

Rekrutierungswege

INTERNET + digital:

- Eigene Rekrutierungswebsite**
- Social Media, wie facebook, twitter, Xing, LinkedIn, KennstDueinen.de, existXchange.de
Für Social-Media Kampagnen: FRAXPANSION www.fraxpansion.de
- Google Kampagnen (auch regional möglich), Google Alerts
- Onlineportale und virtuelle Messen, wie etwa: Franchiseportal, Franchise-net, Franchise1.de, Punkt Franchise, ...
- Präsenz auf Bewertungsportal www.forum-franchisewirtschaft.de
- Anzeigen in Internet-Plattformen, etwa www.stepstone.at/de, www.jobpilot.at/de, www.kariere.at/de, www.monster.at/de, www.meinekarriere.at/de, www.existxchange.de, www.franchise-vergleich.com, www.abd-media.de usw.
- www.meine-Stadt.de, www.stadtbranche.de, www.meinbezirk.at

FRANCHISE-VERBÄNDE:

- Deutschland: www.franchiseverband.com
- Österreich: www.franchise.at
- Schweiz: www.franchiseverband.ch
- Websites für Mitglieder der Franchise-Verbände Österreich und Deutschland
- FN-Börse des ÖFV, DFV, SFV

Websites:

www.franchiseportal.at, www.franchiseportal.de

www.franchisedirekt.com

www.punktfranchise.de

www.franchiseportal.ch

www.vertriebsoffice.de



www.franchise-net.at,

www.franchiseforum.at

www.frauinderwirtschaft.at

www.gruenderservice.at, www.wko.at

www.wko.at/service/gruendung-uebergabe/franchising.html

www.jungewirtschaft.at

www.startupboerse.at

www.franchise.org

www.frannet.de

www.erfolgreich-mit-franchise.de/

<http://www.weltderwunder.de/sendungen/franchise-me>

www.unternehmenswelt.de

www.franchisekey.com

www.gruenderstadt.de

www.jobinitiative50plus.de

www.gruenderblog.at

www.selbststaendigkeit.de/existenzgruendung/orientierung/wahlgruendungsart

www.xing.com/upsell/projobs

www.stepstone.de/stellenanbieter/stellenausschreibung/bewerberdatenbank/

www.karriere.at/hr/talent-cloud

www.experteer.at

www.firmendatenbank.de/

www.trendreport.de (open content Wirtschaftszeitung)



- apply LIVE <https://www.jobaktuell.eu/>
- www.immobilienscout24.at/de
- www.hotelcareer.de, www.job-hotel.eu, www.kimeta.de
- www.hogapage.de, www.gastronomiecareer.de
- Lead Ads von Facebook for Business (Kontaktdaten mittels vorgegebener Formulare weitergeben): z.B. in ein System-eigenes CRM. So können Leads generiert werden und es verbinden sich Menschen die sich für ein „Produkt“ interessieren, um eben weitere Informationen zu erhalten.
- Direct Mails an Abonnenten / Kunden
- Ebay-Anzeigen
- Regelmäßige Durchsicht der Bewertungsportale (Google Bewertungsportale und Branche bzw. Google Blog Suche und Begriffe, Marke, Systemname)
- Branchencomputer, Branchennewsletter

ANALOG - Presse:

- Anzeigen in Tageszeitungen, regional/überregional
- Anzeigen in Fachzeitungen, Zeitschriften, Magazinen
- Regionale Beilagen
- Anzeigen / PR in Franchise-Reporte und sonstige Franchise-Zeitungen,
- PR-Berichte über das System (Wirtschaftszeitung, Geschäftsidee, New Business, Gewinn, Entrepreneur, Impulse, FAZ, Franchise-Erfolge, www.franchising-mag.de, Verzeichnis der Franchise-Wirtschaft, Franchise-Basisliste, franchise-connect des DFV, ...)
- Bezirkszeitungen
- Inserat im „Jungunternehmer Infoscheckheft“



ANALOG - Sonstige:

- Schild am Geschäftslokal
- Aushang in den Betrieben bei anderen Franchise-Nehmern, im Schaufenster, an der Türe, u.s.w.
- Aufdruck auf Tragtaschen
- Flugzettel in Tragtaschen beilegen
- Autos / Öffentliche Verkehrsmittel als Werbeträger
- Sponsoring bei Events
- Aushang eines Kleinplakates in Vereinen, bei Kursen, auf Volkshochschulen, Gemeindeämtern, Kulturämtern etc

MESSEN + Veranstaltungen:

- Präsentation auf Fachmessen, Existenzgründermessen,
- Franchise-Messen, Franchise-Matching-Day
- Veranstaltungen in den Filialen und bei den Franchise-Nehmern
- Mundpropaganda über Bekannte, Angestellte, Berater, Franchise-Nehmer, Filialen, Lieferanten etc.
- ...

LOBBYING:

- Kooperation mit Franchiseverbänden (D, A, CH – auch international)
- Rundschreiben des Österreichischen Franchise-Verbandes, Kurzinfo des Deutschen Franchise-Verbandes, News-Flash des Schweizer Franchise-Verbandes, online-Forum des DFV
- Zusammenarbeit mit Wirtschaftskammern / Industrie- und Handelskammern und Fachabteilungen der Kammern, z.B. Mode, Handwerk...
- Gespräche mit führenden Mitarbeitern von Kunden und potentiellen Kunden
- Clubs wie Business Woman, Lions, Frau in der Wirtschaft, Golf, usw.



- Infogespräche mit Opinion Leadern
- Infogespräche mit Banken
- Im Ausland: Handelsdelegationen, Botschaften, Auslandsösterreicher, Auslandsdeutsche, usw.
- Diverse Kooperationsbörsen in D, A, CH

STRATEGIEN:

- member gets members (Einbeziehung der bestehenden FN)
- Umstrukturierung von bestehenden Filialen
- Bestehende und potenzielle Kunden
- Nutzung von Franchise-Vermittlern, wie:
Institute of Entrepreneurship IoE , <https://www.ioe-deutschland.de/at>
- frannet, Personalberatung, dfs
- Guerilla Marketing wie „olina fremdgeschuftet“
- Radio-PR

