

# HR Touchpoint Management

Wenn eine HR Brand aufgebaut und etabliert werden soll, muss sie an möglichst vielen Stellen in der unternehmerischen Wertkette sichtbar werden und für Mitarbeiter oder potentielle Interessenten als konsistent erlebt werden. Für diese Operation eignet sich ein ganzheitliches und abteilungsübergreifendes Touchpoint Management als multidisziplinärer strategischer Ansatz, der eine Optimierung der Performance verfolgt. Ein wirkungsorientiertes HR Touchpoint Management beurteilt alle Maßnahmen (medial und im Marketing) zur Optimierung der Markenkommunikation in ganzheitlicher Weise und schafft daher ein widerspruchsfreies, besonderes Markenerlebnis. Da nicht nur bestehende Mitarbeiter eingebunden werden, sondern an allen Kontaktpunkten gearbeitet wird, werden auch die Kontaktqualität bei „Neukunden“ gesteigert und Kundenbeziehungen erhalten. Letztlich führt ein übergreifendes HR Touchpoint Management zu Einsparungen in Bezug auf Zeit und Kosten sowie steuert Markenprozesse effizienter und effekti-

ver. Zur systematischen Analyse empfiehlt sich ein 360-Grad-Touchpoint-Modell, d.h. alle Kontaktpunkte werden systematisch erfasst, die ein Kunde mit HR-Marke haben kann. Das Modell von Esser und Schelenz differenziert dabei zwischen vier Segmenten (Kultur, Werbung, Einstieg, Bindung).

Unternehmen können anhand dieses Modells relevante Marken-Kontaktpunkte (sog. Touchpoints) analysieren, etwa indem sie deren Values berechnen – dies bezieht sich auf deren Informationswert, Attraktivitätswert und Transaktionswert. In Folge können die Kontaktpunkte miteinander verglichen und entsprechend optimiert werden. Dabei dürfen nicht nur die gesendeten Inhalte des Unternehmens bedacht werden, sondern das, was die Zielgruppen daraus machen. Kundenumfragen, Online-Verhalten oder Feedback-Auswertungen bieten hierbei Aufschluss.

© Bernhard Schelenz, 2014

## Die Touchpoints der HR-Marke (beispielhaft)

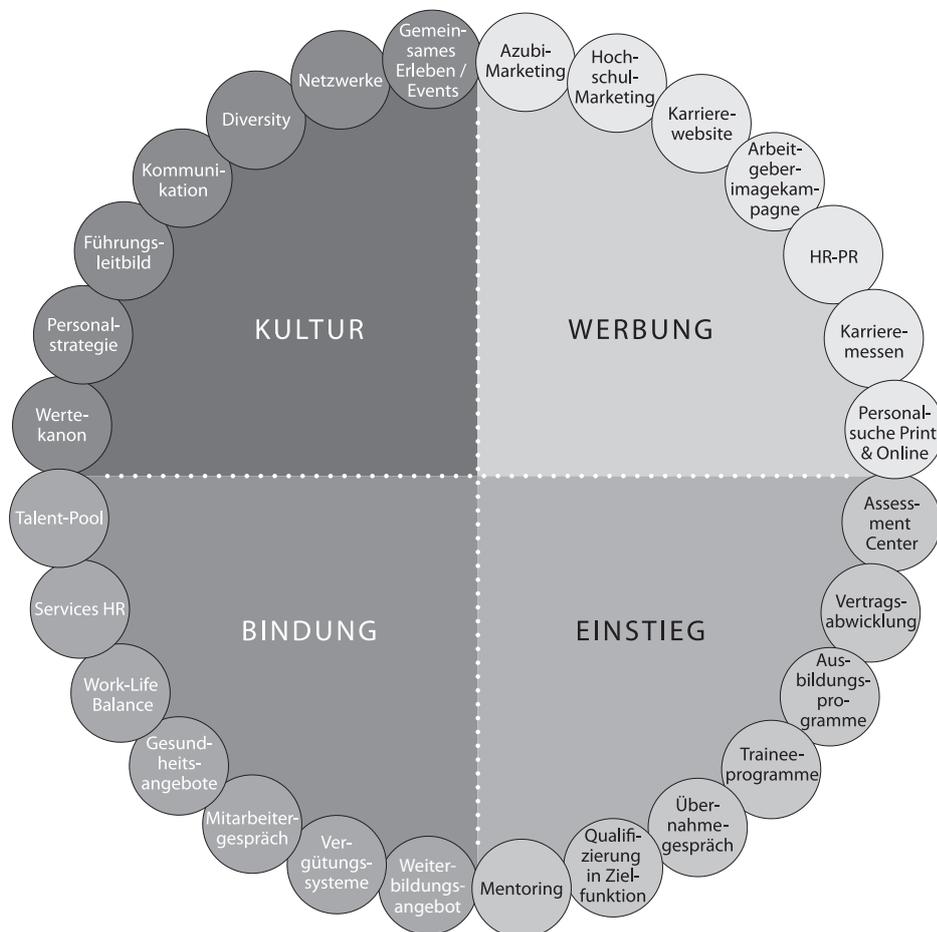


Abb.: Esser, Marco/  
Schelenz, Bernhard:  
Erfolgsfaktor HR Brand,  
Publicis Verlag, 2011.