



Das Format

Bewerber:innen sollen etwas erleben, womit sie nicht gerechnet haben.

Sie sollen positiv überrascht, fasziniert und verblüfft werden.

Bewerber:innen sollen emotionale Erlebnisse haben, dann werden sie zu Follower:innen.

Lassen Sie es passieren!

**Machen Sie aus Ihrer
Personalmarketingkampagne eine
Breakout Session!**

Chancen nutzen

Seien Sie nicht die nächste graue Maus auf dem Arbeitsmarkt, sondern werden Sie ein Leuchtturm für Bewerber:innen.

Erschließen Sie neue Zielgruppen über andere Wege – über das Kolloquium.

1. Neugierde mit Ihrem Thema wecken.
2. Begeisterung durch fachliche Leidenschaft schaffen.
3. Potentiale entdecken.
4. Aus Studierenden Follower:innen machen.
5. Ideen mitnehmen.

Jetzt Session zum Kolloquium anmelden!

WIK-C Kolloquium
22.04.2024, 18 Uhr
Bar Ausgleich, TU Chemnitz
www.WIK-C.de



„We hire for attitude and train for skills!“



KOLLOQUIUM

22. April 2024



Neugierde wecken

Fragen beantworten! Studierende und Absolvent:innen befinden sich in einem Lebensabschnitt, in dem sie nach neuen Erfahrungen und neuen Erkenntnissen suchen. Passende Themen wecken die Neugierde und stillen den Wissensdurst.

Ihr Slogan (Pitch) ködert Studierende mit der gesuchten fachlichen Qualifikation.

Kurzfristiges Interesse entsteht durch Werbung – Identifikation beim Anstecken mit ihrer Leidenschaft. Experten Ihrer Fachabteilungen bringen diese Überzeugung in aller Regel mit.

Potential entdecken

Aus 10 Bewerber:innen ist es der eine, der irgendwie passt. Hier stimmt die Chemie.

Wo sprechen Sie solche Bewerber:innen an? Wie sprechen Sie sie an? Wie lange wird es dauern, bis sie eine:n solchen Bewerber:in gefunden haben?

Der Abend des Kolloquiums bietet Recruiter:innen ein Beobachtungsfeld, ähnlich wie in einem Assessment – der richtige Ort, um Potentiale zu entdecken.

Begeisterung entwickeln

Fragen Sie Studierende was sie gerne machen und sie werden mit leuchtenden Augen erzählen – da ist sie, die Begeisterung! Zu den Interessen in diesem Alter zählen Wissenszuwachs und Erfahrungsaustausch.

Die hohe Kunst im Recruiting ist es, Menschen für sich zu gewinnen. Es sind 'diese Momente' zwischen Bewerber:innen und Ihrem Unternehmen. Der Moment der Wahrheit entscheidet letztendlich, ob Bewerber:innen nur interessiert oder sogar begeistert werden.

Anders sein

Es gibt zwei Typen von Bewerber:innenn: die einen suchen einen Arbeitsplatz, die anderen suchen eine Aufgabe. Beides schadet nicht, aber alle Positionen bedürfen der richtigen Besetzung.

Es ist eine Frage der Einstellung. Menschen haben die Wahl, mit welcher Einstellung sie Arbeit suchen. Junge Menschen treffen diese Wahl meist unbewusst. Recruiter können es dem Zufall überlassen, welcher Typ Mensch sich bewirbt, oder mit dem Kolloquium die passende Attitude finden.

„**Grünes Licht für Wasserstoff – Ist der Alleskönner die Zukunft oder nur eine Übergangslösung?**“

Motto des Sommersemester Kolloquiums