



Employer branding

VIKTOR DAHL

***Vad är employer
branding?***

***Från förmånsfolder till
”varför?”***

- ***Lönsamhetsfråga***
- ***Kompetensen en kritisk faktor***
- ***Omvärldskrav***

Hotet



Transparensen



tripadvisor®

glassdoor®

Process för employer branding

**Intern
kartläggning**

**Omvärlds-
bevakning**

EVP

**Åtgärdsplan
KÖR!**

**Mät, följ upp,
justera**

Internt – kultur



Missnöjet – kulturen – ledarskapet
Kommunikationsmissen

CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST





5 sätt

- För en stark kultur





Jag tror på dig!

Den vinnande attityden – stötta dragkampen

2. Kc



Respekt Ansvar Trygghet
Lika värde Hänsyn
Ärlighet Arbetsglädje

Vår värdegrund

Vårt arbete i Nässjö kommun är till för kommuninvånarna. Vi ska ge dem tjänster av rätt kvalitet. Människor som trivs, har ro och känner lust och engagemang gör ett bra arbete. För att åstadkomma detta genomsyras all vår verksamhet av följande kommungemensamma och grundläggande värderingar om människor och organisation.

- Vår organisation är tydlig och präglas av tydliga och väl kända mål. Varje medarbetare ser sin roll i helheten och känner väl till verksamhetens mål och uppgift.

... kännetecknas av öppen och rak kommunikation och en attityd som ger utrymme för egna initiativ.

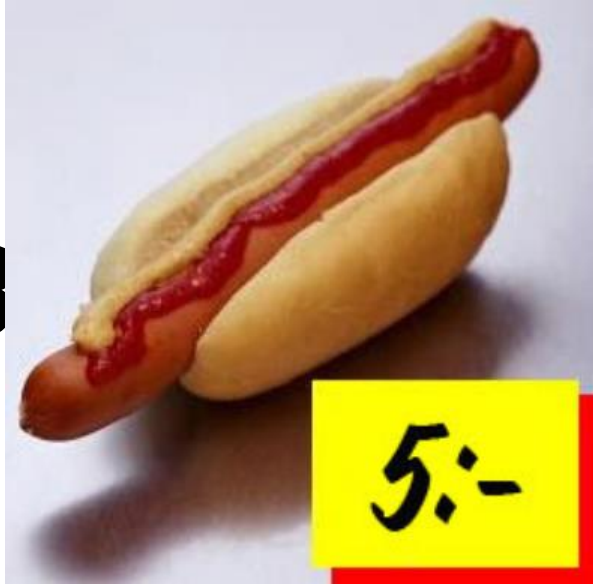
... präglas av en positiv människosyn och vi bemöter med respekt och lyhördhet. Genom att ta tillvara varje kompetens och olikheter skapar vi kreativa och effektiva lösningar.

... och tar tillvara varandras kompetens.

- De fackliga organisationerna är en betydelsefull drivkraft för kommunens utvecklingsarbete. Genom samverkan, som utgår från kollektivavtalets grund, har alla ett gemensamt ansvar för att skapa en arbetsmiljö där förändringar och utveckling ses som möjliga.
- En god och hälsofrämjande arbetsmiljö är en förutsättning för ett bra arbetsresultat och välmotiverade medarbetare.
- Ett gott ledarskap utvecklas i samspel mellan chef och medarbetare.

d

3



er

5:-



tu



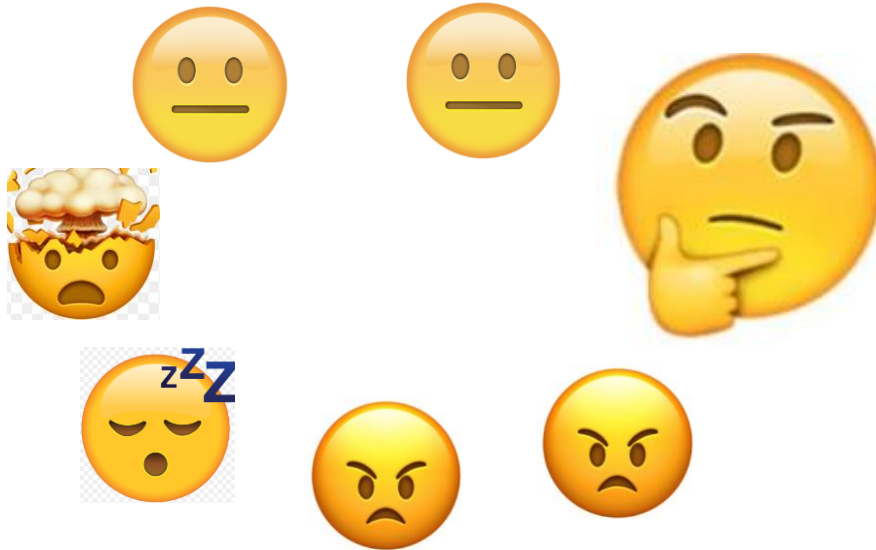


Varför är det så effektivt?

- **Spänning** – höjer fokus, motivation
- **Empati** – höjer generositet, tillit och samhörighet
- **Humor/skratt/välbehag** – höjer kreativitet, minskar stress

Däremot

- **Hot, stress** – minskad kreativitet, irritation, sämre minne



Istället



Locka fram stories – inspiration eller intervju

- Nämn en händelse när du var stolt över din insats
- Nämn ett tillfälle du var stolt över din organisation
- Säg en jobbrelaterad sak du aldrig glömmer
- Berätta om ett misstag du gjort
- När blev du riktigt förbannad på ditt jobb, och vad hände?

Process för employer branding

**Intern
kartläggning**

**Omvärlds-
bevakning**

EVP

**Åtgärdsplan
KÖR!**

**Mät, följ upp,
justera**

Internt – kultur

Intern kartläggning

Intern kartläggning

- Kompetensbeh
- HR-statistik, ny
- Vilka verktyg/m
- **Utvärdera nuva**



Omvärldsbevakning

Omvärlds-
bevakning

- **Målgruppsanalys, VILKA är de och VAD attraherar dem?**

9. Förmåner

Förmåner

De förmåner som omfattas av denna sida är de förmåner som följer det gemensamma villkorspaketet för kommunal tjänst (15) tillämpat på de kommunala organisationerna. På denna sida hittar du en sammanfattning av våra förmåner.

Dessa är i korthet:

- Facklig samverkan
- Flexibel arbetstid
- Friskvård och hälsa
- Fritidsklubben
- Fritidsstudier
- Försäkring
- Föräldraledighet
- Jour och beredskap
- Lönevaxling
- Mitt medarbetarskap
- Mobiltelefon
- Pension
- Semester
- Sjukledighet
- Villkor vid avgång
- 25 år i kommunen







Vi kan lära av ERIK fiskaren

Kommunikation

Så här

1. VEM är målgruppen?
2. Hur bör budskapet formas för DEN målgruppen?
3. VAR finns den?

(Svante Randler - Drömarbetsgivaren)

EVP - erbjudandet



”En unik uppsättning erbjudanden, associationer och uppfattningar som en arbetsgivare vill förknippas med för att attrahera rätt medarbetare”

Både ”hårda och mjuka” saker

Employer stand – den gemensamma nämnaren



”Employer stand” – gemensamma nämnaren

1. De *gör* något meningsfullt för oss människor
2. De kommunicerar *hur* de gör skillnad.



LÄR DIG
DISCIPLIN.

UTAN ATT
STÅ I GIVAKT.

BLI EN
LAGSPELARE.

UTAN ATT
MARSCHERA.

MOGNA SOM
PERSON.

UTAN ATT
KRÄLA I LERA.



EVP i 3 steg

Vilka faktiska fördelar/förmåner har vi? (steg 1 i processen)

Externt – vad letar de efter? (steg 2 i processen)

Internt, vad är sant? – vad säger medarbetarna?

Process för employer branding

**Intern
kartläggning**

**Omvärlds-
bevakning**

EVP

**Åtgärdsplan
KÖR!**

**Mät, följ upp,
justera**

Internt – kultur

Platsvarumärket





*Mitt i den pittoreska idyllen Smaland,
bland röda stugor med Bullerbykänsla*



*Tonar något helt annat fram.
Rebelliskt och levande*



ETT ANNAT
SMÅLAND

En plats med en egen stil formad av sin industriella historia och en touch av rock 'n roll



ETT ANNAT
SMÅLAND

*Det är Nässjö.
Vår position är Ett annat Småland*



Em

book



Intern kartläggning

Idégenereringsmöten – i hela organisationen

En bok att samlas kring, ett manér att bygga på, ofiltrerat

Sammanfattning

- 1. Den viktigaste målgruppen är redan anställd*
- 2. Jobba aktivt med kultur – och berätta om den!*
- 3. Paketering är viktig, men måste vara trovärdig*
- 4. Det handlar om ert rykte!*



TACK

Viktor Dahl

info@viktordahl.se

0725448006

Viktordahl.se

LinkedIn - @viktordahl

