

Checkliste: Employer Branding

Diese Checkliste hilft Unternehmen, Employer Branding-Maßnahmen zu identifizieren und im Unternehmen umzusetzen:

- Über interne Analysen und konstruktive Gespräche wurden die Stärken des Unternehmens herausgearbeitet.
- Für die Gewinnung relevanter Informationen in Bezug auf die Unternehmenskultur werden Strategien wie regelmäßige Mitarbeiterbefragungen und -gespräche, Ideenmanagement, gezielte Fragen in Bewerbungsgesprächen sowie Erfragen von Absagegründen von Bewerbern, Exit-Gespräche im Kündigungsfall und Nachfragen zu Angeboten vorheriger Arbeitgeber bei Neueintreten eingesetzt.
- In Abstimmung mit den Beschäftigten wurden die Unternehmenswerte herausgestellt und eine Arbeitgeberidentität festgelegt.
- Visionen und Leitbilder des Unternehmens wurden in gemeinsamer Absprache mit den Beschäftigten entwickelt und schriftlich festgehalten.
- Im Unternehmen herrscht Bewusstsein darüber, was die Organisationskultur ausmacht und warum es sich um einen attraktiven Arbeitgeber handelt.
- Im Rahmen der Analysen zur Unternehmenskultur wurden nicht nur die Stärken, sondern auch etwaige Schwächen beleuchtet, um ein authentisches Bild zu kreieren und vertreten zu können.
- Glaubwürdigkeit steht im Unternehmen an erster Stelle. Die gelebte Kultur wird nach außen nicht geschönt, sondern beruht jederzeit auf den tatsächlichen Begebenheiten, die sich aus der Analyse ergeben haben.
- Die Ziele, die das Employer Branding des Unternehmens verfolgt, sind klar definiert.
- Das Unternehmen ist sich seiner internen und externen Zielgruppen in Bezug auf die Rekrutierung neuer Mitarbeiter bewusst und bedient mit seinem Angebot gezielt deren Wünsche und Erwartungen.
- Dem Unternehmen und seiner Belegschaft sind Image und Ruf bekannt.
- Die im Rahmen der Analysen herausgestellten Schwächen werden mithilfe von passenden Angeboten durch das Unternehmen verbessert und einer identifizierten Zielgruppe zugeordnet.
- Auch die Wettbewerbssituation wurde analysiert und Stärken, Schwächen und Image der Konkurrenz beobachtet, um auf neue Entwicklungen zeitnah reagieren zu können.
- Im Wettbewerbsvergleich werden interessante Best-Practice-Strategien nicht wahllos kopiert, sondern für die im Unternehmen herrschenden Strukturen angepasst und im Rahmen von passenden Ideen implementiert.