

Armin Trost

Talent Relationship Management

Personalgewinnung in Zeiten des Fachkräftemangels

Mit 48 Abbildungen und IOTabellen

|y Springer

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Die zukünftige Arbeitsmarktsituation	7
3	Talent Relationship Management im Überblick	17
3.1	Talentfokus	18
3.2	TRM ist strategisch und langfristig	19
3.3	Aktive Arbeitgeber werben um passive Kandidaten	20
3.4	Zielgruppenfokus	20
3.5	Bausteine eines TRM	21
4	Definition relevanter Zielgruppen	25
4.1	Schlüssel- und Engpassfunktionen	26
4.2	Herausforderungen und Kompetenzen	34
4.3	Zulässige Kompetenz-Gaps	36
4.4	Relevante Zielgruppen im Arbeitsmarkt	40
4.5	Strategische Personalplanung	43
5	Das Arbeitgebersprechen	49
5.1	Die Zielgruppe im Fokus	51
5.2	Entwicklung einer Employee Value Proposition	54
5.3	Von der EVP zur zielgruppenspezifischen Botschaft	59
5.4	Kommunikation des Arbeitgebersprechens	62
5.5	Social Media	64
5.6	Employer PR	74
6	Aktive Suchstrategien	79
6.1	Ausgangsüberlegungen und Überblick	80
6.2	Social Community Recruiting	82
6.3	Mitarbeiter werben Mitarbeiter	87
6.4	Campus Recruiting	97
6.5	Talent Scouting	109
6.6	Competitive Intelligente	114
6.7	Guerilla Recruiting - außergewöhnliche Maßnahmen	115
6.8	Fazit und abschließende Empfehlungen	120
7	Kandidatenbindung	123
7.1	Der Kandidatenbindungszyklus	124
7.2	Entwicklung eines Talent-Pools	126
7.3	Bindungsmaßnahmen	130
7.4	Dokumentation	137
7.5	Talent Communities	141
8	Die positive Bewerbererfahrung	145
8.1	Geschwindigkeit, Transparenz und Wertschätzung	146

X	Inhaltsverzeichnis	
8.2	Der Recruiting-Prozess	.151
8.3	Durchgängigkeit	.160
8.4	Erfolgsmessung durch Bewerberbefragung	.163
9	Rahmenbedingungen	.167
9.1	Verpflichtung der Geschäftsführung	.168
9.2	Organisationale Bedingungen	.174
9.3	Informationstechnologie	.180
9.4	TRM im internationalen Kontext	.183
9.5	Der monetäre Nutzen	.188
10	Fazit	.197
	Literatur	.201
	Stichwortverzeichnis	.207