



Employer Branding

Werden Sie zum „Employer of Choice“

Wofür steht Ihr Unternehmen? Was macht Sie einzigartig? Was schätzen Ihre Mitarbeiter an Ihnen als Arbeitgeber? Welche Werte werden in Ihrem Unternehmen gelebt? Eigentlich ganz einfache Fragen, die jedoch nicht immer einfach zu beantworten sind. Wir begleiten Sie dabei, Ihre Arbeitgebermarke zu definieren und so zum „Employer of Choice“ zu werden.

Gemeinsam beleuchten wir Ihren Bewerber-Wettbewerb, untersuchen Ihre Arbeitgebermarkenwerte, analysieren Ihre Zielgruppen und schaffen damit eine fundierte Basis für daraus resultierende Aktivitäten im Bereich Personalmarketing – kurzum: wir geben Ihrer Arbeitgebermarke Gesicht und Stimme! Wir beraten ehrlich und transparent, ganzheitlich und pragmatisch. Bevor wir reden, hören wir Ihnen erst einmal zu – nur so können wir Ihnen auf Sie zugeschnittene Maßnahmenempfehlungen aussprechen. Denn es geht uns darum, Ihre Arbeitgebermarke zu finden und nicht zu erfinden.

Erfolgsfaktoren im Employer Branding:

- Authentizität: Überzeugen Sie mit echten Werten, die bei Ihnen erlebbar sind
- Einzigartigkeit: Grenzen Sie sich vom Wettbewerb ab
- Zielgruppenoptimierung: Erreichen Sie die Kandidaten, die zu Ihnen passen

Es gibt zwei Handlungsfelder, die inhaltlich ausgestaltet werden müssen: Das interne und externe Employer Branding. Die interne Positionierung zielt darauf ab, dass das „Versprechen“ des Arbeitgeberimages auch in der Realität erlebbar ist. Im externen Employer Branding wird Ihre Arbeitgebermarke mit Ihren Botschaften, Ihrer Text- und Bildwelt durch Personalmarketing-Maßnahmen zielgruppengerecht an Berührungspunkten, wie z. B. Stellenanzeigen, Karriere-Websites oder auch Messeauftritten transportiert.

Eine präzise, eindeutige Arbeitgebermarke ermöglicht es Ihnen, neben aktiv suchenden Kandidaten auch latent suchende Kandidaten auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen und kann somit einen entscheidenden Wettbewerbsfaktor darstellen. Im Fokus steht dabei nicht die Quantität der Bewerbungen, sondern vor allem der Anstieg qualitativ hochwertiger Bewerbungen. Die verstärkte Ansprache passender Kandidaten sorgt wiederum für eine geringere Absprungrate im Recruiting-Prozess und steigert die Identifikation und Zufriedenheit mit Ihnen als Arbeitgeber. Ein klares Profil sorgt eventuell für weniger, dafür aber für passendere Kandidaten und verringert somit den Aufwand im Recruiting. Ihre Mitarbeiter teilen Ihre Werte und ziehen mit Ihnen an einem Strang. Kurz und knapp bedeutet dies:

- Steigerung der Bekanntheit im relevanten Arbeitsmarkt
- Differenzierung vom Bewerber-Wettbewerb durch eine eindeutige Positionierung
- Gewinnung und Bindung von passenden Mitarbeitern
- Steigerung der Kosteneffizienz
- Stärkung des Unternehmensimages und Verbesserung der Unternehmenskultur

Ablauf

1. Analyse

Stellen Sie Ihre Arbeitgebermarke auf ein solides Fundament. Denn nur wenn Sie wissen, was Sie als Arbeitgeber wirklich ausmacht, können Sie Ihr Arbeitgeberversprechen formulieren, das die Basis für Ihr Employer Branding darstellt. Vergessen Sie dabei nicht: Die wichtigste Zielgruppe sind Ihre Mitarbeiter. Binden Sie Ihre Mitarbeiter in Ihren Employer-Branding-Prozess ein und machen Sie Ihre Mitarbeiter zu Markenbotschaftern.

2. Konzeption

Übersetzen Sie Ihr Arbeitgeberversprechen in eine prägnante Markenwelt mit starkem Wiedererkennungswert:

- Bildwelt und Design für eine einzigartige Außenwirkung
- Slogans, Claims und Headlines für Botschaften, die im Gedächtnis bleiben
- Weiterführende Ideen für Maßnahmen im internen und externen Employer Branding

3. Rollout

Kommunizieren Sie Ihre Arbeitgebermarke auf allen relevanten Kanälen – von der Stellenanzeige über Ihre Karriere-Website und soziale Medien bis hin zum Onboarding-Prozess.

4. Erfolgsmessung

Messen Sie den Erfolg Ihrer Maßnahmen mit Hilfe relevanter KPIs. Einige Anregungen, welche Parameter wir hier empfehlen können, finden Sie in unserem Whitepaper „Gute Gründe für Employer Branding“.

Sie haben noch Fragen? Zögern Sie nicht und kontaktieren Sie uns!