

**Alles getan, aber keine Bewerbungen?
Was BewerberInnen in der Kfz-Branche
wirklich suchen!**

Die Ergebnisse

Die Zielgruppen

Generation Z

Paul (14-18 Jahre)

Ausbildung Kfz-Mechatroniker
Pkw / Schüler



Generation Y

Anja (30-35 Jahre)

Pkw-Verkäuferin / Fachkraft



Generation X

Thomas (45-50)

Serviceberater / Fachkraft



Die Zielgruppen in der Theorie

Paul (14-18 Jahre)

(geboren ca. 2000 bis heute)

- Aufgeschlossenste Generation
- vollständig im technologischen Zeitalter geboren
- Erste echte globale Kultur
- probiert gern aus nach dem Motto: „Trial and Error“
- Legen Wert auf authentische Kommunikation
- stehen für einen guten Zweck
- Begeistert an Innovationen

Anja (30-35 Jahre)

(geboren zwischen 1980 und 2000)

- Auch bekannt als Social Media Generation
- Erlebten rasante Veränderung der Weltordnung sowie schnelle Entwicklung neuer Kommunikationstechnologien aber auch Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit
- gut ausgebildet und technikaffin
- Arbeit soll Spaß machen
- Suche nach Sinn und Selbstverwirklichung
- Legen hohen Wert auf Gemeinschaft

Thomas (45-50)

(geboren zwischen 1965 und 1980)

- Geprägt durch den Beginn der Medienrevolution und technischen Erneuerungen
- Individuell und leistungsorientiert jedoch egoistisch
- Bleiben ihrer Marke treu
- Zentraler Kommunikationskanal ist E-Mail
- Abonnieren Newsletter
- Kaufen online ein
- Wollen glaubhafte Informationen

Ergebnisse – Wo hole ich die Zielgruppe ab?

Paul (14-18 Jahre)

Ausbildung Kfz-Mechatroniker
Pkw / Schüler

- Facebook
- Instagram
- TikTok/Snapchat
- YouTube
- zukunftmitstern.de
- Autohaus-Website
- Azubi-Messe
- Schule (z.B. Schülerpraktikum)

Anja (30-35 Jahre)

Pkw-Verkäuferin / Fachkraft

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Autohaus-Website
- StepStone
- Kununu.de
- zukunftmitstern.de

Thomas (45-50)

Serviceberater / Fachkraft

- Facebook
- LinkedIn/XING
- Regionale Sportclubs
- Regionale Tageszeitung
- Fachzeitung
- Klassische Medien
- zukunftmitstern.de
- E-Mail Newsletter

Ergebnisse – Wie hole ich die Zielgruppe ab?

Paul (14-18 Jahre)

Ausbildung Kfz-Mechatroniker
Pkw / Schüler

- Nachhaltigkeit & Veränderung
- Work-Life-Balance
- Mercedes-Benz Markenimage
- Digitalisierung
- Fokus: E-Mobilität
- Social-Media / Marken
- Arbeitgeberimage
- Zielgruppengerechte Benefits
- Ansprache: einfach, authentisch
- Jobwechsel = Chance, Perspektive

Anja (30-35 Jahre)

Pkw-Verkäuferin / Fachkraft

- Gutes Betriebsklima
- Homeoffice/flexible Arbeitszeiten
- Verantwortung/Freiheiten/Vertrauen
- Kommunikation auf Augenhöhe
- Gesundheit
- Wertschätzung
- Sicherheit
- Gewohnheit/Loyalität
- Weiterbildung, Zertifizierung
- Jobwechsel = Überwindung

Thomas (45-50)

Serviceberater / Fachkraft

- Homeoffice/flexible Arbeitszeiten
- Weiterbildung
- Ruf des Autohauses
- Mercedes-Benz Markenimage
- Dienstwagen
- Monetäre Benefits
- Struktur, Vertrauen & Wertschätzung
- Gesundheit
- Aktueller Stand bei Software und Internetauftritt
- Jobwechsel = Verbesserung

Ergebnisse – Zusammenfassung & Hinweise

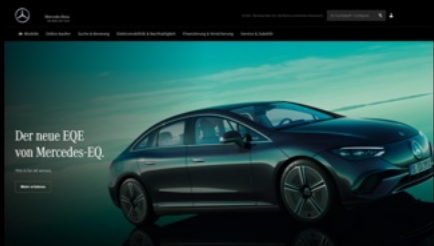
- Überlegen Sie im Vorfeld, was zwingend Voraussetzung für die gesuchte Stelle ist. Muss der Kandidat/die Kandidatin wirklich Mercedes-Benz Markenerfahrung haben? Welcher Abschluss ist dringend notwendig?
- Versuchen Sie, den BewerberInnenkreis so gering wie möglich einzugrenzen, um keine potentiell passenden KandidatInnen zu verlieren (passen Sie die carsonal Vorlagen entsprechend an).
- Betrachten Sie Ihre Zielgruppe (Bedürfnisse der Generationen, Kommunikationskanäle, Du/ Sie Ansprache) und richten Sie Ihre Ausschreibungen danach aus.
- Sprechen Sie Ihren Bewerber persönlich an (z.B. *Du willst Dich sonntags wieder auf Montag freuen?* oder *Du möchtest endlich die Wertschätzung, die Du verdienst?*).
- Nutzen Sie all Ihre Benefits in den Ausschreibungen (auch unbefristete Verträge, Tankgutscheine, kostenloser Kaffee, Mitarbeiterrabatte usw.) und erweitern Sie eventuell Ihr Angebot.
- Erhöhen Sie Ihre Reichweite, indem Sie jede Stelle auch immer über [zukunftmitstern.de](https://www.zukunftmitstern.de) veröffentlichen (bei Fragen zu „Zukunft mit Stern“ jederzeit an die Personalservice Initiative wenden)

Zukunft mit Stern.

Eine Bewerber-Reise.



SEO/SEA

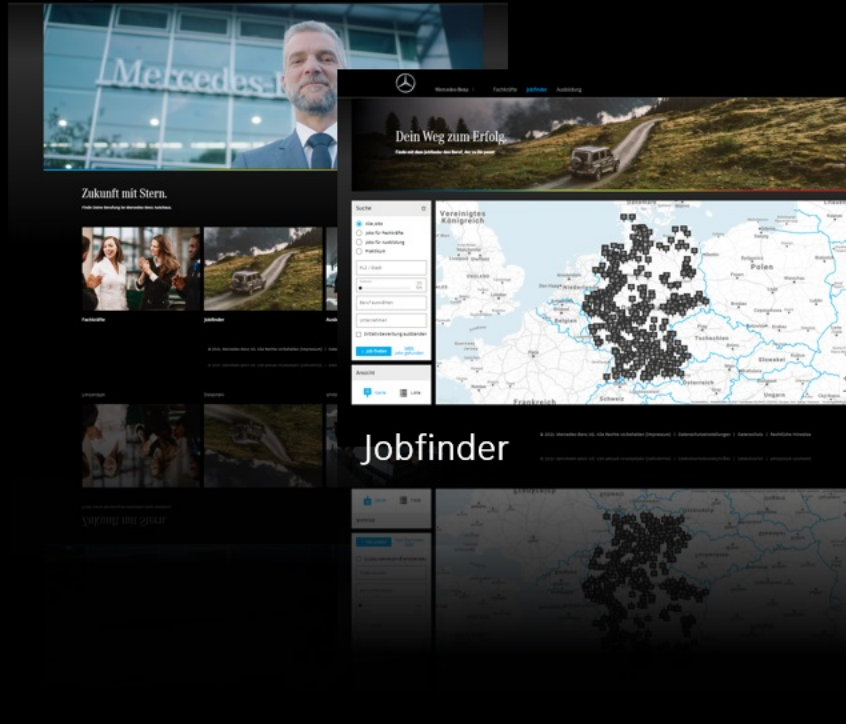


www.mercedes-benz.de



Kampagnen

www.zukunftmitstern.de



Jobfinder

Sourcing

Leads

Karriereseiten der Retailer



Conversion

Aus der Praxis für die Praxis

Personal-Spezialisten für die Kfz-Branche

Wir kennen die Herausforderungen des Arbeitsalltages in mittelständischen Kfz-Betrieben aus eigener Erfahrung.

Wir sind VIASONÄRE

Wir schöpfen aus geballter Kompetenz in unseren Spezialgebieten betr. Personalarbeit, Marketing, Mitarbeiterführung, Vertrieb und klassische PDL.

Kooperationspartner der Daimler AG

Seit 2014 betreuen wir exklusiv die Mercedes-Benz Personalservice Initiative im Recruiting. Gemeinsam wurde die Kampagne Zukunft mit Stern erarbeitet.

carsonal – Recruiting-Plattform für die Kfz-Branche

Diese eigenentwickelte Lösung und der Austausch mit über 1000 Anwendern bilden die Basis für unsere markenunabhängige Recruiting-Software carsonal.

