Messeziele

Name der Messe: _____ **Vorlaufzeit:** _____ Wochen
Datum der Messe: __.__.____ **Dauer der Messe:** _____ Tage

Einzugsgebiet
◯ regional ◯ überregional ◯ international

Die Messe ist fachspezifisch?
Ja ◯ Nein ◯

Findet die Messe an einer für uns strategisch wichtigen Schule/ Hochschule/ Ort statt?
Ja ◯ Nein ◯

Ist die Messe(-teilnahme) Teil meiner Arbeitgebermarketingstrategie?
Ja ◯ Nein ◯

Teilnahmehäufigkeit:
◯ erstmalig
◯ unregelmäßig oft
◯ regelmäßig oft

Zielgruppe (ZG) der Messe:
◯ Studierende
◯ Absolventen
◯ Schüler (Azubis)
◯ Arbeitssuchende
◯ Rückkehrer
◯ Internationals

Kenne ich die Bedürfnisse und Interessen meiner Zielgruppe?
Ja ◯ Nein ◯

prognostizierte Besucherzahl: _____ **avisierte Gesprächsanzahl:** _____
prognostizierte Ausstellerzahl: _____ **Gespräche pro Standpersonal:** _____
Wir nehmen uns durchschnittlich folgende Gesprächszeit: _____ Minuten

aktuelle Vakanzen:	**zukünftige Vakanzen**	**von ZG zur Messe gesucht**
◯ Stelle für Fachkräfte	◯	◯
◯ Praktikum/ Referendariat	◯	◯
◯ Studienplatz/ Werkstudent	◯	◯
◯ Abschlussarbeit	◯	◯
◯ geringfüg. Beschäftigte/ Minijobs	◯	◯
◯ Traineestelle	◯	◯
◯ Führungsposition	◯	◯

○ Ausbildungsstelle ○ ○
○ Promotion ○ ○
○ Helferstellen ○ ○

Abteilungen mit Bedarf:

Buchhaltung ○ Logistik ○
EDV-Abteilung ○ Marketing ○

Einkauf ○ Materialwirtschaft ○
Export ○ Personal/ HR ○
Finanzbuchhaltung ○ Planung ○
Forschung & Entwicklung ○ Presse & Öffentlichkeitsarb ○
Geschäftsleitung ○ Produktion ○
Import ○ Sekretariat ○
IT-Abteilung ○ technischer Support ○
Kundendienst ○ Verkauf/ Vertrieb ○
Lager ○ Versand ○

Werden Fragen zum aktuellen Betriebsklima erwartet?

Ja ○ Nein ○

Welche sozialen Medien werden für Informationen zu unserer Messeteilnahme vorher, währenddessen & nachher eingesetzt?

○ Instagram ○ Youtube
○ Facebook ○ BLOG (bspw. tumblr)
○ Twitter ○ Snapchat
○ LinkedIn ○ Jodel
○ XING

Welche Arbeitgebermarketingmaßnahmen setzen wir neben Messeteilnahmen noch ein?

○ Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung/ Interne Maßnahmen
○ zielgruppenspezifische Stellenanzeigen
○ social Media Recruiting
○ öffentlichkeitswirksame Firmenevents
○ Forschungsprojekte mit Hochschulen
○ Vorträge an Schulen, Hochschulen
○ finanzielle Unterstützung von Schulen und Hochschulen, Schüler- oder Studenteninitiativen
○ Active Sourcing
○ Search Engine Optimization/ Search Engine Advertising (SEO/ SEA)
○ Printanzeigen
○ Empfehlungsmarketing

Sind wir bei unserer Zielgruppe schon eine ArbeitgeberMARKE?

Ja ○ Nein ○

Wer wird in der Messe(-vorbereitung) aus dem Unternehmen involviert sein?

Buchhaltung ○ Logistik ○
EDV-Abteilung ○ Marketing ○

Einkauf ◯
Export ◯
Finanzbuchhaltung ◯
Forschung & Entwicklung ◯
Geschäftsleitung ◯
Import ◯
IT-Abteilung ◯
Kundendienst ◯
Materialwirtschaft ◯
Personal/ HR ◯
Planung ◯
Presse & Öffentlichkeitsarb ◯
Produktion ◯
Sekretariat ◯
technischer Support ◯
Verkauf / Vertrieb ◯

Es werden Wettbewerber auf der Messe vor Ort sein.
Ja ◯ Nein ◯

Uns ist bekannt, was der Wettbewerb innerhalb seines Arbeitgebermarketings besser macht
Ja ◯ Nein ◯

Durch die Messeteilnahme versprechen wir uns:
◯ Steigerung unserer Bekanntheit bei der Zielgruppe (Erstkontakte)
◯ Streuung unserer Vakanzen innerhalb der Zielgruppe
◯ Benchmarking/ Branchenüberblick
◯ Öffentlichkeitsarbeit/ Neues aus dem Unternehmen kommunizieren
◯ Umfrage innerhalb der Zielgruppe
◯ Kontakte zur weiterführenden Bearbeitung
◯ sich über Bewerberwünsche informieren
◯ Lage auf dem Arbeitsmarkt einschätzen
◯ Anbahnen von Bewerbungen
◯ Wiedererkennungseffekt erreichen

Wir wecken für das besondere Messeerlebnis folgende Sinne
◯ Sehen
◯ Riechen/ Schmecken
◯ Hören
◯ Fühlen

Bei nachfolgenden Zielen der Messebesucher können wir unterstützen:
◯ Einen Überblick und Anregungen bekommen
◯ Beratung „wo könnte ich arbeiten“
◯ Informationssammlung (Einstiegsmöglichkeiten)
◯ Kontaktaufbau
◯ Entscheidungsvorbereitung, i.S.v. richtige Angebote finden
◯ Persönlichen Vorteil auf Messebesuch ggü. „anderen“ Bewerbern

Unsere Ansprechpartner für Bewerber und deren Kontakte kommunizieren wir zur Messe
Ja ◯ Nein ◯

Folgende Sondermaßnahmen nutzen wir um eine erhöhte Aufmerksamkeit bei den Besuchern zu generieren:
◯ Vortrag zur Firmenvorstellung
◯ Experten-/ Fachvortrag
◯ Eintrag im Messekatalog
◯ Aushang von Stellenanzeigen an der Jobwall

- ◯ Einlage in Begrüßungstaschen/ Goodiebags
- ◯ Sonderstand(-größe)
- ◯ Aushang/ Auslage von Printmedien außerhalb vom Messestand
- ◯ Banner außerhalb vom Messestand
- ◯ Presseinterview

Unser Messestand

- ◯ ist einladend, hat eine anziehende Wirkung
- ◯ lädt zum Verweilen ein
- ◯ ermöglicht Fernerkennung (Farben, Logo)
- ◯ ermöglicht Naherkennung (Auf einen Blick ersichtlich, wer vom UN gesucht wird, was das UN macht - Keywords)
- ◯ ermöglicht Detailerkennung (Infotext, Fotografien, Filmprojektionen, …)
- ◯ hat ein ausgewogenes Verhältnis von Equipment, Personal & Fläche

Wir kündigen unsere Messeteilnahme im Vorfeld an durch:

- ◯ Information an unsere Mitarbeiter
- ◯ Messekalender auf der Homepage
- ◯ Aushänge im Eingangsbereich unseres Unternehmens "Wir sind dabei…"
- ◯ in unseren sozialen Medien
- ◯ über Pressemitteilungen
- ◯ Beteiligung an spezifischen Maßnahmen des Veranstalters

Wir haben einen Notfallplan

Ja ◯ Nein ◯

Eine nachhaltige Erinnerung erreichen wir bei unseren Besuchern mit:

- ◯ unseren Give aways
- ◯ Visitenkarten
- ◯ Kontakthaltung (Talentpool, Geburtstagsgrüße)
- ◯ Danksagung per E-Mail/ SMS
- ◯ zum Follower werden

Unser Standpersonal ist in der Kontaktanbahnung geschult und übernimmt den aktiven Part

Ja ◯ Nein ◯

Private Handynutzung am Messestand ist unserem Standpersonal erlaubt

Ja ◯ Nein ◯

Der Einfluss von Mimik und Gestik ist unserem Standpersonal bewusst

Ja ◯ Nein ◯

Das Standpersonal nutzt Vorlagen zur Gesprächsdokumentation

Ja ◯ Nein ◯

Die kontinuierliche Standbetreuung ist gewährleistet

Ja ◯ Nein ◯

Aufteilung der Messezeit

_____ % persönliche Verteilzeit (Pausen)

_____ % Kontaktgespräche

_____% Beratungsgespräche/ Vorstellungsgespräche
_____% andere berufliche Aufgaben

Nach der Messe bis zum nächsten Kontakt zum Kandidaten vergehen max.
_____Tage

Jeder an der Messe beteiligte Mitarbeiter gibt an den Verantwortlichen ein persönliches Feedback zu

Besucheranalyse ◯
Wettbewerbsanalyse ◯
Zielgruppenanalyse ◯
eigener Performance ◯