

# Inhaltsverzeichnis

<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