

Donnerstag,
22.02.2018

Ausbildungsmarketing 4.0

*Gute Auftragslage
und kein
Nachwuchs in
Sicht?*

Ausbildungsmarketing im Wandel der Zeit

Im Rahmen des Projekts „Digitale Kompetenzen im Verbund – DigiKompIV“, bietet das bfz Rosenheim bis Juli 2020 regelmäßig kostenfreie Workshops im Zusammenhang mit dem Thema Ausbildung 4.0 an.

Der erste Workshop fand am Donnerstag, den 22.02.2018 statt und befasste sich mit dem Thema „Ausbildungsmarketing 4.0“.

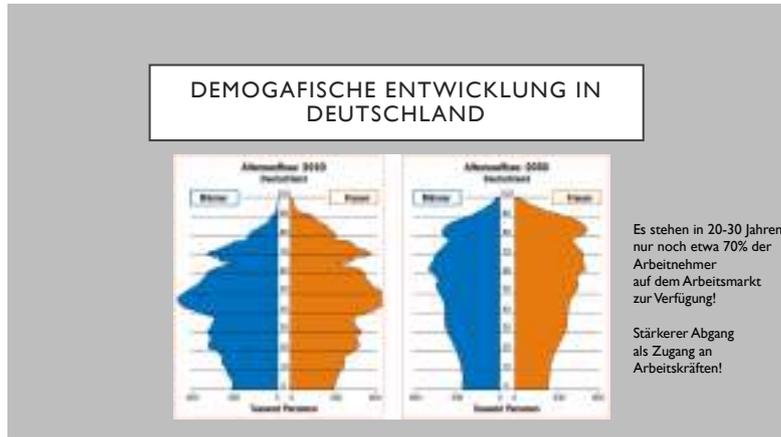
Zum Einstieg in den Workshop betrachteten die Teilnehmer in Kleingruppen die eigene Berufswahl und die damalige Zeit. Die Gruppen stellten ihre Erfahrungen, beginnend mit den längsten Berufserfahrungen den anderen Teilnehmern vor. Dadurch konnten die Teilnehmer sich Schritt für Schritt mit dem Wandel der Arbeitswelt befassen. Die Dozentin Sabina Lorenz ergänzte diese Betrachtung durch die Erläuterung der 8 Trends des Wandels, die heute zu beobachten sind.



Die 8 Trends des Wandels

1. Von der vorgegebenen sozialen Ordnung zur Individualisierung
2. Von der punktuellen Veränderung zur Verstetigung des Wandels
3. Von der Maschinenarbeit zur Computerarbeit
 - Zur künstlichen Intelligenz
4. Von der Industriegesellschaft zur Wissensgesellschaft
5. Von der Hierarchie zur sogenannten schlanken Organisation
6. Von nationalen Teilmärkten zur Globalisierung
7. Von der Vollbeschäftigung zu sogenannten „prekären“ Arbeitsverhältnissen
8. Von der Produktions- zur Dienstleistungsgesellschaft

Diese Trends und der demografische Wandel und der daraus resultierende Arbeitnehmermarkt erfordern ein Umdenken beim Personal- bzw. Ausbildungsmarketing.



Zielgruppenanalyse

Der nächste wichtige Schritt ist die Klärung der Bedürfnisse der betroffenen Zielgruppen, Arbeitgeber vs. Generation y+z.

Im Rahmen eines World Cafés wurden von den Teilnehmern die beiden Seiten erkundet.

GENERATION Y + Z

Erwartungen an die berufliche Tätigkeit (Top 10)

1. Eine Arbeit, die mir Spaß macht
2. Sicherer Arbeitsplatz
3. Ein Beruf, der meinen Fähigkeiten entspricht
4. Nette Arbeitskollegen, Mitarbeiter
5. Anerkennung der Leistung
6. Abwechslungsreiche Tätigkeit
7. Ein Beruf, der Zukunft hat, Erfolg verspricht
8. Arbeit, die sich gut mit Privatleben und Familie vereinbaren lässt
9. Bezahlung, die sich an der Leistung orientiert
10. Ein Beruf, in dem ich mich weiterentwickeln kann



McDonald's Ausbildungsstudie 2017 (S.55)

Nach einem intensiven Austausch, der durch die gute Verpflegung im bfz unterstützt wurde, konnte nun die Dozentin die Inhalte modernen Ausbildungsmarketings der Zielgruppe vermitteln.

Entwicklung einer attraktiven Arbeitgebermarke



Betrachtung der Aspekte:

- Bindung der Mitarbeiter
 - Fokussierung emotionaler Bindung
- Entwicklung eines Arbeitgeber Images
- Strategische Entwicklung einer Arbeitgebermarke

Umsetzung des operativen Ausbildungsmarketings



Betrachtung des Recruitings der Generation Y+Z

ANFORDERUNG AN MOBILE RECRUITING

Bewerbung in wenigen Schritten

- Verschlankung des Bewerbungs-Prozesses
 - Vermeidung von Formularen und Uploads von großen Dateien
- Touchpoints über Apps oder Sozial Media-Kanälen
- Mobile- und Social Recruiting gehören zusammen



RECRUITING-KANÄLE

Karriereportale wie XING und LinkedIn

- Zielgruppe überwiegend Professionals



Zielgruppe Generation Y+Z:

- Facebook, Snapchat, Instagram, ..
- Whats app angekündigt ab März auch als Unternehmensprofil

NEUE APPS

Matching Apps:

- Jobify
- Truffls



Videobewerbung:

- Talentcube



Wichtigster Schritt: Stimmt das Werbeversprechen mit der Realität überein!

„ONBOARDING“

Onboarding ist der erste Schritt zur Bindung von Auszubildenden

- Der erste Kontakt mit dem Bewerber ist der Start des Onboardings
- Wie wird der Arbeitgeber wahrgenommen?
- Stimmt der Eindruck mit dem Versprechen auf der Homepage, Stellenanzeige überein?
- Passen die Werte und Ziele überein?



Abschluss und Feedbackrunde.

Feedback der Teilnehmer:

- „Grundsätzlich war das Thema sehr interessant aufbereitet und vor allem der Austausch zu den Teilnehmern war sehr wichtig“
- „Der Austausch, die Impulse, das Kennenlernen“
- „ein nettes Team, lockere Atmosphäre“