

#Leitfaden

# WIE MAN EMPLOYEE ADVOCACY IMPLEMENTIERT

 sharebee

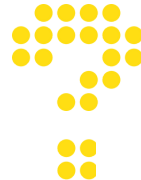


# Vor der Implementierung – Wo anfangen?

## Möchten Sie ein Employee Advocacy Programm in Ihrem Unternehmen einführen?

Sie kennen die Vorteile, aber in Ihrem Kopf tauchen Fragen auf:

- Wie organisiert man das Projekt?
- Welche Ressourcen werden benötigt?
- Wie rekrutiert man Botschafter?



In diesem Leitfaden zeigen wir, wie Sie die gesetzten Ziele in Employee Advocacy erreichen, Menschen einbinden und dafür sorgen, dass weitere Mitarbeiter dem Programm beitreten möchten.

Damit das Employee Advocacy Programm ein Erfolg wird, müssen Sie es als klassisches Win-Win-Szenario betrachten, **bei dem beide Seiten gewinnen.**

Sowohl die Teilnehmer, die ihre persönliche Marke aufbauen, als auch die Unternehmen, die die Arbeitgebermarke stärken, profitieren davon.

# Die besten Influencer Ihrer Marke sitzen nebenan.



Die Kommunikation über Unternehmenskanäle ist unpersönlich, selbst wenn sie über konkrete Aktionen, Mitarbeiter, Teams und Projekte spricht. Um Millionen von Ohren zu erreichen, muss die Nachricht viele Male wiederholt werden.

Aber was, wenn Sie statt eines großen Firmensprechers viele kleine Lautsprecher investieren?

Geben Sie den Mitarbeitern das Mikrofon und lassen Sie sie in ihren eigenen **Worten über die Dinge sprechen**, die im Unternehmen passieren.



## Wie startet man ein Employee Advocacy Programm?

**Beginnen Sie mit einem konkreten Plan und der Kommunikation an potenzielle Botschafter.**

Neue Schuhe oder ein komplettes Lauf-Outfit reichen nicht aus.

Es braucht die richtige Person am richtigen Ort, eine ordentliche Portion Systematik und Geduld, effektives Training und Motivation für langfristiges Handeln, das nachhaltige Ergebnisse bringt.

Der Start eines Employee Advocacy Programms ist entscheidend. Beginnen Sie mit der richtigen Kommunikation, die alle „Warum“, „Was“ und „Wie“ erklärt und den Mitarbeitern konkrete Gründe gibt, warum es sich lohnt, sich in die neue Initiative einzubringen.

Eine offene Diskussion über Ziele, Vorteile und Erwartungen für beide Seiten ermöglicht die richtige Entscheidung zur Teilnahme und Engagement im Programm.



# Erstellen Sie eine Roadmap für das Programm

Employee Advocacy ist kein Sprint, sondern ein Marathon.

Eine Roadmap ermöglicht die richtige **Planung** von Meetings, Workshops und anderen Aktivitäten im Rahmen des Employee Advocacy Programms.

Die Roadmap sollte Workshops für Mitarbeiter beinhalten, damit sie sich in den sozialen Medien sicher und wohl fühlen. Sie benötigen etwa einen Monat zur Vorbereitung eines Employee Advocacy Programms, an dem 30-50 Mitarbeiter teilnehmen.

Wenn Employee Advocacy nur ein typisches Neujahrsvorsatz wird, könnte es genauso schnell enden, wie es begonnen hat.

Um dies zu verhindern, konzentrieren Sie sich auf drei einfache Punkte:

## 1 Setzen Sie sich Ziele

Diese sollten realistisch und messbar sein und sowohl die Mitarbeiter als auch die Projektverantwortlichen betreffen. Die Ziele können sich in den verschiedenen Phasen der Programmdurchführung ändern.

## 2 Erstellen Sie eine Handlungsstrategie:

Versuchen Sie nicht, alles auf einmal zu erledigen. Führen Sie die Mitarbeiter schrittweise in das Programm ein.

## 3 Sorgen Sie für die richtigen Werkzeuge:

Führen Sie die Mitarbeiter schrittweise in das Programm ein.

## Wie rekrutiert man Botschafter?

In der Anfangsphase der Implementierung eines Employee Advocacy Programms ist kein Platz dafür, die Unentschlossenen zu überzeugen.

Die ersten **Botschafter Ihrer Marke sollten Personen** sein, die bereits wissen, dass es wichtig ist, in die persönliche Expertenmarke zu investieren.

Eine offene Diskussion über Ziele, Vorteile und Erwartungen für beide Seiten ermöglicht die richtige Entscheidung zur Teilnahme und Engagement im Programm.

Eine zusätzliche **Motivation kann Gamification** zwischen den Mitarbeitern und die daraus resultierenden Vorteile sein (mehr dazu weiter unten).

Eine andere Möglichkeit, die Mitarbeiter zu motivieren, ist ein Power Speech, ein kurzes Meeting, in dem erklärt wird, warum und wie man in die persönliche Markenbildung der Mitarbeiter investieren möchte. Zeigen Sie die Vorteile für die Mitarbeiter, die sich aus der Teilnahme am Employee Advocacy Programm ergeben.

**Zeigen Sie, wie es in der Praxis funktioniert und welche Ergebnisse es bringt.**

## Wie und wann implementiert man Gamification im Employee Advocacy Programm?

Das Employee Advocacy Programm ist wie ein Perpetuum Mobile.

Wenn im Unternehmen eine neue Initiative eingeführt wird, insbesondere eine, die den Mitarbeitern einen Vorteil bringt, ist das Engagement und die positive Stimmung groß.

**Zusätzliche Anreize sind dann nicht erforderlich.**




Gamification ist ein großartiges Element, das das Engagement aufrechterhält und zur Handlung in verschiedenen Bereichen anregt.

### Gamification sollte:

- 1 **Gerecht sein** - Keine Gruppe oder Person sollte bevorzugt werden.
- 2 Auf bekannten und akzeptierten **Regeln basieren**.
- 3 An die Unternehmenskultur **angepasst** sein.
- 4 Für die Teilnehmer **attraktiv** sein.
- 5 **Effektiv** sein und die gesetzten Ziele erreichen.

Gamification macht nur Sinn, wenn **konkrete Vorteile** damit verbunden sind. Heutzutage ist das Benefit-System so entwickelt, dass bei der Wahl der Belohnungen für bestimmte Aktionen nur die Fantasie die Grenze setzt.

## Wie implementiert man Gamification im Employee Advocacy Programm?

-  In die berufliche oder persönliche **Entwicklung** des Mitarbeiters investieren.
-  Materielle **Geschenke** machen.
-  Das Employee Advocacy Programm mit der Firmengehaltspolitik **verbinden**.



## Welche Werkzeuge benötigen Sie?

**Employee Advocacy ermöglicht es Ihnen, die Employer Branding Ziele in Ihrem Unternehmen effektiv zu erreichen.**

Die Aktivitäten im Rahmen von EA sollten den Mitarbeitern keine schlaflosen Nächte bereiten.

Werkzeuge wie die **Sharebee-Plattform** ermöglichen es Ihnen:

- 1 Das gesamte Programm ohne unnötige Komplikationen zu verwalten.
- 2 Inhalte hinzuzufügen und den Mitarbeitern vorzuschlagen.
- 3 Zu analysieren, welche Inhalte am beliebtesten sind.
- 4 Reichweite und Engagement der Mitarbeiter zu messen.



## Wie aktiviert man Menschen im Rahmen des Employee Advocacy Programms?

Die Aktivierung der Botschafter im Employee Advocacy Programm ist eine der schwierigsten Herausforderungen.

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter die Aktivitäten im Rahmen des Programms nicht als unangenehme Pflicht empfinden.



Sorgen Sie für die richtige **Motivation** im Team.

Machen Sie die Teilnahme am Programm für beide **Seiten attraktiv**.

**Vereinfachen und minimieren Sie** die Zeit für Aktivitäten im Rahmen des Programms.

Versuchen Sie, in den Mitarbeitern eine **Gewohnheit zu entwickeln**, die ihnen in Fleisch und Blut übergeht.



## Funktionen und Ressourcen: Worauf müssen Sie achten?

Das Employee Advocacy Programm ist keine Raketenwissenschaft, aber ohne die richtige Pflege wird es sicherlich nicht funktionieren. Damit das Programm wie eine gut geölte Maschine läuft, benötigt es:

### 1 Einen Projektleiter

Er wird den Überblick behalten, Maßnahmen planen, Ziele setzen und deren Umsetzung überwachen.

### 2 Einen Animator

Er wird für die richtige Kommunikation im Programm sorgen.

### 3 Botschafter

Sie werden den wichtigen Schritt der Inhaltverteilung übernehmen. Wie sorgt man für Content im EA Programm?



## Wie sorgt man für Content im EA Programm?

Im Employee Advocacy Programm sind die Inhalte und deren richtige Verteilung wichtig.

**Hand aufs Herz:** Vertriebsmitarbeiter, Programmierer und sogar Marketer **haben nicht immer die Zeit** und die Möglichkeit, geeignete Inhalte zu erstellen.

EA bedeutet nicht nur die Verbreitung von Unternehmensinhalten, sondern auch das Zeigen des Unternehmens von seiner menschlichen Seite. Die von Botschaftern verbreiteten Inhalte sollten nicht nur offizielle Mitteilungen sein.



Es gibt keine  
authentischere Marke  
als die, die mit den  
Worten ihrer  
Menschen spricht.






## Inhalte im EA Programm – Woher bekommt man sie?

Die besten Quellen für Unternehmensinhalte sind die Mitarbeiter. Sie wissen, was im Unternehmen vor sich geht, planen und führen Projekte in verschiedenen Abteilungen und Teams durch.

Erstellen Sie einen geeigneten Prozess, der das Übermitteln von Informationen und Neuigkeiten, die es wert sind, geteilt zu werden, maximal erleichtert.

**Inhalte können geliefert werden von:**

-  Marketing-/PR-Agenturen
-  Interne Abteilungen/Mitarbeiter
-  Externe Copywriter

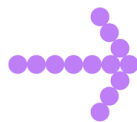
Bei Sharebee haben wir eine mehrköpfige Abteilung für Content Writer, die in Zusammenarbeit mit den Kunden eine Bibliothek von Inhalten erstellt, die von Botschaftern geteilt werden. Wir achten auch darauf, dass sie sich durch attraktive Grafiken im Einklang mit dem Firmenbranding auszeichnen.

**Wir wissen, wie man schreibt, damit die Menschen zuhören und sich an den Beiträgen beteiligen.**

Wir glauben, dass authentische Marken mit einer Stimme sprechen, aber mit vielen Mündern gleichzeitig.

Deshalb brauchen Ihre Botschafter Unterstützung bei der Erstellung von Inhalten, und wir wissen, wie man das macht.





## Zusammenfassung

Wir glauben, dass authentische Marken mit einer Stimme, aber vielen Mündern sprechen. Deshalb benötigen Ihre Botschafter Unterstützung bei der Erstellung von Inhalten, und wir wissen, wie man das macht.

Nehmen Sie sich mehr Zeit, um die Strategie richtig zu durchdenken und zu planen. Sharebee hat Erfahrung sowohl in der Planung als auch in der Umsetzung von mehreren Dutzend Employee Advocacy Programmen. Sharebee hat Erfahrung sowohl in der Planung als auch in der Umsetzung von mehreren Dutzend Employee Advocacy Programmen.

Wir arbeiten in vielen Branchen, was es uns ermöglicht, ständig zu lernen und uns gemeinsam mit unseren Kunden weiterzuentwickeln. Gemeinsam arbeiten wir an **#SharebeeEffekt**.



allegro

SAMSUNG



etex



BOSCH



e-on

Möchten Sie dieser Gruppe beitreten?

## Kontaktieren Sie uns!

Lassen Sie uns darüber sprechen, wie die Sharebee-Plattform und unser Content-Team Sie bei der Umsetzung eines Employee Advocacy-Programms in Ihrem Unternehmen unterstützen können.

[hello@sharebee.pl](mailto:hello@sharebee.pl)

