

Neue Herausforderungen im Employer Branding

Wie Digitalisierung und Homeoffice den Aufbau von Arbeitgebermarken verändert haben

Dieses Buch beschreibt Trends bei der Bildung von Arbeitgebermarken, die aus den Folgen der Pandemie, aus Homeoffice, Digitalisierung, Arbeitskräftemigration und dem Einsatz von KI resultieren. Der Fachkräftemangel ist mitten in unser aller Leben angekommen. Die besten Köpfe haben den Wettlauf für sich entschieden, woraus sich nachhaltige Veränderungen ergeben – sowohl auf Arbeitgeber- als auch auf Arbeitnehmerseite. Für Unternehmen bestehen die neuen Herausforderungen in der Strategieentwicklung und der Synchronisation der höheren Unternehmenszwecke (Purposes) mit den Werten der Kandidat:innen, insbesondere in der Rekrutierungsphase, beim Onboarding und der Mitarbeiterbindung. Die Autoren erläutern gut nachvollziehbar, wie Führungskräfte neue Managementmethoden umsetzen müssen und welche Konsequenzen sich für Unternehmenskultur und interne Kommunikation insgesamt ergeben. Den kostenlosen Zugang zum Online-Kurs finden Sie direkt im Buch.

Dieses Buch beschreibt Trends bei der Bildung von Arbeitgebermarken, die aus den Folgen der Pandemie, aus Homeoffice, Digitalisierung, Arbeitskräftemigration und dem Einsatz von KI resultieren. Der Fachkräftemangel ist mitten in unser aller Leben angekommen. Die besten Köpfe haben den Wettlauf für sich entschieden, woraus sich nachhaltige Veränderungen ergeben – sowohl auf Arbeitgeber- als auch auf Arbeitnehmerseite. Für Unternehmen bestehen die neuen Herausforderungen in der Strategieentwicklung und der Synchronisation der höheren Unternehmenszwecke (Purposes) mit den Werten der Kandidat:innen, insbesondere in der Rekrutierungsphase, beim Onboarding und der Mitarbeiterbindung. Die Autoren erläutern gut nachvollziehbar, wie Führungskräfte neue Managementmethoden umsetzen müssen und welche Konsequenzen sich für Unternehmenskultur und interne Kommunikation insgesamt ergeben. Den kostenlosen Zugang zum Online-Kurs finden Sie direkt im Buch. Der Inhalt - Werte als Ausgangspunkt der neuen Employer-Branding-Strategie - Arbeitgeberversprechen unter den geänderten Vorzeichen neu formuliert - Herausforderungen u.a. durch Arbeitskräftemigration, künstliche Intelligenz und Robotik Die Autoren Dr. Wolfgang Immerschitt ist Direktor des Employer Branding Institutes, Salzburg, selbständiger Kommunikationsmanager, Universitätsdozent und Speaker sowie Autor von sieben Fachbüchern. Prof. Dr. Marcus Stumpf ist Direktor des Employer Branding Institutes, Frankfurt am Main, wissenschaftlicher Leiter des Kompetenzzentrums Marketing und Sales Management (KCMS) der FOM Hochschule in Frankfurt am Main, Speaker sowie Autor von 14 Fachbüchern.



29,98 €

26,06 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658394639

Medium: Buch

ISBN: 978-3-658-39463-9

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 29.11.2022

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2022

Serie: essentials plus online course

Produktform: Medienkombination

Gewicht: 102 g

Seiten: 55

Format (B x H): 148 x 210 mm

