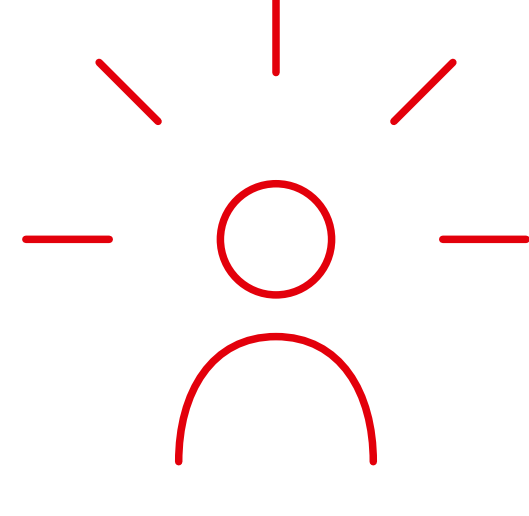


EMPLOYER BRANDING

Zeigen Sie, was Ihre Arbeitswelt besonders macht – für höhere Arbeitgeberattraktivität und stärkere Mitarbeiterbindung.



Drei Kriterien für gutes Employer Branding

- **Authentizität:** Überzeugen Sie mit echten Geschichten.
- **Einzigartigkeit:** Grenzen Sie sich vom Wettbewerb ab.
- **Zielgruppenorientierung:** Erreichen Sie die richtigen Menschen.



Analyse

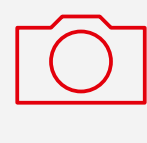
Stellen Sie Ihre Arbeitgebermarke auf ein solides Fundament:

- Arbeitgeber-Workshops**
Unternehmensidentität, USPs, Benefits, Wettbewerber und Zielgruppen
- Mitarbeiter-Interviews**
Stimmungsbild im Unternehmen, gelebte Werte, Stärken/Verbesserungswünsche
- Zielgruppenanalysen**
Eigenschaften und Präferenzen der relevanten Recruiting-Zielgruppen



Analyseziel: die Employer Value Proposition (EVP)

Fasst in wenigen Sätzen Ihr Arbeitgeberversprechen zusammen und bildet die Basis für Ihr Employer Branding.



Bitte recht freundlich!

Setzen Sie für Ihr Employer Branding auf Fotos aus Ihrem Unternehmen – und machen Sie Ihre Mitarbeiter zu Markenbotschaftern!

Konzeption

Übersetzen Sie Ihre EVP in eine prägnante Markenwelt mit starkem Wiedererkennungswert:

- Bildwelten und Design**
Für eine einzigartige Außenwirkung
- Slogans und Headlines**
Für Botschaften, die hängenbleiben
- Weiterführende Ideen**
Für den Kampagnenlaunch und Ihr internes Employer Branding



Rollout

Kommunizieren Sie Ihre neue Arbeitgebermarke auf allen Kanälen, u. a.:

- Stellenanzeigen**
- Onboarding-Dokumente**
- Messeausstattung**
- Karriere-Website**
- Soziale Medien**
- Arbeitgebervideos**



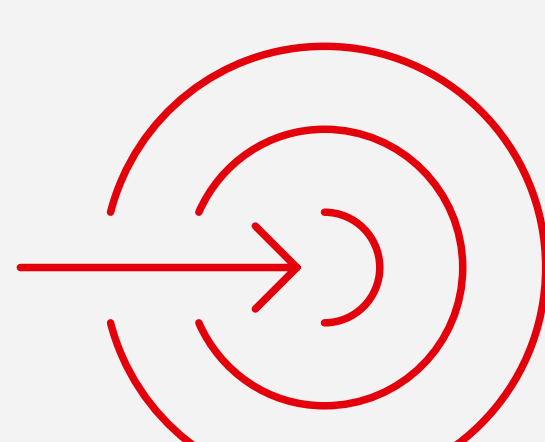
Erfolgsfaktor Mediaplanung:

Planen Sie Ihre Kampagne so, dass alle Einzelmaßnahmen perfekt ineinandergreifen. Unser Employer-Marketing-Team berät Sie gerne.

Zahlen, bitte!

Messen Sie den Erfolg Ihrer Maßnahmen mit Hilfe der wichtigsten KPIs:

- Time to Hire ←
- Cost per Application ←
- Verweildauer auf Karriere-Website ←
- Bewerbungen pro Jahr ←
- Bewerbungen pro Stelle ←
- Abbruchquote Online-Stellenanzeige ←



Niemals vergessen: Die wichtigste Zielgruppe

Ihre Belegschaft ist das Wertvollste, was Sie als Arbeitgeber haben. Binden Sie Ihre Mitarbeiter von Anfang an in Ihren Employer-Branding-Prozess ein und seien Sie offen für ihre Vorschläge.

Gemeinsam heben Sie Ihre Arbeitgebermarke aufs nächste Level!

Sie sind vielleicht 'ne Marke ...

... wissen aber noch nicht, welche? Wir unterstützen Sie gerne bei der Ideenfindung für Ihr Employer Branding.