

Konsequent, systematisch und beharrlich zum Erfolg

Bernhard Bereuter

Das «Service für Unternehmen» (SfU) Voralberg ist eine zentrale Anlaufstelle für Betriebe, welche neue Mitarbeitende einstellen. Diese Position hat sich das SfU dank klarer Kundensegmentierung und intensiver Beziehungspflege zu den Unternehmen erarbeitet. Neben der Unterstützung bei der Personalsuche führt es regelmäßige Firmengespräche durch und bietet kostenlose Qualifizierungsberatungen an.

Das SfU ist in Beschäftigungsfragen für Unternehmen die zentrale Anlaufstelle innerhalb des Arbeitsmarktservices (AMS) Voralberg. Es hat in den letzten Jahren den Einschaltgrad¹ am Stellenmarkt erhöht und die Zufriedenheit der Unternehmenskunden gesteigert. Die Entwicklung weg von der Auftragszentrale (reaktiv) hin zum Kunden (proaktiv), die Unternehmen als eigene Kundengruppe und die Positionierung als eigener Kernprozess im AMS sind für das SfU grosse Herausforderungen. Seine wichtigsten Erfolgswerkzeuge sind die Typologisierung von Unternehmenskunden, eine gezielte Vertriebsplanung sowie die Entwicklung und Intensivierung der Kundenbeziehungen.

ERFOLGSWERKZEUG 1: TYPOLOGISIERUNG VON UNTERNEHMENSKUNDEN

Die Kundentypologie des AMS ermöglicht eine effizientere und effektivere Unternehmensbetreuung mit einem festgelegten Betreuungs- und Dienstleistungsangebot. Es handelt sich um eine Segmentierung des Kundenbestandes in A-, B- und C-Kunden. Diese Aufteilung orientiert sich an der Zusammenarbeit mit den Unternehmen in den letzten zwei Jahren. Ein wesentliches Kriterium ist die Zahl der gemeldeten und akquirierten offenen Stellen. Die A-, B-, und C-Kunden umfassen 40% der Unternehmen.

A-Kunden sind jene 5% Unternehmen, mit denen das AMS das relativ grösste Geschäft macht. Sie melden 40% aller offenen Stellen. Die A-Kunden werden zu AMS-Partnern entwickelt mit dem Ziel, sie durch eine hohe Dienstleistungsqualität als Top-Kunden zu halten.

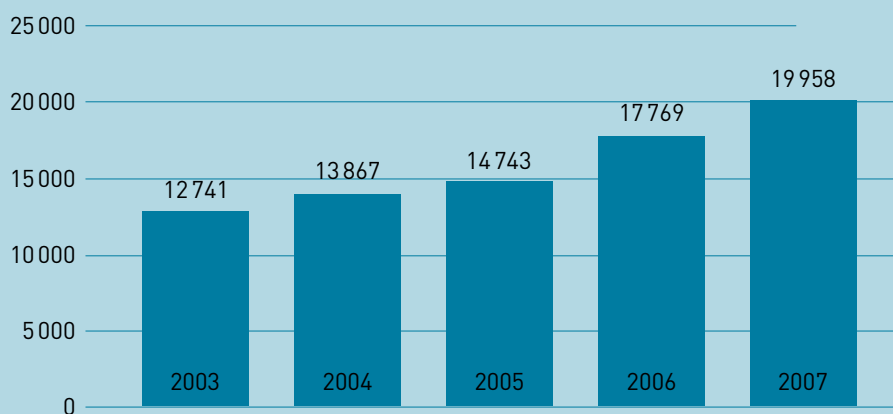
B-Kunden sind bezüglich ihres Geschäftsvolumens die zweitwichtigste Kundengruppe. Diese 15% der Unternehmen melden 25% des Stellenangebotes. Ziel ist es, aus diesem Potenzial mögliche A-Kunden herauszufiltern. Durch aktives Beziehungsmanagement soll die Zahl der Aufträge erhöht werden.

C-Kunden melden dem AMS 11% des Stellenangebotes. Sie repräsentieren 20% aller

Unternehmen. Durch Information und Kommunikation soll die Zusammenarbeit verbessert werden, um langfristig eine Steigerung der Stellenzugänge zu erzielen, sofern das Potenzial hierfür vorhanden ist. Zusätzlich betreiben wir für überregional tätige Unternehmen seit einigen Jahren ein Key Account. Diese Kundengruppe weist spezielle Bedürfnisse auf. Ihre Filialstruktur geht über die Grenzen der AMS-Geschäftsstellen oder der Bundesländer hinaus. Die wichtigsten Ziele des Key-Account-Managements sind:

- Verbesserung der Geschäftsbeziehungen
- Minimierung des Koordinationsaufwandes. Das Key-Account-Management fungiert als Mittler zwischen Unternehmen

Entwicklung Stellenzugang AMS-Voralberg



und AMS: Es trifft Vereinbarungen über die Zusammenarbeit, die für das gesamte AMS (österreichweit) gelten.

Neu und wieder zu gewinnende Kunden hatten bisher noch keinen Kontakt mit dem AMS, oder die letzte Stellenmeldung erfolgte vor über zwei Jahren. Diesen Kunden wird in einem ersten Schritt, unabhängig der weiteren Entwicklung, eine hohe Dienstleistungs- und Betreuungsqualität angeboten (siehe Grafik S. 29).

ERFOLGSWERKZEUG 2: VERTRIEBSPLANUNG

Von der SfU-Zentrale werden einmal jährlich Vertriebsplanungslisten erstellt und mit den Beratern im SfU analysiert. Die Vertriebsplanungslisten enthalten detaillierte Daten der Unternehmen zur Stellenmeldung, Besetzungsquote² durch das AMS, letztes Betriebsbesuchsdatum, letztes Auftragsdatum und externe Daten (gemeldete Neueinstellungen, durchschnittlicher Beschäftigtenstand). Damit die Berater eine Entwicklung erkennen können, werden immer die Daten der letzten drei Jahre herangezogen.

Durch die zusätzliche Analyse der A-, B- und C-Kunden wird auf einen Blick ersichtlich, welche Unternehmen schon länger keinen Auftrag beim AMS mehr gemeldet haben bzw. wo noch kein Kontakt mit dem AMS besteht.

Aufgrund dieser Daten erfolgt eine Potenzialeinschätzung für die Zukunft. Diese ist die Basis für die Betriebsbesuchsplanung und die Festlegung der Akquisitions-, Vertriebs- und Kommunikationswege.

Beispiel: Hat ein Unternehmen beim AMS innerhalb eines Jahres fünfzehn offene Stellen gemeldet und siebzig Neueinstellungen vorgenommen, ist mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Potenzial vorhanden. Mit dem Unternehmen wird ein Termin vereinbart, um die Zusammenarbeit zu intensivieren.

¹ Beim Einschaltgrad handelt es sich um den Vergleich aller Neuanmeldungen der Unternehmen mit den Stellenabgängen beim AMS.

² Besetzungsquote = prozentueller Anteil der durch das AMS besetzten Stellen an den beim AMS gemeldeten Stellen.

ERFOLGSWERKZEUG 3: ENTWICKLUNG DER KUNDENBEZIEHUNGEN

Das SfU unterhält vielfältige Kundenbeziehungen auf verschiedenen Ebenen.

Das Personal suchende Unternehmen hat im AMS einen Ansprechpartner bzw. eine Ansprechpartnerin, der/die sich um alle seine Anliegen kümmert, ob es sich nun um Ausländerbeschäftigung, arbeitsmarktpolitische Förderungen oder Personalsuche und -entwicklung handelt. Die SfU-Zentrale befindet sich in der Landesgeschäftsstelle in Bregenz, der Grossteil der Mitarbeitenden arbeitet in den regionalen Geschäftsstellen.

Diese «Regionalteams» sollen so viel wie möglich vor Ort in den Betrieben und stets im persönlichen, direkten Kontakt mit den Unternehmen sein. Sie werden von der SfU-Zentrale unterstützt.

Durch das aktive Zugehen auf die Unternehmen werden die Kundenbeziehungen aufgebaut und gepflegt. Die AMS-Fachleute finden heraus, was die Kunden von ihnen erwarten und welche Dienstleistungen diese in Anspruch nehmen möchten. Die Mitarbeitenden werden im Bereich des Personalmanagements, des Verkaufstrainings oder der Produkte laufend geschult.

Einen hohen Stellenwert hat die Unterstützung bei der Personalsuche. Im SfU steht die Vermittlungseffizienz – und damit die Zufriedenheit der Unternehmenskunden – im Vordergrund. Das Ziel ist eine rasche und treffsichere Vermittlung. Wichtigster Grundsatz: Wenn es keine anderslautende Vereinbarung mit dem Personal suchenden Unternehmen gibt, dürfen Vermittlungsversuche nicht ohne Vorauswahl erfolgen. Diese kann telefonisch oder persönlich vorgenommen werden.

Grundlage einer erfolgreichen Vermittlung ist neben den guten Kontakten zu den Unternehmen und der genauen Kenntnis der Arbeitsplatz-Erfordernisse eine grösstmögliche Präzisierung des Anforderungsprofils (Jobprofile). Nur so kann das EDV-Matching (elektronischer Abgleich der Stellen- und Bewerberprofile) effizient durchgeführt werden.

Die SfU-BeraterInnen reagieren rasch, wenn ein Unternehmen besonders starken Personalbedarf meldet, und organisieren

Jobbörsen zwischen Arbeitssuchenden und Unternehmen.

Zur Intensivierung der Kundenbeziehung und zum Ausbau der Kundenbindung wird nach dem Auftragsabschluss mit den Unternehmen Kontakt gehalten. Ziel ist es, die positiven Erfahrungen zu fixieren und Vereinbarungen für die weitere Zusammenarbeit zu treffen.

ATTRAKTIVE ANGEBOTE

Das AMS organisiert mit Unternehmen zu verschiedenen arbeitsmarktrelevanten Themen Business-Dialoge. Eingeladen werden gezielt Unternehmen ohne Geschäftsbeziehungen mit dem AMS sowie A- und B-Kunden. Dieser Informationsaustausch bringt den Unternehmen einen grossen Nutzen. Es werden Wünsche und Bedürfnisse der Kunden besprochen. Zudem werden die Unternehmen über die AMS-Dienstleistungen und Produkte sowie über die Trends am Arbeitsmarkt informiert.

Darüber hinaus unterstützt das AMS Qualifizierungsverbände. Ein Qualifizierungsverbund ist der Zusammenschluss mehrerer Unternehmen einer Region oder Branche, um gemeinsam Qualifizierungsmassnahmen für die Mitarbeitenden zu planen und durchzuführen. So wird Personalentwicklung auch für kleine und mittlere Unternehmen möglich. Die Beratungskosten bis zu fünf Tagen werden vom AMS finanziert.

Ausserdem bietet das AMS für Unternehmen mit bis zu fünfzig Mitarbeitenden eine kostenlose Qualifizierungsberatung (bis zu drei Tagen) an zu Themen wie Personalmanagement, Arbeitsorganisation, Mobilität, Arbeitszeit, Productive Ageing, betriebliche Gesundheitsförderung und Diversity-Management. Die SfU-BeraterInnen sind bei den ersten Beratungsgesprächen anwesend und erhalten dadurch wichtige Informationen über die Unternehmen.

Durch den gezielten Einsatz und die Kombination der Erfolgswerkzeuge ist das SfU in Personalfragen ein wichtiger Partner für Unternehmen geworden.

Bernhard Bereuter ist Leiter Service für Unternehmen Vorarlberg. Adresse: Rheinstrasse 33, A-6901 Bregenz. bernhard.bereuter@ams.at