

10 steps til god employer branding



+45 71 99 28 60



info@elvium.com

Flæsketorvet 68

1711 København



Employer branding kan skabe trafik fra jobsider og øge antallet og kvaliteten af jobkandidater og nyansættelser. Men hvad er employer branding, og hvordan opbygger man et godt brand?

Vi har samlet *10 steps* til at opbygge et godt employer brand! God læsning.

Hvis du allerede ved, hvad employer branding er, kan du skippe dette afsnit.

Så først og fremmest, hvad er Employer Branding?

Dit employer brand består af to dele: dets *identitet* og dets *omdømme*.

Identiteten i dit employer brand er din virksomheds mission, værdier og virksomhedskultur. Dit brands *omdømme* er den måde, som andre opfatter dit brand på. Denne opfattelse omfatter blandt andet din virksomheds historie og produkter/services. Men det omfatter også dine medarbejdere - nærmere bestemt, hvordan du værdsætter dem eller ikke værdsætter dem. Og det skal vi tale en hel del mere om!

Hvorfor Employer Branding er vigtigt

Naturligvis bekymrer du dig allerede om virksomhedens omdømme – specielt når det gælder overfor kunder, men har du tænkt over dit omdømme, når det gælder jobsøgere?

Overvej nogle af følgende statistikker om jobsøgere og fastholdelse:

95% af de jobsøgende siger, at en arbejdsgivers omdømme påvirker deres beslutning om at søge et job

79% undersøger en virksomheds mission og formål, før de søger

52% af arbejdsgiverne siger, at branding er afgørende for rekruttering af talent

30% af arbejdsgiverne siger, at branding er med til at fastholde de bedste talenter

En arbejdsgivers brand - og hvor positivt eller negativt det er - har indflydelse på, hvem der søger ledige stillinger i den pågældende virksomhed. Og arbejdsgivere, der aktivt forvalter deres branding, har sandsynligvis en fordel, når de skal rekruttere og fastholde de bedste talenter.

Nu til det praktiske - Sådan opbygger du dit employer brand

1. Gennemgå dit brand

Uanset om du har et employer brand allerede eller om du først skal til at begynde, er du måske ikke klar over, hvordan andre udenfor virksomhedens fire vægge opfatter dit brand. Foretag en brand undersøgelse for at få et bedre overblik over, hvor du står.



+45 71 99 28 60

info@elvium.com

Flæsketorvet 68

1711 København



Hvis du f.eks. aldrig har kigget på anmeldelser, kan du tjekke og se, hvad tidligere ansatte siger om dit brand. Det er også muligt at søge i forskellige forums på nettet, hvor medarbejdere deler ud af erfaringer. Selv websteder med kundeanmeldelser (som Trustpilot) kan give dig et godt indtryk af, hvordan folk opfatter din virksomhed.

Derfra kan du udarbejde en plan for aktiv forvaltning (og forbedring) af dit employer brand.

2. Hvad du siger, skal stemme overens med hvad du gør

Når du begynder at opbygge dit employer brand, skal du reflektere over dine centrale virksomhedsværdier og fastlægge arbejdsgange, der er i overensstemmelse med disse idealer. Du skal fortælle en historie om din arbejdsplads til jobkandidater, nyansatte og nuværende medarbejdere, som er i overensstemmelse med din virksomheds overordnede mission og brandstrategi. Hvis du for eksempel er et lille start-up, og du fortæller historien om det gode start-up, hvor arbejdet foregår agilt og fleksibelt, nytter det ikke noget, hvis det i praksis er det modsatte.



3. Bed om feedback fra medarbejderne - og promover det

Dine medarbejdere er stærke potentielle advokater for dit brand, men de har også magt til at skade dit brand, hvis de ikke føler sig respekteret. Utilfredse medarbejdere kan skade dit brand via anonyme jobportaler og andre sociale medier og som følge heraf koste dig fremtidige talenter.

Etablér feedbackmetoder, der er let tilgængelige for alle medarbejdere, og tilskynd medarbejderne til at bruge dem offentligt eller anonymt.

Hvis de føler, at de har en stemme i organisationen, er de langt mindre tilbøjelige til at blive frustrerede og søge andre steder at få afløb. Det vil også bidrage til, at de vil tale positivt om virksomheden i deres netværk.

4. Handle på medarbejdernes feedback

Det hjælper at bede om feedback fra medarbejderne, men det er vigtigt ikke blot at lytte til feedbacken, men også at handle på den.

Når du indsamler feedback, kan du måske opdage et mønster, der afslører et problem med din virksomhedskultur eller kommunikation. Når du identificerer tilbagevendende temaer, skal du grave dybere ned i problemet og derefter tage fat på det.

Lad medarbejderne vide, at du har hørt deres bekymringer, og skitsér, hvordan virksomheden vil tage fat på dem. Derefter skal du sætte planen i værk og fortsætte med at indsamle feedback for at se, om tingene bliver bedre, eller om du skal justere kursen igen.

5. Kend dit USP (Unique Selling Point) til medarbejdere og jobsøgere

Kombinationen af din virksomheds mission, værdier, kultur og feedback fra medarbejderne er med til at skabe noget eftertragtet for medarbejdere og jobsøgere. Dit USP indkapsler alt det, som din virksomhed tilbyder medarbejderne, og det kan være et effektivt brandingværktøj.

Ved at lade potentielle og nuværende medarbejdere vide, hvad de får til gengæld for deres færdigheder, erfaring og hårde arbejde, får de en dyb forståelse af, hvordan deres rolle bidrager til virksomhedens overordnede mission, og det hjælper dem til at engagere sig mere aktivt i deres rolle.

Udover løn, kan det inkludere:

- Karriereudvikling (herunder karriereveje og løbende uddannelse)
- Ledelsesstil
- Hvordan medarbejdere evalueres og forfremmes
- Muligheder for frivilligt arbejde
- Jobsikkerhed
- Flexibilitet

6. Skab en positiv ansættelsesproces

Din ansøgnings- og rekrutteringsproces skal være professionel og givende, selv for kandidater, som du ikke ansætter. Den bedste måde at sikre, at din ansøgningsproces er værdifuld for alle kandidater, er ved at etablere ansættelsesprocedurer, der er retfærdige, konsekvente og gennemsigtige.

Opret en karriereside på dit websted for at promovere din virksomhed som en destination, hvor kandidaters karriere kan udvikle sig i takt med, at deres færdigheder øges.

Overvej at bruge visuelle elementer i jobbeskrivelser for at fange ansøgenes opmærksomhed. Ydermere, bør du sørge for at kommunikere med kandidaterne under hele processen, selv med dem, der bliver filtreret fra i de tidlige faser.

Og husk at svar rettidigt. Vi hører alt for ofte blandt unge mennesker, at de aldrig fik svar tilbage fra en ansøgning, som de sendte afsted. Husk, at selvom en kandidat ikke er den rigtige, så vil en god behandling styrke dit brand. Forestil dig, hvad en afslået kandidat vil sige til sit netværk – du beslutter, om det skal være positivt eller negativt.

7. Få en meningsfuld onboarding-oplevelse

Etablér procedurer for onboarding på alle niveauer i organisationen, der oplyser nyansatte om virksomhedens kerneværdier.



Denne overgangsperiode til din virksomhed bør indeholde oplysninger, der hjælper nye medarbejdere med at vænne sig til din virksomhedskultur og gøre det klart, at deres tid og talent værdsættes af organisationen som helhed og ikke kun i deres afdeling.

Sørg for at etablere muligheder for at medarbejderne kan lære om deres kollegers roller i andre afdelinger for at forbedre teambuilding og etablere et fælles formål.



+45 71 99 28 60



info@elvium.com

Flæsketorvet 68

1711 København



8. Brug sociale medier til promotion

Du kan sikkert nikke genkendende til, at SoMe virker, når det gælder promotion. Derfor bør din virksomhed have en tilstedeværelse på de sociale medier, hvis I ikke allerede har det. Brug din tilstedeværelse på disse platforme til at fremme dit brand ved at fremhæve det gode arbejde, du gør inden for dit område og dit lokalsamfund, samt historier om dine kunder og medarbejdere.

At sætte spotlight på medarbejdernes resultater er en særlig effektiv måde at vise, at din virksomhed tillader sine medarbejdere at tage initiativ og blive anerkendt for det.

9. Medarbejderambassadører

Når kandidater søger efter flere oplysninger om din virksomhed, kigger de ikke kun på dine officielle oplysninger. Ofte vil Kandidater finde dine tidligere og nuværende medarbejdere på sociale medier for at se, hvordan livet virkelig er i din virksomhed.

Du kan med rette bede friske medarbejdere om at skrive på deres sociale medier om virksomheden. Hvis du har hashtags for virksomheden, så bed dem også om at inkludere disse. Uanset om det drejer sig om et velgørenhedsarrangement i virksomheden eller en overraskende anerkendelse på arbejdspladsen, er positive indlæg på sociale medier fra nuværende medarbejdere et stort skridt hen imod at styrke din employer branding.

10. Opdater dine arbejdsformer

Balancen mellem arbejdsliv og privatliv er blevet stadig vigtigere for nutidens kandidater. Overvej at oprette nye arbejdsformer, hvilket omfatter fleksible arbejdstider, hybride arbejdstider og fjernfunktioner. Sørg for, at fjernarbejdere føler sig forbundet med deres kolleger og teamledere gennem kommunikation og inddragelse

