

CHECKLISTE ZUR ARBEITGEBERMARKE

	Ja	Nein	In Arbeit
1. Wofür stehen wir als Arbeitgeber? Werte und Haltung zeigen. Darüber hinaus festlegen, wer auch in Zukunft am besten zum Unternehmen passt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Was macht uns einzigartig? Positionierung und klare Abgrenzung zum Wettbewerb und anderen Arbeitgebern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Warum bleiben Mitarbeiter:innen bei uns? Unternehmenskultur definieren und (Standard-) Benefits weiterentwickeln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Was macht uns attraktiv? Aus Sicht der Bewerber:innen zeigen, wie sie sich einen Platz in der Organisation erarbeiten können – mit Perspektive, Sinn und Motivation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Was können wir versprechen? Ein realistisches und individuelles Arbeitgeberversprechen (EVP), das auch erlebt und verstanden wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Wie treten wir glaubhaft auf? Authentische Inhalte auf den passenden Kanälen spielen, die auf die Arbeitgebermarke einzahlen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Wie wirkt sich Employer Branding finanziell aus? Weniger Fluktuation, schnellere Recruiting-Prozesse und eine höhere Bewerbungsrate.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Wie binde ich meine Mitarbeiter:innen ein? Flurfunk ist Gold. Geben Sie Ihren (potenziellen) Mitarbeitenden Raum, um ihre Meinung zu äußern (Umfrage, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Was hat Employer Branding mit der Unternehmensmarke zu tun? Beides bedingt sich gegenseitig. Eine gute Arbeitgebermarke baut auf einer starken Unternehmensmarke auf!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Wie spreche ich potenzielle Bewerber:innen richtig an? Am Puls der Zeit und der Berufszielgruppen dranbleiben (Babyboomer bis Generation Alpha).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KONTAKT

Christian Hageleit
 Agenturleiter
 NØYLAND Markenagentur

T +49 831 512 36-46
 christian@noy.land
 noy.land

CHECKLISTE ZUR ARBEITGEBERMARKE

Gecheckt

1. Wofür stehen wir als Arbeitgeber?

Werte und Haltung zeigen. Darüber hinaus festlegen, wer auch in Zukunft am besten zum Unternehmen passt.

2. Was macht uns einzigartig?

Positionierung und klare Abgrenzung zum Wettbewerb und anderen Arbeitgebern.

3. Warum bleiben Mitarbeiter:innen bei uns?

Unternehmenskultur definieren und (Standard-) Benefits weiterentwickeln.

4. Was macht uns attraktiv?

Aus Sicht der Bewerber:innen zeigen, wie sie sich einen Platz in der Organisation erarbeiten können – mit Perspektive, Sinn und Motivation.

5. Was können wir versprechen?

Ein realistisches und individuelles Arbeitgeberversprechen (EVP), das auch erlebt und verstanden wird.

6. Wie treten wir glaubhaft auf?

Authentische Inhalte auf den passenden Kanälen spielen, die auf die Arbeitgebermarke einzahlen.

7. Wie wirkt sich Employer Branding finanziell aus?

Weniger Fluktuation, schnellere Recruiting-Prozesse und eine höhere Bewerbungsrate.

8. Wie binde ich meine Mitarbeiter:innen ein?

Flurfunk ist Gold. Geben Sie Ihren (potenziellen) Mitarbeitenden Raum, um ihre Meinung zu äußern (Umfrage, etc.)

9. Was hat Employer Branding mit der Unternehmensmarke zu tun?

Beides bedingt sich gegenseitig. Eine gute Arbeitgebermarke baut auf einer starken Unternehmensmarke auf!

10. Wie spreche ich potenzielle Bewerber:innen richtig an?

Am Puls der Zeit und der Berufszielgruppen dranbleiben (Babyboomer bis Generation Alpha).

KONTAKT

Christian Hageleit

Agenturleiter

NØYLAND Markenagentur

T +49 831 512 36-46

christian@noy.land

noy.land