

PERSONALMARKETING
 – Analogien zwischen Absatz- und Personalmarketing –

Absatzmarketing	Personalmarketing
Produkt, Sortiment, allgemeines Angebot	Aufgabenstellung, Personal und Führungsarbeit
Preis, Konditionen	Mitarbeiterleistung
Nachfrage	materielle und immaterielle Mitarbeiterbedürfnisse
Kunden	Mitarbeiter
Marktforschung	Mitarbeitergespräche, betriebliche empirische Erhebungen, Kennzahlen und -ziffern
Produktimage, Bekanntheitsgrad, Ruf	Arbeitgeberimage
After Sales Service	Einführung, Einarbeitung und Qualifikationsentwicklung der Mitarbeiter
Marketing-Mix	Personalmarketing-Mix