Markenbildung als attraktiver Arbeitgeber
26.04.2016

Maria Elena Morsbach ist Senior Specialist Human Resources Recruiting &
Employer Branding, beim Modeunternehmen Tom Tailor. Auf der Personal Nord 2016 (26.-27.04.) hat sie vor Personalern über das Thema Employer Branding gesprochen. Es geht darum eine Markenbildung zu schaffen, insbesondere für die Mitarbeiter, die in den Verkaufsgeschäften von Tom Tailor arbeiten.

Anmoderation:
Maria Elena Morsbach ist Senior Specialist Human Resources Recruiting &
Employer Branding, beim Modeunternehmen Tom Tailor. Auf der Personal Nord 2016 (26.-27.04.) hat sie vor Personalern über das Thema Employer Branding gesprochen. Es geht darum eine Markenbildung zu schaffen, insbesondere für die Mitarbeiter, die in den Verkaufsgeschäften von Tom Tailor arbeiten.

Maria Elena Morsbach antwortet auf folgende Fragen:

1 Können Sie sich bitte einmal vorstellen?

2 Wie viele Mitarbeiter hat das Modeunternehmen Tom Tailor? Wie viele davon arbeiten in den Retail Stores, also dem Tom Tailor-Geschäften?

3 Sie haben Ihre Mitarbeiter gefragt, wie sie selbst Tom Tailor finden, was die Marke ausmacht? Was waren mal grob zusammengefasst die Ergebnisse und warum überhaupt so eine Mitarbeiterbefragung? Geht es um die Arbeitgebermarke?

4 Ein Ergebnis der Umfrage: die Retailmitarbeiter konnten mit dem Begriff Arbeitgebermarke gar nichts anfangen?

5 Der nächste Schritt war die Aktivierung von Markenbotschaftern. Das heißt was?

6 Brauchen Mitarbeiter solche Markenbotschafter? Warum?

7 Warum sind solche Botschafter für Sie als HR-Verantwortliche so wichtig? Und, wie wichtig ist es, dass sich Mitarbeiter mit der Marke Identifizieren?

6 Es geht bei den Botschaftern um den Wert der Marke, den zu vermitteln. Das bedeutet was zum Beispiel, wenn Sie die Stichwörter ?Liebe Fashion? nennen?