

BEENDEN SIE IHRE PROBLEME IN INDUSTRIE & HANDWERK

Effizientere **Prozesse**.
Besseres **Marketing**.
Nie wieder **Fachkräftemangel**.

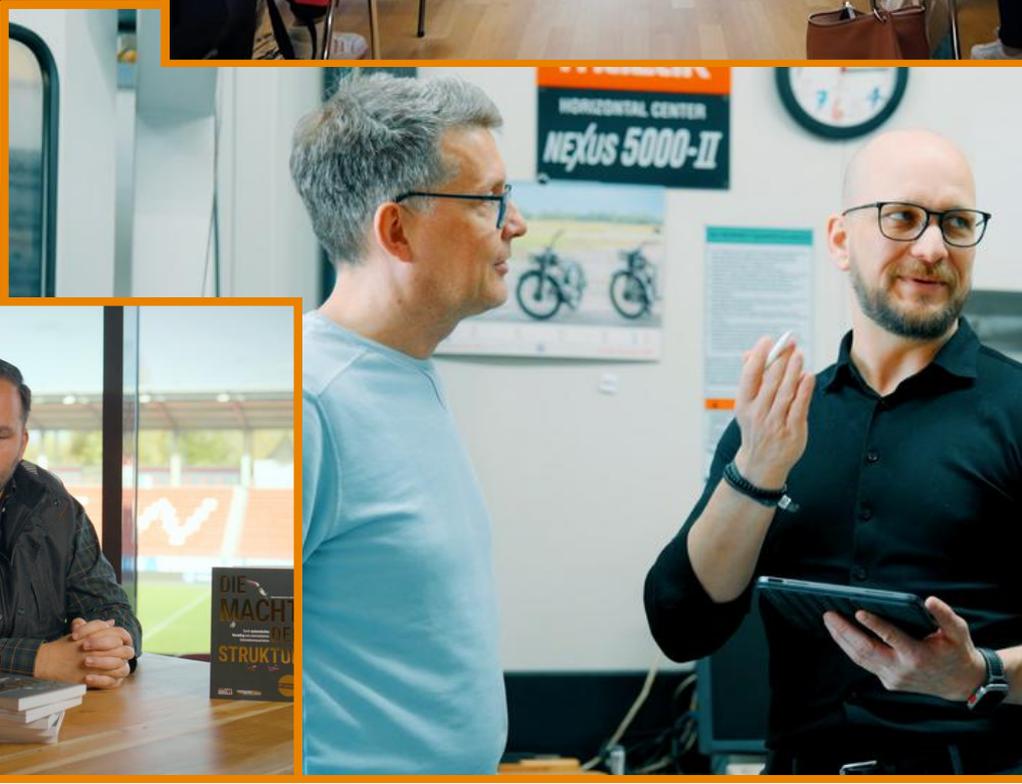
In dieser Broschüre:

Die vier Phasen, um
zur Arbeitgebermarke
zu werden.

4 Unternehmer und
ihre Erfolge mit den
bewährten Strategien

Der Weg der
Hofmann Metall GmbH
zur Unternehmensgruppe





WESHALB ES SICH LOHNT, DIESE BROSCHÜRE ZU LESEN!

Wie die Hofmann Metall GmbH lernte, ihre vier größten Themenblöcke zu lösen	4
Es gibt keinen Fachkräftemangel!	6
Häufig gestellte Fragen	7
Phase 1 - Positionierung / Arbeitgebermarke	9
Phase 1 - Ergebnisse	11
Phase 2 - Marketing	13
Phase 2 - Ergebnisse	14
Phase 3 - Interne Strukturen & Prozesse	16
Phase 3 - Ergebnisse	17
Phase 4 - Digitalisierung	20
Phase 4 - Ergebnisse	22
Phase 4 - KI-Einsatz in Schulungsvideos (z. B. Arbeitsschutz)	24
Testimonials & Empfehlungen	25
Christopher Reinhard - Hofmann Metall GmbH	26
Sven Grötschel - Grötschel Gruppe	27
Norman Borchers - WETABO GmbH	28
Christian Waske - Golden Web Age GmbH	29
Kontakt	30
Ihre Ansprechpartner	33
Impressum	35

VON SCHROTTHÄNDLERN UND BERATUNGSUNTERNEHMEN

Wie die Hofmann Metall GmbH lernte, ihre vier größten Themenblöcke zu lösen:

**Unternehmensstruktur
Kopfmonopole im Unternehmen
Aufbau einer Arbeitgebermarke
Recruiting der richtigen(!) Leute**

Die Hofmann Metall GmbH ist ein inhabergeführtes, sächsisches Metallrecyclingunternehmen.

Anfang des Jahres 2020 befanden wir uns in einer einigermaßen beständigen, aber unbefriedigenden Situation ohne Entwicklungspotenzial.

Die Firma glich einem eingefrorenen Betrieb. Alles folgte einem geregelten Ablauf und jeder wusste genau, worin seine Aufgabe bestand. Es schien unmöglich, neue Entwicklungen oder Innovationen einzuführen, da alle zu tief im Tagesgeschäft steckten und keine Zeit für Veränderungen aufbringen konnten.

2020 ereilte uns, wie viele Unternehmen in Deutschland, die Corona-Pandemie. Sie hat uns dazu gezwungen, unsere Systeme zu verändern und das Unternehmen zu modernisieren, um es an die neuen Umstände anzupassen.

3,5 Jahre haben wir an einem System gearbeitet, das nicht nur für uns funktioniert, sondern übertragbar ist.

Unsere Ergebnisse nach dieser Zeit:

- Umsatzwachstum um 300%
- Mitarbeiterzuwachs (HM: von 30 auf 78 Mitarbeiter)
(Eckhold-Gruppe: auf 230 Mitarbeiter)
- Vergrößerung der Unternehmensgruppe auf 12 Unternehmen
- Umsatz der Unternehmensgruppe 2022: 200 Mio. Euro
- umfassende Medienpräsenz (TV, Presse, Social Media)
- Top Arbeitgeber 2023, Wachstumspreis 2024 u. v. m.

Unser Business Development Team prüfte die neuen Prozesse in verschiedenen Unternehmen, bis wir uns entschieden, die [arbeitgeberschmie.de](https://www.arbeitgeberschmie.de) ins Leben zu rufen.

Die Schritte, die wir mit der Hofmann Metall GmbH über 3,5 Jahre erarbeitet haben, bieten wir Ihnen in einem kompakten Programm inklusive 1:1-Austausch.

Sie entscheiden:

Testen Sie potenziell sinnhafte Neuerungen selbst und verbrennen damit Geld oder nehmen Sie mit uns eine bewährte Abkürzung.

ES GIBT KEINEN FACHKRÄFTEMANGEL!

Das wird Ihnen vermutlich nicht gefallen und dennoch ist es wahr: Den(!) allgemeinen Fachkräftemangel gibt es nicht. Sagen im Übrigen nicht nur wir von der Hofmann Metall GmbH, sondern auch die Agentur für Arbeit*.

Dennoch ist es schwierig, an passende Fachleute zu kommen... außer, Sie wissen, wie es geht.

(Und sollten Sie bereits mit einer Social Recruiting Agentur zusammenarbeiten und diese pro Kampagne nicht mindestens 5 - 10 passende Bewerber pro Woche generieren, ist das kein gutes Ergebnis.)

In "Die Macht der Struktur" verraten wir im Detail, wie wir vom "No name" - Schrotthändler zu einer **der Arbeitgebermarken** in unserer Region wurden.



*Statistik der Bundesagentur für Arbeit. Berichte: Arbeitsmarkt kompakt – Arbeits- und Fachkräftemangel trotz Arbeitslosigkeit, Nürnberg, März 2024, S. 12.

HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN AN UNS

Sind die Strategien branchenübergreifend anwendbar?

Ja. Wir haben die Strategien in der Praxis sowohl innerhalb der Unternehmensgruppe als auch bei Partnern verschiedener Gewerke getestet - mit Erfolg.

Muss man hierfür ein großes Unternehmen haben?

Nein. Wir arbeiten auch mit Soloselbständigen, die wachsen wollen.

Wie viel hat der Aufbau der Arbeitgebermarke gekostet?

Alles in allem über 1,2 Mio. Euro (+ zusätzliche Ausgaben). Wir haben Fehler begangen. Viele. Daher wissen wir auch, wie man mit weit(!) weniger Budget ein Unternehmen skalieren kann.

Kann jeder zur Arbeitgebermarke werden?

Nein. Es erfordert neben dem Willen wachsen zu wollen auch eine notwendige Disziplin, ständig "zu tun" sowie die Bereitschaft, in neue Technologien zu investieren.

Gewinnt man als Arbeitgebermarke auch mehr Kunden?

Ja. Das Image einer Firma ist nicht nur auf seine Produkte, Dienstleistungen oder seine Kultur beschränkt.

Wie sieht das Vorgehen ganz konkret aus?

Wir arbeiten uns gemeinsam durch die gleichen Phasen, durch die wir auch gegangen sind. Was dabei herauskommt, lesen Sie auf den Folgeseiten.

HOFMANN
METALL GmbH
Aufbereitung | Demontage | Rohstoffe

M:GI
RECRUIT

häufen sich die
Marktbegleitern
ländischen
n, die eine

*“Trends werden durch Menschen gemacht.
Kennste Menschen, kennste Trends!”*

*Das funktioniert für Arbeitnehmer-Benefits,
Social Media und schlussendlich auch für
Arbeitgebermarken.”*

Seline Kirsch, B.A.

PHASE 1

Angebot und Positionierung



Angebot und Positionierung

Wir nehmen Ihr Angebot, Ihre Positionierung und Ihre Kunden- sowie Mitarbeiteransprache unter die Lupe und passen diese an.

Jeder Experte braucht ein solides Fundament, auf dem er wachsen kann.



Ausschreibungen

Es ist Zeit, Ihre Ausschreibungen anzupassen und so zu werben, dass Bewerbungen zu Ihnen kommen.



Arbeitgebermarke

Wir gehen intern und extern der Frage nach, ob Sie als Arbeitgebermarke wahrgenommen werden und stellen alles darauf um, Sie zu einer zu machen.

Gemeinsam entwickeln wir Ihre Basis, als attraktive Arbeitgebermarke wahrgenommen zu werden.

Damit kommen Sie nicht nur Ihrem Wunschmitarbeitenden näher, sondern auch Ihrem Wunschkunden;

denn Marketing und Recruiting liegen näher beieinander, als viele meinen.

PHASE 1

Was haben Sie davon?

Am Ende der Phase 1 sollten drei Ergebnisse messbar sein:

1

Sie verfügen über eine Marketingstrategie, die nur noch umgesetzt werden muss. Sie dient als Fahrplan für Kampagnen, Budgetierungen und als Controlling-Instrument für Ihr operativ tätiges Marketingteam.

2

Wir haben die Weichen gestellt, um aus Ihrem Unternehmen eine Arbeitgebermarke zu formen. Was nun noch fehlt ist die operative Umsetzung. Diese muss vor Ort passieren, außer Sie sagen: "Macht das gleich mit!"

3

Ihr Marketing wird vom Kostenfaktor zum Umsatz-generator, indem Ihr Vertrieb vom Marketing profitiert.

Sie möchten einen Mitarbeiter zum Social Media Experten ausbilden lassen?

Zu 100% gefördert, neben der Arbeit und mit der Chance auf Gehaltszuschuss?

Melden Sie sich! - Wir lösen genau das!

PHASE 1

ERGEBNIS: FREIE WAHL VON MITARBEITERN

Ausgangssituation (Beispiel)

- Unternehmensgröße: 100 Mitarbeiter
- Jährliche Fluktuation: 10% (10 Mitarbeiter)
- Kosten pro Neuanstellung: 17.000 € (einschließlich Rekrutierung, Einarbeitung und Produktivitätsverlust)*

Mit starker Arbeitgebermarke

- Verringerte Fluktuation: 6% (6 Mitarbeiter)
- Reduzierte Kosten pro Neuanstellung: 7.000 € (durch effizientere Prozesse und weniger Abhängigkeit von Rekrutierungsdiensten)

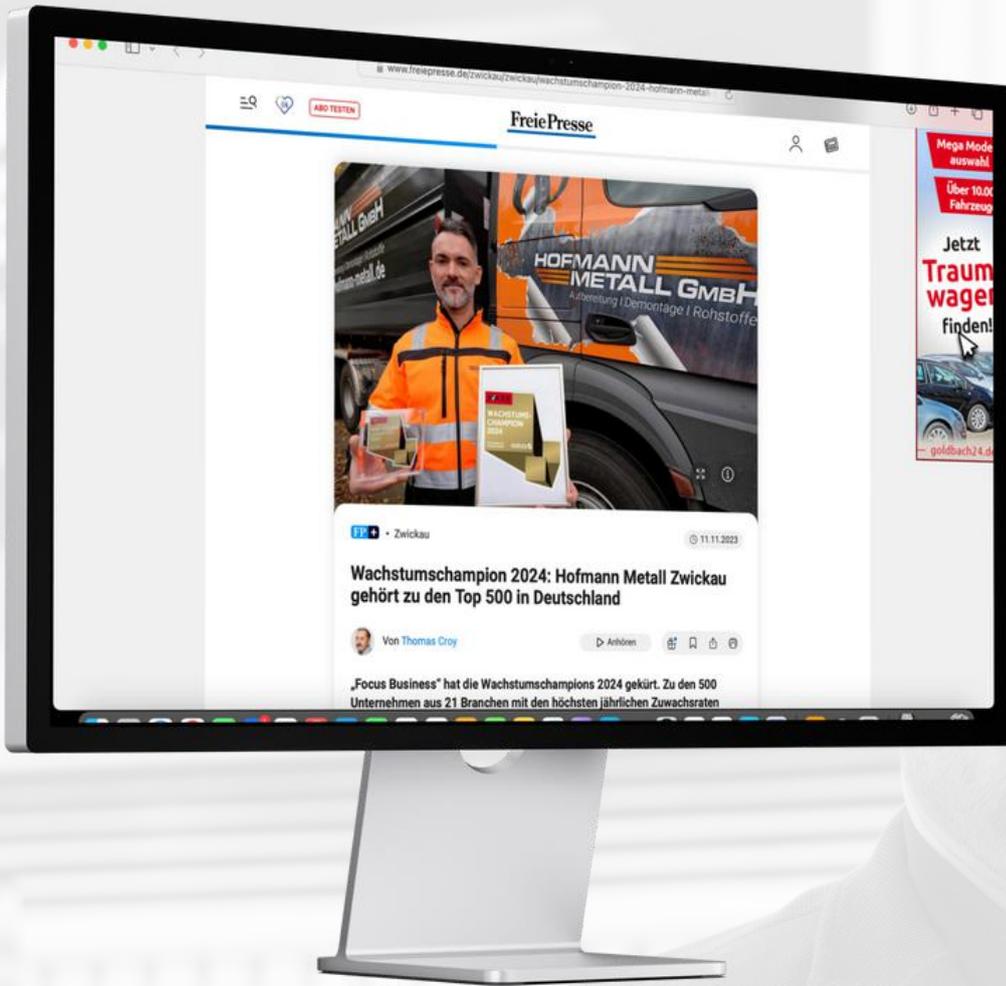
Finanzielle Auswirkungen

- Einsparungen bei den Rekrutierungskosten:
 - Ursprünglich: 10 Mitarbeiter x 17.000 € = 170.000 €
 - Mit Marke: 6 Mitarbeiter x 7.000 € = 42.000 €
 - Einsparungen: 128.000 €
- 2. Verlorene Produktivität (angenommen, ein neuer Mitarbeiter erreicht erst nach 6 Monaten volle Produktivität):
 - Ursprünglich: 10 Mitarbeiter x (17.000 € / 2) = 85.000 €
 - Mit Marke: 6 Mitarbeiter x (7.000 € / 2) = 21.000 €
 - Einsparungen: 44.000 €

Gesamte jährliche Einsparungen

- Einsparungen aus Rekrutierung und Produktivität: **172.000 €**

***Sie haben Fragen zu den Zahlen? Rufen Sie uns einfach an! Wir verraten Ihnen alles! :)**



1 Ihre Arbeitgebermarke muss über viele Kanäle wahrnehmbar sein. Bedenken Sie: Wie wertvoll eine Marke ist, wird durch Dritte bestimmt. Deren Meinung über Sie zu lenken, ist Teil einer Markenstrategie.

2 Welche Medien für Ihre Zielgruppe relevant sind, kann man nur teste. Wir sind zum Beispiel ein großer Fan von Mitarbeiterumfragen. - Immerhin gehören Ihre Kollegen zu dem Personenkreis, der für Sie relevant ist.



PHASE 2

PROZESSE



Prozessoptimierung

Effiziente Abläufe sparen Zeit und Kosten.
Wir helfen Ihnen gezielt Prozesse zu optimieren, sodass Schwachstellen beseitigt und Ressourcen besser genutzt.



Prozessgestaltung

Klare und durchdachte Prozesse sorgen für reibungslose Abläufe.
Wir unterstützen Sie bei der Gestaltung von Prozessen, die Verantwortlichkeiten klar definieren..



Digitalisierung

Digitalisierung macht Prozesse schneller und transparenter.
Wir helfen Ihnen bei der Auswahl und Anwendung von smarten Technologien.

Ihr Unternehmensimage wirkt immer in mehr als eine Richtung.

Erhalten Sie kleinschrittig gestaltete Anleitungen für digitale Marketingprozesse, um Bewerberanfragen nahezu automatisch generieren und Ihr Unternehmen wachsen lassen.

Damit einhergehend widmen wir uns Ihrem Vertrieb, der Dank der Öffnung neuer Methoden ebenfalls einen Antrieb erfährt.

PHASE 2

ERGEBNIS: EIGENE MARKETINGABTEILUNG; 100% RENTABEL

Weshalb sich der Aufbau einer eigenen Marketingabteilung lohnt:

	Agentur	Freelancer	Eigenes Team
Reagieren sofort			
Fortbildung förderbar			
Kalkulierbares Budget			
Strategie von Ihnen steuerbar			
umfassendes Angebot			 
überprüfbar auf dem neuesten Stand			



DIE
MACHT
DER
STRUKTUR

Robert Eckhardt & Dr. Ralf Friedrich

Durch systematisches
Recruiting zum automatisierten
Unternehmenswachstum

DIGITAL RECRUIT HOFMANN & PARTNER Mit Teambingo!

PHASE 3

Führung



Kopfmonopole

Wissen sollte nicht an einzelne Personen gebunden sein. Wir unterstützen Sie bei der Dokumentation wichtiger Informationen und deren gezielten Transfer, sodass Prozesse transparent bleiben.

Es bedarf einer dezentralisierten Organisation mit starken Impulsgebern und Strukturen.



Interne Systeme

Gut organisierte interne Systeme sorgen für reibungslose Abläufe. Wir helfen Ihnen, klare Strukturen zu definieren, damit effiziente Prozesse die Führung Ihres Unternehmens erleichtern.



Team

Ein starkes Team ist die Basis für langfristigen Erfolg. Wir helfen Ihnen dabei, durch klare Kommunikation und gezielte Förderung eine gute Zusammenarbeit zu schaffen und Motivation und Produktivität zu erhöhen.

Sie brauchen eine Organisation ohne Kopfmonopole, mit treibenden Kräften und sinnhaften Strukturen. Das erarbeiten wir nun.

Wir begleiten Sie bei der Umstellung und der Integration neuer Prozesse inkl. Digitalisierung.

Das bildet einen Kernpunkt, der Ihnen den Zugang zu neuen (Bewerber-)Märkten eröffnet

WICHTIG: Hierdurch werden Ineffizienzen deutlich, die über das Jahr tausende Euro kosten (...). Auch dahingehend haben wir Lösungen parat.

PHASE 3

ERGEBNIS: NIE WIEDER ABHÄNGIGKEIT UND VERLUSTRISIKO

Schritt 1: Identifikation der Kopfmonopole

Nehmen wir an, es gibt zwei kritische Mitarbeiter:

- Mitarbeiter A: Leiter der technischen Abteilung mit spezialisiertem Wissen über die Fertigungstechniken, die nur er beherrscht.
- Mitarbeiter B: Vertriebsleiter, der alleine für große Kundenkontakte und Vertragsabschlüsse verantwortlich ist.

Schritt 2: Abschätzung des finanziellen Risikos

Um das finanzielle Risiko zu quantifizieren, das durch den potenziellen Ausfall dieser beiden Schlüsselpersonen entsteht, betrachten wir folgende Aspekte:

- Verlust von Fachwissen und Einarbeitungszeit neuer Mitarbeiter
- Möglicher Umsatzverlust durch fehlende Kundenbeziehungen
- Kosten für die Rekrutierung und Einarbeitung neuer Spezialisten

Beispielrechnung

- Jahresgehalt von Mitarbeiter A und B:
 - Mitarbeiter A: 70.000 €
 - Mitarbeiter B: 80.000 €
- Rekrutierungskosten: (angenommen 20% des Jahresgehalts)
 - Mitarbeiter A: 14.000 €
 - Mitarbeiter B: 16.000 €

- Einarbeitungskosten: (angenommen 10% des Jahresgehalts für 6 Monate)
 - Mitarbeiter A: 3.500 €
 - Mitarbeiter B: 4.000 €
- Umsatzverlust:
 - Annahme, dass durch den Ausfall des Vertriebsleiters (Mitarbeiter B) 20% des Jahresumsatzes verloren gehen könnten. Bei einem angenommenen Jahresumsatz von 2.000.000 € wären das 400.000 €.
- Gesamtkosten bei Ausfall von Mitarbeiter A:
 - Rekrutierung: 14.000 €
 - Einarbeitung: 3.500 €
 - Summe: 17.500 €
- Gesamtkosten bei Ausfall von Mitarbeiter B:
 - Rekrutierung: 16.000 €
 - Einarbeitung: 4.000 €
 - Umsatzverlust: 400.000 €
 - Summe: 420.000 €

Zusammenfassung

Der **Gesamtverlust bei einem Ausfall von beiden Schlüsselpersonen könnte somit bei etwa 437.500 €** liegen.

Diese Zahl umfasst noch nicht einmal alle Ausfallkosten und unterstreicht bereits in dieser Form, wie kritisch es ist, Abhängigkeiten von einzelnen Schlüsselpersonen zu minimieren und ein robustes System für Wissensmanagement und Nachfolgeplanung zu implementieren.



Natürlich können Sie an der Technik sparen.

Sie dürfen dann nur keine Ergebnisse erwarten, die Ihr Unternehmen in die Zukunft führen.

PHASE 4

SCHULUNGSPORTAL

**Gewinnen Sie mit unserer Strategie
erfolgreich Mitarbeiter.**



Schulungsportal

Das Wissen Ihres Unternehmens muss bewahrt und weitergegeben werden; effektiv sowie(!) effizient. Dafür schaffen wir nun die Basis.



KI-Schulungen

Künstliche Intelligenz erleichtert die Erstellung von Schulungsinhalten. Wir helfen Ihnen bei der Entwicklung automatisierter Lernmodule.



Mitarbeiterqualifizierung

Ob Onboarding, Weiterbildungen oder Unterweisungen – Wir unterstützen Sie bei der Erstellung von Schulungen, die Ihre Mitarbeitende optimal vorbereiten.

Arbeiten Sie unsere Strategie digital und effizient ein, sodass Sie personelle Ressourcen schonen und sich Mitarbeiter auf das operative Geschäft konzentrieren können, anstatt als Mentoren gebunden zu sein.

Ein weiteres Ziel besteht darin, mit Hilfe der Digitalisierung eine Transparenz in Kommunikation, Planung und Organisation aller Vorgänge zu erreichen und diese entsprechend zu managen sowie weiterzuentwickeln.

PHASE 4

ERGEBNIS: KOSTENSENKUNG + Gewinnmaximierung noch während des Recruitings

Onboarding ohne Digitalisierung: 14 Tage

Neuer Mitarbeiter kostet bei 18 € / h:
 $14 \text{ Tage} * 8,5 \text{ h} * 18 \text{ €} = 2.142 \text{ €}$

Mentor, der ihn begleitet: $14 \text{ Tage} * 8,5 \text{ h} * 21 \text{ €} = 2.499 \text{ €}$

Produktionsverlust durch gebundenen Mentor:
 $14 \text{ Tage} * 8,5 \text{ h} * 100 \text{ €} = 11.900 \text{ €}$

Gesamtkosten: 16.541 €

Onboarding mit Digitalisierung: 3 Tage

(1 Tag Online-Lehrgang; 2 Tage Arbeitsumgebung)

Neuer Mitarbeiter kostet bei 18 € / h:
 $3 \text{ Tage} * 8,5 \text{ h} * 18 \text{ €} = 459 \text{ €}$

Mentor, der ihn begleitet: $2 \text{ Tage} * 8,5 \text{ h} * 21 \text{ €} = 357 \text{ €}$

Produktionsverlust durch gebundenen Mentor:
 $2 \text{ Tage} * 8,5 \text{ h} * 100 \text{ €} = 1.700 \text{ €}$

Gesamtkosten: 2.516 €

Aufbau des Schulungsportals (Videodrehs, Lizenzkosten, Technik): ca. 30.000 €

ROI: Ab dem dritten Mitarbeiter, der das digitale Onboarding nutzt, hat man sein Investment wieder drin.

PHASE 4

KI-Einsatz für die Erstellung von Schulungsvideos

Die Integration von **Künstlicher Intelligenz (KI)** in Schulungsportalen eröffnet völlig neue Wege für die Erstellung von Lerninhalten. Statt aufwendige Videoproduktionen mit Kamera, Studio und Sprecher zu organisieren, ermöglicht KI eine schnelle, kostengünstige und flexible Umsetzung von Schulungsvideos.

Möglich sind u. a.:

- **Arbeitsschutzunterweisungen**
- **Onboardings**
- **die Einführung neuer Software**
- **u. v. m.**

Klassische Schulungsvideos

Teure Kamera- und Tontechnik

Aufwendige Dreharbeiten mit Sprechern

Aufwendiger Schnitt & Nachbearbeitung

Manuelle Sprachaufnahmen nötig

KI-gestützte Schulungsvideos

Kein Equipment nötig

KI-Avatar spricht automatisch

Fertig in wenigen Minuten

Automatische Mehrsprachigkeit



Unterweisungen im Arbeitsschutz mit KI?

Das geht!

“Wir müssen Arbeitsschutz moderner denken. KI-Lösungen, die nicht nur uns, sondern vorn an unsere Kunden unterstützen, sind ein wichtiges Mittel der Wahl!”

Christian Hübner
Fachkraft für Arbeitssicherheit

Integrative Arbeitsschutzbelehrungen für Teams in verschiedenen Sprachen

- Verständlich für jeden; auch für Menschen mit fehlender Alphabetisierung oder starker Dyslexie

Visuelle Demonstrationen ohne Fotoaufwand

- KI kann Beispielbilder generieren, ohne dass reale Fotos nötig sind

Geringerer Zeitaufwand & Flexibilität für Schulungsthemen

- Videos unterstützen auch ortsunabhängige Maßnahmen; so werden für eine Schulung nicht gleichzeitig alle Kollegen gebunden



“Gute Arbeitgebermarken zeigen Wirkung im Innen- und Außenmarketing. Wenn deine Mannschaft Lust hat für das Unternehmen zu werben, weißt du, dass es läuft!”

Dr. Ralf Friedrich

TESTIMONIALS UND ERFAHRUNGEN

**Sie müssen nicht alles glauben,
was wir Ihnen erzählen.
Aber Sie dürfen denen vertrauen,
die mit ihrem Namen
für einen Erfahrungsbericht
stehen.**

*“Ich bin ein großer Freund von Testimonials und Erfahrungsberichten.
Daher nutzen wir diese nicht nur für unsere Partner und Kunden, sondern
lassen diese auch gern ihre Erfahrungen mit uns teilen.*

*Sollte jemand also intensiv recherchieren wollen, darf man unsere Partner
auch gern persönlich kontaktieren.”*

(Dr. Ralf)



Christopher Reinhard

Prokurist

Hofmann Metall GmbH

Ziel

Sein Ziel war es, Prozesse des Marketing und Recruitings gleichermaßen zu digitalisieren und damit zu verbessern. Zudem sollte ein Weg gefunden werden, die Zahl potenzieller Bewerber zu erhöhen.

Lösung

Mithilfe des BDM-Teams konnte Hofmann Metall seinen Außenauftritt erweitern. Hinzu kamen Social Media-Profile, Imagefilme, Sponsoringkampagnen und Recruitingmaßnahmen. Zudem wurde ein teilautomatisiertes Bewerbungs-Management-System erstellt und eingeführt, das es ermöglicht, notwendige Schritte in einem Viertel der vorherigen Zeit zu absolvieren.

Ergebnis

Über 50 Neueinstellungen seit der Umstellung 2021; Umsatzsteigerung von 300% auf über 50 Mio. Euro



Sven Grötschel

CEO Grötschel Gruppe

Ziel

Sven möchte nicht nur sein Marketing modern aufstellen, sondern auch verschiedene Probleme lösen, die der Zeitgeist mit sich bringt: angefangen von Integrationsfragen in Industrie und Handwerk bis hin zu hybriden Strukturen in der Unternehmensgruppe.

Lösung

Wir haben miteinander vor allem vier Aspekte herausgearbeitet, die zu Neuerungen führten: 1. Das Marketing wurde stark strukturiert und auf das Online-Segment fokussiert. 2. Wichtige Köpfe wurden durch eine Wissensdatenbank verstärkt. 3. Mitarbeitergewinnung wurde durch den Ausbau der regionalen Arbeitgebermarke vereinfacht. 4. Die interne Kommunikation wurde verschlankt.

Ergebnis

20 Bewerbungen und 8 Einstellungen nach drei Monaten; Ausbau der Arbeitgebermarke + Einsparungen von über 100.000 €



Norman Borchers

CEO WETABO GmbH

Ziel

Die WETABO GmbH setzte sich das Ziel, nach sechs Monaten der Begleitung als Arbeitgebermarke auftreten zu können, um damit nicht nur neue Bewerber von sich zu überzeugen, sondern auch als Experte auf den eigenen Gebieten für Neukunden vertrauenswürdig auftreten zu können.

Lösung

Die ausführliche Analyse des IST-Zustandes bildete die Basis für die Erstellung einer Marketingstrategie, der intern die Digitalisierung verschiedener Kommunikationswege folgte. Daraufhin wurden personelle Prozesse ausgebaut, Kopfmonopole neu eingebettet und der strategische Vorausblick für das Marketing geschaffen.

Ergebnis

Ausbau der Arbeitgebermarke + Einsparungen von über 50.000 €;
4 Neueinstellungen innerhalb von 6 Monaten



Christian Waske **CEO Golden Web Age** **GmbH**

Ziel

Die Golden Web Age GmbH bietet Unternehmenskunden verschiedene Werbeagenturdienstleistungen, von SEO bis Webshopaufbau- und -optimierung. Ziel war es, ein neues Einkommenssegment zu schaffen: das Schreiben von Business-Wikipedia-Artikeln. Der Bereich dient der Angebotsergänzung sowie der Neukundeneröffnung bei gleichzeitiger Selbstfinanzierung.

Lösung

Damit Interessenten nahezu automatisiert auf die Angebotsseite gelangen, wurden suchmaschinenoptimierte Texte erstellt und ein Interface aufgesetzt, das Kunden ohne Beitrag eines Mitarbeiters vorqualifiziert.

Ergebnis

Der Geschäftsbereich läuft seit 2022 stabil und generiert zwischen 3000 € und 8000 € bei Anfragen von durchschnittlich 15 Personen im Monat.

JETZT MELDEN!

WWW.ARBEITGEBERSCHMIE.DE

ODER DIREKT ANFRAGEN:

DR. RALF FRIEDRICH

0152/28401319





WAS WIR TUN

Wir garantieren eine persönliche und exklusive Beratungsumgebung, in der jeder Klient die ungeteilte Aufmerksamkeit unserer Experten genießt.

Wir legen großen Wert darauf, nicht nur kurzfristige Erfolge zu erzielen, sondern auch langfristige und nachhaltige Entwicklungen zu fördern.

Den Mittelstand der Wirtschaft gibt es nur im Verbund. Daher ist es uns wichtig, auch für Ihr Unternehmen zu werben.



WAS WIR NICHT TUN

Wir lehnen im Rahmen der Beratungspakete reine, anonyme Videotrainings in Kombination mit Gruppencalls von 30+ Personen in einem Zoom-Raum ab.

Wir vertrauen auf Erfahrung. Daher empfehlen wir nichts, was wir nicht selbst getestet haben und niemanden, den wir nicht kennen.

Es gibt keine "Einheitslösungen". Die Basisstrategien sind erprobt und standardisiert. Die finalen Lösungen erarbeiten wir miteinander an Ihrem Unternehmenskontext.



IHRE **ANSPRECH-** **PARTNER**

Dr. phil. Ralf Friedrich

Er leitet das Business Development Team bei der Hofmann Metall GmbH und ist geschäftsführender Gesellschafter der HM digiRECRUIT GmbH.

Sein Fokus liegt u. a. auf der Entwicklung von strategischen Marketingkonzepten sowie der Ausrichtung der internen Weiterbildungskategorien.



IHRE **ANSPRECH-** **PARTNER**

Robert Eckhold

Als CEO der Eckhold Gruppe, zu der unter anderem die Hofmann Metall GmbH und die HM digiRECRUIT GmbH zählen, verantwortet er die Orientierung von insgesamt 12 Unternehmen mit 230 Mitarbeitenden und einem Gesamtjahresumsatz von über 160 Mio. Euro (im Jahr 2023).

Sein Fokus liegt auf betriebswirtschaftlichen Großthemen und gesamtstrategischen Ausrichtungen von Unternehmen.

IMPRESSUM

HM digiRECRUIT GmbH
Blankenburgstraße 104
09114 Chemnitz

vertretungsberechtigt:
Robert Eckhold
Dr. phil. Ralf Friedrich

Amtsgericht Chemnitz
HRB-35817
USt.-ID: DE361606703

Urheberrecht

Die durch die Autoren erstellten Inhalte und Werke auf diesen Seiten unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes bedürfen der schriftlichen Zustimmung des jeweiligen Autors bzw. Erstellers. Downloads und Kopien dieser Seite sind nur für den privaten, nicht kommerziellen Gebrauch gestattet.

Soweit die Inhalte auf dieser Seite nicht vom Betreiber erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet. Insbesondere werden Inhalte Dritter als solche gekennzeichnet. Sollten Sie trotzdem auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Inhalte umgehend entfernen.

Verbraucherstreitbeilegung / Universalschlichtungsstelle

Wir sind nicht bereit oder verpflichtet, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.



VORBEREITUNG

FINISHED!

