



Talent Attraction Canvas

Attraktivitätspotenziale
auf einen Blick

NEXT LEVEL
RECRUITING



Talent Attraction Canvas

Gute Arbeitgeber schaffen positive Erlebnisse:

über die gesamte Candidate & Employee Journey.
Bestimmen Sie Ihren Status quo und identifizieren Sie Optimierungspotenziale – am Bildschirm oder ausgedruckt.



Talent Interest	Talent Reception	Talent Integration	Talent Reputation
WIE ERREICHEN SIE WELCHE ZIELGRUPPEN?	WIE GESTALTEN SIE ANBAHNUNGSPROZESSE?	WIE BINDEN SIE TALENTE AN IHR UNTERNEHMEN?	WIE STEuern SIE IHR ARBEITGEBER-IMAGE?
Target Groups IST: SOLL:	Recruiting Process IST: SOLL:	Personnel Development IST: SOLL:	Reputation Channels IST: SOLL:
Recruiting Channels, Touchpoints, Tools IST: SOLL:		Compensation & Benefits IST: SOLL:	External Image IST: SOLL:
HR Marketing Channels & Tools IST: SOLL:	(Pre-)Onboarding IST: SOLL:	Internal Employer Branding IST: SOLL:	Internal Image IST: SOLL:
WARUM SIND SIE EIN GUTER ARBEITGEBER?		IST: SOLL:	
EVP & EMPLOYER BRAND			

Talent Attraction Canvas: Impulse



Talent Interest	Talent Reception	Talent Integration	Talent Reputation
WIE ERREICHEN SIE WELCHE ZIELGRUPPEN? Target Groups Wer ist die Hauptzielgruppe, welche Zielgruppencluster gibt es und welche Bedürfnisse haben diese Zielgruppen? Welche Sekundärzielgruppen (Eltern, Partner) müssen zusätzlich überzeugt werden? In welchem Umfeld können die Zielgruppen erreicht werden? Welche Devices nutzen die Zielgruppen? Wurden Personas aus den Zielgruppen abgeleitet?	WIE GESTALTEN SIE ANBAHNUNGSPROZESSE? Recruiting Process Wie können Kandidaten Sie kontaktieren? Welchen Prozess durchlaufen Kandidaten – von der Bewerbung bis zur Einstellung? Wie transparent ist der Gesamtprozess nach außen dargestellt? Wie lange dauern Time-to-Hire und die einzelnen Schritte? Welche Systeme und Auswahlinstrumente nutzen Sie? Welche Stakeholder sind beteiligt? Wie verläuft die prozessbegleitende Kommunikation mit den Kandidaten? Wie passen Sie Ihren Recruiting-Prozess an verschiedene Zielgruppenbedürfnisse und HR-Marketing- bzw. Recruiting-Kampagnen an? Wie erleben Kandidaten den Anbahnungsprozess? Wie sieht Ihr Candidate Relationship Management aus?	WIE BINDEN SIE TALENTE AN IHR UNTERNEHMEN? Personnel Development Welche Weiterbildungsmöglichkeiten gibt es? Wie sehen typische Karrierepfade in Ihrem Unternehmen aus? Wie ist Ihr Talent Management strukturiert? Wie wird erfolgskritisches Wissen an Mitarbeiter vermittelt? Wie systematisch wird die Mitarbeiterentwicklung betrieben?	WIE STEuern SIE IHR ARBEITGEBER-IMAGE? Reputation Channels Wie informieren sich Kandidaten über Sie? Wie nehmen Sie Einfluss auf Ihre Reputation? Wie reagieren Sie auf Kritik in sozialen Netzwerken oder Arbeitgeberbewertungsportalen? Welche Arbeitgeber-Awards und -Siegel haben Sie bereits gewonnen (z. B. Great Place to Work)?
Recruiting Channels, Touchpoints, Tools Welche Recruiting-Kanäle werden aktuell genutzt? Wie werden passende Kanäle identifiziert? Wie werden die notwendigen Budgets errechnet? Wie werden Stellenanzeigen technisch ausgespielt? Wie werden Recruiting-Kampagnen überwacht und ausgewertet? Welche KPIs werden erhoben?	Compensation & Benefits Im Vergleich zum Markt: Wie schätzen Sie die Gehälter in Ihrem Unternehmen ein? Welche frei wählbaren und/oder variablen Gehaltsbestandteile gibt es? Welche Zusatzleistungen bieten Sie neben dem Gehalt? Gibt es ein betriebliches Gesundheitsmanagement?	External Image Wie ist Ihr Arbeitgeber-Image heute in der Öffentlichkeit? Welche Faktoren beeinflussen dieses Image? Wie möchten Sie morgen wahrgenommen werden? Woran genau würden Sie erkennen, dass Ihre Wunschvorstellung eingetroffen ist?	
HR Marketing Channels & Tools Welche HR-Marketing-Kanäle werden aktuell genutzt? Wie werden passende Kanäle definiert? Auf welcher Grundlage planen Sie Kampagnen und werten sie aus? Welche eigenen Online-Präsenzen (Landingpages, Karriere-Website, Social Media etc.) nutzen Sie für Ihr HR-Marketing? Welche zusätzlichen Mittel nutzen Sie, um auf sich als Arbeitgeber aufmerksam zu machen?	(Pre-)Onboarding Wann beginnt der Onboarding-Prozess? Welche Stakeholder sind beteiligt? Welche (digitalen) Tools werden genutzt? Welche Strukturen und Prozesse bilden den Rahmen für die fachliche Einarbeitung? Wie stringent ist der Übergang vom Onboarding zur Bindung neuer Mitarbeiter?	Internal Employer Branding Welche Mitarbeitererevents gibt es? Welche Medien (z. B. Mitarbeiterzeitschrift) nutzen Sie für Ihr internes Employer Branding? Welche weiteren Mittel kommen zum Einsatz, um Ihre Arbeitgebermarke laufend zu verankern? Wie ist das interne „Image“ von HR in Ihrer Organisation?	Internal Image Wie nehmen Mitarbeiter Ihr Unternehmen als Arbeitgeber wahr? Wie erfassen Sie die Stimmung im Unternehmen? Wer sind Ihre internen Meinungsbildner? Wie hoch ist die Fluktuation? Wie erfolgreich sind Mitarbeiterempfehlungen?

WARUM SIND SIE EIN GUTER ARBEITGEBER?



EVP & EMPLOYER BRAND

Was ist Ihr Kernversprechen als Arbeitgeber?

Worin bestehen Ihre Differenzierungsmerkmale?

Was ist der kreative Kern Ihrer Arbeitgebermarke? (Stil, Botschaften, Visualisierung, Tonalität etc.)

Welche kreative Leitidee zieht sich durch Ihren gesamten Arbeitgeberauftritt? (Herleitung, Kontext, Transfer, Mechanik, Instrumente etc.)



Jedes Projekt
hat das Potenzial,
Ihre Anziehungskraft
als Arbeitgeber
dauerhaft zu erhöhen.

Gehen Sie mit uns den nächsten Schritt.

+49 800 7283651 • mail@raven51.de • www.raven51.de