



BACKPACKER PROJECT

» AZUBIMARKETINGPROFILER

www.backpacker-project.de

Der AZUBIMARKETINGPROFILER ist ein Instrument zur **Darstellung** und **Analyse** der unternehmenseigenen, zielgruppenspezifischen Aktivitäten im Bereich des Azubi-Marketings zur Erarbeitung von Best-Practice-Maßnahmen aus den Bereichen:

- Unternehmensprofil
- Marketing an Schulen
- Stellenausschreibungen und Messen
- Ausbildungsmarketing 4.0

» AZUBIMARKETINGPROFILER

Darstellung und **Analyse** der unternehmenseigenen, zielgruppenspezifischen Aktivitäten im Bereich des Azubi-Marketings.

Jugendliche ticken heute anders als Erwachsene manchmal denken. Wenn Sie diese Tipps und Tricks beherzigen, können Sie Ihr Unternehmen bei Jugendlichen weitaus bekannter machen.



» AZUBIMARKETINGPROFILER

Vorgehen

- » Sprechen Sie darüber, was Ihren Betrieb besonders macht
- » Schauen Sie sich Ihre Aktivitäten im Bereich Azubimarketing an.
- » Prüfen Sie, was Ihr Unternehmen schon tut und ergänzen Sie weitere Maßnahmen
- » Ordnen Sie Ihre Aktivitäten und verschaffen Sie sich einen Überblick über Nutzen und Aufwand
- » Erstellen Sie Ihren Leitfaden Azubimarketing

» **Los** geht's mit der
Geschichte Ihres
Ausbildungsunternehmens



» DAS MACHT IHR UNTERNEHMEN AUS

Was macht Ihr Unternehmen besonders. Dies kann eine familiäre Arbeitsatmosphäre sein, interessante Aufgaben, coole Produkte oder spezielle Maschinen und Anlagen. Vielleicht haben sie auch bekannte Kunden oder können etwas, das sonst keiner kann oder Sie unterstützen Ihre Azubis in einer besonderen Art und Weise.

- » Sammeln Sie Stichpunktartig was Ihr Unternehmen ausmacht!
- » Tragen Sie Ihre gesammelten Stichpunkte auf der nächsten Folie ein.

Nutzen Sie diese Punkte als Werbung für Ihr Unternehmen und formen daraus Ihre Geschichte, welche Sie potenziellen Auszubildenden erzählen möchten.

Nutzen Sie für Ihre Kreativität zusätzlich auch gerne den Storygenerator: [Storygenerator.de](https://storygenerator.de)



» DAS MACHT IHR UNTERNEHMEN AUS



» DER KEY-ACCOUNT SCHULE

Die wahrscheinlich **wichtigste** Zielgruppen finden Sie an der **Schule!** Denn von hier kommen zuverlässig jedes Jahr potenzielle Interessent:innen auf den Markt. Noch dazu gibt es an jeder Schule Lehrer:innen die für die Berufsorientierung zuständig sind. Natürlich sollten wir auch nicht die Eltern vergessen, die ihre Kinder maßgeblich beeinflussen.

» Was machen Sie, um an diesem **Key-Account** präsent zu sein?

Auf der folgenden Seite finden Sie sinnvolle Punkte für die Schulansprache.

Markieren Sie bereits vorhandene Aktivitäten in schwarzer Schriftfarbe, zukünftige in **grüner** und nicht berücksichtigte in **roter** Schriftfarbe.

Informationen erhalten Sie in den Notizen zur Folie.



» DER KEY-ACCOUNT SCHULE

Schul-Praktikum	StuBos / BO-Unterricht / Schul-Kooperation	Ausbildungsbotschafter
Lehrerexkursion		



Schul-Praktikum

Informieren Sie die Schule in Ihrem Einzugsbereich, dass Sie Schulpraktika in Ihren Ausbildungsberufen anbieten. Informieren Sie sich über die Praktikumszeiten und halten Sie die Zeitfenster frei.

Bieten Sie ein attraktives Praktikum, welches das Berufsbild widerspiegelt.

StuBos / BO-Unterricht / Schulkooperation

Sprechen Sie mit der Schulleitung Ihrer Schule im Einzugsbereich und bieten Sie Ihre Kooperation an.

Ausbildungsbotschafter

Machen Sie Ihre Auszubildenden zu Ausbildungsbotschaftern.

[Ausbildungsbotschafter | Koordinierungsstelle Schule-Beruf \(lippe-schub.de\)](#)

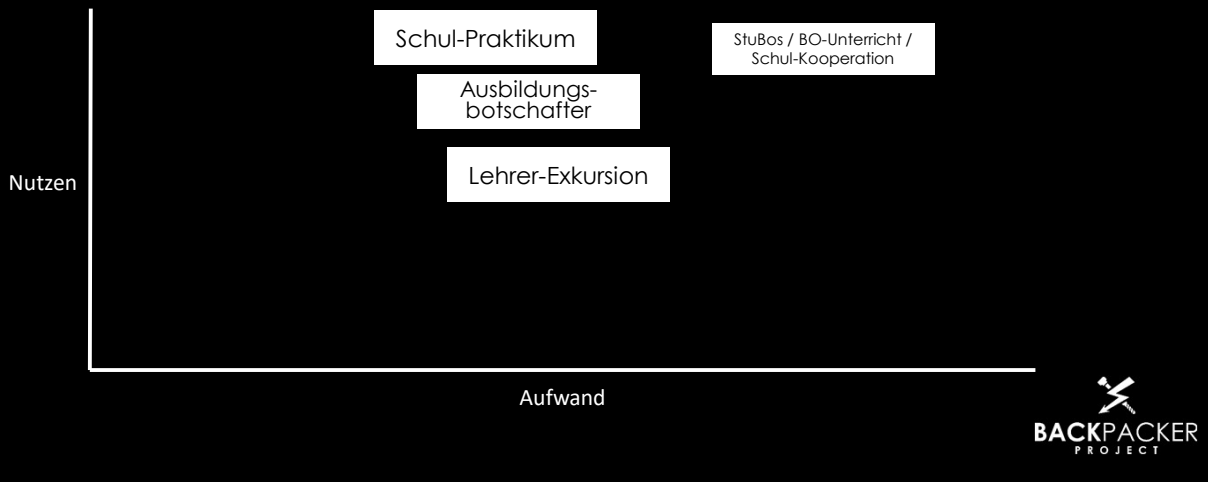
Lehrerexkursion

Bieten Sie StuBo's Zugang zu Ihrem Unternehmen.

Ansprechpartner: [Schu.B | Koordinierungsstelle Schule-Beruf \(lippe-schub.de\)](#)

» AUFWAND/NUTZEN

KEY-ACCOUNT SCHULE



Kopieren Sie aus der vorangegangenen Folie alle Felder mit schwarzer und grüner Schrift in das Aufwand/Nutzen- Diagramm und schätzen Sie den Aufwand/Nutzen ab. Überprüfen Sie dieses regelmäßig mit Ihren gemachten Erfahrungen und passen Sie den Aufwand/Nutzen ggfs. an.

» STELLENAUSSCHREIBUNGEN UND MESSEN

Denken Sie daran, dass man Ihre Ausbildungsstellen auch erstmal **finden** muss um sich darauf zu **bewerben**.

» Wo treten Sie mit Ihrem Ausbildungsangebot auf? Findet man Sie online oder auf Messen?

Ganz Wichtig:

Ihre Unternehmenswebseite ist ein zentraler Punkt. Bei der Informationssuche von zukünftigen Auszubildenden und ihren Eltern ist einer der ersten Anlaufpunkte die Unternehmenswebseite!

Auf der folgenden Seite finden Sie sinnvolle Punkte zum Thema Stellenausschreibung und Messen. Markieren Sie bereits vorhandene Aktivitäten in schwarzer Schriftfarbe, zukünftige in **grüner** und nicht berücksichtigte in **roter** Schriftfarbe. Informationen erhalten Sie in den Notizen zur Folie.



» STELLENAUSSCHREIBUNGEN UND MESSEN

Online AfA	Ausbildungsmessen Regionale Veranstaltungen	Zeitung
Azubi-Internetseite	Social Media	Google
AUBI-plus	Aushang in der Firma	Radio



Online AfA

[Stellenangebot online aufgeben - Bundesagentur für Arbeit \(arbeitsagentur.de\)](https://www.arbeitsagentur.de)

Ausbildungsmessen / Regionale Veranstaltungen

my job-OWL [my job-OWL - Die größte Jobbörse in Ostwestfalen-Lippe](#)

Ausbildungsmesse von staylipso [Projekte – staylipso](#)

Berufe Live [IHK Lippe zu Detmold - IHK Lippe zu Detmold](#)

Azubi-Speeddating (z.B. bei der IHK/an Schulen)

Zeitung - LZ [Anzeigen - LZ.de](#)

Radio - Radio Lippe [Recruiting mit Radio Lippe](#) | [Radio Lippe](#)

Aushang in der Firma

Mundpropaganda hilft viel und ist kostenlos. Teilen Sie mit, dass Sie ausbilden und lassen Sie dies Ihre Mitarbeiter verbreiten.

AUBI-plus

Stellenanzeige über AUBI-plus [AUBI-plus: Ausbildung bei Top-Ausbildungsbetrieben](#)

Social Media

Werbung für die Azubi-Internetseite / Mitteilen, dass man ausbildet / Stellenanzeigen verlinken / Social Media Azubi Account

Google

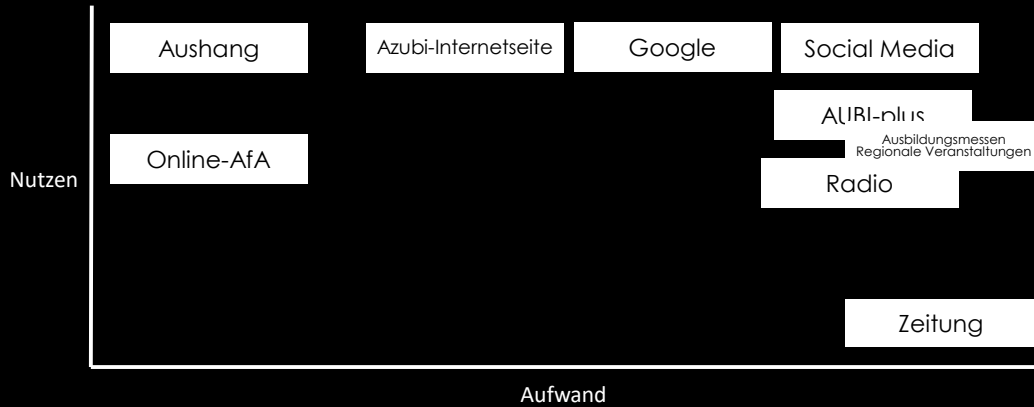
SEO für Google und Google Jobs ist sehr wichtig. Sorgen Sie dafür, dass Sie bei Ausbildungsberuf und Ort ganz oben auftauchen!

Azubi-Internetseite

Eine gute Unternehmens-Internetseite und eine dazu passende Azubi-Internetseite sind ein entscheidender Vorteil bei der Azubi-Gewinnung.

» AUFWAND/NUTZEN

STELLENAUSSCHREIBUNGEN UND MESSEN



Kopieren Sie aus der vorangegangenen Folie alle Felder mit schwarzer und grüner Schrift in das Aufwand/Nutzen- Diagramm und schätzen Sie den Aufwand/Nutzen ab. Überprüfen Sie dieses regelmäßig mit Ihren gemachten Erfahrungen und passen Sie den Aufwand/Nutzen ggfs. an.

» AUSBILDUNGSMARKETING 4.0

Genau wie die Industrie sich zu einer „**Industrie 4.0**“ wandelt, muss sich auch das Ausbildungsmarketing wandeln.

» Bei dieser Art des Ausbildungsmarketings lassen sich nämlich **hervorragend** ihre Azubis **integrieren**.

So können Aktivitäten zum Teil oder ganz in die Hände Ihrer Azubis gehen.

Vielleicht nutzen Sie schon etwas, was wir als „Ausbildungsmarketing 4.0,“ bezeichnen.

Ganz Wichtig:

Ihre Unternehmenswebseite ist ein zentraler Punkt. Bei der Informationssuche von zukünftigen Auszubildenden und ihren Eltern ist einer der ersten Anlaufpunkte die Unternehmenswebseite!

Auf der folgenden Seite finden Sie sinnvolle Punkte zum Thema Stellenausschreibung und Messen.

Markieren Sie bereits vorhandene Aktivitäten in schwarzer Schriftfarbe, zukünftige in **grüner** und nicht berücksichtigte in **roter** Schriftfarbe.

Informationen erhalten Sie in den Notizen zur Folie.



» AUSBILDUNGSMARKETING 4.0

Azubi-Filme	Azubi-Internetseite	Azubi Social Media Account
Social Media	Cross Media	Storytelling



Storytelling

Erzählen Sie die Geschichte Ihres Unternehmens und wie die Auszubildenden hineinpassen. Nutzen Sie z.B. die herausgestellten Punkte vom Anfang und kombinieren diese in einer Geschichte. Ideen gibt es auch hier: [Storygenerator.de](https://www.storygenerator.de)

Azubi-Filme

Lassen Sie Ihre Azubis einen Film über Ihren Ausbildungsberuf in Ihrem Unternehmen drehen. Z.B. mit [Finde die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für dein Unternehmen! \(jobflash.de\)](https://www.jobflash.de)

Azubi Social Media Account

Lassen Sie Ihre Azubis über ihre Ausbildung im Unternehmen über Social Media Kanäle berichten. Legen Sie Regeln fest für einen verantwortungsvollen Umgang.

Social Media / Cross Media

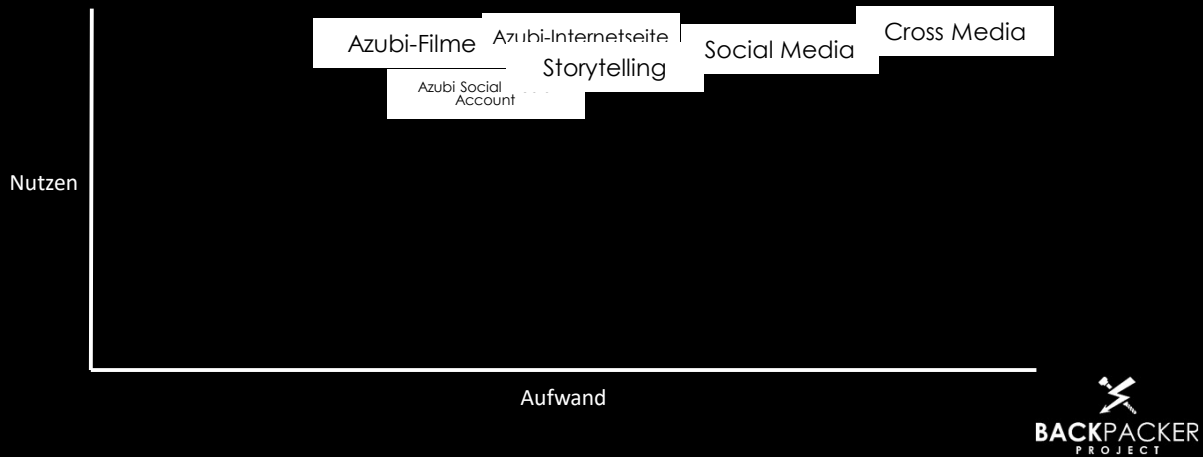
Kombinieren Sie alle Kanäle und stellen Sie sich als Ausbildungsunternehmen heraus.

Azubi-Internetseite

Eine Azubi-Internetseite ist ein eigenständiger Punkt, normalerweise innerhalb des Karriere-bereichs einer Unternehmens-Internetseite, mit allen grundsätzlichen wie notwendigen Informationen und Kontaktmöglichkeiten rund um das Thema Ausbildung im Unternehmen.

» AUFWAND/NUTZEN

AUSBILDUNGSMARKETING 4.0



Kopieren Sie aus der vorangegangenen Folie alle Felder mit schwarzer und grüner Schrift in das Aufwand/Nutzen-Diagramm und schätzen Sie den Aufwand/Nutzen ab. Überprüfen Sie dieses regelmäßig mit Ihren gemachten Erfahrungen und passen Sie den Aufwand/Nutzen ggfs. an.

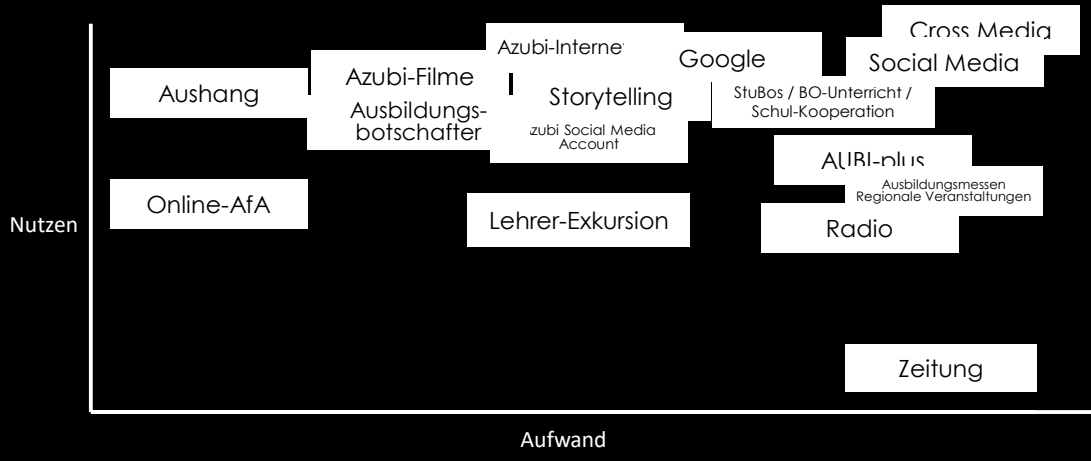
» **WICHTIGSTE MAßNAHMEN**

Nun sammeln Sie im nächsten Abschnitt die wichtigsten Maßnahmen und Aktionen die Sie im Ausbildungsmarketing umsetzen möchten.



Kopieren Sie hier alle Felder aus den vorangegangenen Diagrammen in eine Übersicht und planen damit Ihre Strategie.

» WICHTIGSTE MAßNAHMEN



» **TODO'S**

