Teilen Tweet +1

MANAGEMENT

DAS EINMALSECHS DER KUNDENNÄHE

28. Jul 2017, Michael Welz

Kundschaft! Höchste Zeit, auch Mitarbeiter als Kunden zu betrachten. Von Michael Welz

Überzeugungsarbeit: Der strategische Personalaufbau verlangt Unternehmen viel ab © Getty Images

Fachkräftemangel und demografische Entwicklung stellen die Personalabteilungen in Unternehmen vor große Herausforderungen. Beim Buhlen um die Gunst von Fach- und Führungskräften kommt es heute enorm auf die Kundenansprache an: Wen will ich als Arbeitgeber erreichen, was kann ich ihm bieten, wie überzeuge ich ihn davon, dass mein Unternehmen das Richtige für ihn ist und wie halte ich ihn dann bei der Stange?

Auf dem HR-Bereich lasten etliche Ansprüche und Erwartungen. Es geht längst nicht mehr nur darum, Bewerbern attraktive Konditionen zu bieten und die Bedürfnisse einzelner Fachbereiche zu kennen. Vielmehr sollen Personaler heute dem potenziellen Arbeitnehmer eine Unternehmenswelt präsentieren, in der er seine Werte wiederfindet und Weiterentwicklung spürbar erlebt. Die HR-Abteilung gleicht dabei einem Dirigenten, der eine unbekannte Partitur mit einem neu zu besetzenden Orchester aufführen muss. Woher den besten Flötisten nehmen, wer ist herausragend an der Posaune, wie gewinne ich den Star-Geiger? Der strategische Personalaufbau verlangt Unternehmen viel ab.

#1 KUNDENNÄHE ALS ERFOLGSFAKTOR

Um das vielschichtige Personalorchester zum Klingen zu bringen, greifen Unternehmen deshalb mehr und mehr auf externe, spezialisierte HR-Lösungsanbieter zurück. Sie haben verstanden, die Belegschaft ihrer Kunden als interne Kundschaft zu betrachten. Eine Kundschaft, die ihr Unternehmen mit Leistung belohnt – wenn Angebot und Service stimmen. Ähnlich wie eine externe, zielgruppengerechte Kundenansprache und eine Verkaufsstrategie, die sich an den individuellen Bedürfnissen des Kunden orientiert, gilt es auch, den Bedarf des Personals strategisch zu behandeln. Die Nähe zu diesem internen Kunden ist dabei der zentrale Faktor.

Der externe HR-Berater kann hier für Personaler eine Schlüsselfunktion einnehmen. Er ist gleichermaßen Wegbereiter und Wegbegleiter, ein hilfreicher Sparringspartner beim soliden Personalaufbau. Denn er weiß nicht nur, wie sich der Kunde Mitarbeiter gewinnen lässt, sondern auch, wie eine dauerhafte Kundenbindung funktioniert. Dabei arbeiten Personalabteilung und Beratung Hand in Hand: Der externe Dienstleister nimmt an internen Meetings teil, analysiert das Potenzial, entwickelt gemeinsam mit HR eine Arbeitgebermarke,

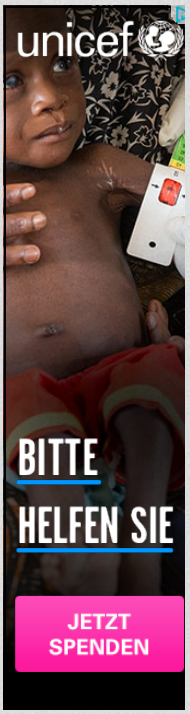
MEIST GELESEN
LIGATUS

DIE HONIGFALLE
Stefanie Giesselbach geriet in den Strudel eines der...

DIE ANDERE WAHRHEIT ÜBER DEN AUTOKARTELL-FALL
Warum der angebliche...

5 FEHLER, DIE EIN MEETING ZUR KATASTROPHE MACHEN
Meetings sind wichtig - aber nicht immer. Fünf...

STREIT UM SCHWARZWALDSTUBE BEIGELEGT
Nun steht es fest: Harald...



Anzeige

beobachtet den Personalmarkt langfristig und strategisch.

#2 KUNDENNÄHE DURCH EMPLOYER BRANDING

Starke Marken generieren profitables Wachstum. Eine klare, glaubhafte und einzigartige Marke sorgt für hohe Identifikation – beim Verbraucher wie beim Mitarbeiter. Entwickeln Sie deswegen als Unternehmen eine gute Arbeitgebermarke. Das ist besonders wichtig für die Ansprache der Leistungsträger im Alter zwischen Mitte 20 und Mitte 30. Womit können Sie sich positiv von anderen Wettbewerbern abheben? Je besser entwickelt Ihre Marke ist, desto effizienter können Sie Personal rekrutieren und die Qualität Ihrer Bewerber dauerhaft steigern. Als schnell wachsendes Unternehmen sollten Sie sich dabei professionell begleiten lassen.

#3 KUNDENNÄHE DURCH KUNDENORIENTIERUNG

Wer sich als Marke etabliert hat, neigt mitunter dazu, sich vom Licht der eigenen Sonne blenden zu lassen. Gerade in Bewerbungsgesprächen stehen bei vielen Unternehmen vergangene Erfolge, erworbene Auszeichnungen und Zertifikate im Vordergrund – stets bestrebt, den potenziellen Mitarbeiter gehörig zu beeindrucken. Doch genauso wie ein übereifriger Verkäufer im Kundengespräch durch Monologe am Ende eher Ablehnung als Begeisterung hervorruft, so erreichen auch Unternehmen mehr, wenn sie sich gegenüber Bewerbern stärker öffnen. Wo sehen Sie die wichtigsten Aufgaben, was sind die angestrebten Ziele, welche Perspektiven sucht Ihr Bewerber, welche Möglichkeiten können Sie für ihn schaffen? Transparenz und ein Austausch auf Augenhöhe sind hier zielführender als der Blick in eine ruhmreiche Vergangenheit.

4 KUNDENNÄHE DURCH KONTINUIERLICHES KALIBRIEREN

Das Kaufverhalten Ihres Kunden Mitarbeiter wird nie vollständig valide prognostizierbar sein, ebenso wenig die Bedürfnisse Ihrer Kundschaft aus den Fachabteilungen. Das bedingt nicht nur der schnelle Wandel unserer Zeit, sondern eben auch der Faktor Mensch, der mit seinem individuellen und manchmal sogar widersprüchlichen Verhalten jede versuchte Vorhersage widerlegen kann. Unternehmen müssen also möglichst genau verstehen, welche Bedürfnisse und Stimmung gerade vorherrschen, um ihre interne Kundschaft nicht zu verlieren. Der externe Blick eines Beraters, der in relevanten Situationen mit am Tisch sitzt, kann hier zum entscheidenden Pulsmesser werden, um rechtzeitig den Kurs zu justieren.

#5 KUNDENNÄHE DURCH PROFESSIONELLE POTENZIALANALYSE

Wo kauft ein Kunde am liebsten ein? Dort, wo das Preis-Leistungsverhältnis stimmt UND er sich mit seinen Bedürfnissen wahrgenommen fühlt. Mitarbeiter wollen nicht nur Lohn und Incentives, sondern echte Perspektiven. Weiterentwicklung heißt das Schlüsselwort zur Motivation. Je besser Sie Ihre interne Kundschaft kennen, desto eher erkennen Sie Stärken und Schwächen des Einzelnen. Der Blick von außen hilft hier oft, um Potenziale zu erkennen. Wer sich mit seinen Stärken wahrgenommen fühlt und diese einsetzen darf, also mit seinem Instrument zum perfekten Klang des Orchesters beitragen kann, der hat keinen Anlass, das Orchester zu wechseln.

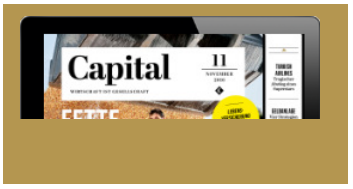
#6 KUNDENNÄHE DURCH INTENSIVE INTEGRATION

Ambitionierte Mitarbeiter kommen heute nicht mehr allein wegen des Gehalts in die Firma, sondern weil sie mitgestalten wollen. Ihre Kundschaft braucht Interaktion: sie will nicht nur mitwirken, sondern mitdenken und mitentwickeln. Beziehen Sie Ihre interne Kundschaft in Ihre Gedankenwelt von morgen mit ein, involvieren Sie sie in die Entwicklung von Strategien. Wenn Sie intern die besten Möglichkeiten zur Einbindung schaffen, schaffen Sie gleichzeitig die optimalen Voraussetzungen dafür, sich extern gegen Ihre Mitbewerber durchzusetzen und die Kundschaft dauerhaft für sich zu gewinnen.

Michael Welz ist Gründer und Geschäftsführer des Unternehmer-Netzwerks Passion for People mit Sitz in Stuttgart. Diese Allianz aus inhabergeführten Personal-und Unternehmensberatern wurde u.a. in der Kategorie „Client Experience“ als beste Personalberatung Deutschlands ausgezeichnet und erhielt in diesem Jahr auch das Top 100-Siegel für sein innovationsförderndes Top-Management. Mehr unter www.passionforpeople.de

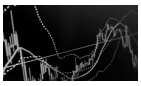
---

ARTIKEL ZUM THEMA



AUS DEM NETZWERK LIGATUS

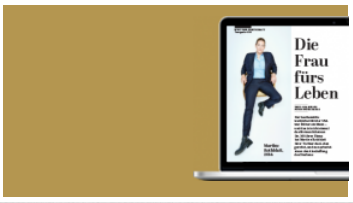
N-TV.DE
Darauf Müssen Immobilienkäufer Achten


ONVISTA.DE
DAX: Index Zieht Kaum Mit...

CHEFKOCH.DE
Top 50: Neue Vegetarische Hauptgerichte

ESSEN-UND-TRINKEN.DE
Aprikosen-Käse-Kuchen

Anzeige

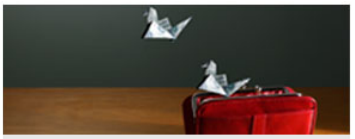


IHRE PERSÖNLICHEN FINANZEN

Mit unseren Rechnern und Vergleichen finden Sie die besten Konditionen.

- TAGESGELD-VERGLEICH
- FESTGELD-VERGLEICH
- GIROKONTO-VERGLEICH
- SPARBRIEF-VERGLEICH
- RATENKREDIT-VERGLEICH
- AUTOKREDIT-VERGLEICH
- DEPOTBANK-VERGLEICH
- RENDITE-RECHNER
- FORWARD-VERGLEICH

IHRE EIGENEN VIER WÄNDE


Sie wollen bauen oder Wohneigentum erwerben? Unsere Rechner und Vergleichstools weisen den Weg zum besten Angebot.

- BAUGELD-VERGLEICH
- FORWARD-VERGLEICH