

Employer Branding

In 5 Schritten zur Arbeitgebermarke



War for talents

Die Suche nach Fachkräften ist mittlerweile für beinahe jedes Unternehmen quer durch alle Branchen eine Herausforderung. Die Gründe dafür sind so unterschiedlich wie die betroffenen Betriebe selbst:

- Struktureller Fachkräftemangel (Stichwort: **Lehrlinge**)
- Schlechtes Branchenimage (Stichwort: **Gastronomie, Pflege**)
- Digitale Transformation (Stichwort: **Home-Office, Remote Work**)
- Generationenkonflikte X/Y/Z: Wertvorstellungen und Prioritäten (Stichwort: **Work-Life-Balance**)
- Neue Kanäle zur Mitarbeiter*innen-Suche (Stichwort: **soziale Netzwerke**)
- u. v. m.

Unternehmen haben heute bei der Suche nach geeigneten Kandidat*innen nur dann eine Chance, wenn Sie als Arbeitgebermarke nachhaltig und erfolgreich positioniert werden.

Unsere Schwerpunkte für ein erfolgreiches Employer Branding:

Wir machen Unternehmen und Jobs erlebbar und greifbar.

Wir positionieren Mitarbeiter*innen als zentrale Markenbotschafter.

Wir setzen auf Kreativität mit Empathie und Sympathie.

Wir personalisieren Zielgruppenansprache und Botschaften.

Wir fördern Dialog und Interaktion und machen aus Interessenten neue Bewerber.



#weareLinsinger

Bei uns reisen
Sie auf
FIRMENKOSTEN.

JETZT BEWERBEN!

www.linsinger.com/karriere



LINSINGER

1.

Entwicklung der Employer Proposition

Mit der richtigen Balance aus emotionalen Botschaften und Arbeitgebervisionen auf der einen Seite, sowie aus Hard Facts auf der anderen Seite, die das Arbeiten in Ihrem Unternehmen beschreiben, entsteht das Fundament für eine starke Arbeitsgebermarke. Voraussetzung ist eine fundierte Analyse der Ist-Situation.

Ist-Analyse

- Was zeichnet uns als Unternehmen aus?
- Wie sieht die DNA als Arbeitgeber aus?
- Welche Werte werden bzw. sollen gelebt werden?
- Warum will jemand bei uns arbeiten?
- Was schätzen die Mitarbeiter?
- Wer sind die Zielgruppen und Wunschkandidaten?
- Warum bewirbt sich niemand auf unsere Ausschreibungen?
- Wie attraktiv sind wir denn als Arbeitgeber für die Kandidaten, die wir uns wünschen?
- Zu welchem Arbeitgeber gehen Ihre Wunschkandidaten, wenn nicht zu Ihnen?
- Was machen wir besser / schlechter als der Mitbewerb?
- Welche Benefits bieten wir unseren Mitarbeitern (im Vergleich)?



Mitarbeiterbefragungen: Eine gute Datenbasis für Employer Branding Strategien

Was könnte noch mehr Sinn machen, als die Marke von innen heraus zu entwickeln?

Durch eine Mitarbeiterumfrage und/oder Fokusgruppen-Workshops haben Sie die einzigartige Chance, ein aktuelles

Stimmungsbild einzufangen und verborgene Verbesserungspotenziale aufzuspüren.

Ihre Mitarbeiter sind Teil der Arbeitgebermarke, repräsentieren die Zielgruppe und fungieren als Markenbotschafter.



2. Analyse HR-Prozess: Personalsuche, Personalauswahl & Onboarding

Welche Positionen sind ausgeschrieben/ sind (aktuell) zu besetzen?

- Welche Jobs sind aktuell zu besetzen? Welche in den kommenden 1/3/5 Jahren?
- In welchen Bereichen gibt es einen speziellen Mangel/hohe Konkurrenz?
- Welche Positionen können intern besetzt werden (Aus-/Weiterbildung und Karrieremöglichkeiten)?
- Welche Rolle spielen Themen wie Diversifizierung?
- Wie wichtig sind Initiativbewerbungen? Welche Rolle spielen sie?

Wie läuft der Prozess der Personalsuche ab?

- Welche Abteilungen/Kollegen sind eingebunden – von der Stellenbeschreibung über Gestaltung bis zur Suche und Auswahl?
- Gibt es Personalunternehmen, die unterstützen?
- Welche Kooperationen gibt es (auch z.B. mit Plattformen, Messen, Schulen/Ausbildungsstätten etc.)?
- Wo werden Job-Inserate geschaltet (on- und offline)?

Wie läuft der Prozess der Personalauswahl ab?

- Welche Abteilungen/Kollegen sind eingebunden?
- Welche Stufen gibt es im Bewerbungsverfahren?
- Sozial-/Zusatzleistungen und Benefits im Vergleich zur Konkurrenz?
- Zusage: Wie läuft der Prozess ab?
- Absage: Wie werden Kandidaten informiert?

Onboarding eines neuen Mitarbeiters

- Wie ist der Ablauf von der Zusage bis zum 1. Arbeitstag?
- Wie gestaltet sich der 1. Arbeitstag?
- Gibt es eine offizielle Begrüßung? Unterlagen? Welcome-Paket?
- Gibt es ein internes Info-Tool? Laufende Mitarbeitergespräche? Betriebsrat?
- Gibt es ein Buddy-System?



#teammassivholzbau



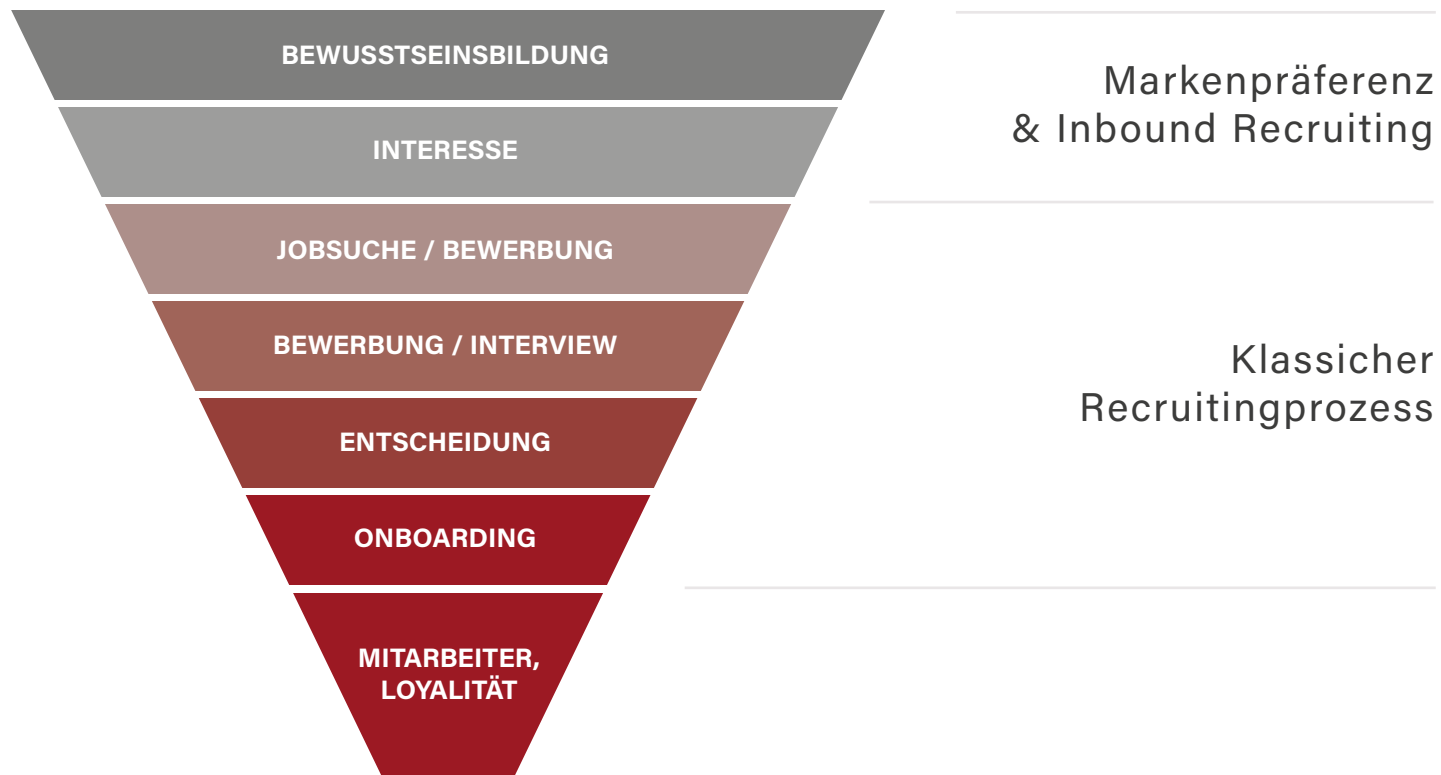
DER POINTINGER BAUT'S MASSIV...

Für unseren Standort in Grieskirchen suchen wir:
Bautechniker für die Planung (m/w/d)

Alle Details:
www.pointinger-bau.at/jobs

3. Entwicklung der Candidate Journey

Kandidat*innen durchlaufen verschiedene Phasen bevor sie Mitarbeiter*innen werden. Jede Stufe hat andere Zielsetzungen und unterscheidet sich daher in den Instrumenten.





4

Employer Branding Kampagne

Creatives

Menschen lieben. Erzählen Sie Ihre Unternehmensgeschichte. Mit emotionalen Bilderwelten, Videos, Blogbeiträgen, usw. Storytelling kann nicht nur in der Stellenanzeige erfolgreich eingesetzt werden, sondern Kandidaten auch im Job-interview überzeugen.

- Kampagnen-Sujets/Themen
- Bilderwelten
- Claims und Slogans
- Designs und Artworks

Karriere-Landingpage

Ein unterschätztes Tool: Job- und Karriereseite auf der Website. Aufbau und Nutzung müssen intuitiv sein. Die Candidate Experience steht im Fokus. Alle wichtigen Informationen sollten kompakt und übersichtlich dargestellt sein. Dazu gehören: offene Stellen, Benefits, Infos zum Bewerbungsprozess, Bewerbungs- und Kontaktmöglichkeit, Ansprechpartner, Videos, Verlinkungen zur Unternehmensseite.

- Seitenkonzept erstellen
- Screendesigns & Programmierung
- Contents aufbereiten/einpfelegen
- SEO
- Formulare und CTAs

Videomarketing, Recruiting Funnels und Gamification

Videos als modernes Kommunikationsmedium schaffen Aufmerksamkeit, steigern die Verweildauer und sind flexibel einsetzbar. **Mobile Bewerbungsfunnels** oder **Gamification-Konzepte** runden das digitale Branding ab.

- Konzepte und Storyboards
- Formate und Themen
- Produktion
- Programmierung



Wir verbinden
Arbeit
MIT WOHLFÜHLEN.

#weareLinsinger

karriere.linsinger.com



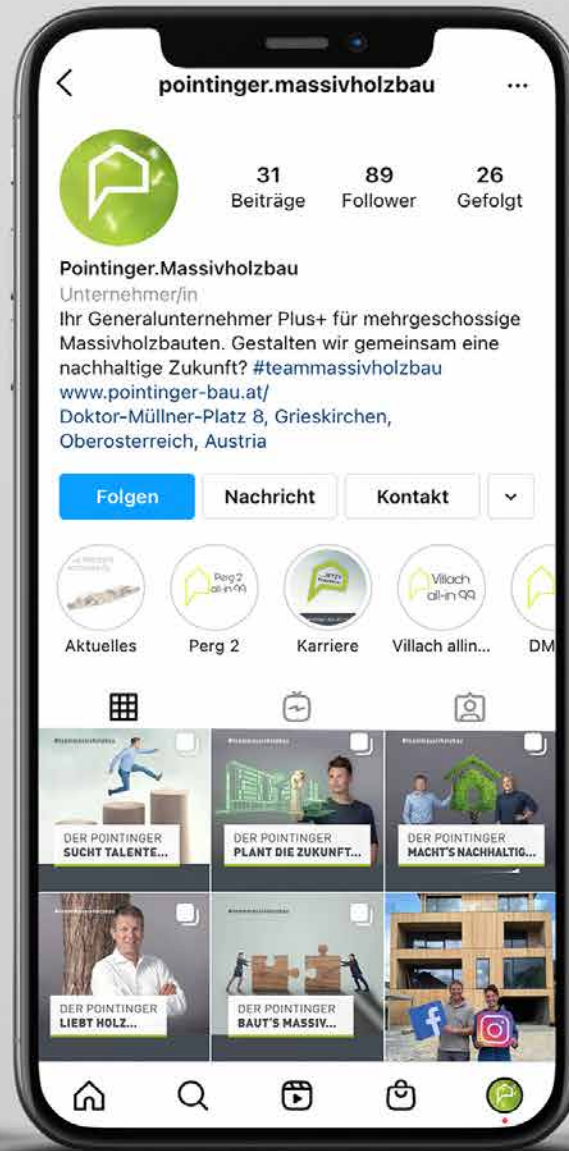
#weareLinsinger

Wechseln Sie
IHRE PERSTEKTIVEN.

JETZT BEWERBEN!

karriere.linsinger.com





5. Mediaplanung

Zeigen Sie Ihren Wunsch-Kandidaten, warum Sie der attraktivste Arbeitgeber Ihrer Branche sind. Nutzen Sie das gesamte cross-mediale Spektrum. Analog und digital.

Owned Media

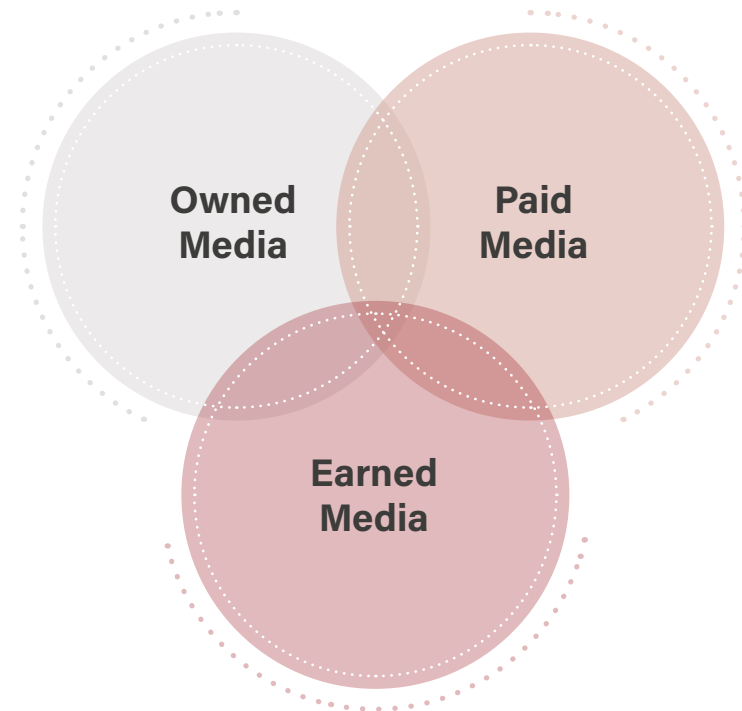
- **Karriere- und Jobseite**
- **Karriere- und Unternehmensblog**
- **Social Media Profile**
Facebook, Instagram, LinkedIn, Xing
- **(Job)-Newsletter**

Earned Media

- **SEO**
- **Social Media Profile von Mitarbeitern**
Corporate Influencer
- **Bewertungsplattformen**
kununu

Paid Media

- **Online-Jobbörsen**
karriere.at, stepstone, ...
- **Meta Jobbörsen**
MetaJob, Indeed. ...
- **Bezahlte Anzeigen Online**
Facebook, LinkedIn, Xing, Google Displaykampagnen
- **Print-Anzeigen**
Regional, Ev. Fachmedien
- **Plakatkampagne regional**
- **Regional TV**





Employer Brand Book

Als Handlungsleitfaden für die laufende HR-Arbeit und als Umsetzungshilfe für das Marketing dokumentieren wir die Analysen, Konzepte und Lösungen **optional** in einem **Employer Brand Book**.

- Bedeutung und Zielsetzung von Employer Branding für Ihr Unternehmen
- Controlling und KPI`s
- Analyse und Interpretation von Mitarbeiterbefragungen und Workshops
- Analyse und kommunikationsstrategische Optimierung der wichtigsten HR-Prozesse (Bewerbungsprozess, Onboarding)
- Employer Branding Proposition
- Candidate Journey
- Zielgruppen und Candidate Personas
- Werte und Kultur
- Mitarbeiter-Benefits
- Struktur und Aufbau der Karriere-Landingpage
- Slogans, Creatives und Key-Visuals für die Employer Branding Kampagne
- Konzept und Design von Stellenanzeigen
- Mediaplanung und Kommunikationsmix



EMPLOYER BRAND BOOK

wazek & partner communications gmbh





wazek & partner

wazek & partner communications GmbH

Bürgerstraße 6, 4020 Linz

E: office@wazek.com

T: +43 732 3485350

www.wazek.com