

Checkliste Azubimarketing

Diese Checkliste unterstützt Sie dabei, die Grundlagen des Azubimarketings zu beachten und gibt Ihnen Anregungen und Hinweise, was Sie zusätzlich tun können.

Dabei wird zwischen „Wie“ und „Wo“ unterschieden. Das „Wie“ behandelt Fragen zu Inhalten der Ausschreibung, unter „Wo“ geht es um die Frage, auf welchen Wegen die Ausschreibung veröffentlich wird.

Zusätzlich finden Sie in der Checkliste noch einige grundlegende Hinweise, die besonders KMU bei der Außendarstellung ihres Unternehmens beachten können.

# Checkliste für die Analyse des Ausbildungsmarketings

Stellenausschreibung: Wie?

Unser **Unternehmen** wird positiv vorgestellt …

Geschäftsfeld und Tätigkeiten des Unternehmens

Kurzes Unternehmensportrait

Unternehmenskultur und Firmenwerte

Der **Ausbildungsplatz** wird ausführlich beschrieben …

Die Ausbildungsinhalte und Rahmenbedingungen werden dargestellt (Dauer, Berufsschule etc.)

Qualifikationen, die erlang werden, werden genannt (LKW-Führerschein, Staplerschein etc.)

Die Tätigkeiten werden nachvollziehbare und zeitgemäß beschrieben

Die **Anforderungen** **an die Azubis** werden klar beschrieben …

Erwartete Qualifikationen (Führerschein, Abschluss etc.)

Soft-Skills (Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit etc.)

Die **Anforderungen an die Bewerbung** werden verständlich formuliert (“Bewirb dich mit...”, Zeugnis, Lebenslauf, Kontaktdaten etc.)

Ein persönlicher **Ansprechpartner** wird genannt (Name, Kontaktdaten, Kontaktzeiten)

**Entwicklungsmöglichkeiten** und **Übernahmechancen** werden genannt (persönliche Förderung im Unternehmen, „Wir bilden für den eigenen Bedarf aus“ etc.)

Stellenausschreibung: Wo?

Der Ausbildungsplatz wird an den richtigen Stellen bekannt gemacht. Z. B.

Arbeitsagentur

IHK-Lehrstellenbörse

Eigene Kanäle

Unternehmenswebsite  Social-Media (Facebook, Instagram …)

Onlinejobbörsen und Communitys, z. B.:

Azubiyo  ausbildung.de

Stepstone  Monster

Indeed  Ebay Kleinanzeigen

Lokale Facebookgruppen  …

Lokalzeitungen

Anzeigenblätter

„Mund-zu-Mund-Propaganda“, persönliche Empfehlung durch Mitarbeiter

Ausbildungsmessen und Veranstaltungen

(digitale) Ausbildungsmessen  Speeddatings

Schulbesuche

# Zusatz: Checkliste Außenwirkung des Unternehmens

Ausbildungsinteressierte informieren sich nicht nur konkret in den Stellenausschreibungen, sondern auch auf anderen Kanälen über potentielle Ausbildungsbetriebe. Daher bieten wir hier ergänzenden Hinweise zur Außendarstellung Ihres Unternehmens.

Unternehmenswebsite

Es gibt eine ansprechende und aktuelle Website (gute Fotos, klare Menüführung etc.)

Diese Website ist leicht zu finden (eingängige URL, Google-Suche)

Auf der Website werden das Unternehmen und sein Geschäftsfeld beschrieben

Die Mitarbeiter werden / das Team wird vorgestellt

Google Maps

Wir haben uns als Inhaber für die Google-Maps-Eintrag registriert

Der Eintrag ist gepflegt (aktuelle Kontaktdaten, Firmenlogo etc.)

Bewertungen bei Google werden regelmäßig wahrgenommen (und ggfls. wird reagiert)

Social-Media-Kanäle

Ein **Instagram**-Kanal ist vorhanden

Der Kanal ist aktuell und wird gepflegt

Der Kanal wird genutzt für ….

News aus dem Unternehmen  Veranstaltungen und Aktionen

Vorstellung von Mitarbeitern  Ansprache von potentiellen Azubis

Ein **Facebook**-Kanal ist vorhanden

Der Kanal ist aktuell und wird gepflegt

Der Kanal wird genutzt für ….

News aus dem Unternehmen  Veranstaltungen und Aktionen

Vorstellung von Mitarbeitern  Ansprache von potentiellen Azubis

Ein **LinkedIn/Xing**-Kanal ist vorhanden

Der Kanal ist aktuell und wird gepflegt

Der Kanal wird genutzt für ….

News aus dem Unternehmen  Veranstaltungen und Aktionen

Vorstellung von Mitarbeitern  Ansprache von potentiellen Azubis