

EINFÜHRUNG

Im Rahmen des Personalmarketings sollen potenziell geeignete Arbeitskräfte identifiziert und auf die Organisation und deren Arbeitsplätze aufmerksam gemacht werden. Danach soll im besten Fall eine erfolgreiche Bewerbung eintreffen und die eingestellten Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen gebunden werden.

Unternehmensattraktivität spielt im sogenannten „War for Talents“ eine immer wichtigere Rolle. Mitarbeitern ist nicht nur die Identifikation mit der zu erledigenden Arbeit wichtig, sondern mit dem Arbeitgeber selbst.

NUTZEN

- Steigerung der Arbeitgeberattraktivität und des Bekanntheitsgrads
- Ausreichend Bewerberpotential sicherstellen
- Recruiting Kosten senken
- Commitment und Loyalität gegenüber dem Unternehmen steigern
- Fluktuationsrate senken

METHODEN

- Aktive Erarbeitung an Beispielen und Fallstudien
- Erfahrungsaustausch
- Rollenspiele
- Gruppenarbeit

ZIELGRUPPEN

- Fach- und Führungskräfte
- Team- und Gruppenleiter
- Mitarbeiter aller Funktionsbereiche
- Managementebene

RAHMENBEDINGUNGEN

- Ein- oder mehrstündiger Impulsvortrag
- Schulungen oder Workshops von ein bis mehreren Tagen
- Trainings oder Coachings
- Inhouse oder externer Schulungsort
- Einzel- oder Gruppendurchführung
- Web-Seminar

POTENTIELLE INHALTE UNSERES SCHULUNGSANGEBOTS

- von der Rekrutierung bis zur Bindung von Personal
- Ziele und Funktionen des Personalmarketings
- Aufgaben des Personalmarketings
- Trends des zukünftigen Arbeitsmarktes
- Kommunikationsstrategien zur Mitarbeitergewinnung
- Internes vs. Externes Personalmarketing
- Konzept der Personalbedarfsplanung
- Leitfaden für die Erstellung eines Anforderungsprofils
- Chancen und Risiken des E-Recruiting