

Personalmarketing:

PERSONALMARKETINGFAKTOREN

Marketingfaktor UNTERNEHMEN

- Betriebliche Zahlen und Kennziffern (Umsatz, Mitarbeiterzahl, usw.);
- Rechtsform des Unternehmens (Besitzverhältnisse, Nachfolgeregelungen, usw.);
- Standort (Muttergesellschaft, Filialen, Ausweitung der Standorte);
- Finanzstruktur;
- strategische Überlegungen (mittel bzw. langfristig);
- Image des Betriebs (bei Kunden, Behörden, Ausbildungsstätten);
- Lage und Beschaffenheit der Märkte;
- welche Produkte werden erzeugt, wo und wie verkauft, etc.;
- Umfeld des Betriebes (Schulen, Verkehr, kulturelles Angebot, Infrastruktur etc.);

Marketingfaktor ARBEITSPLATZ

- Definition und Beschreibung der Aufgaben und Verantwortung des Arbeitsplatzes;
- Unter- und Überstellungen;
- Kompetenzen, Zuständigkeiten, Verantwortlichkeiten, Handlungsspielräume;
- Kommunikationsverbindungen mit anderen Abteilungen im Betrieb und außerhalb;
- Erwartungshaltungen der Geschäftsleitung an den Stelleninhaber und dessen Funktion;
- Quantität und Qualität der Mitarbeiter;
- Einordnung im Gesamtunternehmen (z.B. Organigramm);
- Bewertung der Position, Entwicklungsmöglichkeiten;
- Grundlohn, Beteiligungen, Sozialleistungen;
- Aufklärung über bisherige Stelleninhaber;
- Schlüsselfragen und-ereignisse (vergangene, gegenwärtige und zukünftige);
- Informationswege im Unternehmen;
- Arbeitsvertrag in Hinblick auf Inhalt und Dauer.

Marketingfaktor UNTERNEHMENSKULTUR

- Innovationsklima (Kostenverteilung, Forschung und Entwicklung, Qualitätsbewusstsein und-sicherung);
- Führungsstil;
- Betriebsklima;
- Corporate Identity und Unternehmenskultur;
- Arbeitnehmervertretung;
- Verhalten in Krisenzeiten;
- Humanisierungsbemühungen am Arbeitsplatz.