

PRÁ

TT

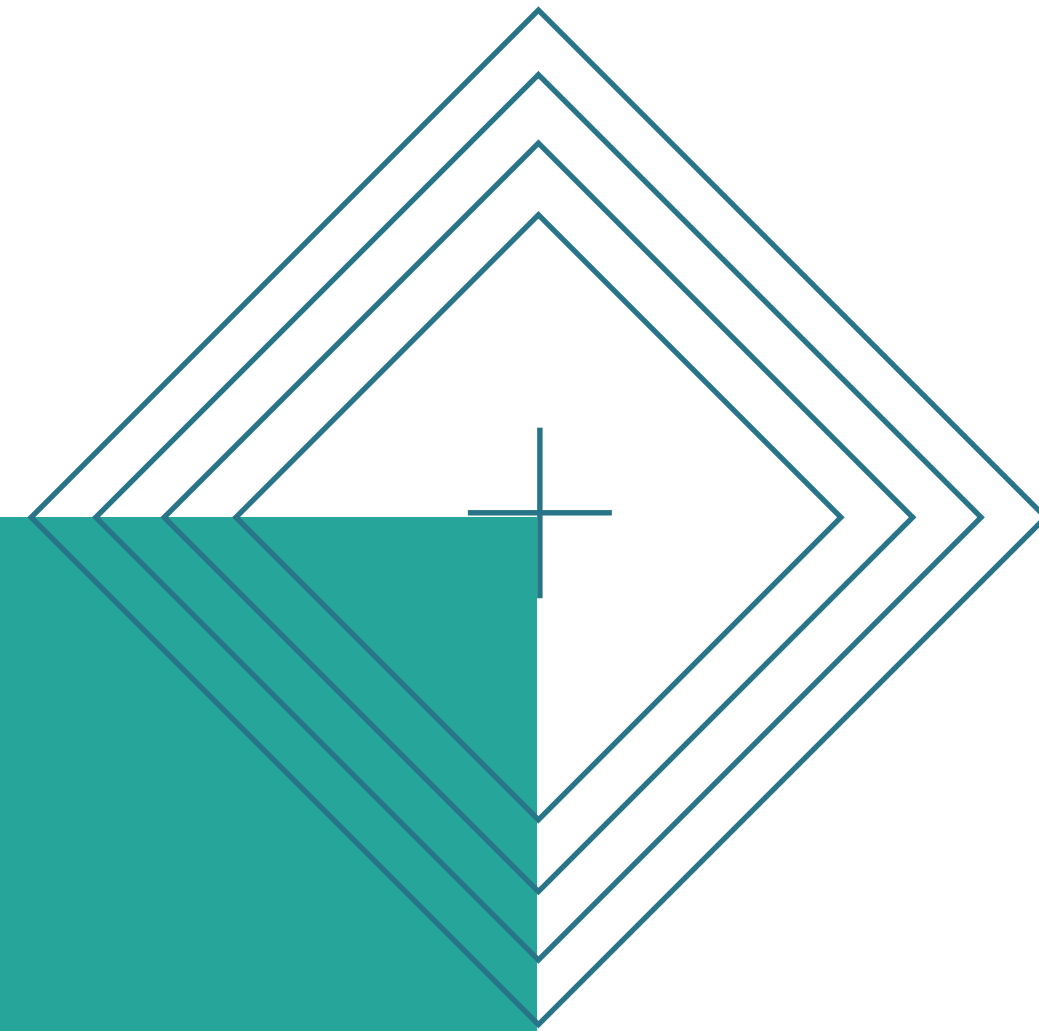
O

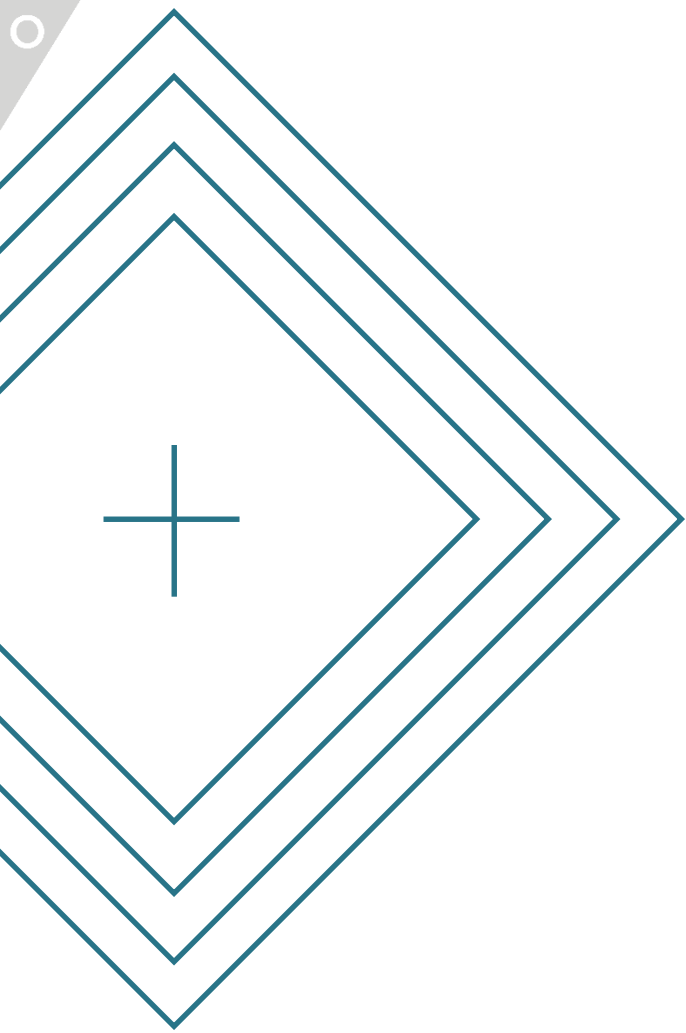
PRÁTTO CONSULTING GMBH

Eduard-Bodem-Gasse 5-7/G6
6020 Innsbruck | Austria
PH +43 512 214555 | FX +43 512 214 555 99
office@pratto.at | pratto.at

**Wir sind keine
Unternehmens-Berater**

**Wir sind Unternehmens-
Entwickler**

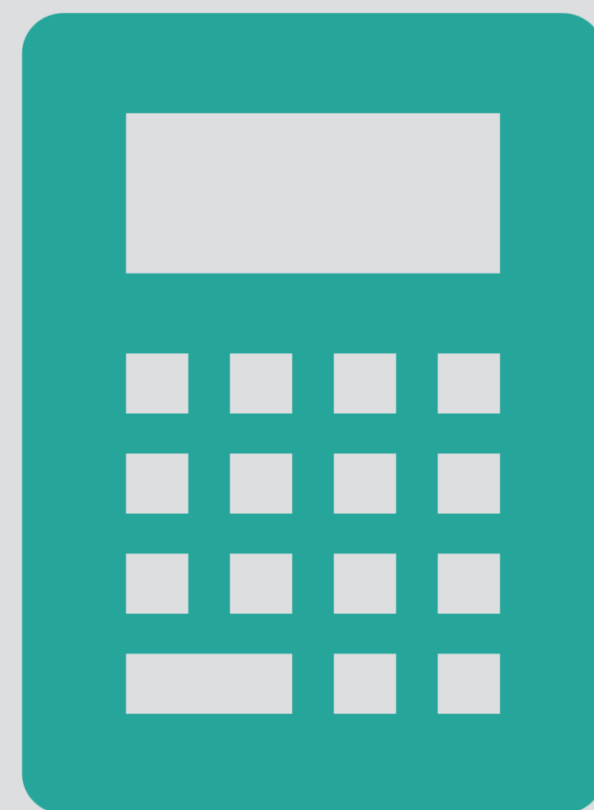




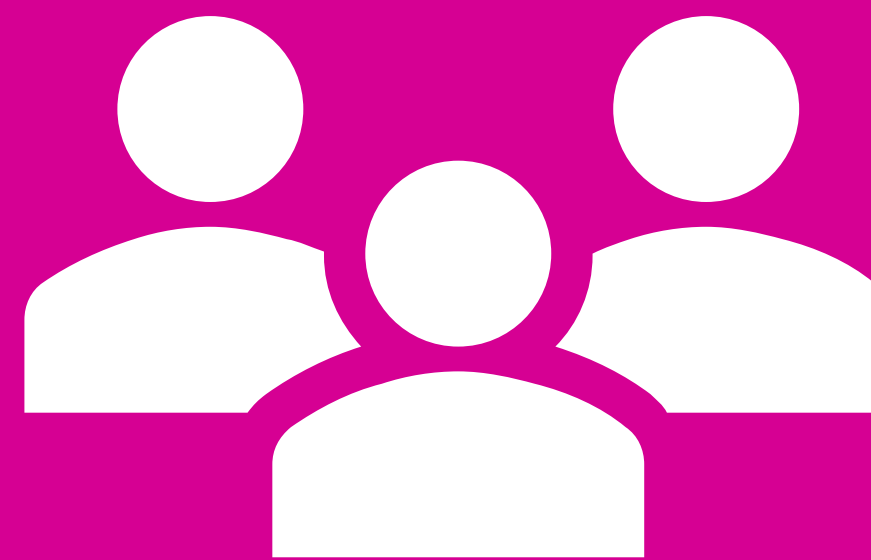
Unser Portfolio

Der Name ist Programm – PRÁTTO (altgriechisch) steht für „handeln“, „tun“.

Strategie &
Management



Marketing &
Sales



Tourismus &
Destinationsentwicklung



Technische
Prozessgestaltung





Begleitend

Projekte von der Strategieentwicklung bis hin zur Umsetzung verfolgen.



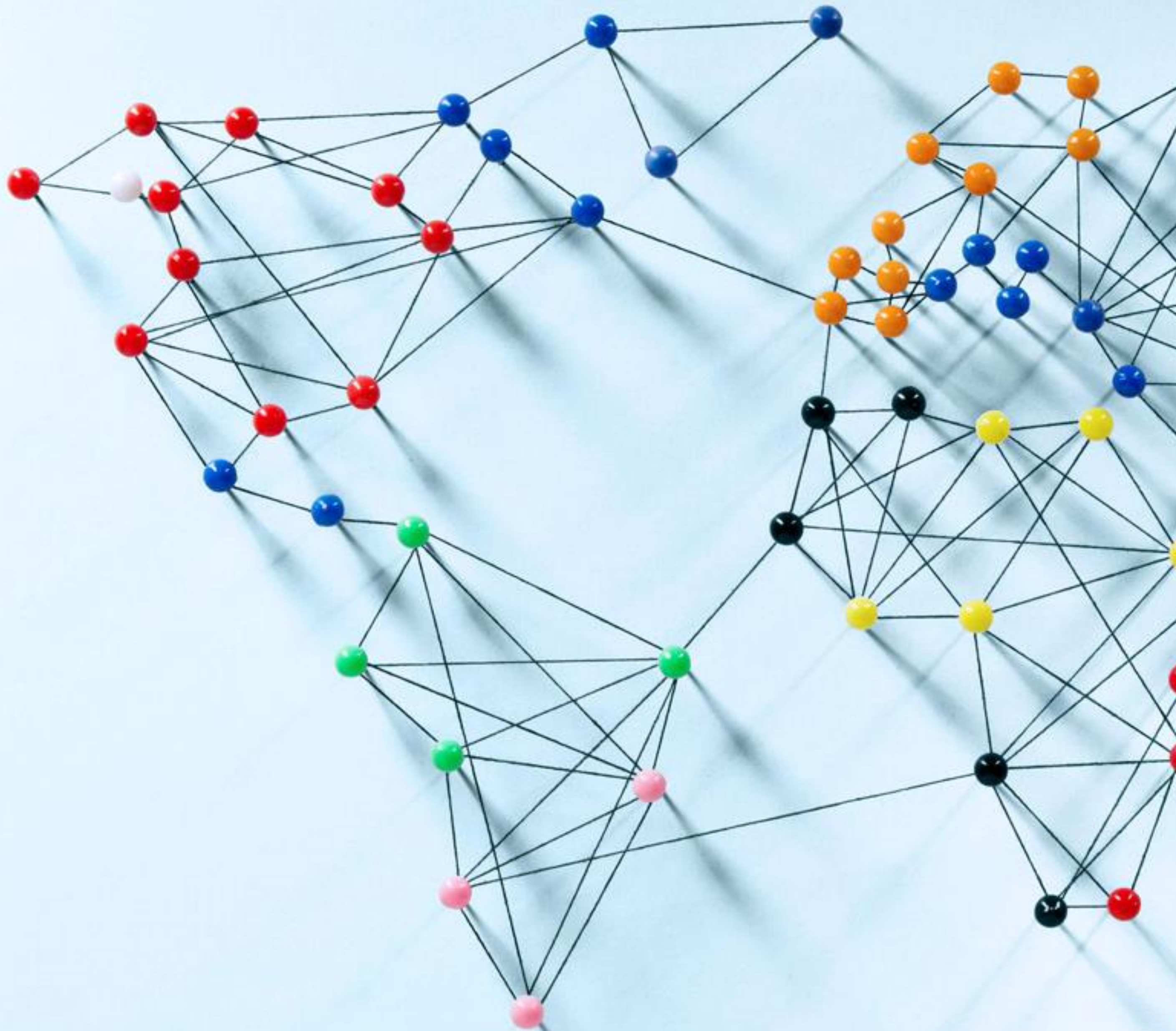
Handelnd

Hilfestellungen bei Richtungsentscheidungen, Prozessentwicklungen und der Ausführung von Projekten anbieten.



Richtungsweisend

Die Verwaltung von Ressourcen und die Durchführung von betrieblichen Veränderungsprogrammen betreuen.



Weltweit vernetzt

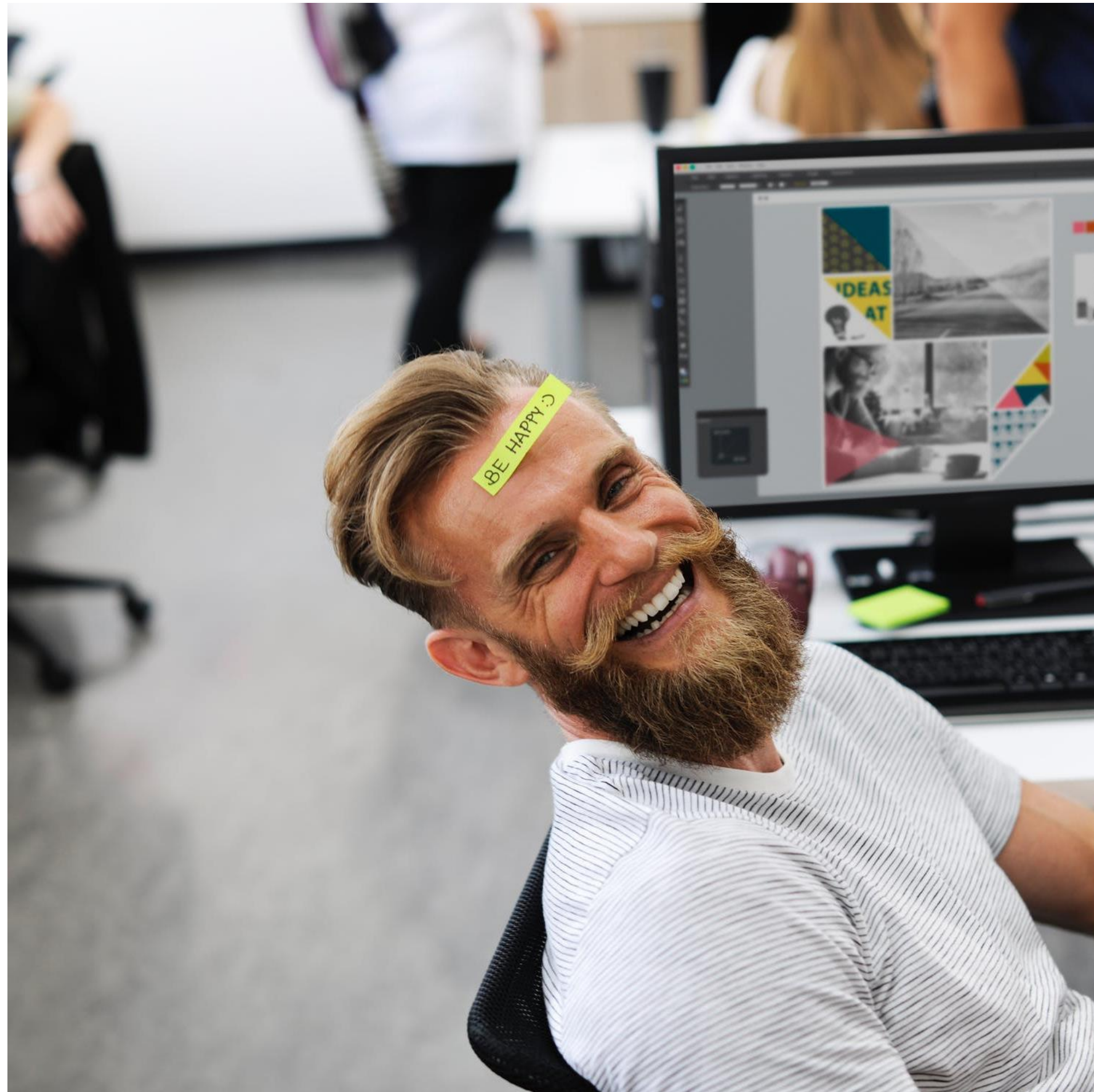
WIR VERFÜGEN ÜBER EIN WELTWEITES NETZWERK AUS PARTNERN IN MEHR ALS 100 LÄNDERN





EMPLOYER BRANDING

Als Arbeitgeber wettbewerbsfähig sein



Eine Arbeitgebermarke (Employer Brand) ist

... das in den Köpfen, der potentiellen, aktuellen und ehemaligen Mitarbeiter ...

... fest verankerte, unverwechselbare Vorstellungsbild von einem Unternehmen als Arbeitgeber

... gelebte Unternehmensphilosophie

Essentielle Dimensionen

- Glaubwürdigkeit
- Respekt
- Fairness
- Stolz
- Teamorientierung

**„Take care of your
employees and
they'll take care of
your customers“**

-Bill Marriott



1

Winter 2017/2018

- 6,2 Millionen Ankünfte
- Steigerung um 300.000 Gäste

- 27,6 Millionen Übernachtungen
- Zuwachs von 1,1 Millionen

2

Beschäftigte

- 60.000 Erwerbstätige

- davon sind rund 50.000 in den sogenannten „charakteristischen Tourismusindustrien“

- 7283 offene Stellen

3

Wertschöpfung

- Direkte touristische Bruttowertschöpfung Tirols beträgt rund € 4,5 Mrd.

- sind 17,5% Anteil an der gesamten Tiroler Bruttowertschöpfung.

4

Regionalität

- 70 % der Investitionen in der Hotellerie und Gastronomie werden ausschließlich an Tiroler Firmen vergeben.

Kritische Erfolgsgrößen



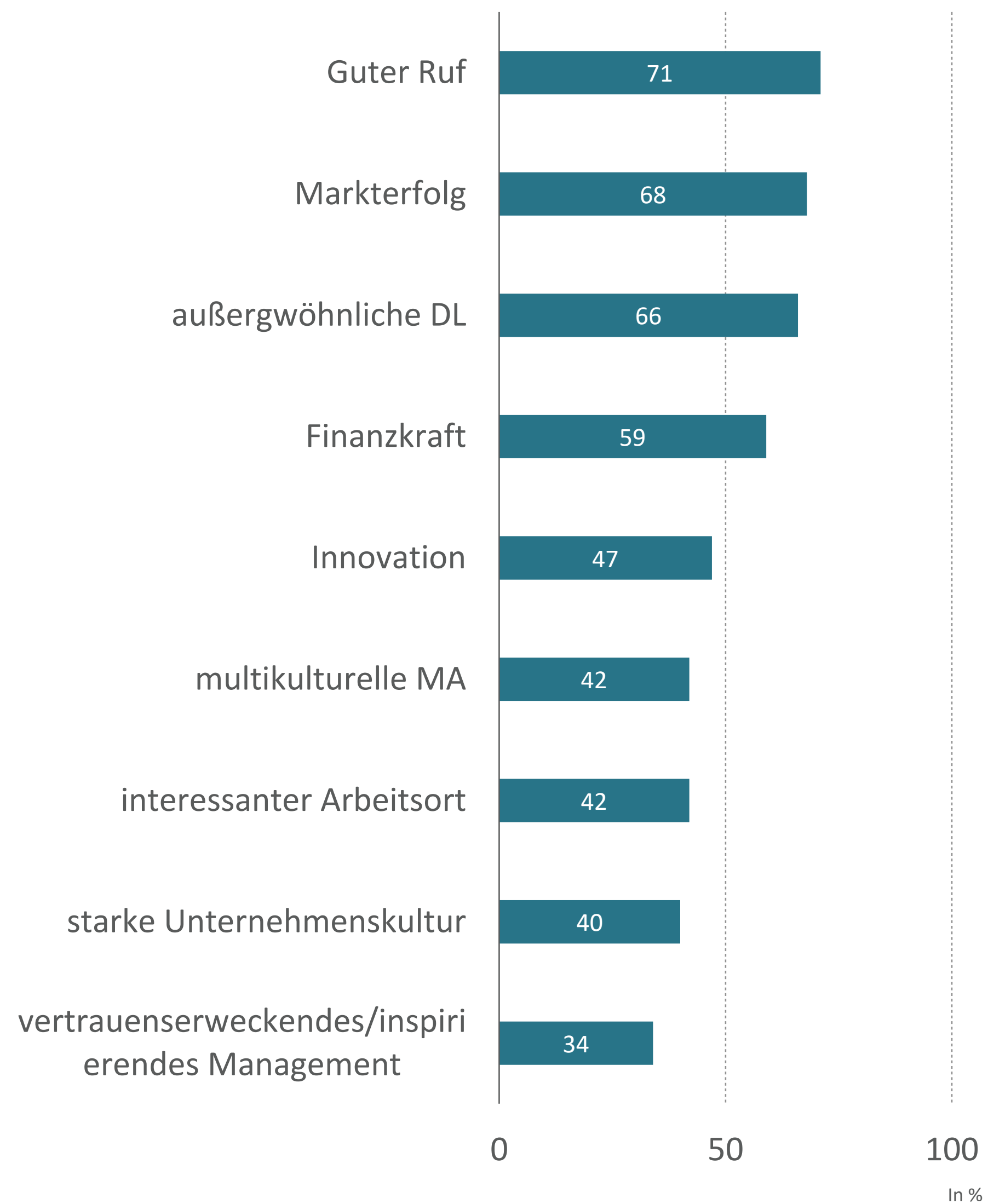
Personalgewinnung
THE WAR FOR TALENTS



Personalentwicklung



Personalbindung



The war for talents

- Was veranlasst gut qualifizierte Mitarbeitende, sich für ein Unternehmen zu entscheiden?
- Was sind wir für ein Unternehmen? Was ist unser Spirit? Warum sind wir gut? Und warum werden wir auch morgen noch gut sein?
- Wie schätze ich meinen Ruf als Arbeitgeber ein und durch welche Werte unterscheide ich mich von meinen Wettbewerbern?

1. ANALYSE

Besinnen Sie sich
auf die eigenen Stärken!

2. DEFINITION

Klares Anforderungsprofil!

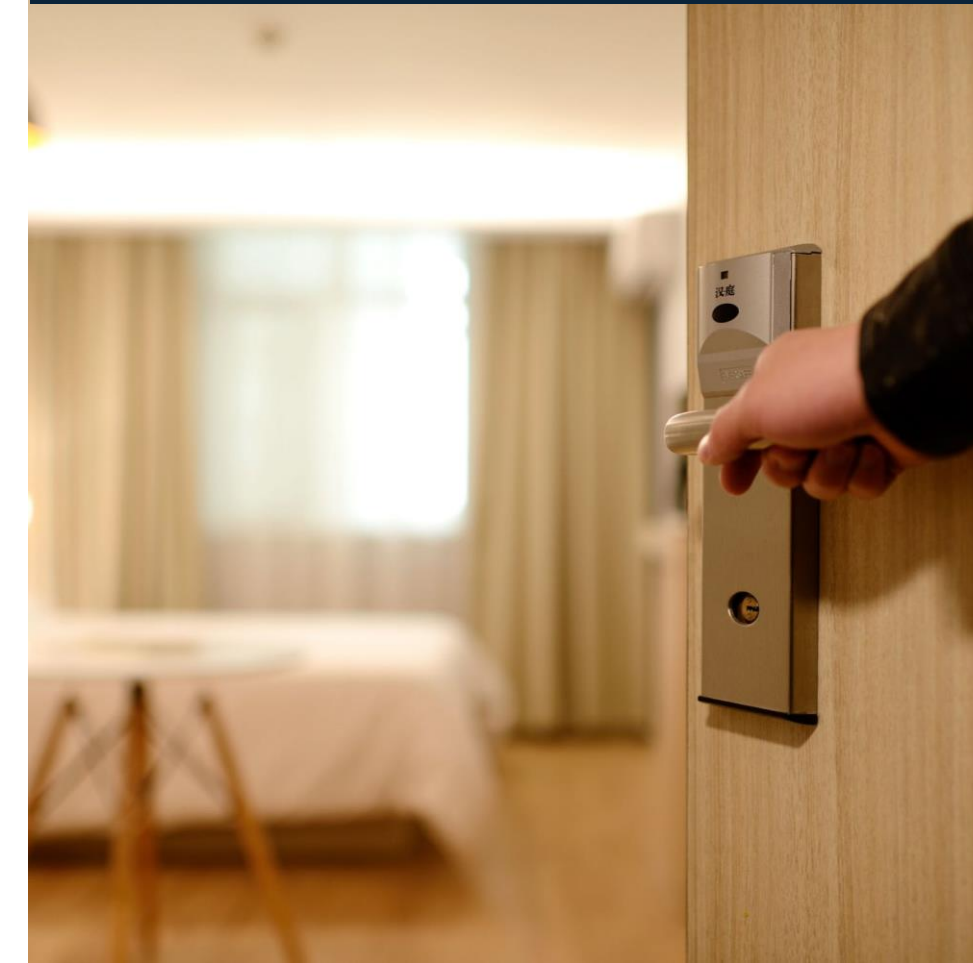
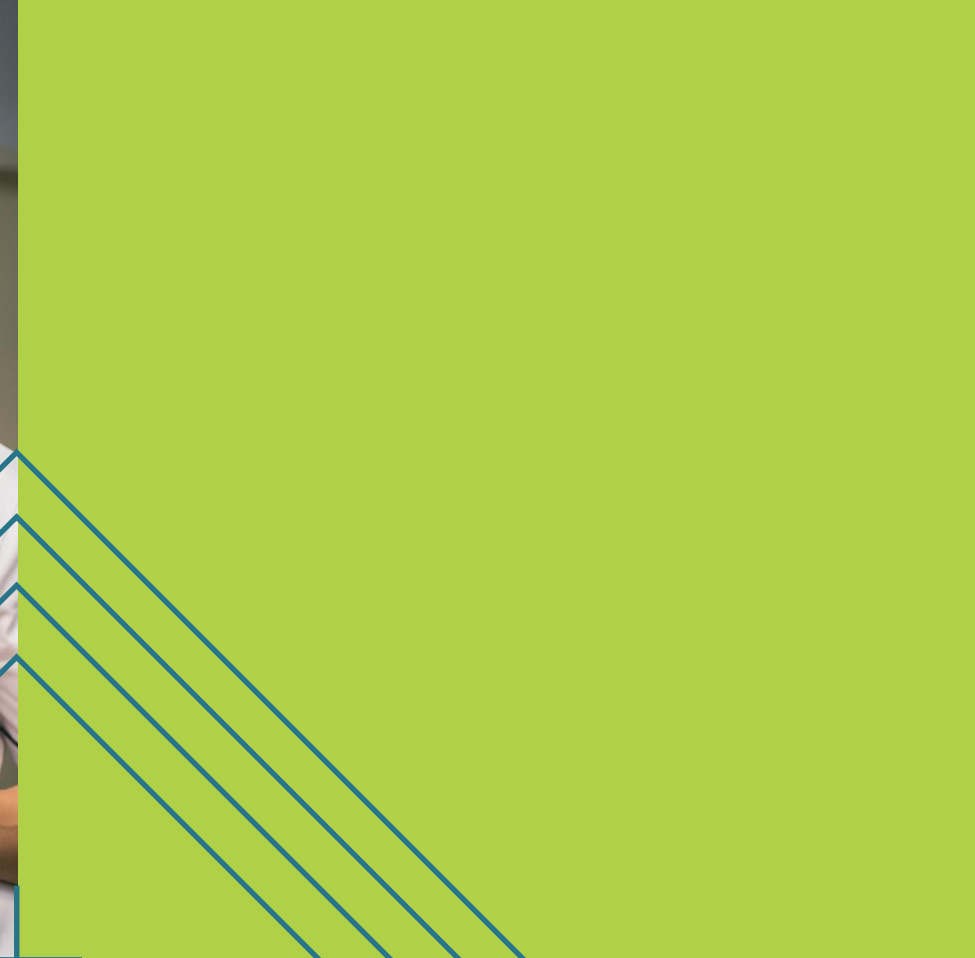
3. KOMMUNIKATION

Die Ansprache beginnt mit dem
richtigen Medium!

„Wer auf andere Leute wirken will,
der muss erst einmal in ihrer Sprache mit ihnen reden“ – *Kurt Tucholsky*

Personal- entwicklung

- Die Förderung einer transparenten, motivierenden Leistungskultur ist das zentrale Element der strukturierten Personalentwicklung
- Wer sich wohlfühlt, schafft Mehrwert – wer glücklich ist, bleibt
- Was hält gut qualifizierte Mitarbeiter im Unternehmen, und was bringt sie dazu, ein «Mehr» an Leistung zu erbringen?
- Welches sind die entscheidenden Faktoren für die Leistung und Motivation der Mitarbeitenden?

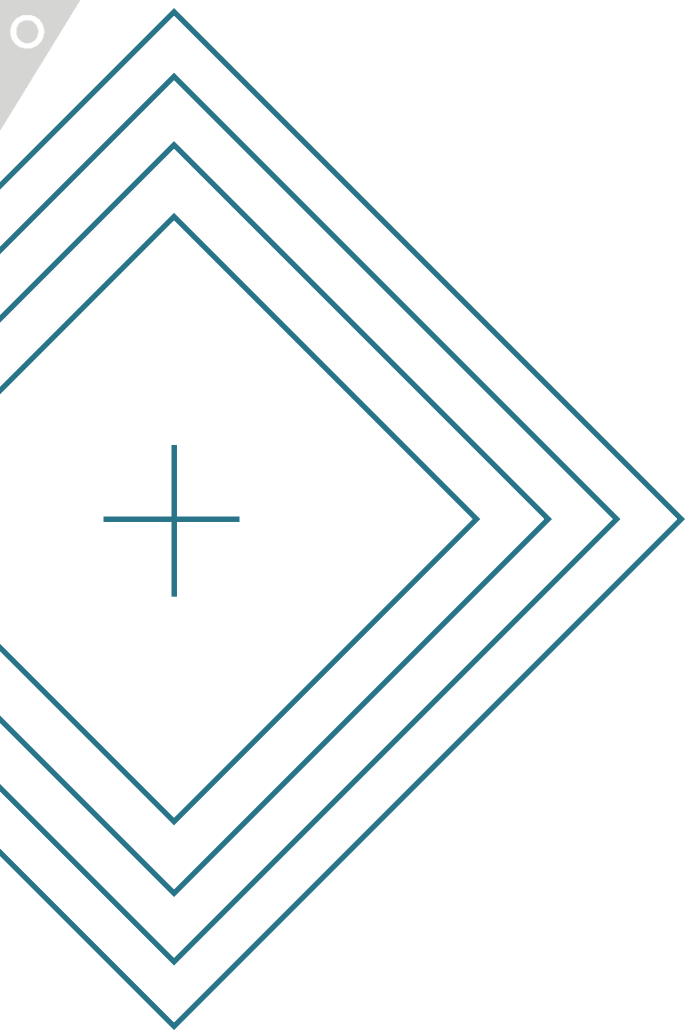




Personalbindung

„Able to go but happy to stay“

- Wertschätzung
- Teamarbeit
- Zufriedenheit
- Chefsache/hohe Verantwortung
- Qualitätssicherung
- Fluktuationsrate
- Identifikation mit dem Arbeitgeber
- Personal- und Karriereentwicklung



Maßnahmen der Personalbindung

Mitarbeiter sind dann an ein Unternehmen gebunden, wenn sie positive Erfahrungen machen und ihre Erwartungen an den Job vom Unternehmen erfüllt werden.

AFFEKTIVE
DIMENSION

RATIONALE
DIMENSION

NORMATIVE
DIMENSION

FAZIT

**Glaubwürdigkeit und Authentizität
sind als Grundlagen für ein
erfolgreiches Employer Branding
unerlässlich.**



FAZIT

Employer Branding ist kein Selbstläufer, sondern das Ergebnis systematischer Arbeit.



FAZIT

**Entscheidend ist die enge
Zusammenarbeit mit der
Kommunikationsstrategie der
Unternehmenskommunikation.**



FAZIT

**Schluss mit der Zurückhaltung –
zeigen und sagen Sie, was Sie sind
und was Sie zu bieten haben.**



PRÁ
TT
O

**WIR HELFEN IHNEN
IHR VERSPRECHEN
ZU HALTEN.**



Wir betreuen und monitoren sämtliche implementierte Maßnahmen über einen mit Ihnen festgelegten Zeitraum.

Im Anschluss bieten wir Ihnen eine Erfolgs-Analyse an, falls Sie das wünschen.

PRÁTTO CONSULTING GMBH

Eduard-Bodem-Gasse 5-7/G6

6020 Innsbruck | Austria

PH +43 512 214555 | FX +43 512 214 555 99

office@pratto.at | pratto.at/versprochen