



## Inhalt

<b>Vorwort der Herausgeber .....</b>	<b>9</b>
<b>Über dieses Buch .....</b>	<b>11</b>
<b>0. Warum Mitarbeiter-Marketing? .....</b>	<b>15</b>
0.1. Die Herausforderungen der Praxis .....	15
0.2. ... mit Mitarbeiter-Marketing meistern.....	18
<b>1. Schritt: Strategiebestimmung .....</b>	<b>21</b>
1.1. Überblick .....	21
1.2. Strategien.....	22
1.2.1. Die Verknappungsstrategie .....	22
1.2.2. Die USP-Strategie .....	24
1.2.3. Die Resistenz-Strategie .....	26
1.2.4. Die Sucht-Strategie .....	28
1.2.5. Die Kannibalisierungsstrategie .....	30
1.2.6. Die Kostenführer-Strategie .....	32
1.2.7. Die Qualitätsführer-Strategie .....	34
1.2.8. Die Job-by-Job-Strategie .....	36
1.2.9. „If you can't beat them ...” .....	38
1.2.10. Kreativ-Korb .....	40
1.3. Umsetzung .....	44
<b>2. Schritt: Marktanalyse .....</b>	<b>45</b>
2.1. Überblick .....	45
2.2. Methoden .....	46
2.2.1. Das Mitarbeiter-Panel .....	46
2.2.2. Das Zufriedenheitsbarometer .....	48
2.2.3. Die Fokus-Gruppe .....	50
2.2.4. Das Telefoninterview .....	52
2.2.5. Der SPQ-Index .....	54
2.2.6. Der Ballon-Test .....	56
2.2.7. Die Delphi-Methode.....	58
2.2.8. Conjoint Measurement.....	60
2.2.9. Psychologische Marktsegmentierung .....	62

2.2.10. Kreativ-Korb .....	64
2.3. Umsetzung .....	72
<b>3. Schritt: Angebotsgestaltung .....</b>	<b>73</b>
3.1. Überblick .....	73
3.2. Methoden .....	74
3.2.1. Die Ideen-Expedition .....	74
3.2.2. Hybrid-Arbeiten .....	76
3.2.3. Shaping .....	78
3.2.4. Arbeitsplätze mit Zweitnutzen .....	80
3.2.5. Der Convenience-Ansatz .....	82
3.2.6. HR Management by branding .....	84
3.2.7. „Mein Name ist Bond“ .....	86
3.2.8. Der Jobtest .....	88
3.2.9. Category HR Management .....	90
3.2.10. Kreativ-Korb .....	93
3.3. Umsetzung .....	96
<b>4. Schritt: Kommunikation .....</b>	<b>97</b>
4.1. Überblick .....	97
4.2. Methoden .....	98
4.2.1. Der Kommunikationscheck .....	98
4.2.2. Das Interaktive Mailing .....	100
4.2.3. Das Preisausschreiben .....	102
4.2.4. Der Kommunikationsgutschein .....	104
4.2.5. Der Jägermeister-Ansatz .....	106
4.2.6. Business TV .....	108
4.2.7. Das Arbeitsplatz-Muster .....	110
4.2.8. Die interaktive Stellenanzeige .....	112
4.2.9. Der Werbe-Wettbewerb .....	114
4.2.10. Kreativ-Korb .....	116
4.3. Umsetzung .....	120
<b>5. Schritt: Verkauf .....</b>	<b>121</b>
5.1. Überblick .....	121
5.2. Methoden .....	122
5.2.1. HRM-Partner-Marketing .....	122
5.2.2. Meinungsführer-Management .....	124
5.2.3. Effective-Employee-Response .....	126
5.2.4. Electronic HRM .....	128
5.2.5. Das Personnel Call Center .....	130
5.2.6. Der Preis ist heiß: Die Strategie .....	132
5.2.7. Der Preis ist heiß: Die Maßnahmen .....	134
5.2.8. Der Preis-Test: Testen Sie selbst! .....	136
5.2.9. Event Working .....	138
5.2.10. Kreativ-Korb .....	140
5.3. Umsetzung .....	142
<b>6. Schritt: Distribution .....</b>	<b>143</b>
6.1. Überblick .....	143
6.2. Methoden .....	144
6.2.1. Elektronische Dialog-Säulen .....	144
6.2.2. Der virtuelle Simulator .....	146
6.2.3. Das echte Internet .....	148
6.2.4. Die Arbeitsplatz-Messe .....	150

6.2.5. Der Firmen-Shop .....	152
6.2.6. Department Outlets .....	154
6.2.7. Das Modell Z1 .....	156
6.2.8. Die virtuelle Personalabteilung .....	158
6.2.9. Der Arbeitsplatz-Katalog .....	160
6.2.10. Kreativ-Korb .....	162
6.3. Umsetzung .....	164
<b>7. Schritt: After-Sales-Service .....</b>	<b>165</b>
7.1. Überblick .....	165
7.2. Methoden .....	166
7.2.1. Der Konsonanz-Verstärker .....	166
7.2.2. Months & More .....	168
7.2.3. Die Gebrauchsanleitung .....	170
7.2.4. Die Arbeitsplatz-Garantie .....	172
7.2.5. Das Service-Scheckheft .....	174
7.2.6. Das Lachen der Sieger .....	176
7.2.7. Das Produkttraining .....	178
7.2.8. Die Welcome-Back-Party .....	180
7.2.9. Der AEG-Effekt .....	182
7.2.10. Kreativ-Korb .....	184
7.3. Umsetzung .....	188
<b>8. Den Erfolg sichern .....</b>	<b>189</b>
8.1. Die Erfolgsfaktoren .....	189
8.2. Das Frühwarnsystem .....	192
<b>9. Mitarbeiter-Marketing und mehr .....</b>	<b>194</b>
9.1. Der interne Arbeitsmarkt .....	194
9.2. Employability: Der zweite Weg .....	196
9.3. Fragen & Antworten zur Anwendung .....	198
<b>10. Anhang .....</b>	<b>201</b>
10.1. Schlagworte .....	201
10.2. Unternehmen .....	216
10.3. Literatur .....	220