



Kom igång med
Employer Branding
i 3 steg

Inledning

Bra Employer Branding börjar alltid med medarbetarna.
Riktigt bra Employer Branding är den som också tar plats i organisationen.

Organisationer som prioriterar sitt arbetsgivarvarumärke och kommunikationen kring det lyckas inte bara med sina Employer Branding-insatser. De lyckas också med sina övergripande verksamhetsmål. Tyvärr lever fortfarande många i villfarelsen om att medarbetarupplevelse och arbetsgivarkommunikation är HR-frågor. Om man som organisation inte har förstått att arbetsgivarvarumärket bör stå högt på agendan för ledningen är man dömd att misslyckas – som attraktiv arbetsgivare och som framgångsrik verksamhet.

Framgångsrik Employer Branding leder till:

- engagerade och effektiva medarbetare
- stolta medarbetare
- färre sjukskrivningar och sjukfrånvaro
- lägre personalomsättning
- att rätt talanger söker till sig organisationen
- lägre onboarding-kostnader
- ökad tillväxt på omsättning
- ökad vinstmarginal

Så hur gör de som lyckas med sin Employer Branding?

För det första vet de vad Employer Branding betyder, innebär och handlar om. För det andra arbetar de metodiskt och långsiktigt med sitt arbetsgivarvarumärke. De beskriver det inte som de vill att det ska vara – utan hur det är.

All framgångsrik Employer Branding bygger alltså på en kännedom om sitt nuläge. För de som vet hur medarbetarna upplever sin arbetsplats kan säga något om den, och ännu viktigare, förbättra den.

Framgångsrika företag låter Employer Branding vara motorn som driver förändring och förbättring inom organisation. De vet något som många missat: just att det börjar med medarbetarna.

Här följer tre tips för hur du och din organisation ska få till ett riktigt bra och konkurrenskraftigt Employer Branding.

Mät din medarbetarupplevelse

Tillit, stolthet och gemenskap är grundpelarna för medarbetarengagemang. Som arbetsgivare bör du veta vad du har att erbjuda nuvarande och framtida medarbetare inom alla tre områden.

Anledningen till att organisationer på 90-talet började jobba mer långsiktigt och strategiskt med att berätta om sitt arbetsgivarvarumärke var att de helt enkelt ville förenkla rekryteringsprocesserna. På den här tiden såg landskapet ut på ett helt annat sätt, social media och många digitala kanaler fanns inte än. Kommunikationen skedde fysiskt på universitet och högskolor samt i tidningar och tidskrifter.

Men redan då var det viktigt att visa upp verkligheten så gott det gick. Det vill säga, låta riktiga medarbetare, som man kunde identifiera sig med som eventuell framtida medarbetare, komma fram. Utan att det var direkt formulerat i tre områden, handlade kommunikationen ofta om, just det – tillit, stolthet och gemenskap. Redan då var det smart och rätt att bygga sin arbetsgivarkommunikation på verkliga – och relevanta medarbetarupplevelser.

Än i dag är det smart och rätt. Men nu är det dessutom absolut nödvändigt. I en värld där man snabbt kan hitta sina eventuella framtida medarbetare och faktiskt fråga dem, är det viktigt att man som arbetsgivare förstår och "äger" den storyn och gör den till sin, i sitt strategiska arbete med Employer Branding. Och det gör du genom att förstå medarbetarupplevelsen.

Ta reda på och förstå vad ni har att erbjuda inom:

- Tillit
- Stolthet
- Gemenskap

Ett sätt att göra det är att mäta den med hjälp av en medarbetarundersökning. Med Great Place to Works medarbetarundersökning får ni ett mått på hur er organisation upplevs inom 61 påståenden som är direkt kopplade till vad som gör en arbetsplats riktigt bra.



Gör en People Plan

När uttrycket Employer Branding först myntades för 30 år sedan var definitionen "the image of your organization as a great place to work". Det stämmer fortfarande, men genom åren har det kommit att betyda så mycket mer. Allteftersom företag vill förflytta sig från produktfokus till tjänstefokus blir medarbetarna allt viktigare.

Låt oss ta ett exempel:

En produkt säljer så länge den har rätt ingredienser, levererar vad den lovar och har en målgrupp som känner till den. Samma sak gäller medarbetare. Om du säljer tjänster vill du ha medarbetare med "rätt ingredienser" – det vill säga rätt kompetens, ett stort mått stolthet och värderingar som överensstämmer med organisationens. Och framför allt, som vill göra ett bra jobb – som går igång på att göra det ännu bättre, och få nöjdare kunder och leveranser.

Ett bra sätt för att få Employer Branding att klättra på ledningens prioriteringslista är att utveckla en "People Plan" och ge den samma tyngd som er Business Plan. I er People Plan speglar ni er Business Plan med det vanliga innehållet. **Se exempel på nästa sida.**

I er People Plan blir Marknadsanalysen en analys av Talanger, era Tjänster och Produkter blir Medarbetare och Marknad och Sälj blir Employer Branding och rekrytering.

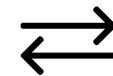
Med er People Plan kommer snart hela organisationen förstå att Employer Branding är den viktigaste förutsättningen för framgång.



2

Exempel People Plan

Business plan



People plan

Sammanfattning

Sammanfattning

Verksamhetsbeskrivning

Verksamhetsbeskrivning

Marknadsanalys

Analys talangmarknaden + medarbetare

Organisation och ledning

Organisation och ledning

Tjänster och produkter

Medarbetare

Marknad och sälj

Employer Branding och rekrytering

Förutsättningar för framgång

Förutsättningar för framgång

Budget

Budget

Våga sätta KPI:s från olika budgetar

För 20–30 år sedan var en av de största utmaningarna att förklara "Return of Investment" för arbetet med Employer Branding och att sätta rätt mätverktyg. I dag är det enklare att göra – och också lättare att förklara för organisationen vilken påverkan framgångsrik Employer Branding har för olika delar av organisationen.

De självklara kostnaderna och mätetalen är de som har med extern Employer Branding att göra, såsom annonskostnader, rekryteringsfirmor, timkostnad för HR och chefer, on-boarding etc. Där finns det, tack vare att det mesta sker digitalt, gott om sätt att mäta och utvärdera era insatser.

Men det finns många indirekta kostnader att titta på också, som historiskt inte har associerats med Employer Branding. De som förstår att det i grunden handlar om att sätta rätt förväntningar genom hela medarbetarresan – från framtida medarbetare till seniora medarbetare – förstår snart att arbetsgivarkommunikation bör ske konsekvent och hela tiden. På så sätt ger Employer Branding också bättre resultat inom andra områden såsom produktivitet, effektivitet, innovation, kundnöjdhet, sjukfrånvaro och personalomsättning. För att sammanfatta det hela pratar vi om att säkra medarbetarengagemanget. Och det kommer från förväntningar som har kommunicerats genom hela resan.

Här är det viktigt för den som jobbar med Employer Branding att titta på siffror från flera olika budgetar och kostnadsposter. Och därefter utmana organisationen att göra detsamma, gärna med konkreta exempel på vad det kostar att inte jobba med arbetsgivarkommunikation.

Förstår du medarbetarupplevelsen har du rätt grund för ett starkt Employer Brand.

3



Case:

Så arbetar Key Solutions med Employer Branding

Key Solutions har certifierats som ett Great Place to Work nio år i rad och utsågs i fjol till Europas fjärde bästa arbetsplats. I år blev de först med att motta hedersutmärkelsen Excellence Awards inom kategorin Employer Branding, där de uppmärksammas för sitt framstående arbete med att bygga ett arbetsgivarvarumärke som kännetecknas av tillit, stolthet och kamratskap.

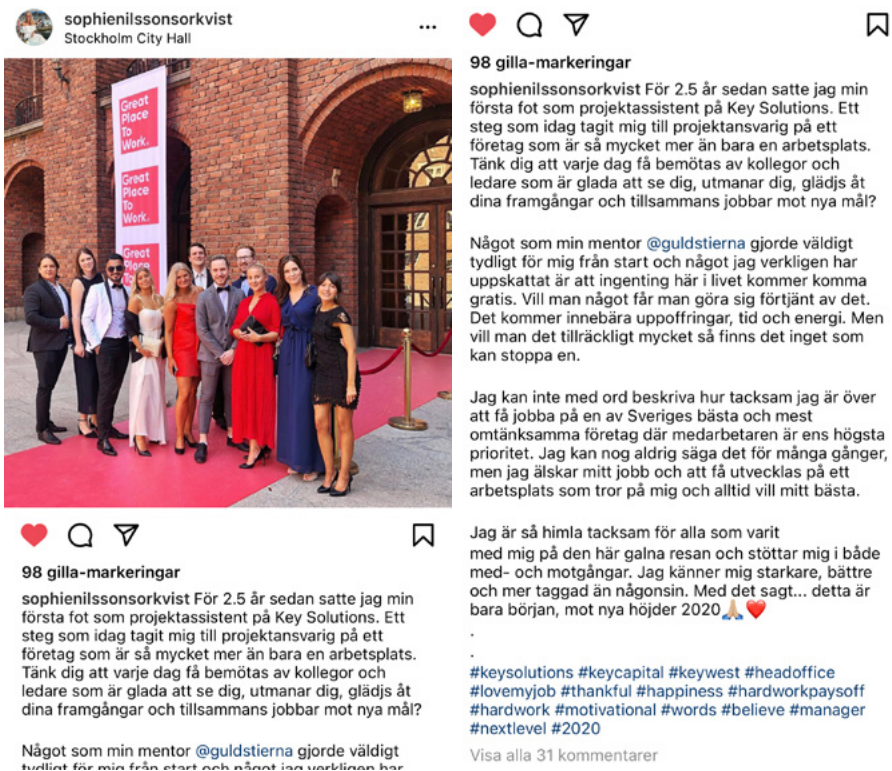
För snart 5 år sedan satte jag min fot på vårt huvudkontor i Västerås, spänd och förväntansfull på vad detta kliv skulle leda till. Jag hade sökt rollen som Projektassistent på Key Solutions, något som visade sig skulle vara ett av de största och viktigaste besluten jag tagit.

Jag minns tillbaka hur en trevlig tjej med ett stort leende tog emot mig i entrén och erbjöd mig en uppsjö av alternativ på dryck och förtäring i väntan på min intervju. Jag förfördes av alla fantastiska statyetter och diplom som stod uppradade längst väggarna i ankomsthallen, "Best Workplace", "Hall of Fame", "Sveriges bästa arbetsplats", jag bestämde mig där och då att jag också skulle bli en del av detta företag, och så blev det.

Idag arbetar jag som Projektledare på en av Sveriges och Europas bästa arbetsplatser. En fantastisk plats att få utvecklas på, både som människa och i arbetslivet.



Ett urklipp från Instagram år 2019 där jag delade med mig av mina tankar kring min arbetsplats:



Något jag fick lära mig tidigt på detta företag var att rättvisa, respekt, engagemang och glädje är det som genererar framgången hos oss. Dessa ledord utgör också det som har visat sig vara nyckeln till vår framgång inom Employer Branding. På Key Solutions är och kommer våra medarbetare alltid vara vår högsta prioritet. Det är dom som gör Key Solutions till den arbetsplats vi är. Glada och lyckliga medarbetare leder till framgång, inte tvärt om.

Första tiden för en ny medarbetare på en arbetsplats är den absolut viktigaste... här sätter man ribban för vad man vill att den nya kollegan ska känna och tycka om sin nya arbetsplats. Därför är det extremt viktigt att säkerställa att den nya medarbetaren får all den hjälp och stöd man behöver och blir en del av gänget direkt. En känsla av trygghet, gemenskap och delaktighet är några av de viktigaste parametrarna för att trivas på sin arbetsplats. Detta är en känsla som jag själv fick när jag började här och vill självklart ge tillbaka till våra nya kollegor som börjar hos oss idag.

Medarbetarundersökningen 2020

– En våra medarbetare fick svara på frågan vad som gör Key Solutions till en bra arbetsplats:

"Key Solution är en otroligt bra arbetsplats för man har skapat en kultur, något som är värt att leva för även utanför jobbet. En gemenskap liknande en familj där alla från och med dag ett får ett sådant härligt välkomnande som man bara vill dela med sig av helt enkelt. Och det tar man ju med sig privat också! Alla har en gång börjat på ruta ett precis som en själv och det gör de så lätt för dina ledare att kunna relatera och alltid finnas där ifall man behöver hjälp. Inte en enda sekund har man blivit tagen förgivet och inte blivit hörd på Key och det så himla underbart! Key andan och alla människor som skapar och bidrar till den gör Key Solution till en av dom bästa arbetsplatserna någonsin." – Anonym

Att vi har stolta och engagerade medarbetare är vi extremt tacksamma och glada för men vi kommer aldrig att ta det för givet. Det är en färskvara som hela tiden måste underhållas.

Om det här kommer automatiskt? Det ligger år av kulturbyggande bakom det. Våra högsta chefer och management har vart hos oss i många år vilket gör dom till tydliga ledstjärnor för alla våra medarbetare.

Vad vi även jobbar med är att hålla oss uppdaterade kring hur vår värld förändras. Vi är förändringsbenägna och ställer snabbt om när det behövs, vilket ett år av pandemi har visat ett tydligt kvitto på. Det ger en enorm trygghet och stolthet hos medarbetarna att tillsammans löser vi allt.

Ett urklipp från sociala medier där en av våra medarbetare på Key Solutions delar med sig om sina känslor om arbetsplatsen:



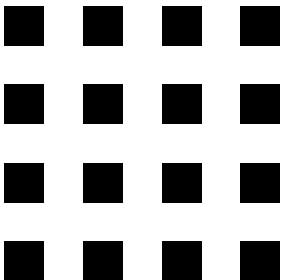
Key Solutions vill ständigt ligga i framkant, oavsett om det gäller nya trender, uppdateringar på försäljningsmarknaden eller inom sociala medier. Vi lägger ner enorma resurser som aktivt arbetar med att alltid vara "always on" inom Employer Branding. Här använder vi även våra fantastiska medarbetare då de uppmanas till att ständigt ge feedback och skicka in önskemål på förbättringsåtgärder. Sådant som till största del också ser till att bli verklighet. fick när jag började här och vill självklart ge tillbaka till våra nya kollegor som börjar hos oss idag.

Medarbetarundersökningen 2020

"Att jag alltid känner mig hörd och sedd. Att jag vet att om jag har en idé om något som skulle förbättra eller förenkla mina arbetsuppgifter så finns det alltid någon som lyssnar och hjälper till att lösa det." – Anonym

Det kan exempelvis handla om att en medarbetare önskar få in brandade Key Solutions-kläder, att vi engagerar oss i ett välgörenhetsprojekt eller att vi genomför en gemensam företagsaktivitet. Initiativ som alla har blivit verklighet.

Varje vecka har vi även något som heter veckopulsen, en individuell "undersökning" där våra medarbetare får möjlighet att uttrycka sin feedback inom sitt arbetsområde och på oss som företag. Här får vi som arbetsgivare chansen att förändra och ständigt förbättra oss inom olika områden, och på så sätt går vi ständigt framåt. För oss är det viktigt att vi har högt i tak, att alla får komma till tals och få sin röst hörd oavsett position inom företaget.





En bild från dagen då våra medarbetare fick ta
emot sin egen key-brandade jacka.

En bild från när vi planterade det första trädet i fruktträdgården på mödrahemmet, Abrigo Rainha Silvia i Rio de Janeiro. Ett initiativ från en av våra medarbetare som ledde till att vi byggde en fruktträdgård och även installerade solpaneler.



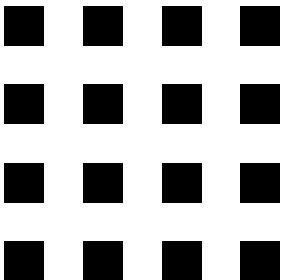
En bild från när vi genomförde Tough Viking
tillsammans på initiativ av en medarbetare.

Medarbetarundersökningen 2020

"Redan från start får man en känsla av att det är högt i tak och att alla, oavsett hur länge man jobbat eller tidigare erfarenheter, tas på lika stort allvar. Förmågan att hela tiden snappa upp saker som kan ta företaget, teamkänslan och individen till nästa nivå är något som verkligen sticker ut. Oavsett bakgrund så får alla samma möjligheter vilket självklart är superviktigt. Men det som är extra fantastiskt är att alla får de bästa förutsättningarna utifrån just sina styrkor. Så istället för att alla ska vara lika bra på allting så kommer företaget hela tiden att växa organiskt eftersom man uppmanas att bli bättre på det man redan är bra på. Jag hade rekommenderat företaget till alla människor som vill något mer, som känner att de har en potential som de inte riktigt fått utlopp för i kanske skolan. För Key Solutions är experter på att plocka fram det bästa ur människor. För våra olikheter är vår styrka, eftersom vi enda vägen från toppen till botten samarbetar och delar samma värderingar." – Anonym

Att ha en arbetsplatsmiljö som känns tillfredställande för den målgrupp som jobbar hos en är A och O för medarbetartrivseln. Att som arbetsgivare kunna erbjuda en arbetsplatsmiljö där man blandar nytta med nöje innebär inte att man tummar på kvalitén i arbetet, snarare tvärt om. Men bara för att de medarbetare som jobbar hos trivs här innebär inte att alla skulle göra det. Vi har anpassat vår arbetsplats efter den rådande målgruppen och för att tillfredsställa deras behov.

Något vi är duktiga på är att fira våra framgångar, allt ifrån födelsedagar, årsdagar, säljframgångar till när en kollega lyckats ta körkort m.m. Att visa uppskattning och lyfta varandra i med och motgångar gör också att vi stärker våra band och skapar en känsla av enorm samhörighet och gemenskap. För mig har denna arbetsplats blivit till en andra familj, något jag vet att jag inte är ensam om att känna.

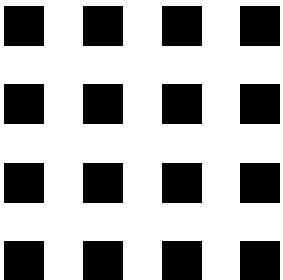


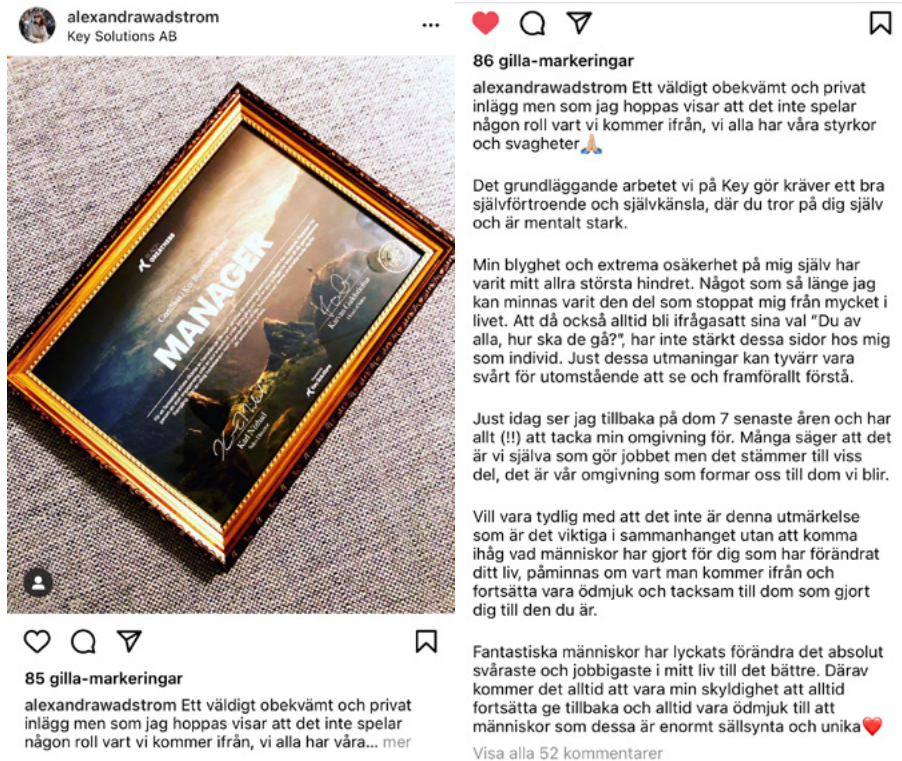
Medarbetarundersökningen 2020

"Key för mig är en andra familj, jag går inte bara till jobbet för att tjäna mina pengar och åka hem, jag har vänner kollegor och chefer som jag kan tacka för livet och kan tacka för all framgång, all personlig utveckling och motivation. Key har fått mig att bli den bästa versionen av mig själv och för varje dag utvecklas jag som person och i mitt arbete. Och det är något jag kommer ha med för livet." – Anonym

Att ha en stark Employer Branding är ingen tillfällighet, utan är ett pågående arbete där vi ständigt testar nya vägar och initiativ. Som arbetsgivare kan vi aldrig vara rädda för att testa, det värsta som kan hända är att vi misslyckas och får ta med oss nya lärdomar till nästa gång vi prövar något nytt. På så sätt jobbar man succesivt fram vinnande koncept.

I slutändan handlar det om vad man som arbetsgivare vill lämna för avtryck på sina medarbetare och kollegor. Och för oss har det alltid handlat om att utveckla människor till ledande individer, att ta ut det bästa av varje person genom en stark arbetsplatskultur som genomsyrar hela organisationen. Det finns inget pris i värden som är finare än att få tillbaka glada och tacksamma medarbetare, något som vi som företag värderar väldigt högt.



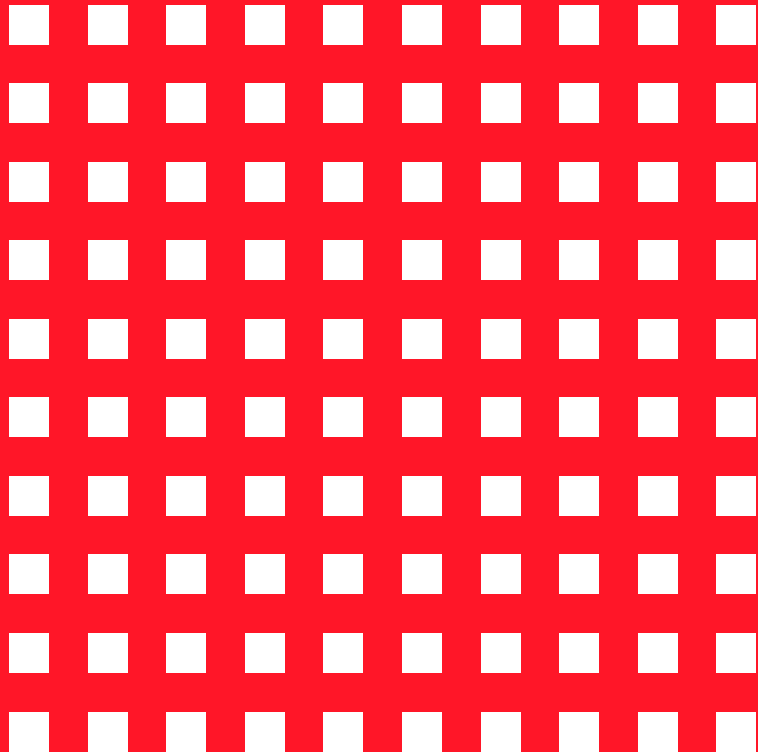


Ett urklipp från sociala medier där en av våra Sales Managers på Key Solutions delar med sig om sina känslor kring arbetsplatsen.

Till sist

Förstå kraften i Employer Branding. Rätt strategi och plan påverkar positivt hela organisationens framgång.

Och framgångsrik arbetsgivarkommunikation tar alltid avstamp i medarbetarupplevelsen – och här gäller det att hitta rätt verktyg. Great Place to Work har i 30 år undersökt hur medarbetare världen över upplever sin arbetsplatskultur. Vår undersökning Trust Index tar reda på hur dina medarbetare upplever sin arbetsplats. Fokus ligger förstås på de viktigaste områdena: Tillit, stolthet och gemenskap.



Great Place To Work
Kungsgatan 66
111 22 Stockholm
greatplacetowork.se