Employer Branding Trends 2014: Videos

Erfolgreiche Mitarbeiterkommunikation mit Videos

(Mynewsdesk) Berlin, 13. Dezember 2013 ? Wurden bisher Videos stark zur Mitarbeiter-Rekrutierung eingesetzt oder um das Image als Arbeitgeber zu stärken, vermehrt sich der Einsatz von Videos in allen Unternehmensbereichen. HR-Verantwortliche sollten daher wissen, wie Videos in 2014 eingesetzt werden, wie diese profitabel im gesamten Unternehmen genutzt werden können und wie man damit seinen Employer Brand stärkt.

Betrug der Anteil von Videos im Jahr 2006 noch 7 Prozent des weltweiten Traffic, geht Cisco Systems davon aus, dass in 2017 Videos 90 Prozent des Internet-Verkehrs ausmachen werden. Auch Unternehmen werden hier nachlegen müssen, wollen sie gut ausgebildete Arbeitnehmer erreichen und als Arbeitskraft gewinnen. Doch wie können Personaler hier punkten und was sollte beachtet werden? JobTV24 erklärt die Videotrends im HR-Bereich für 2014.

Videos zu Schulungszwecken:
Werden Videos im IT-Bereich als Tutorials, also filmische Anleitungen für Programme eingesetzt, setzt sich dies auch in der Mitarbeiterkommunikation fort. Ob spezifisches Fachwissen, Unternehmensgrundsätze oder der Einsatz angemessener Verhaltensformen ? das Medium Video vermittelt dies Führungskräften und Mitarbeitern gleichermaßen. Auch How-To-Videos, die komplizierte, erklärungsbedürftige Sachverhalte anschaulich und einfach z.B. mittels Zeichnungen oder Grafiken erklären, kommen immer mehr in Mode.

Video-Ansprachen im Intranet:
Ein Vorstandsvorsitzender kann nicht überall zugleich sein, empfindet aber den Weg der E-Mail-Kommunikation als zu unpersönlich? Auch hier helfen Videos, die z.B. zu bestimmten Anlässen, im regelmäßigen Turnus oder in Zeiten von Umstrukturierungen dem Personal im Intranet zur Verfügung gestellt werden. Mitarbeiter fühlen sich so besser informiert, ein Video vermag außerdem den Kommunikatoren ein Gesicht zu geben. Damit das Video im Intranet bleibt und nicht kopiert werden kann, empfehlen sich verschiedene Sicherheitsoptionen.

Videos für jede Zielgruppe:
Für 2014 gilt: Videos werden spezifischer, sowohl bezüglich der Zielgruppe als auch auf die vermittelnden Inhalte. Herausforderungen wie Diversity Management, Frauenquote, Fachkräftemangel usw. müssen auch von Unternehmensseite sensibel behandelt und kommuniziert werden. Diese Unterschiedlichkeit und zielgerichtete Ansprache wird sich auch in Videos vermehrt widerspiegeln. Zudem geht der Trend stärker in Richtung Statement-Videos : Ein Mitarbeiter beschreibt in ca. 90 Sekunden auf den Punkt, welches seine Tätigkeiten sind oder wie sein Arbeitsalltag aussieht und wirbt so für seinen Arbeitgeber.

Videos gehen neue Kanäle:
Werden die Videos kürzer und prägnanter, werden sie auch eher verbreitet, geteilt und weitergeleitet. Die Kürze der Videos ist zum einen auf die täglich steigende Vielzahl an Videos im Internet zurückzuführen, zum anderen auf den vermehrten Einsatz in Social-Media-Kanälen. So wird neben dem Einsatz auf der Unternehmens-Homepage künftig bereits in der Konzeption auch der Social-Media-Einsatz berücksichtigt. Auch die Schaltung von Image-Spots in TV (Commerzbank, Deutsche Bahn) oder Kino (Brillux) findet heute schon statt und wird sich fortsetzen.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/ia99uk

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/unternehmen/employer-branding-trends-2014-videos-63131

=== Videotrends 2014 (Bild) ===

Shortlink:
http://shortpr.com/bcikpa

Permanentlink:
http://www.themenportal.de/bilder/videotrends-2014

Pressekontakt

MovingIMAGE24 GmbH

Frau Irma Drews
Stralauer Allee 7
10245 Berlin

irma.drews@movingimage24.de

Firmenkontakt

MovingIMAGE24 GmbH

Frau Irma Drews
Stralauer Allee 7
10245 Berlin

movingimage24.com | jobtv24.de
irma.drews@movingimage24.de

JobTV24 eine Marke der MovingIMAGE24 GmbH bietet Unternehmen die Produktion und Verbreitung von Recruiting- und Employer Branding-Videos und betreibt mit www.jobtv24.de Europas größtes Video-Portal für Job und Karriere.