

ESSENCE FOR BETTER WORKPLACES

by Coreworkers

All Kinds of Data Minds

Stibo Systems

Du er guld værd

Danmarks Nationalbank

For andre

LB Forsikring

Hvor ildsjæle mødes

Alm. Brand Group

Et job med hjerne og hjerte

Region Midtjylland

Inviting bright minds

Rambøll

Beyond the obvious

Milestone Systems

WE ARE **ON**

JN Data

Careers with real-life impact

Falck

Fantastiske forbindelser

Telenor

Exceed Expectations

Kromann Reumert

Sounds wonderful

WSAudiology

Write your next chapter

Nordisk Film

Hele livet i de bedste hænder

Aarhus Universitetshospital

Build your future

LEGO Group

Company
og team
events



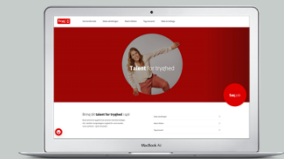
Office deco
og intern
kommunikation

Pre- og
onboarding



Strategi-, ledelses- og
forandringskommunikation

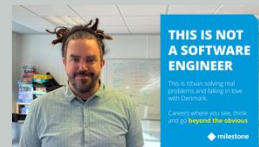
Thought
leadership
og employee
advocacy



Karrieresites og
digitale platforme



SoMe-content



Kampagner



Konceptvideoer
og -fotos

TILKNYTNING

STRATEGI

ATTRAKTIV
ARBEJDS-
PLADS

TILTRÆKNING



Employer
Branding
Playbook

Purpose
& Values



People
& Culture
strategi

Employer
Value
Proposition



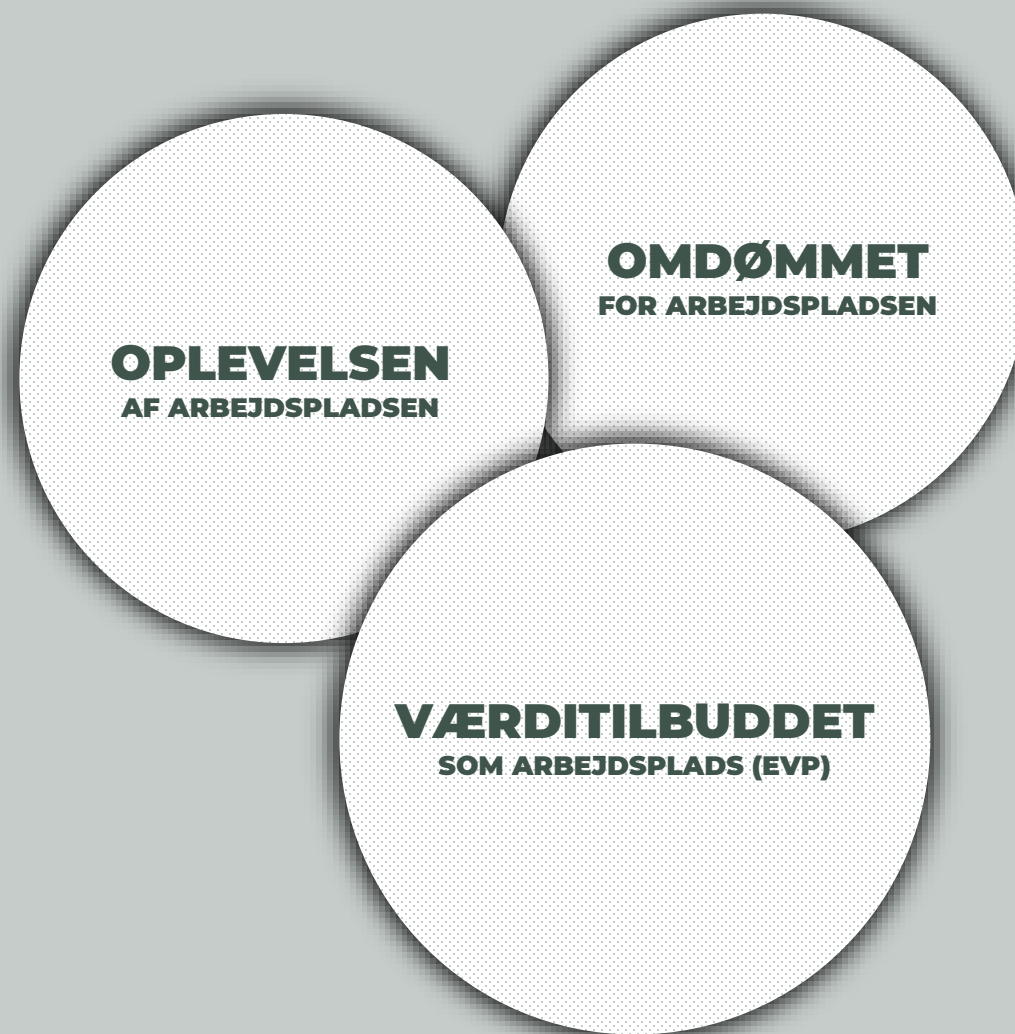
Visuel
identitet

TILKNYTNING OG TILTRÆKNING. TO MÅL, ÉN LØSNING

ved Henrik Engelund
og Andreas Jørgensen

core:workers

**LØSNINGEN ER
ET VÆRDITILBUD.
MEN HVAD SKAL
VÆRDITILBUDET
EGENTLIG GØRE?**



5 STRATEGISKE SKRIDT PÅ VEJEN MOD FORBEDRET TILTRÆKNING OG TILKNYTNING



EMPLOYER BRAND PLAYBOOK



EMPLOYER BRAND PLAYBOOK: INDHOLD

core:workers

Nordisk Film
i samarbejde med
Coreworkers

Essence for better workplaces



BAGGRUND

Intro til Nordisk Films EB Playbook

KERNEBUDSKABER

Framework for kernefortællingen
Kernefortælling om Nordisk Film som arbejdsplads

KREATIVT KONCEPT OG VISUELT UDTRYK

Konceptbeskrivelse
Koncepteksempler med visuelt udtryk

PROTOTYPER PÅ MATERIALER

Digitale og offline prototyper

AKTIVERINGSSTRATEGI OG -PLAN

Succeskriterier og målgrupper
Prioriteret handlingsplan
Styring, håndtering og ressourcer

APPENDIKS

Insights fra analysen

Eksempel på Employer Brand
Playbook for Nordisk Film

HVAD ØNSKER I AT OPNÅ MED INDSATSEN?



**46 procent af os er
åbne for et nyt job**

**873.005 skiftede job
sidste år – 306.200 alene
i hovedstadsområdet**

**53 procent af lederne har
i nogen, høj eller meget høj
grad følt sig stressede**

**HVAD ER DET,
DER TILTRÆKKER
NYE OG FODRER
ARBEJDSLYSTEN
HOS NUVÆRENDE
MEDARBEJDERE?**



HVORFOR BLIVER, SØGER OG SKIFTER VI JOB?

	2019	2021	2024	
Virksomheden har gode værdier, der efterleves	15	14	17	↑
Virksomheden har et godt brand/omdømme	5	6	4	
Virksomheden udretter noget meningsfuldt for samfundet	13	9	12	
Virksomheden producerer kvalitetsprodukter	5	5	4	
Jeg får mulighed for at avancere	9	8	5	↓
Jeg får mulighed for at blive dygtigere	28	23	17	↓
Jeg får mulighed for at have indflydelse	19	21	23	
Jeg får en god leder	33	33	28	↓
Jeg får gode kollegaer	45	39	35	↓
Lønnen er god	36	35	40	↑
Der er sikkerhed i jobbet	20	20	18	
Der er fleksible arbejdstider og work-life balance	29	32	34	↑

Kilde: Ballisager, Kandidatanalysen 2024

7 faktorer kan forklare 75 procent af arbejdslysten

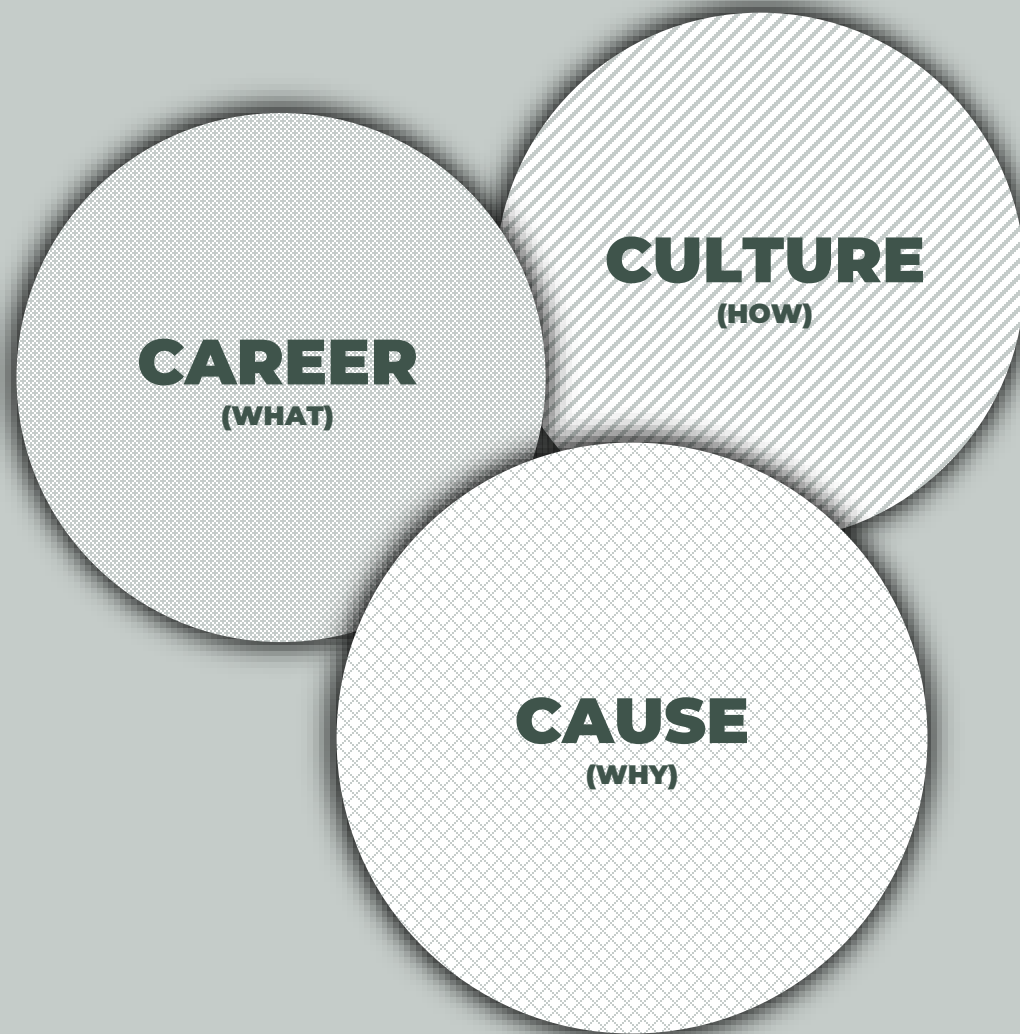


7 faktorer kan forklare 75 procent af arbejdslysten



**VÆRDITILBUDET
ER KERNEN. MEN,
HVORDAN SKAL
DET GODE VÆRDI-
TILBUD SE UD?**





**TRE CENTRALE
TEMAOMRÅDER
SOM DET GODE
VÆRDITILBUD
ITALESÆTTER**

DIY-OPSKRIFT PÅ DET GODE VÆRDITILBUD

POSITION

EVP-TEMAER

EVP-STYRKER

EVP-FORTÆLLING

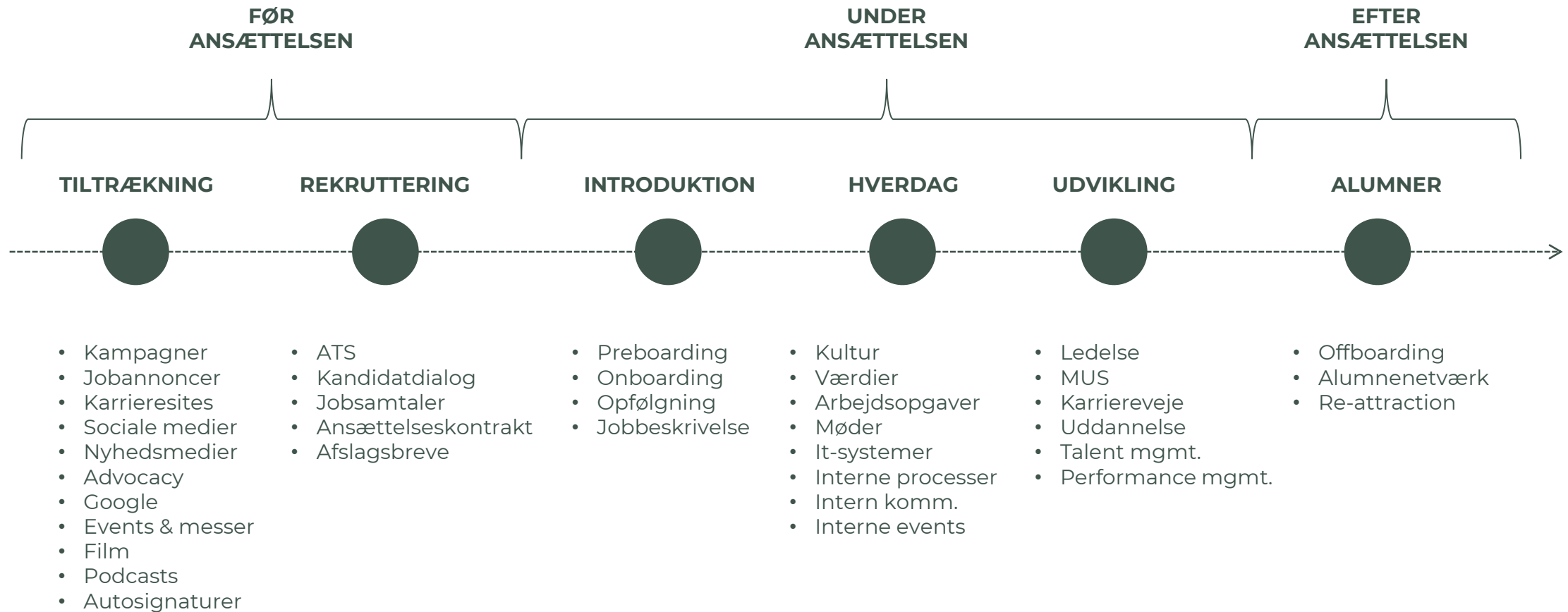
EVP-LØFTE

KERNEPOSITION	People-strategi Omdømme	Forretningsstrategi Attraction drivers	Purpose Retention drivers	Vision Konkurrenter	Værdier Arbejdsliv-trends	Brandarkitektur
EVP-OPLEVELSE	Relevant	Aspirerende	Autentisk	Anerkendende	Samlende	Originalt Personligt
EVP-TEMAER	Career (what)		Culture (how)		Cause (why)	
EVP-STYRKER	<ul style="list-style-type: none"> • Om job, ansvar og faglighed • Om læring og udvikling • Om vilkår, balance og trivsel 		<ul style="list-style-type: none"> • Om inklusion og det sociale • Om ledelse og værdier • Om rammer og samarbejde 		<ul style="list-style-type: none"> • Om idé, ejerskab og forretning • Om strategi, brands og visioner • Om den indre og højere mening 	
EVP-FORTÆLLING	<p>More invested Join a community passionate about delivering quality MDM solutions. We're a long-standing, innovative company, offering ample opportunities for growth. Our investment in you includes career mobility, the MDM Academy, and support programs like the Graduate Program and Stibo Accelerator.</p>		<p>More trusted As a Danish software company, trust is our cornerstone. We offer a supportive, flexible work environment, ensuring your wellbeing and mental health. We're renowned for empowering employees and clients with innovative data solutions, fostering a sustainable world.</p>		<p>More connected With over 800 employees globally, you'll engage in an international, impactful network. We're committed to sustainability and social responsibility, connecting our work to doing good in our global community. As a stable company with a long history, we offer a unique blend of agility and security.</p>	
EVP-LØFTE	All kinds of data minds					

HVOR MØDER POTENTIELLE OG NUVÆRENDE MEDARBEJDERE JERES VÆRDI- TILBUD?



VÆRDITILBUDET SKAL SES OG MÆRKES PÅ HELE REJSEN



**GLÆD JER TIL
AT HØRE OM
10 PRINCIPPER
FOR AT BRINGE
EVP'EN TIL LIVE**



CONNECT MED OS OG TAG DEL I DEBATTEN




"Vi oplever en stigende træthed over for endeløse plusord om arbejdspladsen"

kforum.dk

“
Det handler om, at du værdsætter medarbejdernes forskellighed og bringer deres talenter i spil

Henrik Engelund, ejer, rådgivningsvirksomheden Coreworkers

 Jeg er blevet interviewet af Børsen om diversitet, inklusion og Employer Branding i relation til Chr. Hansen sagen - og i forlængelse af mit debatindlæg her på LinkedIn i sidste uge.

Du kan læse mine udsagn via billedsiden og mit...



Afvisning af jobansøger gik viralt: Tilbød rabatkode og tips til hjemmespa

kforum.dk

Livestream til
din virksomhed:

**SÅDAN
BRUGER DU
EMPLOYER
BRANDING TIL
AT TILTRÆKKE
DE RETTE
TALENTER**

Se med d. 12. juni
kl. 13.30 - 14.00

