

HEY VERA ...

**... welche internen Stakeholder
sollte ich ins EB-Projekt
einbinden?**

Warum ist das wichtig?

Häufig wird das Employer-Branding-Projekt durch eine:n Projektleiter:in im HR ge-managed.

Spätestens, wenn es losgeht, stellt sich die Frage, wen man mit ins Team holt, damit das Projekt intern ausreichend Schlagkraft bekommt.

CorpComm

Zentral, um das Thema intern auf den richtigen Kanälen intern möglichst übergreifend zu kommunizieren.

Am besten Integration ins Projektteam, um eine professionelle und offizielle Kommunikation sicherzustellen.

Am besten eine Person, die mit der operativen Umsetzung selbst vertraut ist (statt Leitungsebene).

Marketing

Integration ins Projektteam von Beginn an, um Akzeptanz & Verständnis für die später extern zu vermarktende EVP zu erhöhen. Sonst ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass es später zu Missverständnissen oder Territorienkämpfen kommt.

Ein früher Schulterschluss wirkt Silodenken entgegen und bringt kreative Impulse für die interne & externe Projektkommunikation.

Betriebsrat

Grad die Stakeholder, die als kritische Stimmen fungieren könnten, sollten intensiv & frühzeitig involviert werden.

Das Gute: ein Employer-Branding-Projekt fördert **Partizipation & Zusammenhalt**.

Und da **keine personenbezogenen Daten** erhoben werden, ist der BR meist schnell an Bord.

Management

Es ist **wichtig**, dass das Management sich nicht nur auf Budgetfreigaben **committed**, sondern **inhaltlich dahintersteht** und das Ergebnis als Selbstverpflichtung begreift.

In der Erstabstimmung deutlich machen, dass es sich hier nicht um irgendein HR-Projekt handelt, sondern um **ein Thema von langfristiger, unternehmensstrategischer Relevanz**.

“

Du willst gute Beratung?
Dann bist Du bei mir richtig!



”



vera.koltermann@lucky-you.net