

Azubi-Marketing 4.0 | WORKSHOP

Konzept und Kerninhalte:

Konzept:

Auszubildende zu gewinnen hat sich in den letzten Jahren verändert. Dem Mangel an Interessenten für eine gute Berufsausbildung in einem kleinen und mittleren Unternehmen stehen eine Fülle an Methoden und Möglichkeiten zur Rekrutierung gegenüber. Doch wie wird mein Ausbildungsbetrieb sichtbar? Welche Methode ist die Passende? Von der Ansprache der Bewerber/-innen über die Möglichkeiten in "Zeiten 4.0" bis hin zum integrierten Konzept, entwickeln wir gemeinsam Ideen und Strategien für die Teilnehmer/-innen des Workshops.

Kerninhalte:

1. Selbstbild – Fremdbild (Was bin ich für ein Unternehmen: wie werde ich wahrgenommen)
2. Welche Auszubildenden sind meine Zielgruppe?
Wer sind die Jugendlichen, die heute die Schule verlassen und ein Ausbildung machen wollen? (Generation Z, Sinus-Studie)
3. Wie stelle ich Anforderungen fest und wie formuliere ich diese? (Zielgruppenansprache, Profiling)
4. Welche Kanäle gibt es und welche möchte ich nutzen? (Online Rekrutierung (Internet, Social Media), Präsenzveranstaltungen (Messen), Printmedien)

Hintergrund/Ausgangslage:

Der Bedarf nach Auszubildenden ist für die Unternehmen in der Kölner Region unterschiedlich ausgeprägt. In ländlichen Regionen, die verkehrstechnisch nicht optimal angebunden sind, fehlen den Unternehmen die Azubis. Darüber hinaus konkurrieren KMU oft mit großen Unternehmen, die mehr Kapazitäten in das Personalmarketing stecken können. Unsere 2018 und 2019 ausgewertete Unternehmensbefragung zeigte den Bedarf nach der richtigen Ansprache der Jugendlichen. Ein weiterer Grund für die Idee, Azubi-Marketing-Workshops anzubieten liegt in unserem eigenen Know-how. Marketing und konzeptionelle Entwicklung von Lerneinheiten sind Kernkompetenzen unseres Projektpersonals.

Organisation:

Zielgruppe: Personalverantwortliche, Ausbildungsleiter/-innen & andere Ausbildungsbeteiligte in Kleinen und Mittleren Unternehmen (bis 250 Mitarbeiter/-innen)

Zeitraumen: 9:00 bis 12:30 Uhr (180 Minuten, 30 Minuten Pause, 2 Pausen)

Partner: Mitarbeiter/innen des IHK-Ausbildungsmatching, die ihre eigenen Angebote dort vorstellen.

Fazit:

Wir bekommen im Anschluss an die Workshops sehr positive Rückmeldungen. Es steht weniger die fertige Stellenanzeige, die fertige Marketingstrategie im Vordergrund, sondern die Sensibilisierung für die heutigen Jugendlichen, für die digitalen Möglichkeiten und für die Vielzahl von bestehenden Angeboten, die nur genutzt werden müssen. In einigen Fällen hat sich ein persönlicher Kontakt zu einem Unternehmen ergeben, dass wir dann ganz individuell beraten durften.

Mehrwert für die Teilnehmer/innen:

Unser Ziel ist es, die Teilnehmer/innen für digitale Möglichkeiten des Ausbildungsmarketings zu sensibilisieren und jeweils individuelle Lösungen für die eigene Situation zu entwickeln. Jedes Unternehmen hat Stärken, diese sollen erkannt und positiv dargestellt werden. Darüber hinaus lernen die Teilnehmer/innen regionale Angebote wie z.B. Elterninformationsabende oder Ausbildungsmessen kennen. Zuletzt steht auch noch der Austausch im Vordergrund. Jedes Unternehmen hat andere Erfahrungen bei der Suche nach Auszubildenden. Der Austausch untereinander ist ein unschätzbare (Mehr-) Wert dieser Workshops.