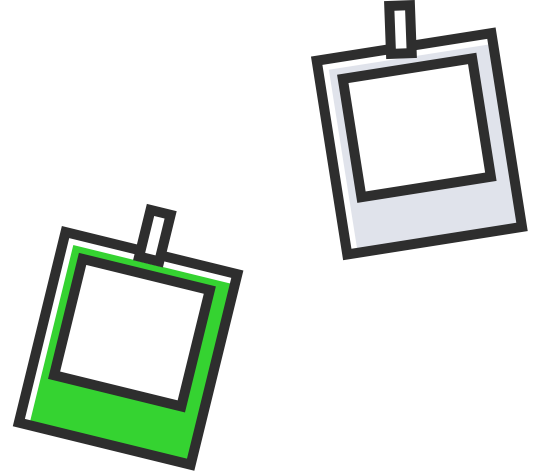


Corporate Influencing – Ihre Mitarbeiter als Markenbotschafter



Sicher wissen Sie bereits, was *Influencer* sind, also berühmte oder bekannte Personen, die mit Ihrer Reichweite – meist in Social Media – Produkte oder Dienstleistungen bewerben und dafür von ihren Auftraggeber/-innen entlohnt werden. Die Besonderheit von Influencern gegenüber herkömmlichen Werbeformen ist die Nahbarkeit der Werbenden zu ihren Fans. Beworbene Produkte werden nicht als Werbung, sondern eher als Empfehlung wahrgenommen. Im Unternehmens-Kontext können Sie sich den gleichen Mechanismus zu nutze machen, jedoch nicht mit bekannten Persönlichkeiten, sondern mit Ihren Mitarbeiter/-innen.

Jede/r kann Markenbotschafter sein

In einem durch Fachkräftemangel geschwächten Arbeitsmarkt sind Nachwuchstalente heiß begehrt und schwer zu finden. Viele potentielle Kandidat/-innen sind nicht aktiv auf der Suche nach einem neuen Job und somit über Stellenanzeigen schwierig zu erreichen. Diese Kandidat/-innen erreichen Sie mit sogenannten Corporate Influencern - Mitarbeiter/-innen, die sich so sehr mit Ihrem Unternehmen identifizieren, dass Sie Ihre Botschaft freiwillig nach außen tragen.

Freiwilligkeit ist hier das Stichwort. Suchen Sie nach Personen unter Ihren Mitarbeitenden, die aufgeschlossen und im Idealfall schon in den sozialen Medien aktiv sind. Im Prinzip kann jede/r Mitarbeiter/in Corporate Influencer werden. Entgegen der Vermutung, es brauche hierfür ein großes Netzwerk, ist eher die Qualität als die Quantität entscheidend, um zu überzeugen. Corporate Influencing funktioniert dabei sowohl online als auch offline in direkten Gesprächen.

Ihre Vorteile

- ✓ Corporate Influencing ist das neue Empfehlungsmarketing
- ✓ Steigerung der Aufmerksamkeit durch mehr Relevanz
- ✓ auf Vertrauen basierte Kommunikation
- ✓ Anders als bei anderen Marketing-Aktivitäten entsteht ein Dialog



To Do's

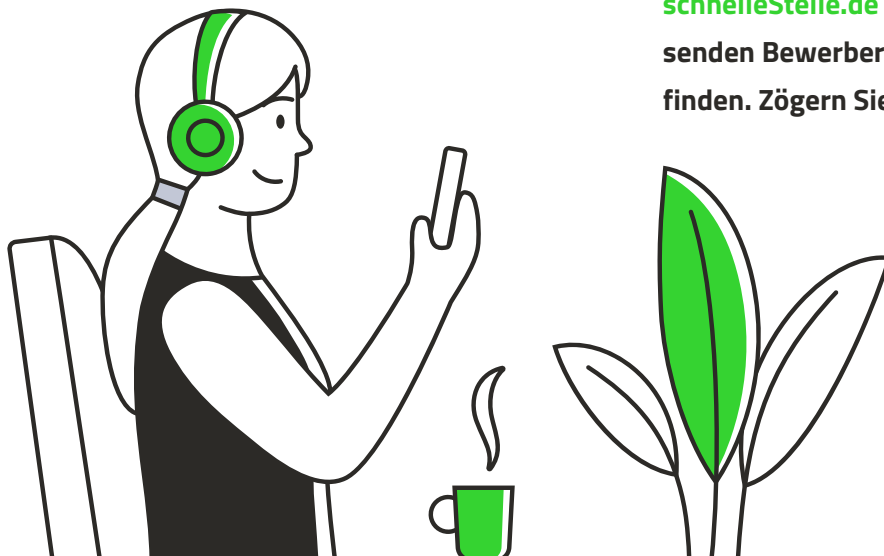
Um Corporate Influencing effizient einzusetzen, sollten Sie folgendes beachten:

- ✓ Beteiligen Sie Marketing, Kommunikation und Personalbereich daran, eine geeignete Strategie für Ihre Corporate Influencer zu finden. Überlegen Sie sich, wie Sie Ihre Influencer unterstützen können, um Ihre Botschaft nach außen zu transportieren.
- ✓ Corporate Influencer müssen klar kommunizieren, dass sie in ihrem eigenen Namen und nicht im Auftrag des Unternehmens sprechen.
- ✓ Unterstützen Sie (oder mithilfe Ihrer Marketing-Abteilung) Ihre Influencer mit vordefiniertem Content bzw. Botschaften, die Sie gern verbreiten würden. So ist ein gewisser Grundstein für die Kommunikation gelegt. Sie sollten Ihren Influencern aber weitgehend Freiraum lassen, um die Glaubwürdigkeit nicht zu gefährden.
- ✓ Setzen Sie auf Freiwilligkeit. Nur so kann eine glaubwürdige Kommunikation der Botschaft entstehen.



Die neue Art der Unternehmenskommunikation

In den sozialen Medien haben Unternehmen ihre Kommunikationshoheit längst verloren. Doch mit Corporate Influencern, also internen Markenbotschaftern, können Sie Ihrem Unternehmen in den sozialen Medien eine authentische Stimme geben. Diese neue Art der Unternehmenskommunikation sollte nicht vernachlässigt werden, da sie nachhaltig Vertrauen schafft und auch in Zukunft immer mehr an Bedeutung gewinnen wird.



Fazit

Mit Corporate Influencing steigern Sie die Aufmerksamkeit potentieller Bewerber/-innen durch Relevanz und glaubwürdige Kommunikation. Ihre internen Markenbotschafter/-innen verleihen Ihrem Unternehmen ein Gesicht und steigern damit die Reputation und Attraktivität. Sowohl online als auch offline können Sie so authentisch neue Mitarbeitende gewinnen.

Neben Corporate Influencing erreichen Sie passive Kandidat/-innen z.B. mit gezielter **Anzeigenschaltung in sozialen Netzwerken oder über die effektive Kandidaten-Suche und -Ansprache **Active Sourcing**. Wir von **schnelleStelle.de** geben alles, um Ihre passenden Bewerberinnen und Bewerber zu finden. Zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren.**

Ihr Ansprechpartner:

Michael Volosinovszki
Teamleiter Vertrieb

T +49(0) 341-25 66 98 21

F +49(0) 341-25 66 98 30

michael.volosinovszki@schnellestelle.de

