

Inhaltsverzeichnis

Einführung	7
Teil 1: Die Arbeitgebermarke verstehen	9
Entwicklung des Stellenmarktes	10
Was ist Employer Branding?.....	12
Unternehmensmarke vs. Arbeitgebermarke	13
Inbound HR: ein Tool für Personalverantwortliche 3.0	14
Zusammenarbeit verschiedener Bereiche	16
Employer Branding: Für wen und wofür?	17
An wen richtet sich das Employer Branding?.....	17
Stellenmarkt im Wandel	18
Was sind die Vorteile für Talente?.....	22
Teil 2: Die Arbeitgebermarke einführen	23
Aufbau einer Arbeitgebermarke.....	24
Analyse und Audit.....	24
Online-Reputation	25
Ziele der Arbeitgebermarke	26
Wertversprechen (Employer Value Proposition, EVP)	28
Storytelling.....	30
Positionierung.....	30
Strategische Massnahmen	31
Roadmap.....	32
Die Arbeitgebermarke verbreiten und bekannt machen	33
Talentprofil.....	33
Persona.....	33
Talentpfad	34
Talent Experience.....	35
Kandidat.....	35
Mitarbeitende.....	35
Diffusionskanäle	36
Stellenanzeigen	36
Karriereseite	37

Jobbörsen und Bewertungsportale	38
Soziale Netzwerke.....	39
Peer-to-Peer-Kanäle	40
Offline-Massnahmen	41
Die Arbeitgebermarke optimieren	42
Ergebnisse messen.....	42
Daten für das HR sammeln	43
Feedback einholen.....	44
Die Strategie optimieren	44
Den Employer-Branding-Prozess steuern.....	45
Zuordnung und Einbindung der Abteilungen	45
Zusammenarbeit zwischen Teams	46
Verwaltung verschiedener Ressourcen	47
Umsetzung eines Employer-Brand-Projektes	50
Teil 3: Erfahrungen und Meinungen von Fachleuten.....	53
Florent Muheim, Leiter HR und Trainer für Personal und Management....	54
Gaëlle Jourdan Oury, Employer Brand Manager – SIG.....	57
Schlussfolgerung.....	61