

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einführung .....</b>	<b>7</b>
<b>Teil 1: Die Arbeitgebermarke verstehen .....</b>	<b>9</b>
<b>Entwicklung des Stellenmarktes .....</b>	<b>10</b>
<b>Was ist Employer Branding? .....</b>	<b>12</b>
Unternehmensmarke vs. Arbeitgebermarke .....	13
Inbound HR: ein Tool für Personalverantwortliche 3.0 .....	14
Zusammenarbeit verschiedener Bereiche .....	16
<b>Employer Branding: Für wen und wofür? .....</b>	<b>17</b>
An wen richtet sich das Employer Branding? .....	17
Stellenmarkt im Wandel .....	18
Was sind die Vorteile für Talente? .....	22
<b>Teil 2: Die Arbeitgebermarke einführen .....</b>	<b>23</b>
<b>Aufbau einer Arbeitgebermarke .....</b>	<b>24</b>
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
<b>Die Arbeitgebermarke verbreiten und bekannt machen .....</b>	<b>33</b>
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
<b>Die Arbeitgebermarke optimieren .....</b>	<b>42</b>
Ergebnisse messen.....	42
Daten für das HR sammeln .....	43
Feedback einholen .....	44
Die Strategie optimieren .....	44
<b>Den Employer-Branding-Prozess steuern .....</b>	<b>45</b>
Zuordnung und Einbindung der Abteilungen .....	45
Zusammenarbeit zwischen Teams .....	46
Verwaltung verschiedener Ressourcen .....	47
Umsetzung eines Employer-Brand-Projektes .....	50
<b>Teil 3: Erfahrungen und Meinungen von Fachleuten.....</b>	<b>53</b>
Florent Muheim, Leiter HR und Trainer für Personal und Management....	54
Gaëlle Jourdan Oury, Employer Brand Manager – SIG.....	57
<b>Schlussfolgerung .....</b>	<b>61</b>