



# DE STØRSTE EMPLOYER BRANDING TENDENSER FOR 2024



# Hej og velkommen

Tak fordi du har downloadet vores e-bog om de største employer branding-tendenser for 2024 fra YGpartner! I denne e-bog har vi samlet alt, hvad du behøver at vide for at skabe en succesfuld employer branding-strategi for det kommende år.

Vi har undersøgt, hvad kandidater værdsætter mest, og hvordan disse præferencer har ændret sig fra tidligere år. Derudover har vi samlet indsigter i, hvordan du kan vælge de rette kanaler til dine employer branding-indsatser i 2024, med fokus på de kanaler, der er værd at holde øje med gennem året. Vi har også undersøgt de nyeste indholdstendenser for at finde ud af, hvad der tiltrækker og engagerer top-talenter i 2024.

Læs videre for at få mere at vide om årets største employer branding-tendenser!





# Indholdsfortegnelse

## Strategi 2024

- Hvorfor er Employer branding vigtigt i 2024?
- Hvordan bygger du en god strategi 2024 ?

## Hvad skal du tilbyde

- Hvad skal du tilbyde 2024?
- Flere trends at holde øje med i år
- hvad engagere mænd vs kvinder

## Kommunikationskanal 2024

- Mest brugte sociale medier platform
- Hvor meget tid bruger vi gennemsnitligt på forskellige medier
- Brug af udvalgte sociale medier aldersfordelt

## Content 2024

- Hvordan skaber man engagerende indhold i fremtiden?
- 2 store content trends 2024

## Summary

- Nøgle punkter





# Hvem er vi?

YGpartner er en førende konsulentvirksomhed inden for employer branding. Vi specialiserer os i at hjælpe virksomheder med at tiltrække, engagere og fastholde de bedste talenter gennem strategiske og innovative brandingløsninger. Med vores omfattende erfaring og dybe indsigt i markedstendenser, leverer vi skræddersyede strategier, der styrker vores kunders position som attraktive arbejdsgivere.

## VI TILBYDER

Datadrevet tilgang

Strategi og konceptudvikling

Project management

Produktion

Announcing

Partnerskab







# Strategi 2024







## HVORFOR ER EMPLOYER BRANDING VIGTIG I 2024

Konkurrencen om top-talenter, kombineret med en stigende mangel på kvalifikationer, gør det i dag udfordrende for danske organisationer at tiltrække, ansætte og fastholde de rette kandidater. Ifølge Kandidatanalysen 2024 fra Konsulenthuset Ballisager oplever mange danske virksomheder lignende udfordringer med deres rekrutteringsprocesser.

En rapport fra Seenit konkluderer, at i 2024 og fremtiden er betydningen af et stærkt employer brand afgørende, når kandidater vælger en arbejdsgiver. At arbejde hen imod at skabe et stærkt employer brand er ikke længere en valgmulighed – det er en nødvendighed for at kunne tiltrække, ansætte og fastholde de rette kandidater.



Af kandidaterne undersøger virksomhedens employer brand, inden de indsender en ansøgning.



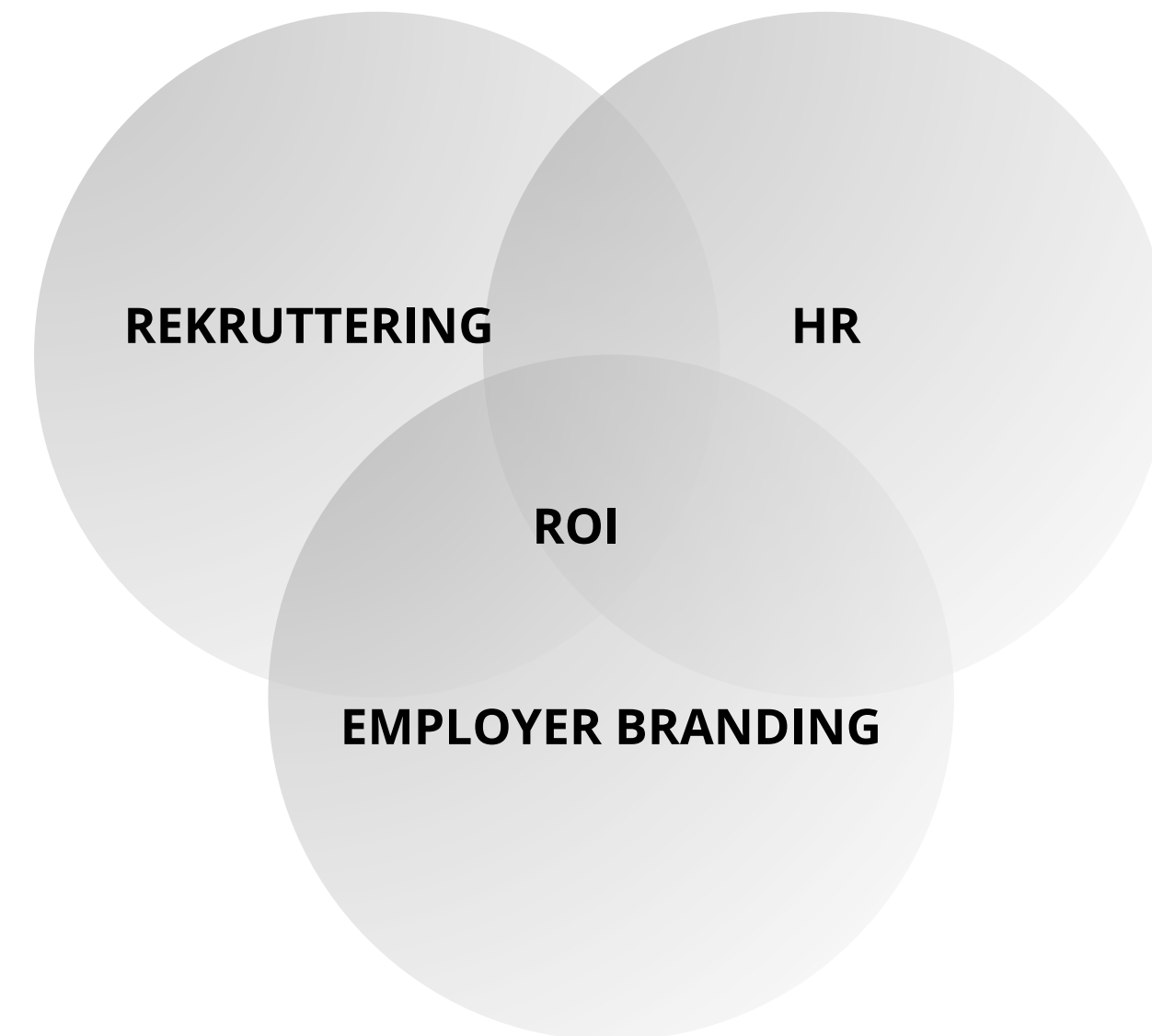
af kandidaterne angav, at de er mere tilbøjelige til at søge job hos en virksomhed med et stærkt employer brand.



## HVORDAN BYGGER DU EN GOD STARTEGI 2024 ?

I vores e-bog " branding" har vi fremhævet vigtigheden af employer branding og tilgangen til en god employer branding-strategi – og dette vil fortsætte i 2024 og 2025.

For en effektiv strategi er det dog nødvendigt at integrere din employer branding-strategi med dine rekrutterings- og HR-processer. Dette indebærer ikke kun at se på metrics som brand awareness, men også at måle effekten af din employer branding-strategi ved hjælp af KPI'er såsom Cost Per Hire, Time To Fill og medarbejderomsætningshastighed.







Hvad skal du tilbyde





## HVAD SKAL DU TILBYDE 2024?

Økonomisk inflation, som har stået på i de sidste par år, har haft stor indflydelse på kandidaternes prioriteter. Samtidig har man siden 2020 set en ændring i arbejdstilgangen, hvilket betyder, at fokus ikke kun er på løn, men også på andre goder.

Dette skift viser, at kandidater nu i højere grad værdsætter fleksible arbejdstider, work-life balance, og udviklingsmuligheder på lige fod med økonomisk kompensation.

2023		2024	
GOD LØN	35%	GOD LØN	40%
WORK-LIFE BALANCE	32%	WORK-LIFE BALANCE	34%
INDFLYDELSE	21%	INDFLYDELSE	23%
VIRKSOMHEDENS VÆRDIER	14%	VIRKSOMHEDENS VÆRDIER	17%

Kilde: [Konsulenthus ballisager](#) / [Jobindex](#)



# Flere trends at holde øje med i år

## Udvikling og karriere muligheder

En stigende interesse for kompetenceudvikling og karrieremuligheder præger 2024. Kandidater søger i højere grad arbejdsgivere, der tilbyder udviklingsprogrammer og klare karriereveje, hvilket er blevet en vigtig faktor i deres valg af arbejdsplads.

## AI-teknologi

Den voksende entusiasme for AI-teknologi påvirker også arbejdsmarkedet. For eksempel viser en undersøgelse fra 2023, at jobannoncer med termer relateret til AI og generativ AI i gennemsnit tiltrækker 17% flere ansøgninger end annoncer uden sådanne termer. Dette understreger, hvordan AI-kompetencer bliver stadig mere eftertragtede.

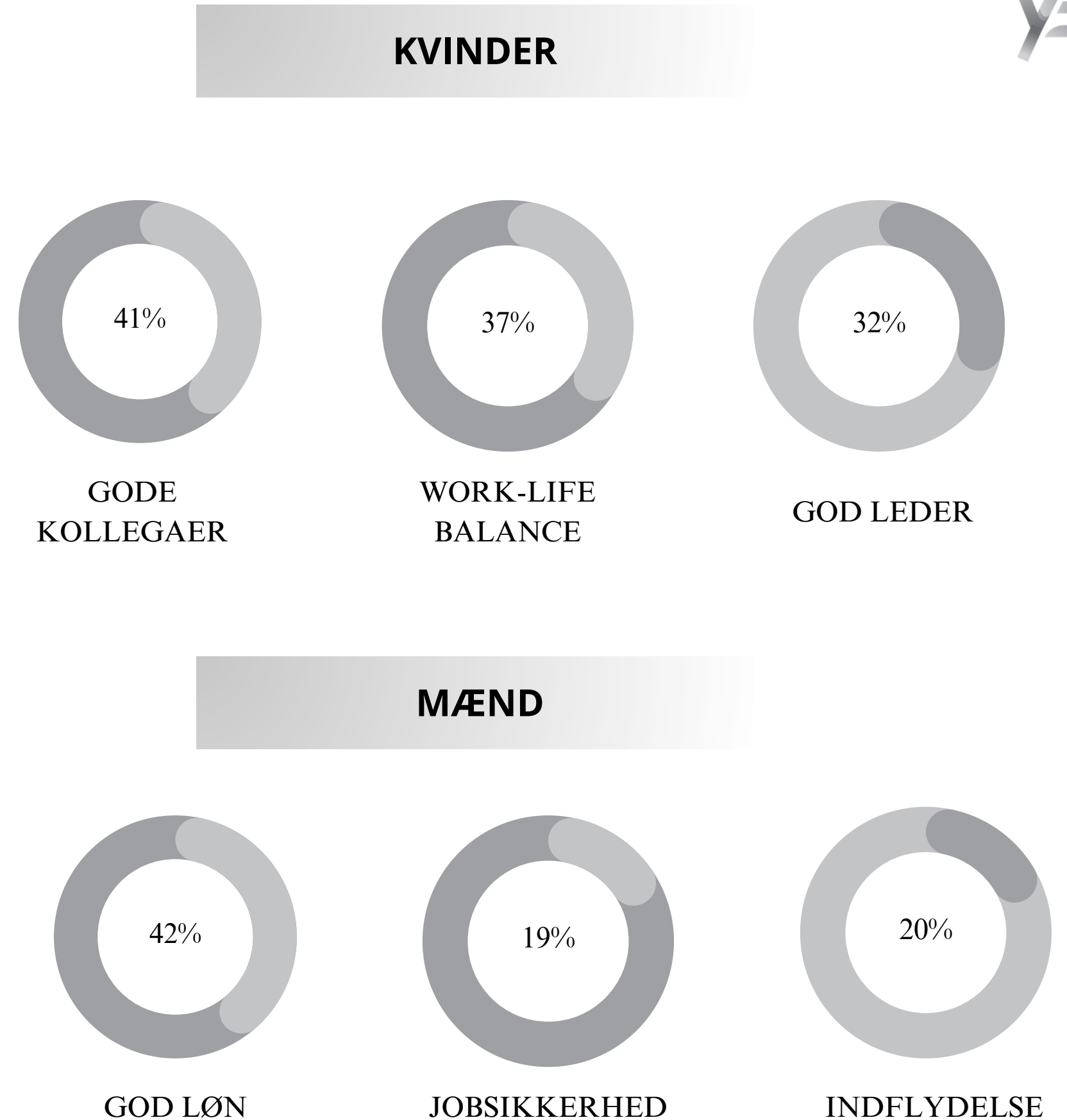
## Målgruppe

Når man overvejer, hvad der er vigtigt for kandidater i 2024, er det afgørende at gå ud over den gennemsnitlige kandidats værdier og fokusere på dem inden for din specifikke målgruppe. Der kan ses forskelle afhængigt af køn, aldersgruppe, geografi og profession. Det er ofte, når de undersøger deres målgruppe, at virksomheder henvender sig til os hos We Select.



## HVAD ENGAGERER MÆND VS KVINDER

Når vi ser på dataene og typer af employer branding-budskaber og strategier, kan vi identificere visse trends, der adskiller sig mellem mænd og kvinder. Dette giver os mulighed for at målrette vores employer branding-indsatser mere præcist og effektivt.



Kilde: [Konsulenthuss ballisager](#) / [Jobindex](#)





## **Vil du vide mere om, hvad der engagerer din målgruppe?**

Book en 45-minutters gratis konsultation med en af vores Employer Branding-specialister.

**BOOK**





# Kommunikationskanal 2024

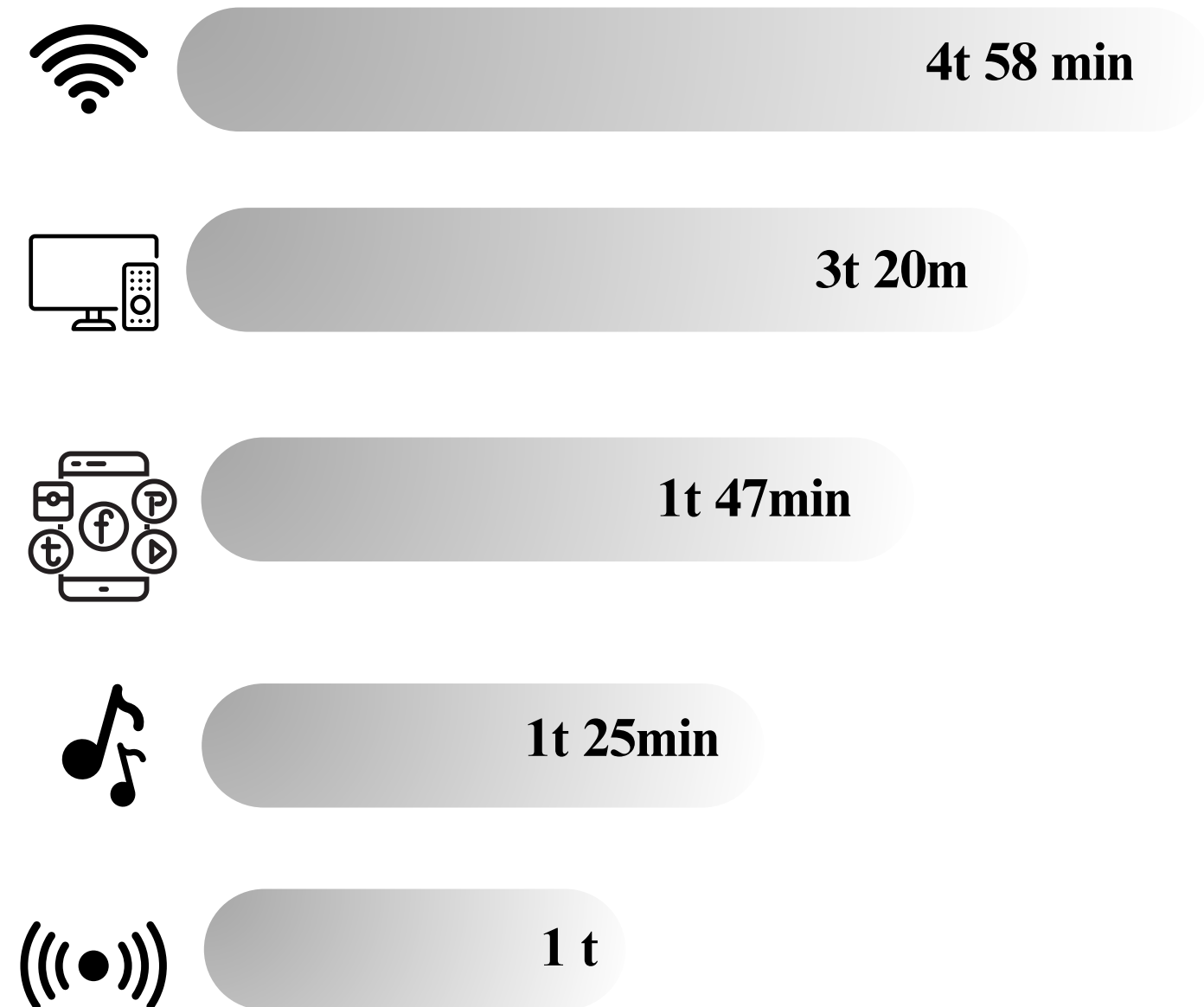


## HVILKEN KANAL SKAL I VÆLGE?

For at bygge en god employer branding-strategi i 2024 er det vigtigt at have en klar kommunikationsstrategi og vælge den rette platform, hvor målgruppen befinder sig.

91% mellem 16 - 75 år, af det danske samfund bruger internettet dagligt, hvilket betyder, at din målgruppe kan befinde sig på forskellige platforme. Derfor er det vigtigt at analysere og finde den rette kanal.

## HVOR MEGET TID BRUGER VI GENNEMSNITLIGT PÅ FORSKELLIGE MEDIER

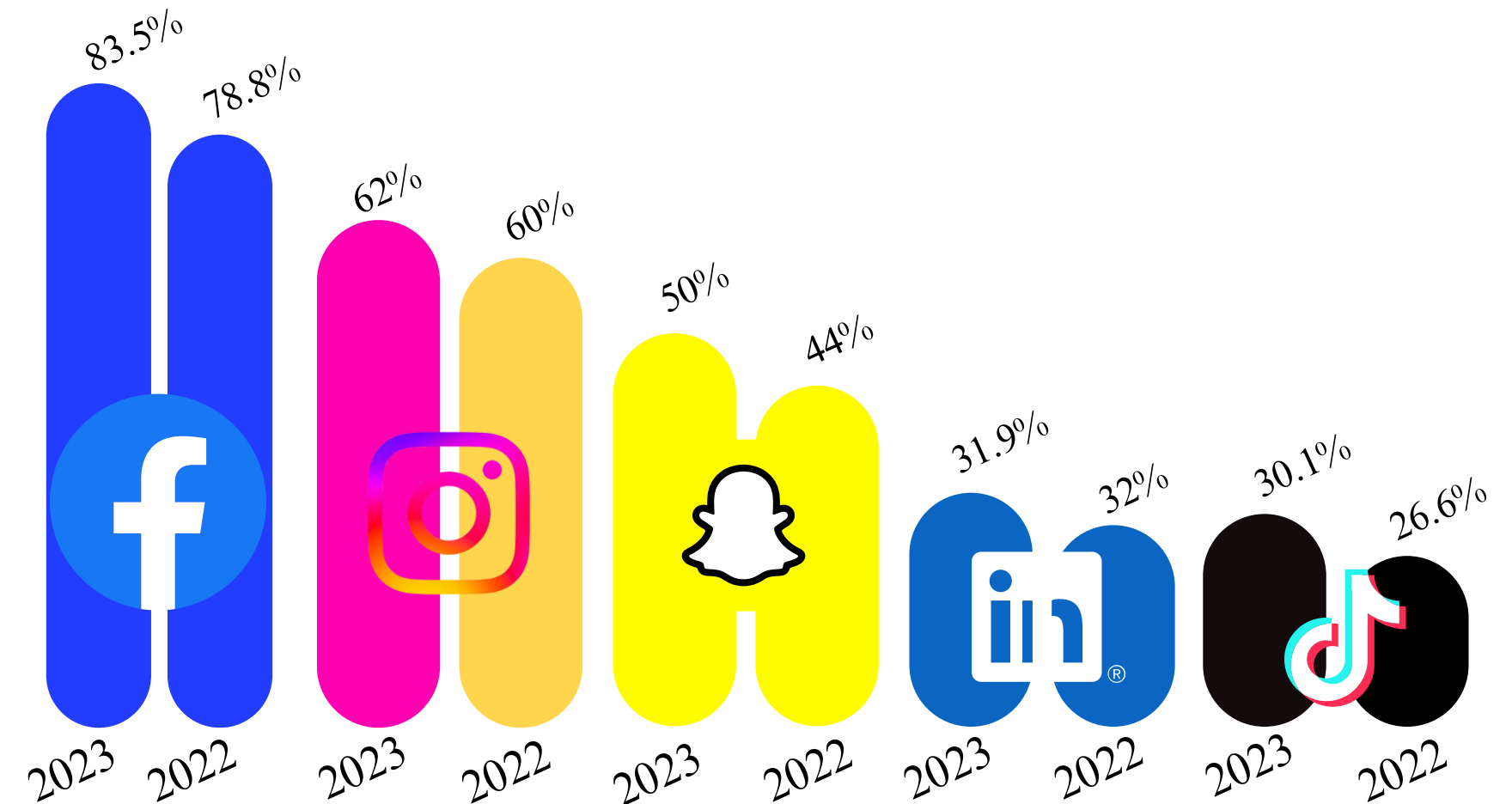




## HVILKEN KANAL SKAL I VÆLGE?

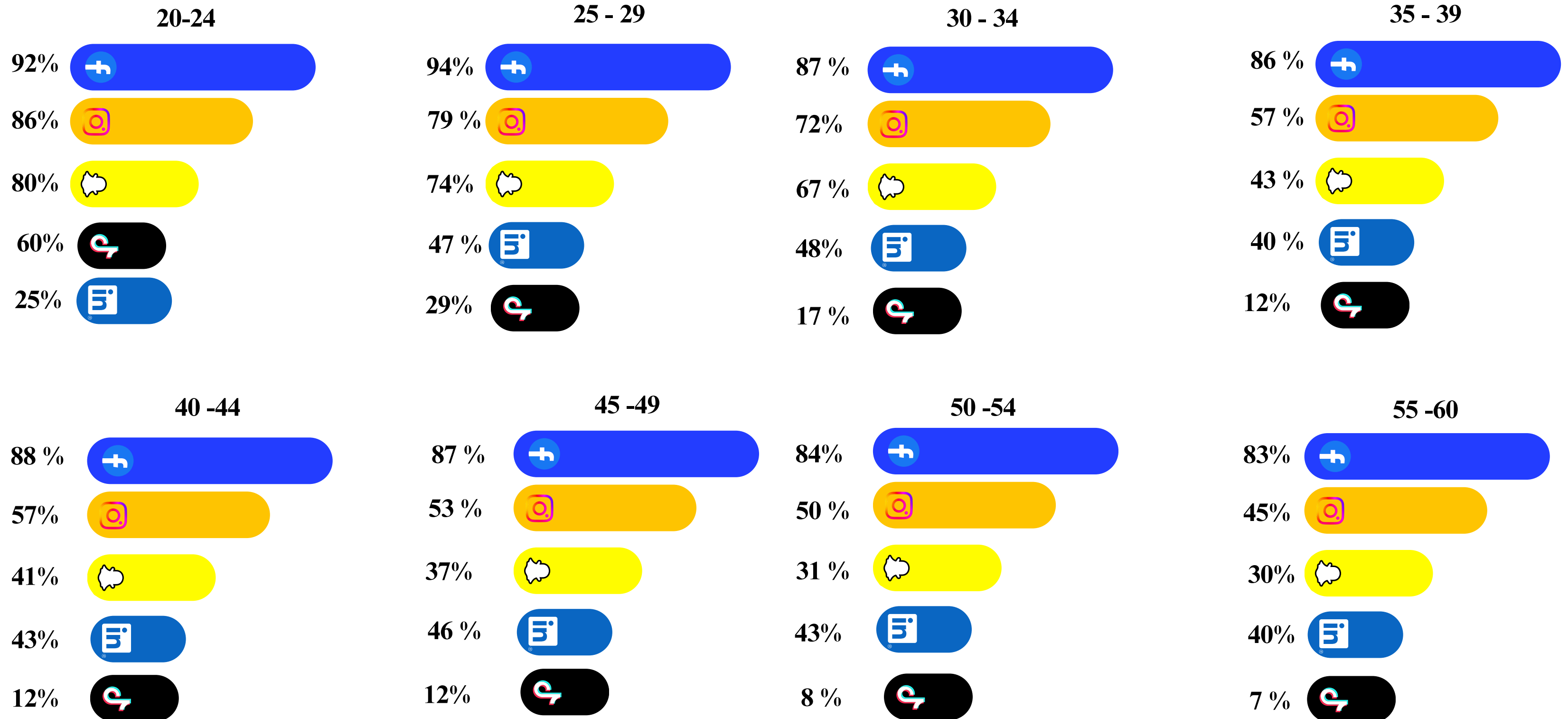
En undersøgelse af Danmarks mest anvendte sociale medieplatforme afslører, at Metas kanaler fortsat ligger i toppen. Man ser dog et lille fald i LinkedIn-brugen i 2023 og en markant stigning i TikTok-brugen fra 2022 til 2023.

### MEST BRUGTE SOCIALE MEDIER PLATFORM





# BRUG AF UDVALGTE SOCIALE MEDIER ALDERSFORDELT I %







# Content 2024



## HVORDAN SKABER MAN ENGAGERENDE INDHOLD I FREMTIDEN?

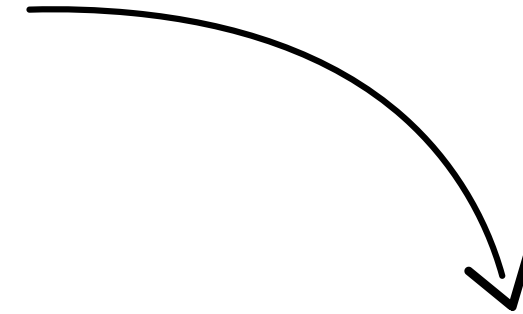
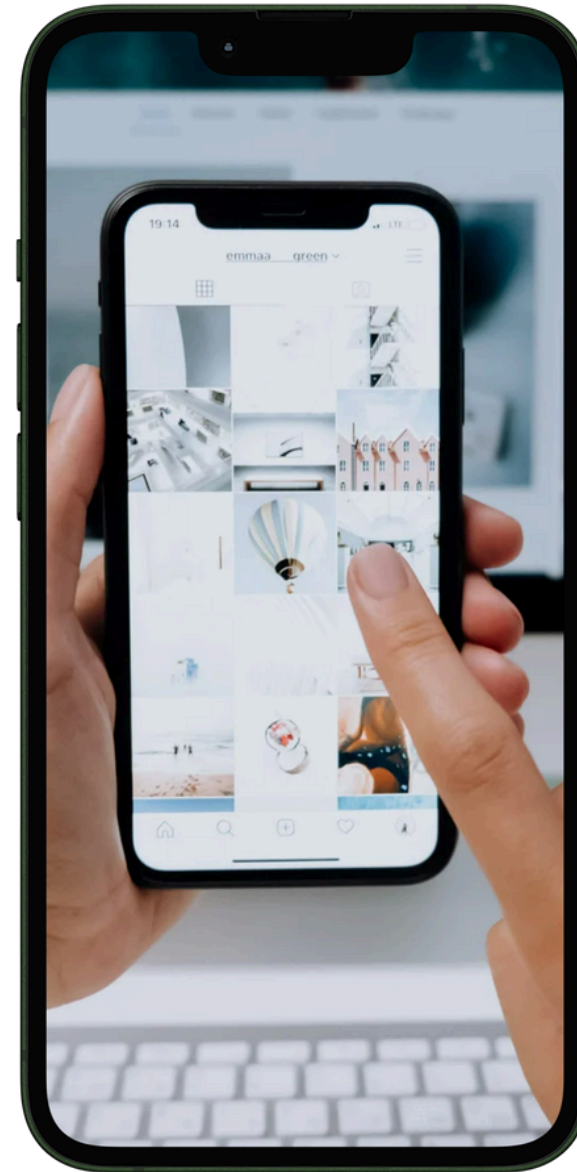
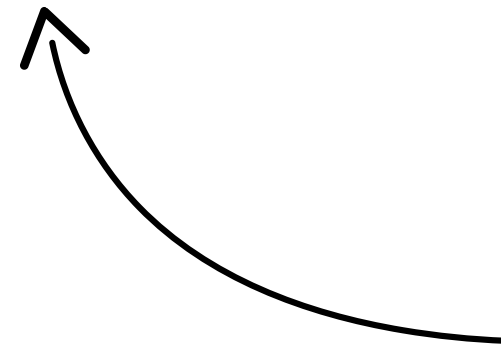
En af de trends, der er opstået i de seneste år, og som forventes at vokse endnu mere i 2024 og 2025, er EGC (Employee Generated Content), som passer perfekt ind på sociale medieplatforme. EGC handler om at lade nogle af dine medarbejdere dele, hvordan deres hverdag ser ud, og hvordan de balancerer arbejde og privatliv. I EGC er der ingen begrænsninger, og for at vise diversitet og inklusion kan man vælge medarbejdere fra forskellige afdelinger, aldersgrupper og køn.

Et andet eksempel, som vil trende, er medarbejdertestimonials, hvor medarbejdere fortæller om deres erfaringer med virksomheden, hvad de værdsætter mest ved deres arbejde, og hvorfor de trives i deres rolle. Dette personlige indblik kan give potentielle kandidater et autentisk billede af virksomhedskulturen og arbejdsfordelene.





En af de trends, der har fået opmærksomhed i de seneste år, er populære korte klip, dem der er under 15 sekunder. For fremtiden forventer vi, at dette format vil fortsætte med at være populært, men der kan komme en lille drejning, hvor man bevæger sig mod videoer, der varer op til 1 minut, primært på grund af TikTok. Dog afhænger det af din strategi og målgruppe.



## TRENDS 2024

"A Day In The Life"-trenden er især blevet populær på sociale medieplatforme, hvor man for eksempel kan se en video fra en virksomhed, hvor medarbejdere har valgt at skabe "A Day at Work" eller "My Day Routine". Disse videoer er typisk mellem 30 og 40 sekunder lange og giver seerne mulighed for at følge en person fra det øjeblik, de vågner, til de går i seng. Dette giver et godt indblik i, hvordan balancen mellem arbejdsliv og privatliv ser ud.



# Summary





### **Styrk din employer branding**

Konkurrencen om top-talenter fortsætter med at stige. Derfor vil et stærkt employer brand være endnu vigtigere i 2024.

### **KPI'er**

For at vise effekten af din investering er det afgørende at måle KPI'er, der demonstrerer værdi.

### **Kommunikationsplatform**

Find ud af, hvem din målgruppe er, og hvor de befinder sig.

### **Fokus på Interesse**

Identificer forskellene i prioriteter blandt kandidater i 2024. Forstå, hvad der driver dem, og hvordan deres interesser varierer.

### **Øg Interesse i EGC-indhold**

Engager dine medarbejdere ved at opfordre dem til at dele deres arbejdsoplevelser og hverdagsliv gennem autentiske og personlige indlæg. Dette kan opnås ved at:

### **Short content**

Kort Indhold  
Fokuser på korte videoindhold for at give indsigt i arbejdet og work-life balance

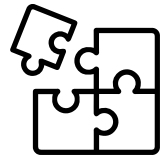


## YGPARTNER STÅR KLAR TIL AT HJÆLPE DIG

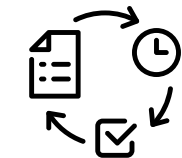
Hos YGpartner hjælper vi virksomheder med at opbygge en stærk og autentisk employer brand, der skiller sig ud i mængden og appellerer til både nuværende og fremtidige medarbejdere. Vi tilbyder to nøgleløsninger:



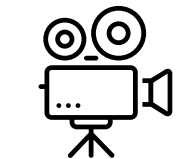
**DATADREVET TILGANG**



**STRATEGI OG KONCEPTUDVIKLING**



**PROJECT MANAGEMENT**



**PRODUKTION**

**BOOK**

