

Zielgruppen beschreiben, Maßnahmen brainstormen

Mit genial einfachen Methoden
die Attraktivität als Arbeitgeber steigern
und die passenden Mitarbeiter gewinnen



Gunther Wolf.



Diplom-Ökonom

Diplom-Psychologe

Zertifizierter Unternehmensberater

Zertifizierter Strategieberater

Zertifizierter New Work Manager

Vielfacher Autor von Fachbüchern
zu Management- und Führungsthemen

Deutscher Managementbuchpreis

Zielgruppen beschreiben, Maßnahmen brainstormen.

Wen möchten Sie finden, gewinnen und binden?

Zielgruppendenke bedeutet, Unterschiede zwischen Persönlichkeiten, Lebenszielen und sozial-ökonomischen Lebensumständen zu erkennen.

Dabei werden *Stereotypen (Personas)* gebildet.

Erst im zweiten Schritt werden diese für die Ermittlung der optimalen Art und Weise der Ansprache bzw. Bindung genutzt.

Wichtig: Zielgruppe ist nicht das gleiche wie Berufsgruppe!



1. Zielgruppenorientiertes Personalmarketing und Recruiting

Unternehmensinterner Workshop: Zielgruppe gewinnen (1. Teil)

Kernfrage: Welche Zielgruppe passt optimal? Diese für Dritte nachvollziehbar und *ganz genau* beschreiben. Zentrale Charakteristika der Persona festhalten. **Tipp:** Zielgruppe einbeziehen!

Rollen

- Leitung: Benennt die Persona, die beschrieben werden soll
- Protokollant: Schreibt nach Rückversicherung *alles* mit (z. B. auf großer Pinnwand). Unwichtig wirkende Details können im 2. Workshop-Teil enorm hilfreich sein.
- Teilnehmer: Stellen der Leitung konstruktive, hilfreiche Fragen zur detaillierten Beschreibung der Persona.

Fragen: Was ist für die Persona wichtig? Woran glaubt sie? Welche Werte, Motive und Bedürfnisse leiten ihr Handeln? Welches sind ihre Ziele? Bei welchem (Arbeitsmarkt-) Wettbewerber ist sie zurzeit beschäftigt? Was tut sie in ihrer Freizeit? In welcher familiären Situation befindet sie sich? Was prägt ihr Leben? Wo kauft sie ein? Woher bezieht sie benötigte Informationen? Wie kommuniziert sie mit anderen? Wie verläuft ihr Wochentag typischerweise und wie ein Wochenende? Welche Orte besucht sie? Welche Wege geht sie? Wo hält sie sich auf?

Wichtig: Keine Kompetenzen, keine Qualifikationen, keine fachlichen Stellenanforderungen!

Unternehmensinterner Workshop: Zielgruppe gewinnen (2. Teil)

Kernfrage: Welches ist bei dieser Persona eine denkbare Ansprache?

Aufgabe Brainstorming: Maßnahmen, Aktivitäten, Kampagnen und Kanäle zur Gewinnung dieser Persona

Regeln

1. Teilnehmer äußern Ideen, denken Ideen anderer weiter: „Spinnen ist Pflicht!“
2. Protokollant schreibt Stichworte **schnell** mit.

Wichtig: Keine Fragen, keine Diskussion, keine Kommentare, keine Einwände!

2. Zielgruppenorientierte Mitarbeiterbindung

Unternehmensinterner Workshop: Zielgruppe binden (1. Teil)

Kernfrage: Welche Zielgruppe wollen wir binden? Diese für Dritte nachvollziehbar und *ganz genau* beschreiben. Zentrale Charakteristika der Persona festhalten. **Tipp:** Zielgruppe einbeziehen!

Rollen

- Leitung: Benennt die Persona, die beschrieben werden soll
- Protokollant: Schreibt nach Rückversicherung *alles* mit (z. B. auf großer Pinnwand). Unwichtig wirkende Details können im 2. Workshop-Teil enorm hilfreich sein.
- Teilnehmer: Stellen der Leitung konstruktive, hilfreiche Fragen zur detaillierten Beschreibung der Persona.

Fragen: Was ist für die Persona wichtig? Woran glaubt sie? Welche Werte, Motive und Bedürfnisse leiten ihr Handeln? Welches sind ihre Ziele? Was tut sie in ihrer Freizeit? In welcher familiären Situation befindet sie sich? Was prägt ihr Leben? Wo kauft sie ein? Wie verläuft ihr Wochentag typischerweise und wie ein Wochenende? Was macht sie unzufrieden? Was begeistert sie?

Wichtig: Keine Kompetenzen, keine Qualifikationen, keine fachlichen Stellenanforderungen!

Unternehmensinterner Workshop: Zielgruppe binden (2. Teil)

Kernfrage: Welche Bindungsmaßnahmen sind bei dieser Persona sinnvoll?

Aufgabe Brainstorming: Maßnahmen und Aktivitäten von Unternehmensleitung, Personalmanagement und Führungskräften zur Bindung dieser Zielgruppe

Regeln

1. Teilnehmer äußern Ideen, denken Ideen anderer weiter: „Spinnen ist Pflicht!“
2. Protokollant schreibt Stichworte **schnell** mit.

Wichtig: Keine Fragen, keine Diskussion, keine Kommentare, keine Einwände!

Kostenlos und nützlich.

1. Checklisten und Arbeitshilfen zu Mitarbeiterbindung, Mitarbeiterbefragungen, Arbeitgeberattraktivität, Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting: <https://bit.ly/Checklisten-und-Arbeitshilfen>
2. Tools wie Mitarbeiterbindungs-Analyse, Fluktuationskosten-Analyse, Personalportfolio: <https://bit.ly/Mitarbeiterbindung-Ressourcen>
3. Studien, Praxisbeispiele, Publikationen: <https://bit.ly/Mitarbeiterbindung-Fachartikel> und <https://bit.ly/Employer-Branding-Studien>
4. Bücher: <https://bit.ly/Employer-Branding-Literatur>
5. Ideen-Pool: <https://bit.ly/Personalmarketing-Massnahmen>
6. 499 Mitarbeiterbindungsmaßnahmen: <https://bit.ly/Mitarbeiterbindungs-Massnahmen>
7. 99 Kennziffern: <https://bit.ly/Employer-Branding-Kenngroessen>

Praxiswissen für Unternehmensleitung, HR und Führungskräfte.



Mitarbeiterbindung. Strategie und Umsetzung im Unternehmen. Ausgezeichnet mit dem Deutschen Managementbuchpreis. Mit 116 Gastbeiträgen führender Köpfe aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik: Mario Ohoven, Christian Lindner, Dr. Gregor Gysi, Malu Dreyer, Volker Bouffier, Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. F. J. Radermacher, Robindro Ullah, Jörg Buckmann, Prof. Dr. Armin Trost, Sahra Wagenknecht, Prof. Dr. Gunther Olesch, Andreas Buhr, Boris Grundl, Annegret Kramp-Karrenbauer, Anne M. Schüller u.v.m. Hineinsehen: <https://amzn.to/3e4oS4Y>

Employer Branding. In vier Schritten zur erfolgreichen Arbeitgebermarke. Hamburg: Dashöfer. Hineinsehen:

<https://www.dashoefer.de/fachbuch/employer-branding.html>





Vielen Dank

für Ihre Fragen, Ideen, Gedanken, Impulse,
Widersprüche und Anregungen.

Schneller Kontakt zu Gunther Wolf: gw@wolfgunther.de oder 0202 / 277 5000