



## **STRIM® Forum “Branding & Recruiting”**

Fokus auf die Erstausbildung

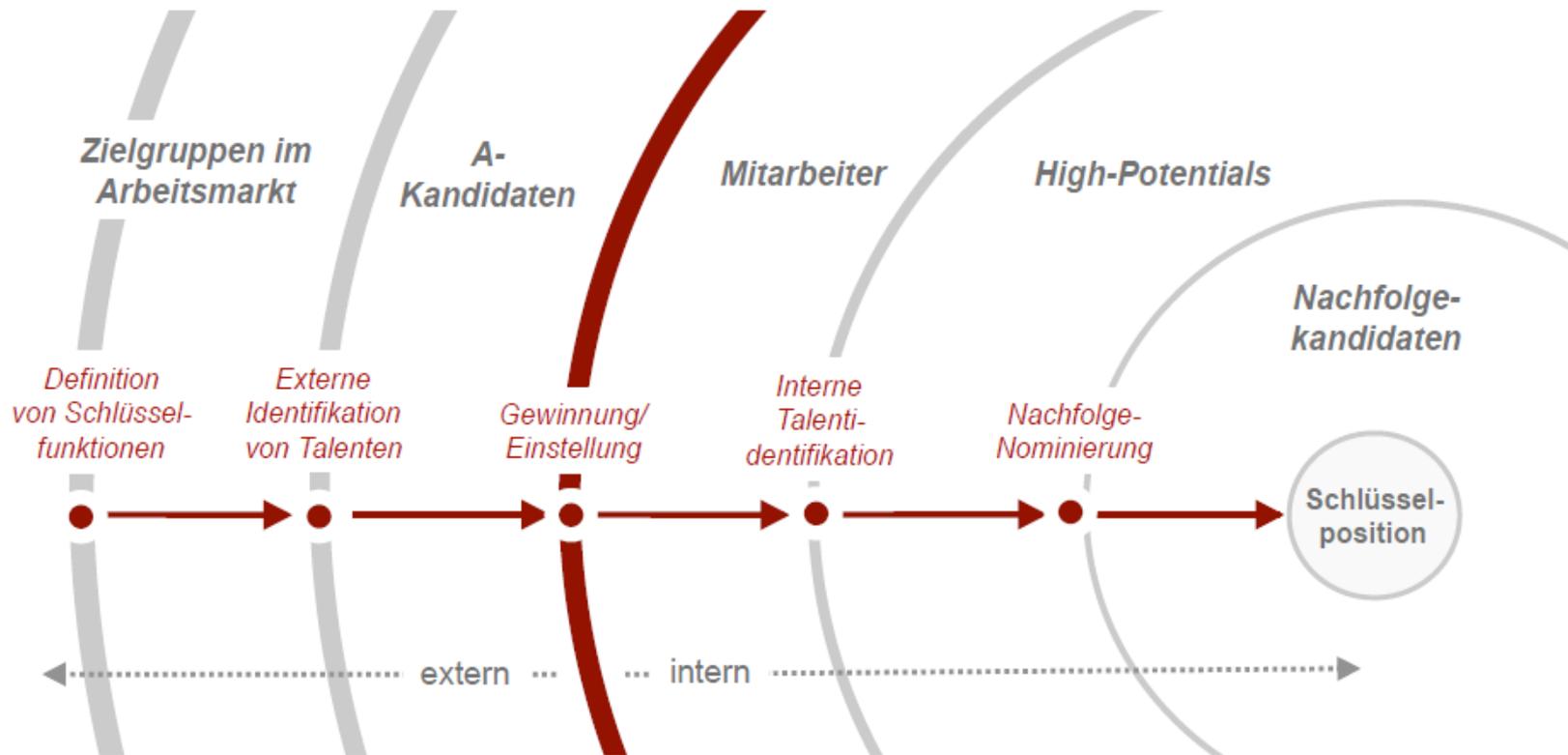
### **Talent Analytics**

Edesheim, 20.-21. Juni 2013

## Talent Analytics

### Einführung: Talent Relationship Management

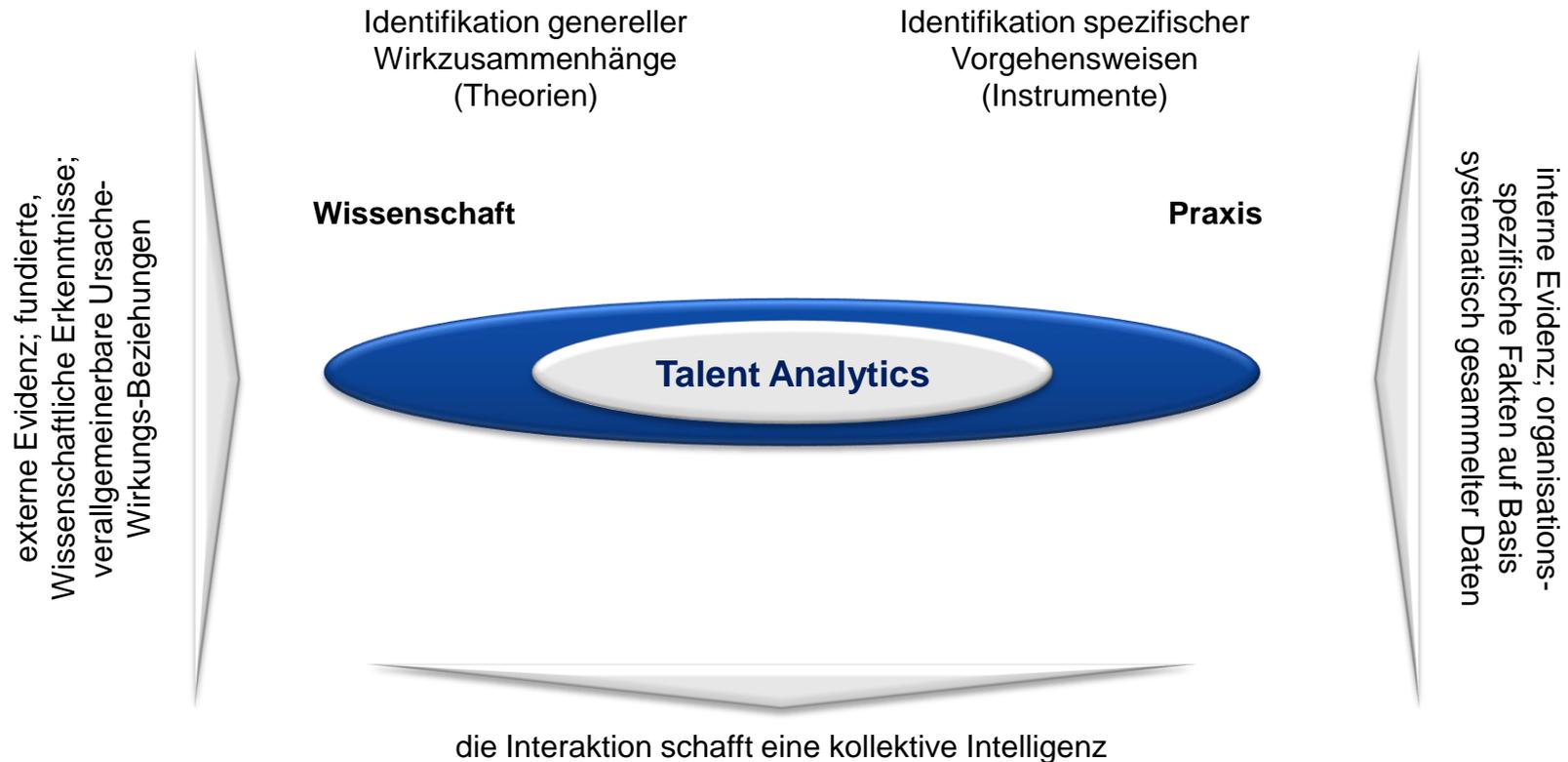
- ▶ Unter **Talent Analytics** verstehen wir eine hochwertige Analyse hinsichtlich Effektivität, Effizienz, Qualität und Risiko in Bezug auf die Identifizierung, die Förderung und die Bindung von Talenten.



## Talent Analytics

Einführung: Evidenz-basiertes Management

- ▶ Talent Analytics geht bei uns, der STRIM®, mit einem evidenz-basierten Handeln einher.



# Talent Analytics

## Phase 1: Faktenlage

- ▶ In Verbindung mit Einflussfaktoren können die erhobenen Daten und Kennzahlen (Outputgrößen) entlang vorab festgelegter Prozesse sinnvoll analysiert und wertvoll aufbereitet werden.



### Prozessabgrenzung

- ▶ Strategie & Planung
- ▶ Employer Branding
- ▶ Personalmarketing
- ▶ Active Sourcing
- ▶ Recruiting
  - ▶ Vorselektion
  - ▶ Persönliche Selektion
  - ▶ Bindung bis zum Eintritt
- ▶ Onboarding
- ▶ (...)

### Einflussfaktoren

**STRIMAcademy**  
 Masterfragebogen für die jährlichen Erhebungsaktivitäten zum Thema „Employer Branding und Recruiting in der Erstausbildung“ - Teil 1: Einflussfaktoren  
 Erhebungskonzept: Employer Branding und Recruiting in der Erstausbildung  
 Stand: 20. Februar 2013

**Struktur:**

• Strategie und Planung	Frage 1 - 18
• Employer Branding	Frage 19 - 22
• Personalmarketing	Frage 23 - 31
• Active Sourcing	Frage 32
• Vorselektion	Frage 33 - 47
• Persönliche Selektion	Frage 48 - 52
• Bindung bis zum Eintritt	Frage 53 - 55
• Onboarding	Frage 56 - 60
• Sonstiges	Frage 61 - 62

**Vorbemerkungen:**

- Fragen mit Abweichungen in den Antwortalternativen zwischen D, CH und A sind farblich gekennzeichnet, mit für CH, grün für D und blau für A.
- Bitte nutzen Sie die Hilfenote und Definitionen zur einheitlichen Verständlichkeit über den Info-Button.
- Bitte beachten Sie alle Informationen, die Sie in der Fragebogen angehen, auf diese Weise (Gesamterhebungen, Gesamterhebungen inkl. Moderationen, ausgewählte Teilerhebungen, Schulung, Onboarding, etc.) und vermeiden Sie somit, dass sich Irrtumswahrscheinlichkeiten ausbreiten. Ausschließender auf das gesamte Unternehmen beziehen und die Vorkosten nur auf einen Teilbereich. Die für Sie ermittelten Kennzahlen werden damit belastet und liefern Ihnen keine valide Erhebungsdatensätze.
- Schüler, die eine Ausbildung anstreben, werden als potenzielle Auszubildende bezeichnet. Die in der Schweiz und in Österreich verwendeten Begriffe „Lehrlinge und Lehrlinge“ werden unter dem in Folgenden verwendeten Begriff „Auszubildende“ zusammengefasst.
- Erstausbildende sind Menschen, die nach ihrem schulischen Abschluss eine Berufsausbildung starten. Ausbildungen im Laufe des Berufslebens sind dann nicht enthalten.

Dr. Volker Meyer / Version: 20.02.13

### Outputgrößen

**STRIMAcademy**  
 Masterfragebogen für die jährlichen Erhebungsaktivitäten zum Thema „Employer Branding und Recruiting in der Erstausbildung“ - Teil 2: Outputgrößen  
 Erhebungskonzept: Employer Branding und Recruiting in der Erstausbildung  
 Stand: 21. Februar 2013

**Struktur:**

• Kapazitäten	Frage 1 - 3
• Kosten	Frage 4 - 7
• Mengen	Frage 8 - 14
• Zeiten	Frage 15 - 21
• Qualität und Risiko	Frage 22 - 28
• Weitere Daten	Frage 29 - 31

**Vorbemerkungen:**

- Fragen mit Abweichungen in den Antwortalternativen zwischen D, CH und A sind farblich gekennzeichnet, mit für CH, grün für D und blau für A.
- Bitte nutzen Sie die Hilfenote und Definitionen zur einheitlichen Verständlichkeit über den Info-Button.
- Bitte nutzen Sie die Hilfenote und Definitionen zur einheitlichen Verständlichkeit über den Info-Button.
- Es ist genau anzugeben, auf welche Mitarbeiterkapazitäten (CK) sich welche Kosten beziehen, Fachangaben können zu unterschiedlichen Auszubildenden.
- Schätzungen sind immer noch besser als gar keine Angaben; gerade bei dezentralen Kapazitäten und Kosten sind Schätzungen unvermeidbar.
- Folgebemerkungen: z.B. auf die deutsche Zentrale, sind möglich. Aber dann sollten auch die entsprechenden Auszubildenden sowie die Angaben im Fragebogen Erhebungsgrößen auch ausschließlich auf diese Zentrale beziehen.

Dr. Volker Meyer / Version: 20.02.13

# Talent Analytics

## Phase 2: deskriptive Analyse

- ▶ Interne und externe strategische Analysen bilden die Grundlage für eine richtige Positionierung des Unternehmens bzw. einzelner Unternehmensbereiche.
- ▶ Zum Kern zählen: Zielgruppen-, Wettbewerbs-, Kernkompetenz- und SWOT-Analyse.

Faktenlage

**deskriptive Analyse**

Wirkzusammenhänge

präskriptive Analyse

Schlussfolgerungen

Leistungskatalog / Kalkulationsmodell

Item	Einheit	Preis	Material	Preis	Material	Preis	Material
...	...	...	...	...	...	...	...

Item	Einheit	Preis	Material	Preis	Material	Preis	Material
...	...	...	...	...	...	...	...

Smart, Smartphone, Schnupperlehre – Wege zum Erfolg!

Diese Studie präsentiert neueste Erkenntnisse zu den Themen Berufsvorbereitung, Arbeitgeberattraktivität sowie Marketing- und Rekrutingsituation – insbesondere die Einbindung sozialer Netzwerke.  
 Die Untersuchung in der DACH-Region ist in mehrfacher Hinsicht einzigartig und vermittelt ein modernes Bild der aktuellen Situation einerseits sowie der bevorstehenden Herausforderungen andererseits.  
 Für Lehrbetriebe bietet die Studie wichtige Erkenntnisse, welche dabei helfen, die Rekrutierungsprozesse zu verbessern und spezifischer auf die Zielgruppe auszurichten. Für Schüler und Lehrer zeigt die Studie auf, wie Chancen junger Menschen bei der Lehrstellenuche verbessert werden können.

Sponsor der Studie:

Zielgruppe: Schüler, Studierende, Eltern, Lehrkräfte  
 Name der Studie: Marketing, Waren und Güter, 3233/Group  
 Ausg. Abg. XX. Monat, Jahr von [www.stm3233.com](http://www.stm3233.com)

## Talent Analytics

### Phase 2: deskriptive Analyse

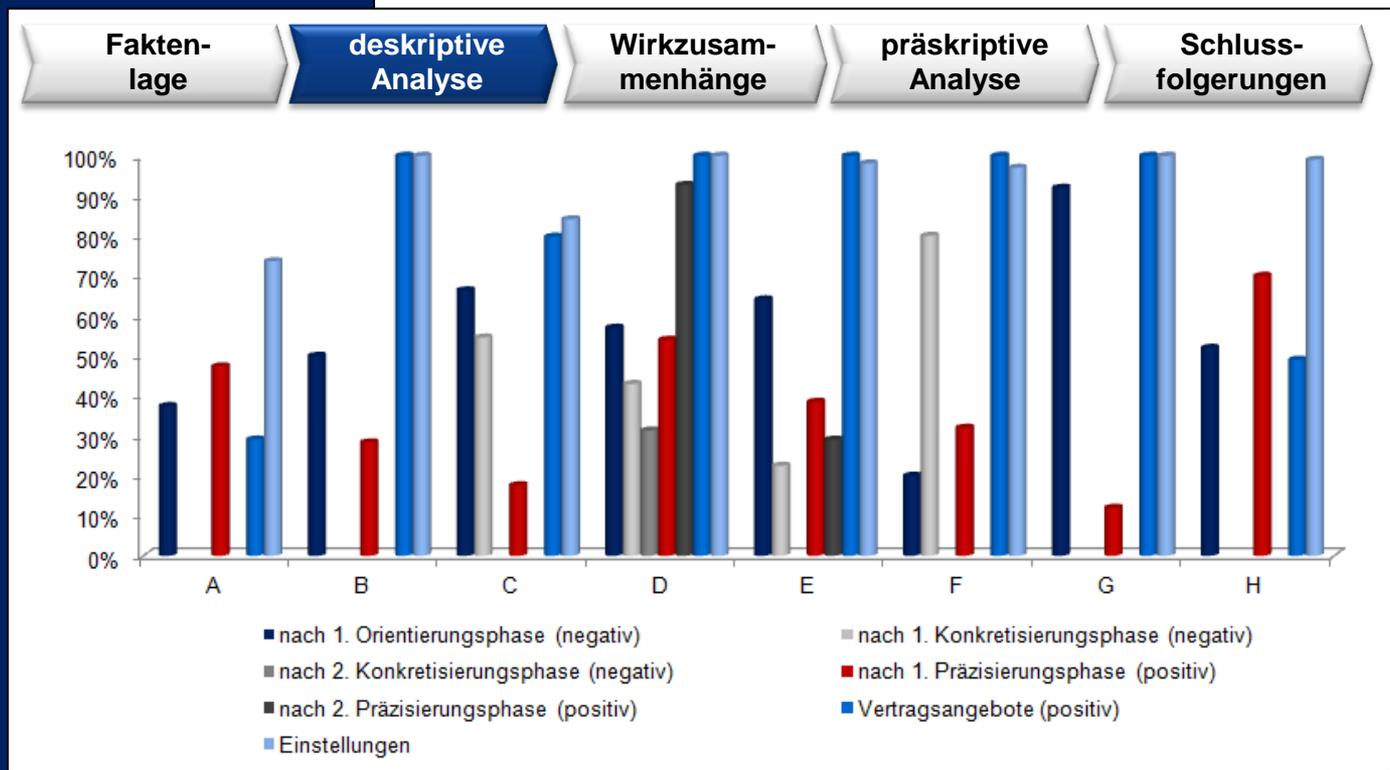
- ▶ Beispiel 1: Erwartungshaltungen aus Sicht der Jugendlichen und der Ausbildungsbetriebe; durch Zusammenfügung von Antworten aus der Unternehmens- und der Schülerbefragung 2013.



## Talent Analytics

### Phase 2: deskriptive Analyse

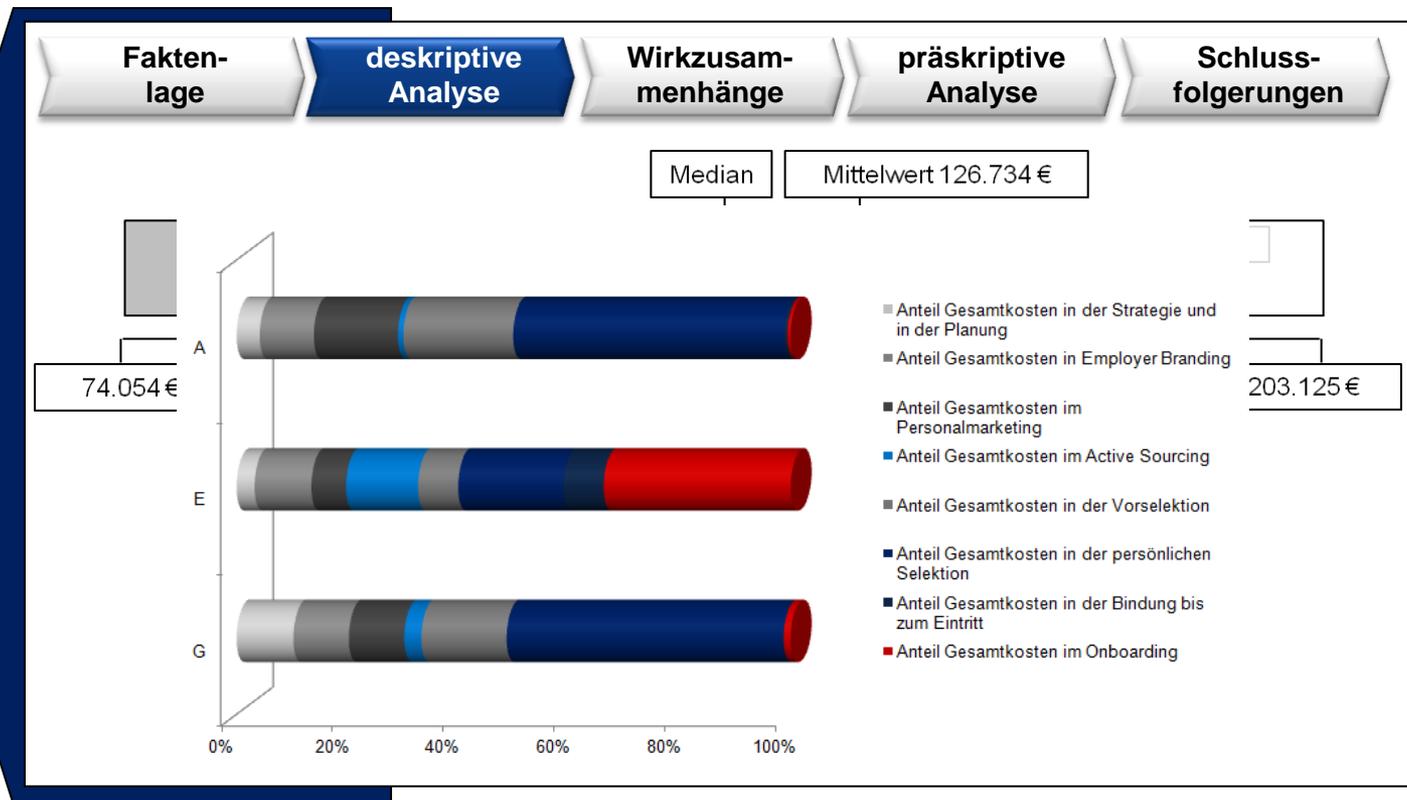
- ▶ Beispiel 2: Analyse von Auswahlverfahren – entlang des OKP Modells, unterschieden in Negativ- und Positivselektion – im Rahmen des Selektionsprozesses.



# Talent Analytics

## Phase 2: deskriptive Analyse

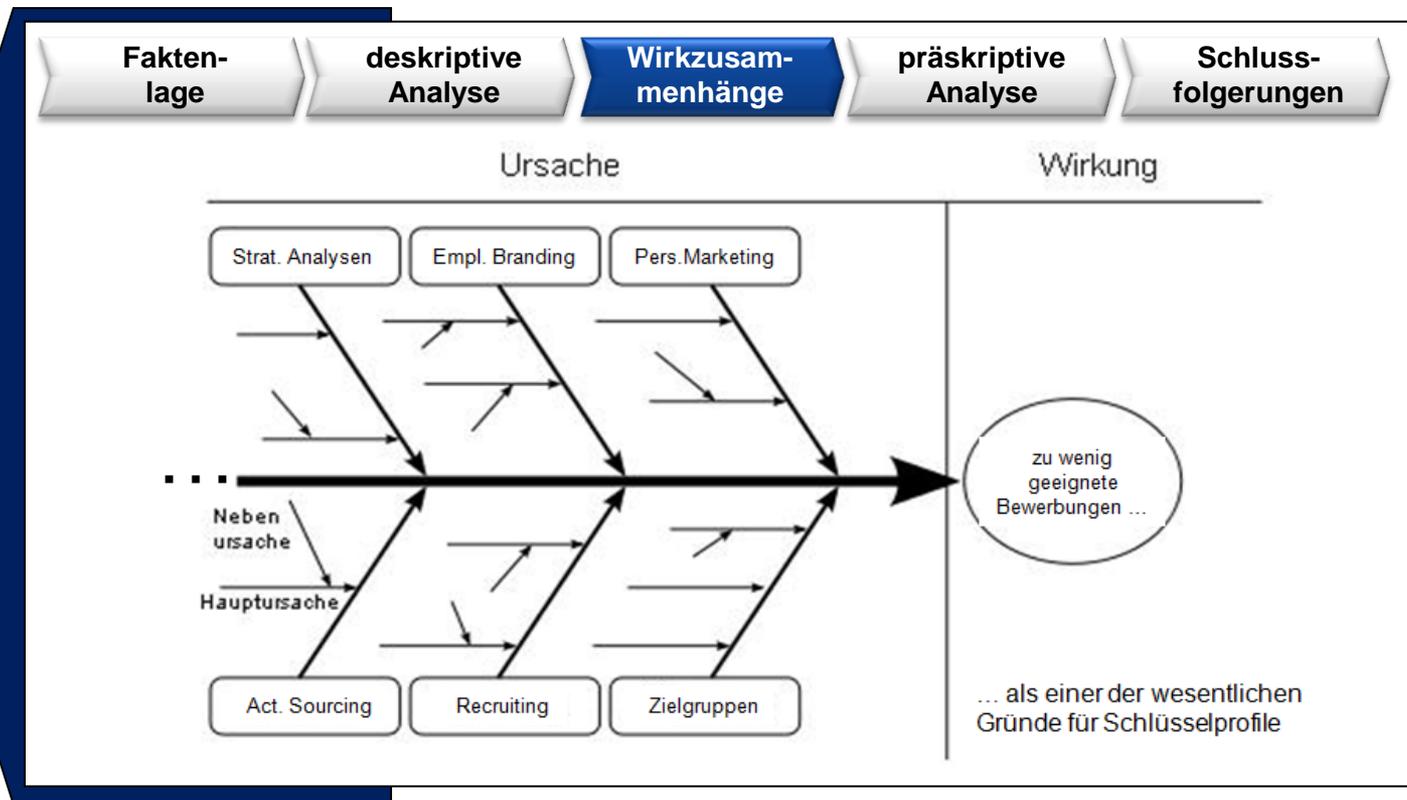
▶ Beispiel 3: Gesamtkosten pro Bewerbung, sowie Aufschlüsselung der Kosten nach Teilprozess.



## Talent Analytics

### Phase 3: Analyse von Wirkzusammenhängen

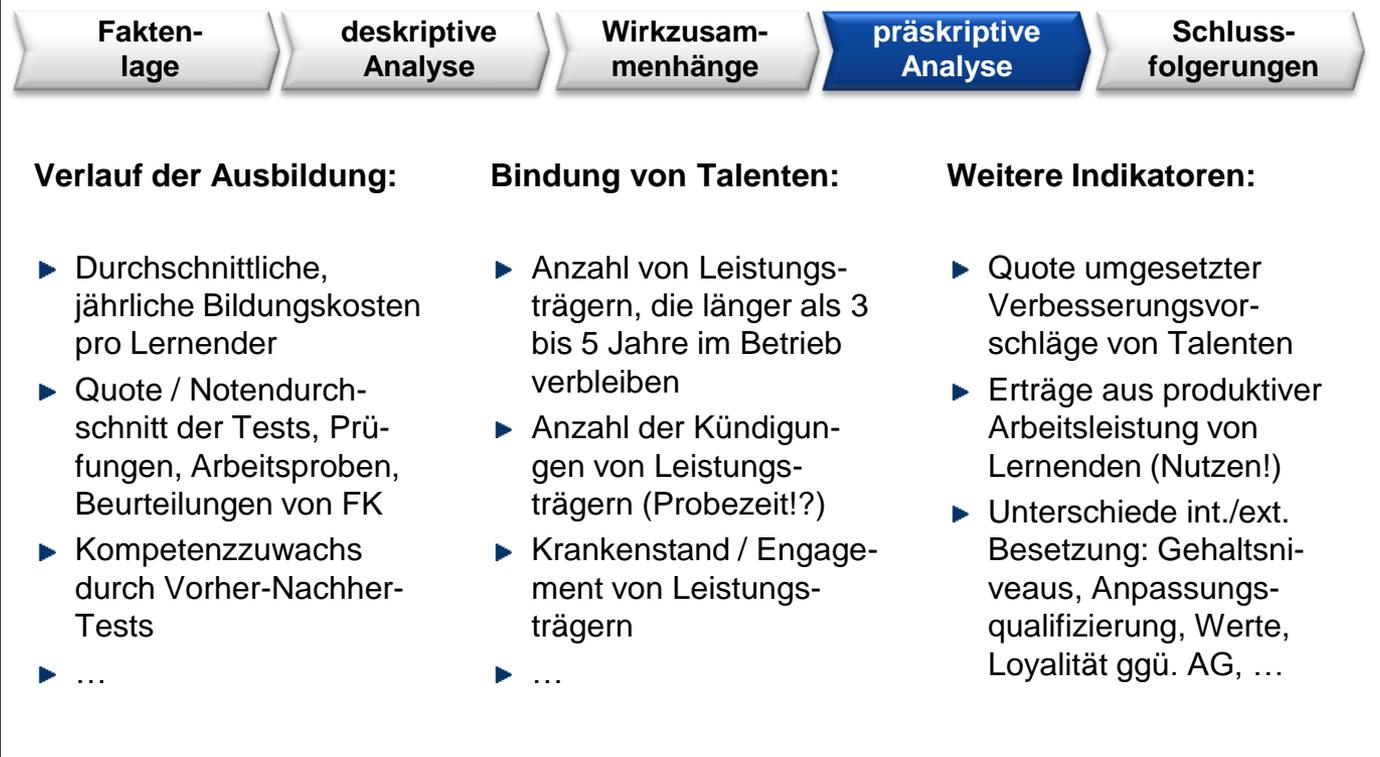
- Seit dem Jahr 2009 werden mit Hilfe multivariater Analyseverfahren Ursache-Wirkungszusammenhänge verfeinert und ständig angepasst.



## Talent Analytics

### Phase 4: präskriptive Analyse

- ▶ In der präskriptiven Analytik spielen wenige, dafür steuerungsrelevante Kennzahlen eine Rolle; diese dienen zur Überprüfung strategie-gerichteter Messgrößen.



# Talent Analytics

## Phase 5: Schlussfolgerungen

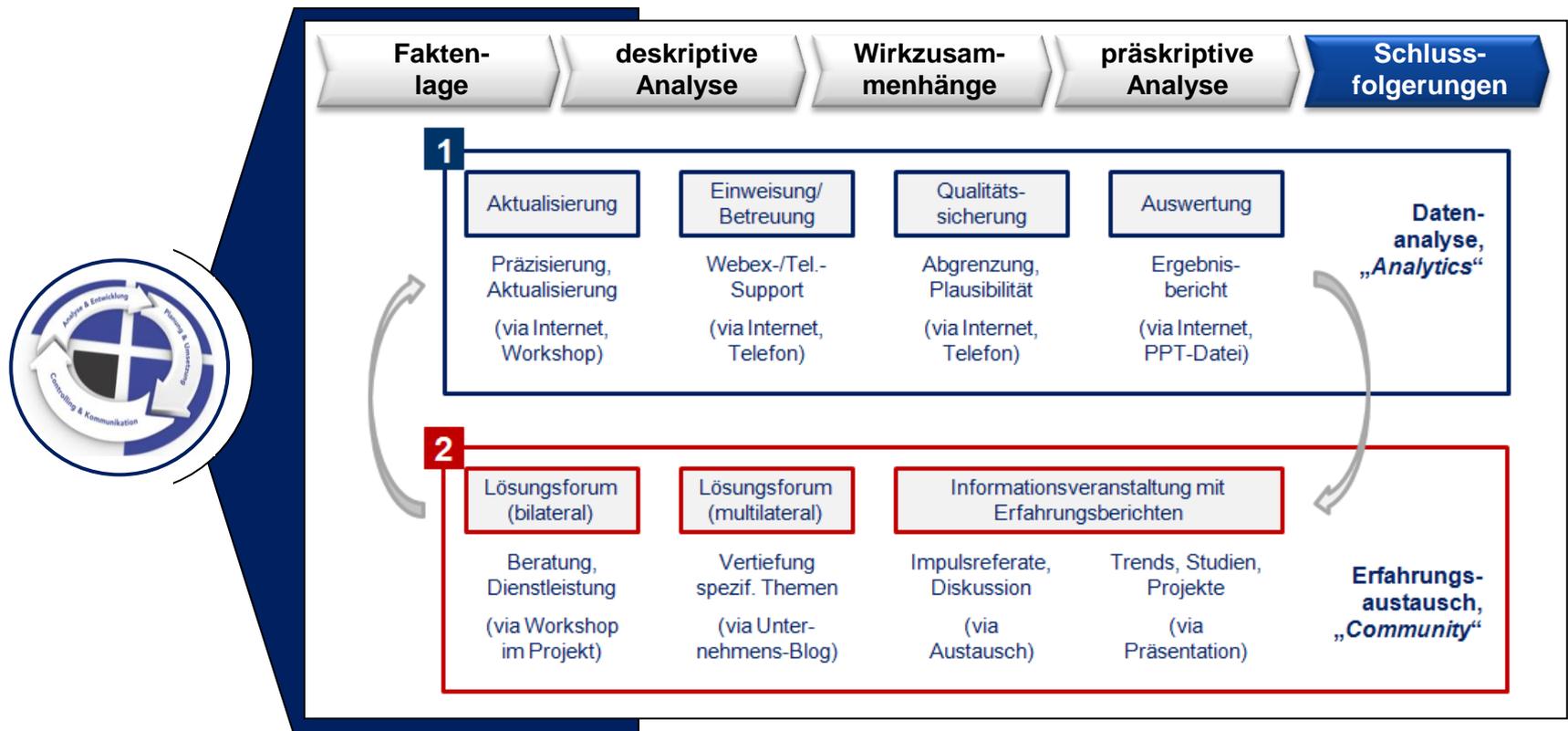
- ▶ Auf Basis der Management Summary sowie unternehmensspezifischer Handlungsempfehlungen werden Maßnahmen geplant (inkl. prognostizierter Outputgrößen), die ca. 12 oder 24 Monate später überprüft werden.



## Talent Analytics

### Phase 5: Schlussfolgerungen

- ▶ Talent Analytics ist darauf angelegt, einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu institutionalisieren und damit die Ansprache, die Gewinnung und die Bindung von Talenten ständig weiter zu verbessern.



# Welches Vorgehen hat sich bewährt?

## Faktenlage

### Einflussfaktoren

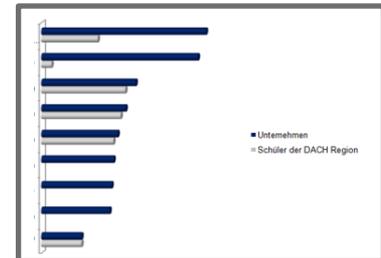
### Outputgrößen

## Deskriptive Analyse

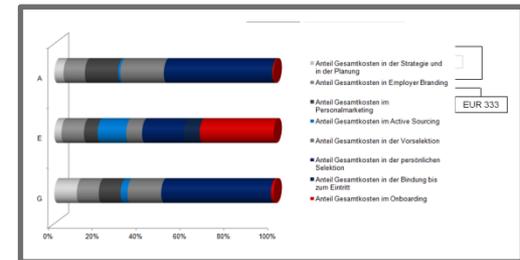
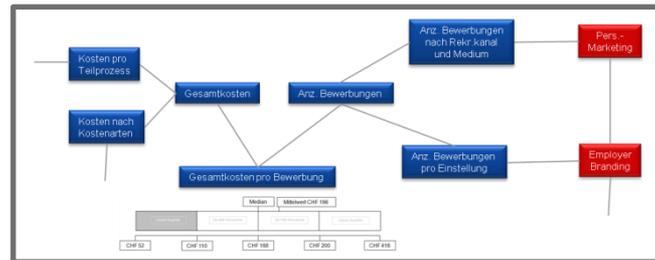
### Leistungskatalog / Kalkulationsmodell



## Wirkzusammenhänge, präskriptive Analyse



## Schlussfolgerungen



## Ihr Ansprechpartner



Gütschstrasse 22  
CH-8122 Binz (Zürich)

Telefon: +41 (0)43 366 05 58  
volker.mayer@strimgroup.com



845 Third Avenue  
New York, NY 10022-6600

Telefon: +1 212 339 0481  
volker.mayer@conference-board.org