

handwerk. magazin

www.handwerk-magazin.de

Checkliste:

„EMPLOYER BRANDING“ Arbeitgebermarke

Quelle: **LGH** – Zukunftsinitiative Handwerk Nordrhein-Westfalen

IMMER AUF DER SICHEREN SEITE



Von unserer Fachredaktion geprüft. Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

Checkliste „EMPLOYER BRANDING“

Wird Ihr Betrieb als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen?

MASSNAHME	NOTIZEN
Sie kennen Ihre Stärken als Arbeitgeber.	
Sie kennen Ihre Schwächen als Arbeitgeber.	
Sie wissen, für welche Werte Ihr Unternehmen steht.	
Sie wissen, wodurch Sie sich von Ihren Wettbewerbern unterscheiden.	
Sie kennen das Image Ihres Unternehmens als Arbeitgeber in der Öffentlichkeit.	
Sie können Ihren Bewerbern konkrete Vorteile anbieten (zum Beispiel: flexible Arbeitszeitkonten, Weiterbildung, Gesundheitsangebote, betriebliche Altersversorgung usw.)	
Sie kennen die Erwartungen und Bedürfnisse Ihrer Wunschkandidaten.	
Sie haben eine zentrale Kernaussage, die Sie als Arbeitgeber kurz und gut beschreibt.	
Die Kernaussage wird in einem Slogan wiedergegeben - kurz, prägnant und kreativ.	
Kernaussage und Slogan sind authentisch und spiegeln Ihr Unternehmen und seine Kultur wieder.	
Kernaussage und Slogan stellen Sie als unverwechselbaren, attraktiven Arbeitgeber dar.	
Alle Mittel der Personalsuche (Stellenanzeigen, Eintrag in Jobbörsen, Video-Clips usw.) sind an das äußere Erscheinungsbild (Farben, Schriften usw.) Ihres Betriebs angepasst.	
In der Kommunikation nach außen (Unternehmensdarstellung, Stellenanzeigen usw.) setzen Sie Bilder ein, um Ihren Betrieb sympathisch und authentisch darzustellen.	

