

Dein Baukasten für *konkurrenzlose* Arbeitgeberangebote

Dein Arbeitgeberangebot ist ein maßgeblicher Faktor für deinen Recruiting Erfolg. Vorallem in der ersten Phase des Recruitings - der Differenzierungsphase - ist deine Aufgabe die Wechselhürde eines potentiellen Mitarbeiters auszuhebeln indem Du ein starkes, konkurrenzloses Angebot kommunizieren kannst. Je besser dein Angebot, desto mehr wird sich das Investment in reichweitenstarke Marketingkampagnen lohnen.

Viel Erfolg bei der Umsetzung!



Fakt #1

Eine Untersuchung von Deloitte aus dem Jahr 2022 hat ergeben, dass 61% der Millennials und 52% der Generation Z Wert darauf legen, dass ihre Arbeit einen tieferen Sinn hat und sie einen positiven gesellschaftlichen Einfluss haben können. Arbeitnehmer suchen zunehmend nach Arbeitgebern, deren Mission und Ziele mit ihren persönlichen Werten und Überzeugungen übereinstimmen. Dieser Trend spiegelt sich insbesondere in der Nachfrage nach Jobs in Unternehmen wider, die sich für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung einsetzen.

Quelle: Deloitte Global 2022 Millennial and Gen Z Survey.



Fakt #2

Eine Studie von Robert Half aus dem Jahr 2023 zeigt, dass für 67% der befragten Arbeitnehmer das Gehalt und finanzielle Anreize wie Boni oder Gehaltserhöhungen ein entscheidender Faktor bei der Wahl eines Arbeitgebers sind. Insbesondere in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit suchen Arbeitnehmer nach finanzieller Stabilität und schätzen transparente Gehaltsstrukturen sowie faire Entlohnung. Finanzielle Anreize bleiben trotz des gestiegenen Interesses an Work-Life-Balance und Unternehmenskultur ein zentrales Entscheidungskriterium.

Quelle: Robert Half 2023 Salary Guide.



Fakt #3

Die Glassdoor 2023 Workforce Survey zeigt, dass für 77% der Arbeitnehmer die Unternehmenskultur und die Übereinstimmung der Unternehmenswerte mit den eigenen Überzeugungen ein entscheidender Faktor bei der Arbeitgeberwahl sind. Mitarbeiter suchen zunehmend nach Arbeitgebern, deren Werte wie Nachhaltigkeit, Diversität und soziale Verantwortung im Einklang mit ihren persönlichen Überzeugungen stehen. Diese Tendenz ist besonders ausgeprägt in Branchen mit hohem Fachkräftemangel, wo Arbeitnehmer mehr Auswahlmöglichkeiten haben.

Quelle: Glassdoor 2023 Workforce Survey.



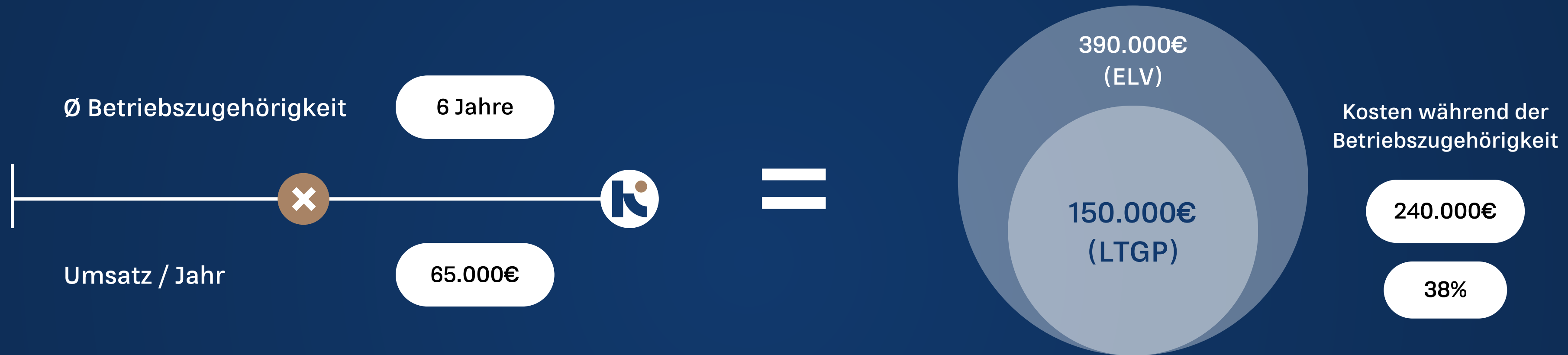
Schritt 1 - Überblick

Zunächst solltest du einen Überblick über die Kategorien bekommen, aus denen sich ein starkes Arbeitgeberangebot zusammensetzt. In der Grafik siehst du die 4 C's: Cash, Career, Craft & Culture. Kombiniert bestimmen sie den Erfolg im Recruiting und der Mitarbeiterbindung maßgeblich mit.

- Cash bildet die Möglichkeiten ab, neben dem geregelten Grundgehalt am Unternehmenserfolg zu partizipieren. Von leistungsbezogen bis verantwortungsorientiert beleuchten wir verschiedene Vergütungsoptionen.
- Craft bezieht sich auf das Handwerk und die Leidenschaft für den Beruf - welche Ressourcen fördern die passionierte Entwicklung deiner Mitarbeiter?
- Culture regelt das Maß der Identifikation und des Zusammenhalts des Unternehmens. Sie hat aber ebenfalls Auswirkung auf die Produktivität.
- Career umfasst mögliche Karrierewege - je klarer diese ausgeprägt und kommuniziert sind, desto einfacher fällt es Mitarbeitern, die Erwartungen der Vorgesetzten zu erfüllen



Schritt 2 - Ist erfassen



Life Time Gross Profit (LTGP)

150.000€



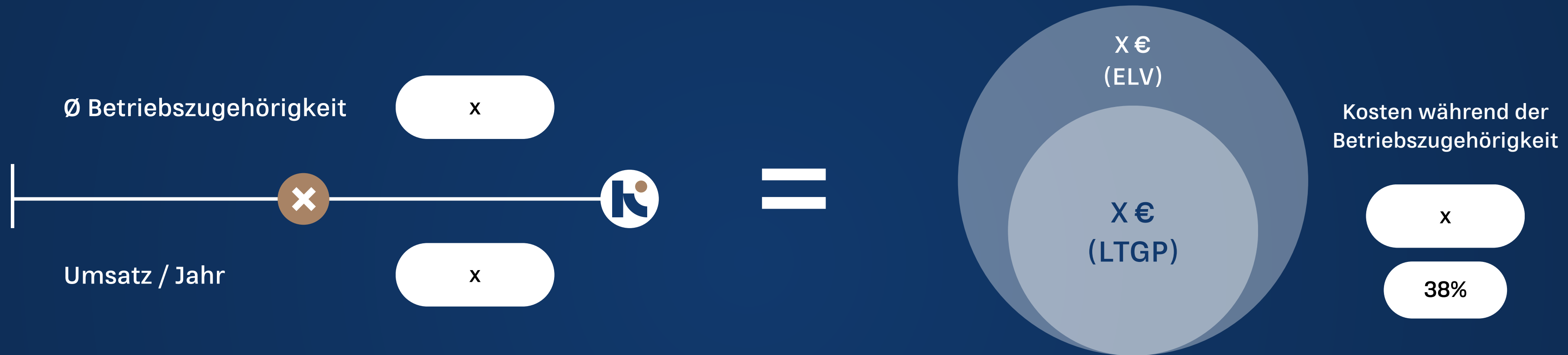
Akquisekosten (EAC)

15.000€



1 : 10

Schritt 3 - Zielsetzung



Life Time Gross Profit (LTGP)

x



Akquisekosten (EAC)

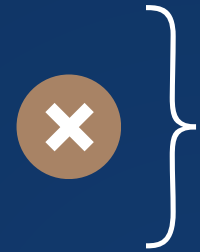
x



1 : X

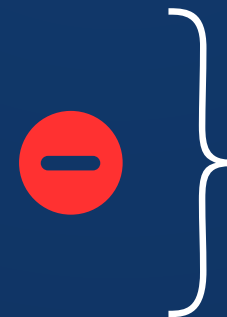
Beispielrechnung

- Ø Betriebszugehörigkeit = 6 Jahre
- Umsatz pro Jahr (Mitarbeiter X) = 65.000€



} = Employer Lifetime Value (ELV) = 390.000€

- Kosten pro Jahr je Mitarbeiter = 40.000€
- Employer Lifetime Value (ELV) = 390.000€
- Kosten im Zeitraum der Betriebszugehörigkeit = 240.000€

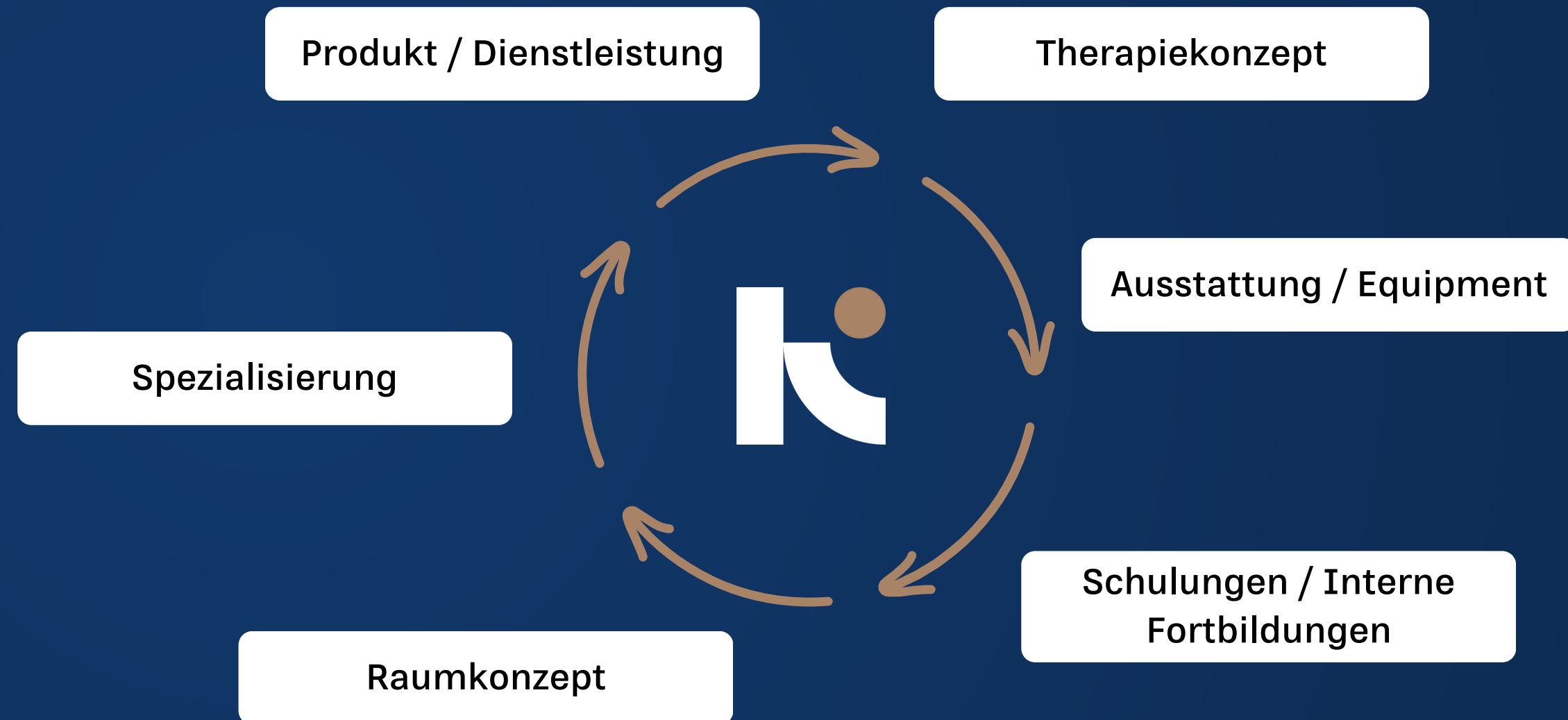


} = Lifetime Gross Profit (LTGP) = 150.000€

Schritt 4 - Craft

Craft bezieht sich auf das Handwerk und die Leidenschaft für den Beruf - welche Ressourcen fördern die passionierte Entwicklung deiner Mitarbeiter?

- Welche Voraussetzungen bringen die Leidenschaft gegenüber dem Handwerk zum glühen?
- Welche Formate fördern die Profession der Mitarbeiter?
- Welches Equipment fördert die Professionalität der Dienstleistung?



Schritt 5 - Cash

Heutzutage stehen uns unzählige Vergütungsbausteine zur Verfügung. Alle haben ihre Vor- und Nachteile. Um für die Vergütungsfrage zu eröffnen, sollte man zunächst die Frage klären, welchen Anteil ein Mitarbeiter an seinem eigenen Umsatz und welchen Anteil am geplanten EBIT haben soll.

Diese Frage ist individuell und nicht pauschal zu beantworten. Dies sollte gut durchdacht sein.

Als Orientierungshilfe lässt sich sagen, dass ein Mitarbeiter 1/3 seines Umsatzes verdienen sollte, um betriebswirtschaftlich für alle möglichen Individualitäten gerüstet zu sein.

Bei Tätigkeiten, die nicht direkt Umsatz produzieren gilt: Der Wert deiner Zeit, wenn du die Aufgabe selbst erfüllen würdest, geteilt durch 2 bis 3 als gerechtfertigt.

Grundgehalt

Provision?

Bonis / Weihnachtsgeld etc.

Benefits

Teamreisen / Events



Schritt 6 - Career

PROFESSIONS - ORIENTIERT

Dieser Karriereweg ist Organisationsorientiert. Die Kernkompetenzen des Mitarbeiters sollten überdurchschnittliche fachliche Expertise sowie die Organisation und Prüfung von Qualitätsmerkmalen der Praxis sein.

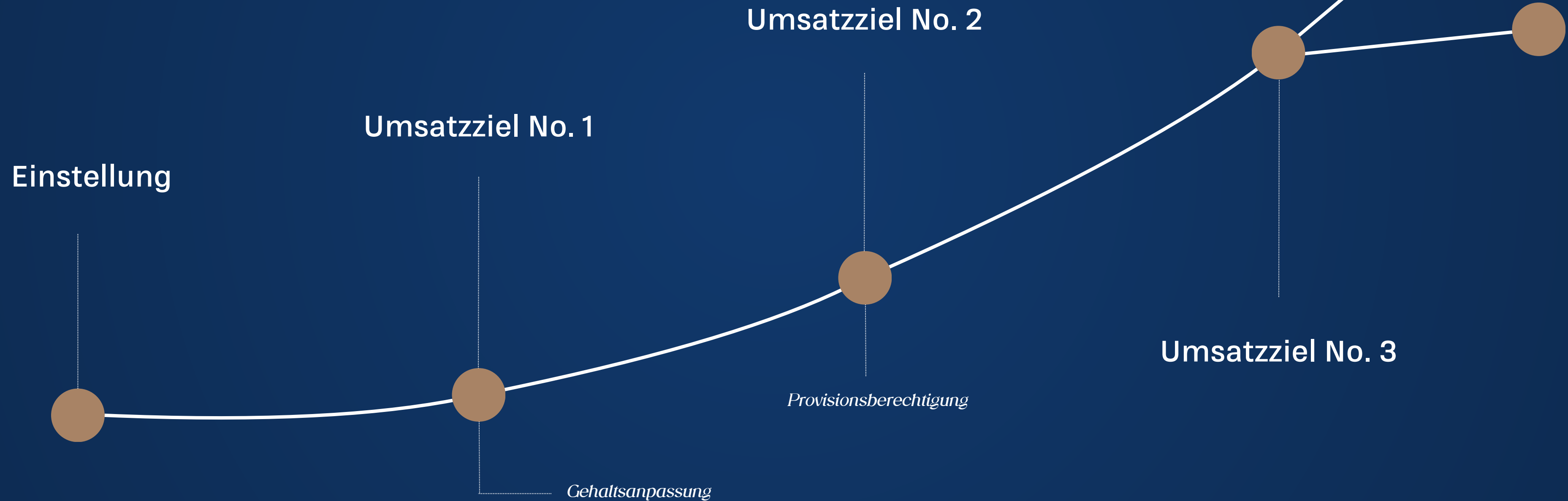
LEISTUNGSBEZOGEN

Dieser Karriereweg hat eine starke Umsatzorientierung. Die wichtigsten Tools & Stellschrauben sind das Verordnungsmanagement, Provisionsstrukturen sowie die Wochenarbeitszeit

KARRIEREORIENTERT

Dieser Karriereweg hat eine besondere Managementorientierung inne. Das bedeutet, dass vor allem Führungs- & und Teamsystematik im Vordergrund stehen. Ein Gemeinsamer Ziel kann eine Praxisbeteiligung sein.

Career - Leistungsbezogen



AGENTUR KRÜGER

Career - Karriereorientiert

Einstellung

Meilenstein No. 1

Meilenstein No. 2

Benefit

Benefit

Benefit

Teamverantwortung

AGENTUR KRÜGER



Schritt 7 - Culture

Die Unternehmenskultur in deinem Unternehmen ist maßgeblich dafür verantwortlich, ob sich deine Mitarbeiter mit dem Arbeitsplatz identifizieren können und hat somit enormen Einfluss auf deren Leistungsbereitschaft und die durchschnittliche Verweildauer in deinem Unternehmen.

Eine Unternehmenskultur ist ein lebendiger Organismus, bei dem man auf jedes Organ und jede Struktur behutsam acht geben sollte.

Genauso wie bei der Gesundheit des Menschen, lässt sich eine Toolbox an Interventionen für verschiedene Beschwerdebilder und Anforderungen aufbauen, die den Organismus an verschiedensten Stellen stärken und trainieren kann.

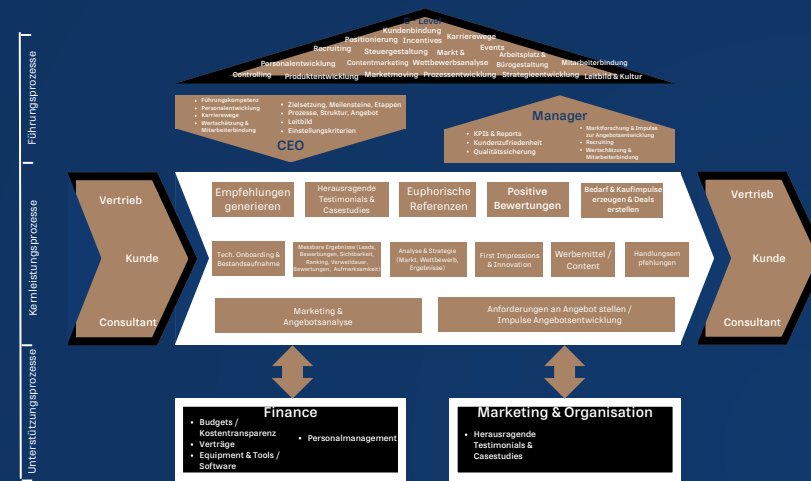


AGENTUR KRÜGER

Culture - Toolbox



Ebenen der Zielsetzung



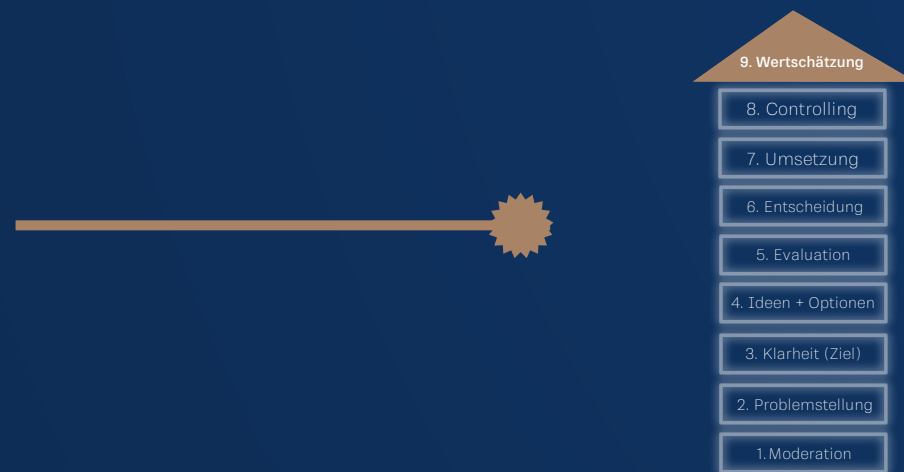
Prozesslandkarten



Rituale



Entwicklungsstufen



Evaluation	Therapieplanung	Betriebswirtsch aftliches Wissen	Personalmana gement	Orga	Fachliches Wissen	Forschung / Weiterbildung
Weitblick	Kommunikation	Empathie	Verantwortung	Kritikfähigkeit	Motivation und Drive	Resilienz



Kommunikation



Regelwerke & Workinghabbits



Werte



AGENTUR KRÜGER

MARKETING & LEADERSHIP

um 15:30 geht es weiter!



Das ist uns eine große Hilfe!



*Die beste Bewertung gewinnt das nächste
Strategietag Ticket im Wert von 1.500€*