

Auf dieser Seite läßt die „möbel kultur“ Personal- und Unternehmensberater zu Problemen des Personalmarketings zu Wort kommen.

Die digitale Handels-Revolution



Dipl.-Kfm. Andreas Erbenich
Personalberater im Handel

Die Euphorie um Internet und E-Commerce scheint ungebrochen. Die jüngere Vergangenheit schreibt Erfolgsgeschichten, mahnt aber Unternehmensverantwortliche, betriebswirtschaftliche Grundsätze nicht über Bord zu werfen. Haben Unternehmen wie der Otto-Konzern oder die Metro-Tochter Primus-Online Erfolge zu vermelden, sorgen spektakuläre Pleiten wie z.B. boo.com für Nachdenklichkeit. Dabei versetzt gerade hier die Illusion eben Berge.

Stationärer Handel versus Internet-Shops

Verfolgt man die aktuelle Diskussion, so stellt man fest, daß gerade derzeit ein Glaubenskrieg Filiale gegen Internet ausgefochten wird. Ein Ergebnis ist hier sicherlich die Einsicht, daß die richtige Strategie, die konsequente Umsetzung oder einfach nur Kostenkontrolle wesentlich zum Wohl und Wehe beitragen. Schließlich soll E-Commerce zu Sicherung und Ausbau der vorhandenen Marktanteile und nicht zur Wertvernichtung führen.

Sieht man Online-Konzepte und die elektronischen Shops als neuen Vertriebstyp, so werden vor dem Hintergrund des notwendigen Technik-Einsatzes neue Aufgaben geschaffen. Es ergeben sich veränderte konkrete Anforderungen an die Qualifikation und Kenntnisse der hier Tätigen.

Die öffentliche Diskussion über den Fachkräftemangel im EDV-Bereich gilt auch für die Möbelwirtschaft. Selten zuvor bedurfte es solch großer Anstrengungen, um hochqualifizierte Fach- und Führungskräfte zu gewinnen. Und dies, obwohl die Unternehmen ihre Personalmarketing-Aktivitäten verstärken, traditionelle Methoden der Personalsuche modifizieren und neue Instrumente erschließen.

Erfolgreich im Wettbewerb um die Besten

Mit der Entscheidung für die Gestaltung eines elektronischen Kommunikations- bzw. Vertriebsweges muß es vitales Interesse sein, frühzeitig mit der Personalplanung zu begin-

nen. Die kritischen Erfolgsfaktoren sind hierbei:

1. Personalbedarfsplanung einhergehend mit der
2. Definition der Anforderungsprofile und Stellenbeschreibungen
3. Festlegung erfolgsorientierter Wege der Personalbeschaffung
4. Personalentwicklungsmaßnahmen zur Qualifizierung der vorhandenen Mitarbeiter
5. Gestaltung der Organisationsstrukturen aufgrund der veränderten Wertschöpfungskette

Innovatives Personalmarketing

Eine standardisierte Auswahl und eine damit leicht am Bedarf vorbei laufende Einstellung von neuen Mitarbeitern kann sich auf Dauer kein Unternehmen leisten. Unternehmen hingegen, die durch maßgeschneiderte Verfahren die passenden Talente finden, sparen Geld und Zeit und sichern sich einen Zeitvorsprung. Gerade anspruchsvolle Bewerber empfinden kompetent durchgeführte Einstellungsverfahren um vieles angemessener und als ein wichtiges Indiz dafür, mit dem richtigen zukünftigen Arbeitgeber über eine erfolgreiche Zukunft zu sprechen.

Doch wie gestaltet man professionelles Personalmarketing? Auf welche Erfahrungen kann man zugreifen? Wie können Unternehmenswerte in Auswahlkriterien umgesetzt werden? Wie kann bereits bei der Vorauswahl effizient vorgegangen werden? Welche Diagnose-Instrumente sind wirklich treffsicher und welcher Methodenmix ist anzuwenden, um die richtigen Bewerber zu erkennen? Und welche Unterstützung können externe Dienstleister hier bieten?

Diese Fragen sind von den Entscheidungsträgern zu beantworten und zwar richtig, wenn mit E-Commerce als Basis für einen neuen Vertriebstyp Gewinn erwirtschaftet werden soll. Damit es nicht heißt: vor lauter „E“ kein „Commerce“!

Ihr
Andreas Erbenich