



Effektivisera i 7 steg

Recruitment marketing-strategi



Effektivisera er strategi för recruitment marketing

Recruitment marketing är samlingsnamnet för de processer som bygger upp och kommunicerar en organisations employer brand och employer value proposition. Huvudsyftet med sådan rekryteringsmarknadsföring inkluderar allt från att framgångsrikt locka och engagera nya kandidater, till att behålla redan befintliga talanger.



Begreppet har på senare tid blivit allt viktigare när det kommer till rekrytering. Det är inte bara ett trendigt ord, utan har blivit en absolut nödvändig rekryteringsstrategi. Företag bör – för just tydlighet – ha en väl genomtänkt plan för hur deras employer brand och employer value proposition (EVP) ska kommuniceras.

I den här guiden går vi igenom hur ett företags recruitment marketing-strategi kan effektiviseras på bästa sätt. Dessutom delar vi med oss av tips för att locka nya, och vårda befintliga kandidater.

Oavsett om ni redan är på väg eller precis börjat er resa – vår guide kan hjälpa er. Den kan leda till nyttiga insikter och konkreta steg för bättre rekrytering, samtidigt som den stärker företagets employer brand digitalt.

”

**Det är inte bara ett trendigt ord,
utan har blivit en absolut nödvändig
rekryteringsstrategi.**



Vad & varför

Vad är recruitment marketing och varför är det viktigt?

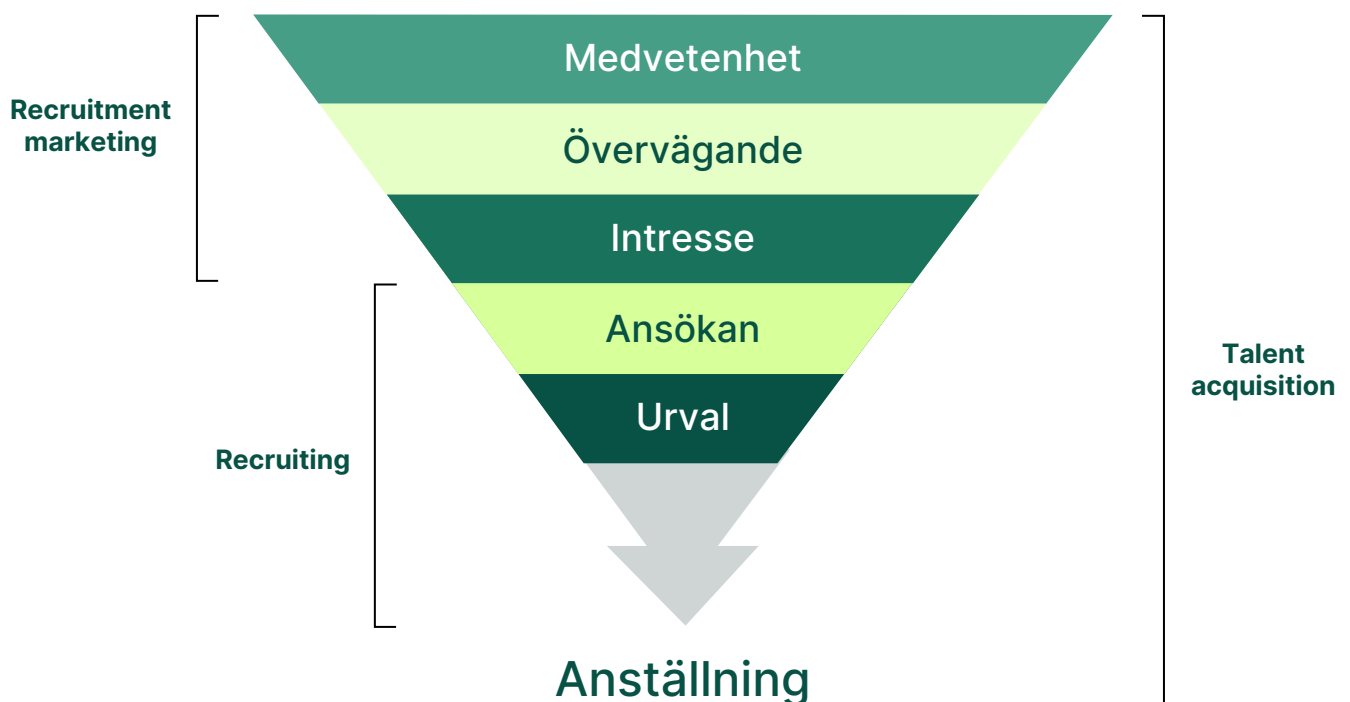
Innan vi går vidare, låt oss kort definiera begreppet. Recruitment marketing är samlingsnamnet för alla de processer som används för att bygga upp och kommunicera organisationens employer brand och employer value proposition.

Syftet är att locka, engagera och behålla talanger, och det sker under det tidiga skedet av rekryteringsprocessen. Genom att tillämpa processerna kan man locka till sig, och anställa de bästa kandidaterna.

De fyra huvudmålen med recruitment marketing är:

- att göra potentiella kandidater medvetna om ert företag och era lediga tjänster;
- skapa ett intresse för ert företag;
- få dem att se er som deras nästa arbetsgivare;
- locka dem att söka de lediga tjänsterna som ert företag har att erbjuda.

Skillnaden mellan rekrytering och rekryteringsmarknadsföring:





Content marketing – kärnan i recruitment marketing

Content marketing utgör en viktig del av recruitment marketing. Genom väl utformat, insiktsfullt och engagerande innehåll har företag möjlighet att inte bara presentera, utan också göra sitt varumärke som arbetsgivare levande på ett sätt som resonerar med potentiella kandidater.

Content marketing går utöver traditionella jobbbannonser. Det ger arbetsgivaren en plattform att dels framhäva företagets kultur och värderingar, dels betona de unika aspekter som gör företaget till en önskvärd arbetsplats. Genom storytelling, artiklar, videor, infographics och andra innehållsformat, kan arbetsgivaren förmedla sina värderingar och fördelar på ett autentiskt sätt. Dessutom är riktat och värdeskapande innehåll, nyckeln till att stå ut i dagens brus. Det i sin tur kan leda till en ökad chans att attrahera, och behålla uppmärksamheten från önskade talanger.

Läs mer om hur ni lockar rätt talanger genom att tydligt kommunicera företagets unika fördelar

[Läs mer om recruitment marketing](#)

Ett starkt employer brand

Ett starkt employer brand, eller arbetsgivarvarumärke, är avgörande inom recruitment marketing eftersom det hjälper till att positionera företaget som en attraktiv arbetsgivare hos potentiella kandidater.

Arbetsgivarvarumärket är mer än bara en bild som presenteras externt. Det är en autentisk representation av företagets kultur, värderingar, och arbetsmiljö. Det bör också vara en sann spegling av hur befintliga medarbetare upplever sitt arbete, såväl som hur kandidater uppfattar organisationen.

Skillnaden mellan employer brand & recruitment marketing

Trots att begreppen ofta går hand i hand med varandra, är det viktigt att skilja på dem. Employer branding, som beskrivs ovan, handlar i stort om att ge en positiv bild av ett företag. Recruitment marketing å andra sidan, fokuserar på hur man bäst marknadsför den bilden. Genom att välja rätt kanaler, som till exempel sociala medier, kan man tydligt och effektivt förmedla företagets budskap.

När företagets värderingar, kultur och förmåner kommuniceras på ett tydligt sätt, möjliggör det för företaget att:

- 1 **attrahera talanger som delar företagets värderingar;**
- 2 **förstärka engagemanget bland aktuella och potentiella kandidater;**
- 3 **minska rekryterings-kostnaderna genom en starkare, mer attraktiv position på marknaden;**
- 4 **omvandla nuvarande anställda till ambassadörer som främjar varumärket externt.**

Kom igång med ert employer branding arbete

Recruitment marketing i 7 steg



Steg 1:

Förstå och definiera ert employer brand

Först och främst – för att attrahera rätt kandidater är det viktigt att förstå och kunna kommunicera vad som gör er unika som arbetsgivare. Starta med workshops och enkäter internt för att fånga företagets kultur och värderingar. Fråga er själva: Vad är vi stolta över? Vad gör oss unika jämfört med våra konkurrenter?

Steg 2:

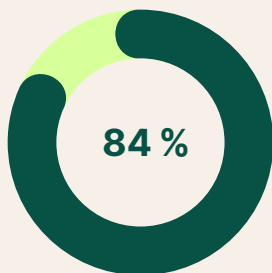
Bygg en stark employer value proposition (EVP)

Ett EVP agerar som ert löfte till era anställda, det ska spegla företagets kultur och värderingar samt inkludera de förmåner och möjligheter som erbjuds. En stark EVP hjälper er att locka till er kandidater som framför allt delar era värderingar. Men som också söker efter just de möjligheter ni erbjuder. Var transparenta och äkta i er kommunikation för att säkerställa trovärdighet.

Steg 3:

Optimera er karriärsida

Er karriärsida bör vara en spegelbild av ert arbetsgivarvarumärke och presentera tydliga vägar till ansökningsprocessen. Samtidigt ska den höja kandidatens förväntningar genom engagerande medarbetarberättelser och insikter om företagskulturen.



Kom ihåg!

Det är viktigt att optimera karriärsidan för mobila enheter, och att se till att den är lättläst och enkel att ansöka genom. Enligt statistik från The Muse, använder 84 % av de arbetssökande just mobila enheter för att söka jobb.

Steg 4:

Använd sociala medier till er fördel

Skapa autentiskt och engagerande innehåll som dels framhäver er företagskultur, och samtidigt presenterar er som en önskvärd arbetsgivare. Varierande innehållsformat som blogginlägg, videor och infographics kan hjälpa till att bredda er räckvidd och engagera fler talanger. Några tips för era sociala medier:

- **Fokusera på storytelling:** Gör ert innehåll mer fängslande. Dela verkliga historier om era anställdas erfarenheter, karriärresor inom företaget och exempel på er företagskultur i praktiken.
- **Använd videomarknadsföring:** Det är ett kraftfullt verktyg för att skapa genomslag. Att ha videos på er webbplats, i sociala medier eller i jobbbannonser, fångar och engagerar potentiella kandidater effektivt.
- **Skapa en innehållskalender:** För ert innehåll på sociala medier. Det hjälper till att ge en översikt av allt som har skapats och vad som ska skapas. Med en tydlig kalender är det lättare att skapa en röd tråd och se till att det kontinuerliga arbetet med att skapa och publicera innehåll fortlöper.



**Tänk på:
Om den tillgängliga
positionen är knuten till
en specifik plats, inkludera
lokalisering i er SEO-
strategi. Det hjälper till
att dra till sig kandidater
i rätt geografiskt område
och förbättrar er synlighet
bland lokala jobbsökande.**

Steg 5:

Optimera jobbannonser för SEO

Identifiera relevanta nyckelord som potentiella kandidater sannolikt använder när de söker efter jobb inom ert område eller bransch. Inkludera dessa nyckelord på strategiska platser i jobbannonsen (i rubriker, underrubriker och genom hela texten) för att förbättra synligheten på sökmotorerna.

Steg 6:

Använd data och analys

Använd data för att mäta och analysera effektiviteten av er strategi, och anpassa er strategi efter dessa insikter. Detta säkerställer att ni kontinuerligt optimerar och förbättrar er process.

Steg 7:

Engagera och vårda talanger

Fortsätt engagera och bygga relationer med potentiella kandidater, även om det inte finns en ledig tjänst som passar dem för tillfället. Genom att till exempel skicka ut nyhetsbrev eller interagera med dem på sociala medier, kan ni öka möjligheten att dessa kandidater fortfarande har er i åtanke. När det sedan uppstår en passande jobböppning i framtiden, är chansen större att dessa talanger kommer överväga att söka tjänsten.



**Varierande
innehållsformat
som blogginlägg,
videor och
infographics
kan hjälpa till
att bredda er
räckvidd och
engagera fler
talanger.**

Några sista tips att ha i åtanke

1

Var inkluderande i er strategi

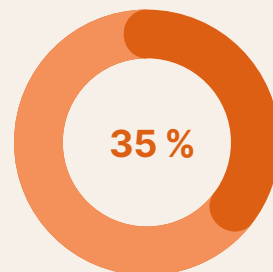
Att betona mångfald och inkludering i er recruitment marketing-strategi är inte bara etiskt utan även affärsstrategiskt viktigt. Var tydlig med hur ert företag främjar en inkluderande arbetsplats genom era värderingar, kultur och initiativ. Illustrera detta på olika sätt genom era sociala medier.

2

Skapa en balans mellan arbete och fritid

När distansarbete och flexibilitet ökar, är det viktigt att kommunicera hur ert företag möter dessa behov och förväntningar.

35 % anser att flexibilitet och work-life balance är viktigt i valet av arbetsgivare.



Kantar Sifo & YPAI, 2020

3

En positiv kandidat-upplevelse är avgörande

En positiv upplevelse under rekryteringsprocessen kan påverka kandidatens syn på ert företag långsiktigt. Genom en smidig ansökningsprocess och öppen kommunikation stärker ni ert rykte – inte bara för kandidaten utan också för deras nätverk. En välhanterad interaktion, inklusive återkoppling till de som inte blev valda, kan förvandla dem till lojala kunder eller ambassadörer.

**Vill du veta mer om rekrytering med Lernia eller få hjälp med
er rekryteringsprocess? Kontakta oss nedan.**

Vill ni ha hjälp med
inhyrning eller rekrytering
av nya medarbetare?

Telefon: 0771-650 650

Kontakta oss





Lernia är en av Sveriges ledande aktörer inom kompetensförsörjning. I mer än 25 år har vi bemannat och rekryterat talanger till den svenska arbetsmarknaden. Vi har även tjänster för företag som behöver hjälp med utbildning, kartläggning och validering av medarbetares kompetenser. Läs om alla våra tjänster för företag på lernia.se