

CHECKLISTE

Employer Branding Strategie/Kernbotschaften

Unsere Employer-Branding-Aktivitäten sind als kontinuierlicher Prozess angelegt.

Unsere einzelnen Aktivitäten sind aufeinander abgestimmt, um ein einheitliches Bild nach außen zu zeichnen.

Wir sind uns unserer spezifischen Stärken als kleines/mittleres Unternehmen bewusst und nutzen diese, um uns von großen Unternehmen abzuheben.

Wir haben eine klare Definition für unsere Arbeitgeberidentität gefunden.

Unsere Botschaften sind prägnant formuliert und bringen auf den Punkt, was uns als Arbeitgeber besonders hervorhebt.

Unser erarbeitetes Profil spiegelt den Charakter unseres Unternehmens authentisch wider.

Unsere Kernbotschaften sind ehrlich und glaubwürdig: Wir versprechen nichts, was wir nicht halten können.

Auf standardisierte und austauschbare Floskeln haben wir bewusst verzichtet.

Um unsere Arbeitgeberstrategie zum Leben zu erwecken, haben wir ein Kreativkonzept aufgesetzt, in dem z. B. die Tonalität und Wording unserer Kernbotschaften festgelegt sind.

Um Emotionen zu wecken, nutzen wir Bilder, die unseren Arbeiterslogan visuell unterstützen.

Wir haben unsere Kernbotschaften in einem Arbeiterslogan verdichtet, dabei haben wir beachtet, dass der Arbeiterslogan:

eine oder wenige zentrale Botschaften

realistische Aussagen enthält

auf den Punkt bringt, was uns als Arbeitgeber ausmacht

kreativ ist

sympathisch wirkt

glaubwürdig ist

Aufmerksamkeit weckt und neugierig macht einen konkreten Bezug zu unserer Geschäftstätigkeit hat

Leidenschaft für unser Tun signalisiert

erkennbar um Bewerber wirbt

an den Interessen potenzieller Bewerber orientiert ist