



Kursplan: Employer Branding

Kapitel 1: Introduktion till Employer Branding

- Vad är Employer Branding?
- Betydelsen av Employer Branding på den svenska arbetsmarknaden
- Skillnader mellan Employer Branding och traditionell marknadsföring

Kapitel 2: Förståelse för målgruppen

- Identifiera målgruppen: potentiella medarbetare
- Demografiska och psykologiska faktorer i Sverige
- Vikten av att förstå medarbetares behov och förväntningar

Kapitel 3: Utveckling av Employer Value Proposition (EVP)

- Vad är en EVP och varför är den viktig?
- Steg för att utveckla en stark EVP
- Case-studier: framgångsrika EVP på den svenska marknaden

Kapitel 4: Kommunikationsstrategier för Employer Branding

- Val av kanaler: Sociala medier, webbplatser och rekryteringsverktyg
- Skapa en konsekvent berättelse och varumärkesidentitet
- Användning av video och berättande i Employer Branding

Kapitel 5: Implementering av Employer Branding i rekryteringsprocessen

- Integrera Employer Branding i jobbeskrivningar och annonser
- Utbildning av rekryterare och anställda
- Utvärdering av kandidaters upplevelser

Kapitel 6: Mätning och uppföljning av Employer Branding-effekter

- Nyckeltal och KPI:er för att mäta framgång
- Verktyg och metoder för att samla feedback från medarbetare
- Justera strategier baserat på data och insikter