

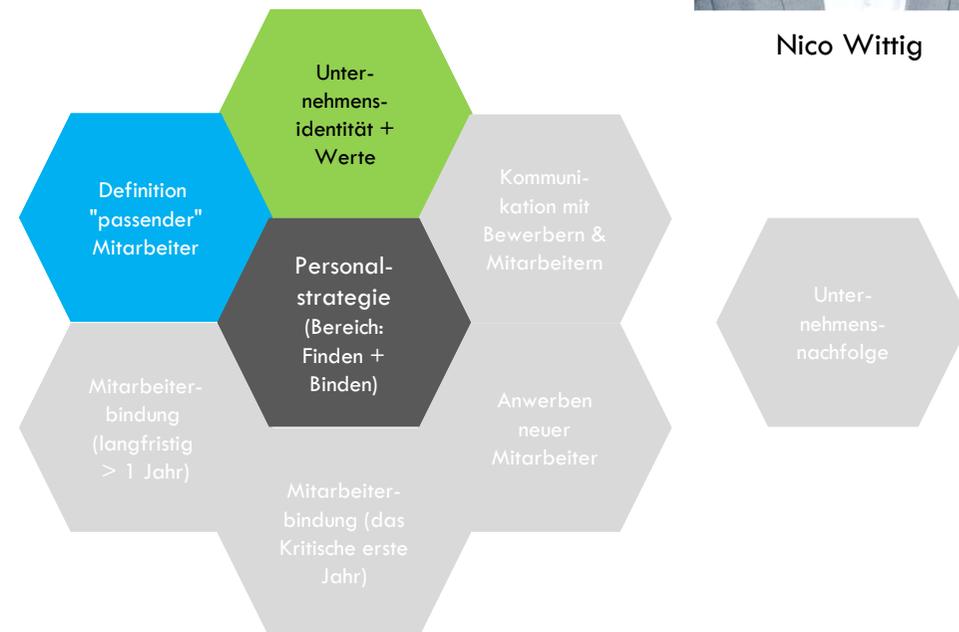
IMPULSWERKSTATT-REIHE
„PERSONALSTRATEGIE & UNTERNEHMENSNACHFOLGE“

Mittwoch, 26. Juni 2024, 14 – 18 Uhr

„Employer Branding und Candidate Experience:
Die Kunst der erfolgreichen Mitarbeitergewinnung.“

enthält folgende Module:

- Employer Brand (2.2)
- Employer Value Proposition (2.3)
- Candidate Profiling & Journey (1.1, 1.2)
- Aussagekräftige Stellenanzeigen (1.3)



Annemarie Zoppelt



Nico Wittig

2.2. EMPLOYER BRAND ENTWICKELN

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

Die Teilnehmenden erfahren,

- was einen attraktiven Arbeitgeber ausmacht
- was man wirklich unter Employer Branding versteht
- wie sich Employer Branding und Personalmarketing unterscheiden?
- Warum Employer Branding als solide Grundlage für erfolgreiche Personalsuche anzusehen ist
- wie sie einen konkreten Fahrplan direkt aussetzen

WERKZEUGE

- Theoretische und praktische Grundlagen
- WaveEffect Framework zur effektiven Umsetzung
- Co-kreative Gruppenarbeiten zur Entwicklung einer einzigartigen Arbeitgebermarke in einem Fallbeispiel

INHALTE

Erfolgreiches Prozess-Setup

Introspektive durch Analyse der Arbeitgeberereigenschaften und der Zielgruppen

Stakeholder-Interviews

Qualitative und quantitative Mitarbeiterumfrage

Abgleich IST und SOLL der Arbeitgebermarke

Analyse von Werten, Kultur und Normen im Alltag

Erarbeitung von Attraktivitätsfaktoren, Profilierungsmerkmalen und Chancenfeldern

Extraktion von relevanten Geschichten & Storytelling

WAS DABEI HERAUSKOMMT...



MODERATOREN:
ANNEMARIE ZOPPELT | NICO WITTIG

2.3. EMPLOYER VALUE PROPOSITION ENTWICKELN

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Bewusstsein über eigene Attraktivitätsfaktoren, Profilierungsmerkmalen und Chancenfeldern
- Wissen über Zielgruppen, ihre Motive & Bedürfnisse
- Ausformulierung von konkreten Arbeitgeberversprechen

WERKZEUGE

- Theoretische und praktische Grundlagen
- Co-kreative Gruppenarbeiten zur Entwicklung eines einzigartigen Arbeitgeberversprechens in einem Fallbeispiel

INHALTE

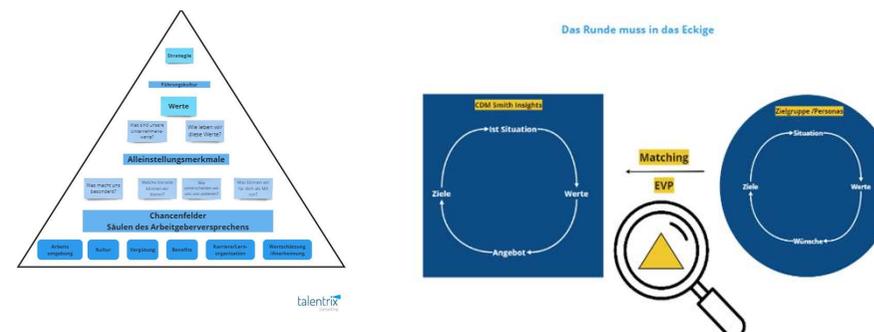
Einführung und Definition von Employer Branding: Was bringt es, wie geht es, wie entwickeln Sie Ihre Employer Brand?

Candidate Experience: Warum Emotionen und der Wohlfühlfaktor wichtig sind?

Co-Kreation: Was es wichtig ist, die Mitarbeitenden in die Erarbeitung einzubeziehen?

Definition des Arbeitgeberversprechens: Was muss rein und rein?

WAS DABEI HERAUSKOMMT...



MODERATOREN:
ANNEMARIE ZOPPELT | NICO WITTIG

1

4

Definition „passender Mitarbeiter“

1.1. KANDIDATEN-PROFILIERUNG ÜBER MOTIVFELDER

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Verstehen der Theorie hinter den Motivfeldern des Motivkompasses und deren Relevanz für das sog. Candidate Profiling
- Analytische Fähigkeiten stärken: Teilnehmende lernen, Bewerberdaten zu analysieren und Motivfelder zu identifizieren, um ein tieferes Verständnis für die Kandidaten zu entwickeln
- Verbesserung der Kandidatenauswahl durch gezielte Passung von Motivfeldern und Unternehmenskultur
- Diversität fördern: Sensibilisierung für die Vielfalt an Motivfeldern, um eine inklusive Personalgewinnung zu ermöglichen
- Nachhaltige Mitarbeiterbindung: Entwicklung von Strategien, um Mitarbeiter langfristig durch Abstimmung ihrer Motivation mit den Unternehmenszielen zu binden.

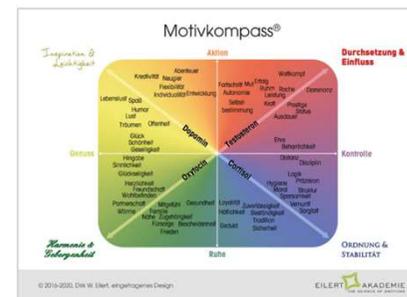
WERKZEUGE ...

- Zur Anwendung von Profiling-Techniken.
- Diskussionsrunden
- Feedback-Methoden: Nutzung von Feedback, um die Methoden kontinuierlich zu verbessern.

INHALTE

- Einführung in die verschiedenen Motivfelder und deren Auswirkungen auf das Arbeitsverhalten.
- Methoden zur Identifikation von Motivfeldern bei Kandidat:innen
- Kultur-Motiv-Matching: Ansätze, wie Unternehmen Kandidaten basierend auf deren Motivfeldern effektiv ansprechen und einbinden können.
- Dynamisches Profiling: Anpassung des Profilierungs-Prozesses an sich verändernde Motivationen und berufliche Anforderungen.

WAS DABEI HERAUSKOMMT ...



MODERATOR: ANNEMARIE ZOPPELT | NICO WITTIG

1
4

Definition „passender Mitarbeiter“

1.2. "CANDIDATE JOURNEY" UND DIE RECRUITING-STRATEGIE

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Die Teilnehmenden erlernen, wie sie die Candidate Journey aus der Perspektive der Bewerbenden empathisch nachvollziehen und gestalten
- Die Teilnehmenden erfahren, wie sie effektiv Bewerbungshürden abbauen
- Entwicklung einer klaren Recruiting-Strategie, die sich an den Bedürfnissen des Unternehmens und der Kandidat:innen orientiert
- Touchpoint-Optimierung: Identifikation und Verbesserung aller Berührungspunkte zwischen Unternehmen und Bewerbenden, um ein positives Bewerbungserlebnis zu schaffen
- Einführung in die Messung der Effektivität von Recruiting-Maßnahmen und das agile Anpassen der Strategie basierend auf Rückmeldungen und Daten.

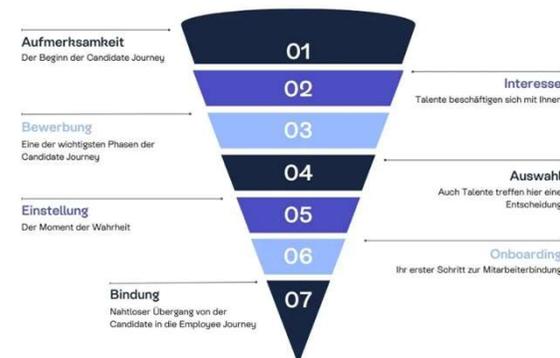
WERKZEUGE ...

- "Candidate Journey Mapping"-Methode
- Gruppendiskussionen
- Design Thinking-Ansatz

INHALTE

- Detaillierte Darstellung der Schritte, die Bewerbende im Recruiting-Prozess durchlaufen, und wie diese Erlebnisse optimiert werden können.
- Konzeption einer maßgeschneiderten Strategie, die auf spezifische Zielgruppen und Marktbedingungen zugeschnitten ist.
- Arbeitgebermarken Integration - Wie das Arbeitgeberimage effektiv in der Candidate Journey genutzt wird, um Talente zu gewinnen und zu binden.
- Vorstellung der wichtigsten Kennzahlen, um die Wirksamkeit des Rekrutierungsprozesses zu bewerten und zu steuern.

WAS DABEI HERAUSKOMMT ...



MODERATOR: ANNEMARIE ZOPPELT | NICO WITTIG

1
4

Definition „passender Mitarbeiter“

1.3. AUSSAGEKRÄFTIGE STELLENANZEIGEN

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Die Teilnehmenden lernen, Stellenanforderungen kritisch zu hinterfragen und aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten
- Die Teilnehmenden erfahren, warum es wichtig ist, die Kommunikationswege und die Prozesse zwischen den Fachbereichen und den HR-Verantwortlichen zu optimieren, um eine klare und effektive Stellenaus-schreibung zu gewährleisten
- Erwerb des Wissens, wie man eine Stellenanzeige effektiv gestaltet, sodass sie die gewünschte Zielgruppe anspricht und überzeugt

WERKZEUGE ...

- Peer Review (Vier-und-mehr-Augen-Prinzip)
- Brainstorming /-writing
- Gruppenarbeit
- Feedback

INHALTE

- Überzeugende Inhalte in einer informativen Stellenanzeige positionieren
- Struktur und wichtige Bausteine einer vollständigen Stellenanzeige
- Textoptimierung: Der zweite Leseweg in einem Text
- Erstellungsprozess einer Stelleanzeige
- Die Kandidatenreise und der niederschwellige Bewerbungsprozess

WAS DABEI HERAUSKOMMT ...

Staatlich geprüfter Techniker / Baustoffprüfer Geotechnik	
Link:	
Bereiche	Rückfragen und Optimierungsvorschläge Wann komme ich in das Projekt rein? Konkrete Beispiele helfen, den Alltag besser zu greifen

Nico Wittig



Mobil:
+49 177 1764531

eMail:
n.wittig
@talentrix-consulting.com

Internet:
<https://talentrix-consulting.com/>
<https://kompass.talentrix-consulting.com>

Kompetenzen und Qualifikationen

Über 7 Jahre Erfahrung im HR-Umfeld, u.a. datengestützte Personalgewinnung, HR-Tech Lösungen (SaaS), Teamaufbau und Co-Leitung.

Seit 2017 Beratungsleistungen im HR-Umfeld:

- Kulturbasierte Arbeitgebermarken-Entwicklung, und -positionierung
- Entwicklung und Optimierung von Personalgewinnungs-Strategien
- Interne Unternehmenskommunikation (intern/extern)
- Strategisches Personal Marketing
- HR-Branding (Positionierung und Stärkung der HR-Abteilung)

Akademischer Hintergrund in der Organisationspsychologie und HR-Management

Referenzprojekte

- Über 350 Kampagnen und Projekte in der technologiegetriebenen Personalgewinnung von DAX-40 Konzernen bis zum Handwerksbetrieb im Mittelstand
- Projekte zur strategischen Entwicklung der Arbeitgebermarke in Co-Kreation und mit Hilfe von Facilitationsmethoden

Zielgruppe(n)

Inhabergeführte KMU,
(Familien-)unternehmen in der Nachfolge, Scale-ups



Was ist das Ergebnis unserer Arbeit?

- Sie sind sichtbarer, authentischer & relevanter Arbeitgeber mit unverkennbarem Charakter
- Weiterentwicklung des Betriebes & Unternehmenskultur
- Eindeutige Differenzierung vom Wettbewerb
- Moderne (zeitgemäße) Herangehensweise an das Thema Fachkräftemangel
- Kreative Lösungen für aktuelle Herausforderungen

Mein Motto. Meine Werte.

- Welle der Begeisterung statt Fachkräftemangel
- Raus aus der Masse und rein in die Klasse

Annemarie Zoppelt



Tel.
+49 (0) 221 259 698 12
Mobil:
+49 176 2274 2669

eMail:
a.zoppelt@
talentrix-consulting.com

Internet:
<https://talentrix-consulting.com>
<https://kompass.talentrix-consulting.com/>

Kompetenzen und Qualifikationen

Über 8 Jahre Erfahrung in Marketing-kommunikation, Personalvermittlung und in der Arbeitgebermarken-Entwicklung:

- Ländergreifende 360-Grad Personalgewinnung inkl. Direktansprache und Recruiting über soziale Medien
- Entwicklung oder Optimierung Personalgewinnungs-Strategie
- Grundlagenanalyse von Identität, Kultur und Werte
- Strategische Entwicklung der Arbeitgebermarke
- Führungskräfteentwicklung zur Stärkung von Commitment und Identifikation

Referenzprojekte

- Diverse Projekte zur strategischen Entwicklung der Arbeitgebermarke in Co-Kreation und mit Hilfe von Facilitations-Methoden & Personalmarketing
- Diverse Führungskräfte-Trainings (Grundlagen der Führung & Kommunikation im Führungsalltag)
- 26 Personalvermittlungen für 17 Unternehmen aus Deutschland, Frankreich, Belgien von mehrsprachigen Spezialisten aus Europa für mittelständische Unternehmen (Mittelstand & Konzerne)

Zielgruppe(n)

Inhabergeführte KMU, Familienunternehmen in der Nachfolge, Scale-ups



Was ist das Ergebnis unserer Arbeit?

- Sie sind sichtbarer, authentischer & relevanter Arbeitgeber mit unverkennbarem Charakter
- Weiterentwicklung des Betriebes & Unternehmenskultur
- Eindeutige Differenzierung vom Wettbewerb
- Moderne (zeitgemäße) Herangehensweise an das Thema Fachkräftemangel
- Kreative Lösungen für aktuelle Herausforderungen

Mein Motto. Meine Werte.

- Mehr Welle der Begeisterung. Weniger Fachkräfte-Ebbe.
- Authentische Spitzenarbeitgeber im Mittelstand durch effektives, kulturbasiertes Employer Branding
- Raus aus der Vergleichbarkeit, rein die Einzigartigkeit