teilnehmer einzubringen und im Kollegenkreis kritisch zu reflektieren.

Zielgruppe

Kommunikatoren sowie Marketing- und HR-Verantwortliche, die sich in ihrem beruflichen Alltag mit Employer Branding haupt- oder nebenamtlich beschäftigen bzw. sich für das Thema interessieren.



Seminarleitung

Frank Schabel ist Geisteswissenschaftler und seit 2006 Leiter Marketing/Corporate Communications der Hays AG. Zuvor war er u.a. Leiter Unternehmenskommunikation der CSC Ploenzke AG sowie PR und Marketing Manager der SAP AG. Er ist nebenberuflich als Coach und Berater aktiv. Als Autor der Fachbücher „Intellectual Capital und Kommunikation“ sowie „Auf dem Weg in die Organisation 2.0“ publiziert er zu strategischen Themen im Umfeld von Kommunikations- und Organisationsthemen. Zudem betreibt er einen eigenen Blog,