

erwicon 2019 – Workshop 7 – XING

Quo vadis, Employer Branding – Eine starke Arbeitgebermarke als Magnet für neue Kandidaten

Vermittelte Inhalte:

- Bedeutung einer starken Arbeitgebermarke
- Gruppenarbeit: Austausch zur aktuellen Situation, Ziele, Herausforderungen und Maßnahmen zum Employer Branding der einzelnen Workshop-Teilnehmenden
- die ideale Employer Branding Strategie
- die Bedeutung von Personas zur Identifizierung der Zielgruppe/n
- Zusammenspiel der Medien und Kanäle für eine optimale Candidate-Experience

Gewonnen Erkenntnisse:

- Die Definition der Zielgruppe ist elementar, um eine ideale Employer Branding Strategie zu entwickeln.
- Diese Strategie sollte sich an den definierten Personas und deren Anforderungen, genutzten Kanäle etc. orientieren.
- Eine ideale Employer Branding Strategie beinhaltet die Definition der internen Employer Value Proposition und einen kontinuierlichen Prozess, der den eigenen Auftritt mit der Konkurrenz und Anforderungen der Zielgruppe abgleicht und anpasst.

Lernprozess:

- Thema inhaltlich erfassen: "Ich lerne was wichtig für ein erfolgreiches Employer Branding ist."
- Erkenntnisgewinn/Interesse wecken – Notwendigkeit erkennen: "Wen möchte ich erreichen? Wie sieht meine Zielgruppe aus? Welche Bedürfnisse und Anforderungen hat diese? Habe ich die nötigen Ressourcen dafür? Hat sich meine Zielgruppe ggf. geändert?"
- Einen Weg aufzeigen: "Wie gehe ich Schritt für Schritt vor? Aber auch: nun als Chance erkennen: Wie kann ich nun dazu nutzen, um das Feedback zur Verbesserung meines Employer Brandings zu verwenden?"

XING E-Recruiting customer.support@xing.com		Oliver Strunk +49 40 41 91 31 - 778		www.xing.de
Schauen Sie auch gerne in der XING E-Recruiting Community vorbei				