



Klinikmarketing ein Erfolgsgarant für ein erfolgreiches Recruiting?

12.06.2017 | Fachbeiträge

„Fachkräfte im Gesundheitswesen“ beleuchten wir die Frage „Was können wir tun, um ärztlichen Fachkräftemangel in deutschen Kliniken entgegen zu wirken?“

Folgen des Fachkräftemangels

Die aktuelle Umfrage vom Marburger Bund zeigt noch einmal ganz deutlich, dass Fachkräftemangel ein wichtiges und ernst zu nehmendes Thema unserer Zeit ist, von dem kaum ein Unternehmen verschont bleibt. Sowohl kleinere und mittelgroße Krankenhäuser als auch große Verbünde müssen im Interesse der Patienten, wie auch der Ärzte, den Stellenplan nicht nur auf dem Papier erfüllen. Auswirkungen dessen und die Umverteilung der zu erledigenden Arbeit zeigen sich nicht nur in Überlastungserscheinungen, wie Schlafstörungen und häufiger Müdigkeit, der betroffenen Ärztinnen und Ärzte, sondern auch in einer nicht ausreichenden Zeit für die Behandlung von Patientinnen und Patienten, dies geht nicht nur aus der Umfrage des Marburger Bund aus.

Marketing ein Erfolgsgarant für erfolgreiches Recruiting?

Man muss ein wenig weiter ausholen, um diese Frage zu beantworten. Um in Kliniken ein erfolgreiches Recruiting einzuführen, sollte das Verständnis vorhanden sein, dass es in einer Klinik zuerst um den Patienten geht. Hierbei handelt es sich nicht um Waren oder Dienstleistungen, sondern um Menschen! Was sagt uns das konkret, außer das Offensichtliche? In Situationen wie in Krankenhausaufenthalten, möchten Patienten von Menschen betreut werden, die sie gut behandeln, empathisch sowie kompetent sind. Denn nur, wenn Sie sich kompetent beraten, gut sowie freundlich behandelt fühlen, sprechen Sie Empfehlungen aus. Gleiches gilt für Zuweiser - fühlen diese sich nicht ernstgenommen, stimmt die Kommunikation nicht oder werden sie unzureichend betreut, so wird vermeintlich keine erneute Empfehlung ausgesprochen. Virales Marketing – Empfehlungsmarketing im Krankenhaus beginnt immer mit einer authentischen, freundlichen und kompetenten Behandlung durch die Menschen, die im Krankenhaus arbeiten. In diesem Fall die Hauptleistungserbringer, wie Ärzte und Pflegepersonal. Nicht alle Patienten sind Fachleute auf dem Gebiet ihrer Krankheiten, demnach hören Sie in der Regel auf die Meinung ihrer Haus- und Fachärzte und/oder folgen der Empfehlung von Freunden, Familie oder sonstigen vertrauten Personen. Demnach bildet sich durch die Mitarbeiter einer Klinik das Image, Mitarbeiter sind sogenannte Markenbotschafter und prägen das Bild der Klinik. Was bringt eine Top Marketingabteilung im Krankenhaus, wenn der grundsätzliche Rahmen nicht stimmt? Sind wir mal ehrlich - nicht viel mehr als Schadensbegrenzung. Stimmt weder die Qualität und fachliche Kompetenz noch der freundliche Umgang oder die menschnahe Betreuung, kann eine Marketingabteilung nicht viel ausrichten. Hochglanztexte, leere Versprechungen oder fehlende Authentizität führen früher oder später zum bösen Erwachen. Eine Marketingabteilung ist erfolgreicher, wenn das Grundgerüst steht. Marketing ist die Verstärkung von positiven Faktoren und kann mit professioneller Kommunikation enorm zur positiven Imagebildung beitragen. Dafür gibt es verschiedene Marketinginstrumente, die erfolgreich eingesetzt, zum Erfolg beitragen. Marketing ist demnach keine zu vernachlässigende Praktikanten Aufgabe, hierbei muss an den Rahmenbedingungen koordiniert gearbeitet werden. Marketing, also die positive Betrachtung der authentischen Werte eines Unternehmens gehört in jede Ebene/Abteilung eines Unternehmens. Es hat genauso Auswirkung in der Personalabteilung, wie in der Patientenbetreuung, wenn das Marketing falsch eingesetzt oder nicht vorhanden ist.

Erfolgreiche Betreuung der Recruiting Instrumente bedeutet Arbeit

Es lassen sich die verschiedensten Recruiting-Instrumente sowohl Online als auch Offline benennen. Hierzu gehören u. a. die klassische Website, Broschüren, Flyer, Veranstaltungen und Messen aber auch Apps, Social-Media-Kanäle, Stellen- und Arbeitgeberbewertungsportale.

Laut aktueller Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie ist die Unzufriedenheit über den Stand der Digitalisierung bezogen auf das Gesundheitswesen mit einem Anteil von 27 Prozent am stärksten. Wenn man durch die digitale Landschaft der Klinikwebseiten streift, stellt man schnell fest, dass hier tatsächlich erheblicher Nachholbedarf besteht. Viele Krankenhauswebseiten sind ausbaufähig, wenig intuitiv oder innovativ aufgebaut. Zugänge für potentielle Mitarbeiter oder auch Zuweiser gibt es eher selten und Hinweise auf Apps oder digitale Innovation sind kaum vorhanden. Zukünftig reicht das nicht mehr aus. Die Bewerbung des Arbeitgebers beim potentiellen Kandidaten und die Ansprache der Zuweiser muss ganz klar in der Marketingstrategie verankert sein. Leider wird meist immer noch der Aufwand, der hinter der Betreuung von Website und Co. liegt, verkannt. Personalmarketing ist keine Nebensache und wird immer wichtiger beim Aufbau einer Arbeitgebermarke. Zu wenig Personal und Zeit sowie zu hohe Kosten und Unsicherheiten

Der Dialog im Recruiting

Der Dialog steckt in allen Bereichen des Recruitings. Angefangen von Reaktionszeiten auf Anfragen und Bewerbungen über Rückfragen im Bewerbungsprozess, Entscheidungsmitteilungen und Betreuung bis zur Einarbeitung des Mitarbeiters. Social-Media-Kanäle wie XING, Facebook und LinkedIn sind im Recruiting elementare Plattformen für die Schaffung einer authentischen Arbeitgebermarke. Geben Sie einen Einblick in die tägliche Arbeit Ihrer Klinik. Schaffen Sie ein authentisches Bild und geben Sie potentiellen Kandidaten, Patienten und Interessenten die Möglichkeit barrierefrei Informationen zu erhalten. Gehen Sie auf die Menschen ein und versorgen Sie sie mit wissenswerten Informationen. Als Menschen sind wir visuell geprägte Wesen, somit lassen sich die zu vermittelnden Informationen wirkungsvoll mit Bildern und Videos transportieren. Auch Mobile-Recruiting-Aktivitäten zählen zu heutigen Recruiting-Instrumenten. Hierbei kann die Nutzung von Online-Stellenausschreibung, Platzierung in Social-Media-Kanälen oder der eigenen Karrierewebsite wirkungsvoll eingesetzt werden. Auch hier zählt, geben Sie den potentiellen Bewerbern die Möglichkeit, so barrierefrei wie möglich, an Sie heranzutreten. Die Usability spielt eine große Rolle und sollte nicht unterschätzt werden. Der Umgang mit Bewerbungen, Anfragen, Rückfragen und die generelle Betreuung von Bewerbern nimmt zunehmend eine größere Rolle im Recruiting Prozess ein. Bewerber informieren sich online umfangreich über zukünftige Arbeitgeber und das u. a. über Arbeitgeberbewertungsplattformen wie beispielsweise kununu. Aber da die Welt nicht ausschließlich digital stattfindet, sind Veranstaltungen und Messen nach wie vor Plattformen, um in den direkten Dialog zu gehen. Konkreter Ansprechpartner sowie Dialogpartner zu sein und Fragen potentieller Kandidaten zu beantworten, gehört noch zwingender zum Recruiting dazu.

Wertschätzung in allen Bereichen

Nicht nur potentiell neue Mitarbeiter verdienen Ihre Aufmerksamkeit auch Ihre bereits bestehenden Mitarbeiter müssen wertgeschätzt werden. Wertschätzung beginnt im Bewerbungsprozess, wird durch eine strukturierte Einarbeitung neuer Mitarbeiter weitergeführt und endet nicht bei der Personalentwicklung der bestehenden Mitarbeiter. Wertschätzung ist ein großes Themenfeld, darüber müssen sich Kliniken bewusst werden. Die Bindung von Mitarbeitern erfolgt über die Wertschätzung in allen Bereichen. Nicht zu verwechseln mit der obligatorischen Geburtstagskarte aus dem Personalwesen. Es geht vielmehr um die Begleitung und die positive Beeinflussung der Mitarbeiter. Wenn sich bereits im Bewerbungsprozess herausstellt, dass der Bewerber nicht wichtig genug ist, um eine Antwort zu bekommen oder zeitnah eine Rückmeldung über den aktuellen Stand zu geben, wird er kaum eine Empfehlung für andere Interessenten aus seinem Umfeld abgeben. Zu bedenken ist immer, dass sämtliche Aktionen auch eine Reaktion zur Folge haben. Hierbei ist es unerheblich, ob es sich um einen Bewerber oder einen bestehenden Mitarbeiter handelt, wichtig für den Aufbau einer positiven Arbeitgebermarke ist jeder einzelne sowie eine gute und strukturierte Personalbetreuung.

Der Blick von außen

Es kommt häufig vor, dass im eigenem Unternehmen eine sogenannte Betriebsblindheit entsteht und die Wahrnehmung durch eingefahrene Strukturen und Prozesse getrübt ist. Der Blick von außen kann dabei helfen, Prozesse zu überdenken und zu verbessern. Nicht alles Bestehende ist schlecht aber Stillstand ist gefährlich. Ein unbefangener Blick von außen eröffnet neue Blickwinkel und führt oft zu positiven Ergebnissen. Durch die enorme Arbeitsbelastung und der zunehmend zeitaufwendigere Betreuungsaufwand für potentielle Mitarbeiter oder bestehende Mitarbeiter ist in manchen Fällen eine Unterstützung von außen, gerade im Bewerbermanagement sinnvoll. Prozesse müssen überdacht und neue Maßstäbe gesetzt werden.

Überprüfen Sie doch einmal, was Sie bereits an Recruiting Maßnahmen durchführen und danach schauen wir ganz realistisch, was zu Ihnen passt, was Sie noch ergänzen sollten und wo Sie eventuell noch zeit- und ressourcenschonend Unterstützung gebrauchen können.

Jetzt einen unverbindlichen
Beratungstermin vereinbaren

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns

+49 (0)30-32 666 124-0

info@jomec.de

