



# Lev arbetsgivarvarumärket!

I en värld som ständigt förändras är äkthet nyckeln till framgång. Ett genuint arbetsgivarvarumärke handlar inte bara om att locka talanger, utan också om att skapa en kultur där medarbetare trivs och presterar på topp. Ta inspiration från framgångssagan mellan Spark & Grow och Meliva.

## Involvera medarbetarna

Medarbetarna är kärnan i ditt varumärke. Deras dagliga erfarenheter formar varumärkets uppfattning både internt och externt. Genom att involvera dem i skapandet och levandegörandet av varumärket skapas genuina ambassadörer.

*Detta gjorde vi:* Genom att skapa fokusgrupper, anordna workshops och lyssna på feedback under processens gång kunde vi identifiera Melivas kärna direkt från medarbetarna. Resultatet blev äkta!



*"När våra medarbetare klev upp på scenen under Melivadagen och spontant, direkt från hjärtat pratade utifrån det arbetsgivarvarumärke vi byggt, blev det kristallklart vilket bra jobb vi gjort."*

**Anders Westerholm, VD Meliva Sverige**

## Kommunicera hela tiden

Kommunikation är grunden för förståelse. Regelbunden och tydlig kommunikation säkerställer att alla medarbetare känner till, förstår och lever upp till arbetsgivarvarumärkets löften.

*Vad vi delade:* Via interna nyhetsbrev, informationsmöten och digitala plattformar var alla på Meliva informerade och engagerade kring varumärkesinitiativen.

# Att gå från strategi till handling

## Sätt upp tydliga mål

Mål ger riktning. De hjälper företag att förstå var de är på väg, vad de vill uppnå, och hur de kommer dit. Genom att sätta tydliga, mätbara mål kan organisationer kontinuerligt mäta och förbättra sitt arbetsgivarvarumärke.

*Vad vi satte för mål:* Spark & Grow hjälpte Meliva att definiera tydliga KPI:er som används återkommande, såsom medarbetarnöjdhet, time-to-hire och engagemang. På det sättet går det att följa upp över tid.



## Säg det som det är

Autenticitet skapar förtroende. I en tid där all information finns lätt till hands, är det viktigare än någonsin att vara ärlig och transparent i all kommunikation.

*Vad vi kommunicerade:* Genom att dela både framgångar och utmaningar öppet, lyckades vi tillsammans skapa ett arbetsgivarvarumärke som kändes genuint och tillförlitligt.



## Melivadagen – Med hjärtat på rätt plats

Interna event är ofta höjdpunkter där organisationer kan visa upp och bekräfta sitt arbetsgivarvarumärke i praktiken. Ett framstående exempel är Melivadagen, där möjligheten fanns att knyta an tillsammans runt varumärket.



*Vad vi lyckades med:* Melivas kultur är enad under ett och samma paraply. Förståelsen för vad Meliva står för har markant ökat under det senaste året där man också kunnat introducera nya medarbetare under samma paraply. **Melivas eNPS har ökat med 11 punkter på ett år.**

## Vill du också leva ditt arbetsgivarvarumärke – ta hjälp av oss!

Ett framgångsrikt arbetsgivarvarumärke bygger på äkthet, engagemang och konstant förbättring. Låt Spark & Grow och Melivas resa, särskilt deras framgång med Melivadagen, inspirera dig att omvandla dina "pärmprodukter" till verklighet. Kontakta oss redan idag.