

Employer branding för att framtidsrusta Nacka kommun

Strategisk, målinriktad och nyskapande satsning på Employer branding för att bli studenternas förstahandsval vid val av arbetsgivare och säkra kompetensförsörjningen på lång sikt samt säkra rekryteringen av svårrekryterad kompetens på kort sikt.

Personuppgifter

Förnamn:	Linus
Efternamn:	Holmgren
Titel:	Employer Branding chef
Enhet/verksamhet:	HR-staben
E-post:	linus.holmgren@nacka.se
Mobil:	070 181 72 53
Ansvarskod:	20060

Generell information

Projektnamn:	Employer branding för att framtidsrusta Nacka kommun
Projektstart:	2024-02-07
Projekt slut	2025-12-31
Framtidsfond:	Framtids- och utvecklingsfonden
Ansökt belopp:	3 650 000
Nämnd/Processägare	Kommunstyrelsen/HR-direktören
Ansvarig direktör:	Elisabeth Carle
Projektledare:	Linus Holmgren

Beskriv projektet utifrån nedanstående frågeställningar.

1. Bakgrund till utvecklingsinitiativet. Hänvisa vid behov till relevant information/tidigare fattade beslut/pågående projekt

En avgörande förutsättning för att Nacka kommuns ska nå våra uppsatta mål är att vi har professionella och engagerade medarbetare och chefer, som både utvecklas och stannar kvar, och som varje dag levererar maximalt värde för skattepengarna. Nacka är en attraktiv arbetsgivare med generellt mycket goda förutsättningar att attrahera, rekrytera och behålla uppskattade medarbetare. Konkurrensen om kompetensen har dock ökat under 2023 och bedöms öka väsentligt kommande år utifrån SKR:s prognoser.

För att klara kompetensutmaningen har arbetsgivare i länet och runt om i landet intensifierat arbetet med att attrahera unga talanger och driva aktiv search för att locka chefer och medarbetare att börja arbeta hos dem. Även Nacka kommun har intensifierat arbetet med bygga relationer med studenter och genom search rekrytera till framförallt svårrekryterade roller såsom t ex ingenjörer, socialsekreterare, inköpare och sjuksköterskor. En rad studentsatsningar har inletts genom samarbeten med bland annat högskolor på olika platser i Sverige och med gymnasieskolor i Nacka. Kommunen har även inletts en satsning på strategisk kompetensförsörjning och sommarjobsrekrytering genom att bland annat delta i rekryteringsmässan Jobbfestivalen där temat är "Mångfald & Inkludering".

Genom utvecklingsinitiativet med strategisk, målinriktad och nyskapande Employer branding ska Nacka framtidsrusta för att säkra kompetensförsörjningen på lång sikt. På kort sikt ska projektet framför allt säkra rekryteringen av svårrekryterad kompetens. Nacka ska vara **bäst på att vara kommun** och för att nå uppnå ambitionen är avgörande att vi även ligger i framkant och är en förebild inom Employer branding.

Målet för personalprocessen är att Nacka ska vara en attraktiv arbetsgivare med kompetenta, motiverade, stolta och friska medarbetare.

Ett fokuserat arbete drivs för att Nacka kommun ska vara en av Sveriges bästa och friskaste medarbetare.

Stadsdirektören har formulerat följande mål för arbetet med Employer branding:

1. Öka kännedomen om Nacka kommun som en attraktiv arbetsgivare i framkant.
2. Nacka kommun ska bli en av Sveriges mest välkända arbetsgivare och relevanta studentgruppers förstahandsval vid val av arbetsgivare.
3. Nacka kommun ska säkra kompetensförsörjningen på lång sikt.

Bakgrunden till det utvecklingsinitiativ som beskrivs i denna projektansökan är att det finns behov av ett än mer strategiskt, målinriktat och nyskapande arbete med med Employer branding. Fokus i projektet är att utveckla relationsbyggandet och kommunikationen för att öka kännedomen om jobb i kommunen bland studenter, och även få fler yrkesverksamma chefer och

medarbetare i eftertraktade personalkategorier att få upp ögonen för, och söka sig till, ett arbete i Nacka kommun.

Genom plattformen LinkedIn finns nya möjligheter att arbeta med t ex AI-driven search som ger möjlighet att än mer proaktivt hitta fler sökande med rätt kompetens till svårrekryterade roller. Det finns även via ett samarbete med LinkedIn en ny möjlighet att än mer träffsäkert nå ut med arbetsgivarerbjudanden och rekryteringsannonser samt ett analysstöd för att kontinuerligt analysera effekten av marknadsföringen. Syftet med dessa löpande analyser är att få insikter för att förädla de budskap som kommuniceras till respektive målgrupp.

2. Beskriv vad som konkret ska göras inom ramen för projektet.

Genom utvecklingsinitiativet med strategisk, målinriktad och nyskapande Employer branding ska Nacka kommun som arbetsgivare framtidsrusta genom att öka kännedomen om Nacka som arbetsgivare och attrahera fler medarbetare med rätt profil. Målet är även att på kort lyckas med utmaningen att rekrytera till framför allt svårrekryterade roller såsom t ex ingenjörer, inköpare, socialsekreterare, sjuksköterskor och förskollärare. Genom utvecklingsinitiativet ska Nacka kommun även sticka ut och med nya grepp relationsbygga med studenter. Målet är att Nacka ska bli relevanta studentgruppers förstahandsval vid val av arbetsgivare. Detta initiativ är ett led i att säkra kompetensförsörjningen på lång sikt.

Följande tre delar ingår i Employer branding projektet:

1. Ta fram och konceptualisera arbetsgivarerbjudanden

- *Utveckling av budskap och marknadsföring av Nacka kommun som arbetsgivare med riktade arbetsgivarerbjudanden mot svårrekryterade personalkategorier.* I denna fas ingår att definiera och förstå vad olika målgrupper har för professionella drivkrafter, vad de prioriterar i sitt yrkesliv och vill ha av en arbetsgivare. Därigenom kan vi skapa tydliga riktade erbjudanden som sedan konceptualiseras och kommuniceras.
- *Utveckling av koncept för "på plats marknadsföring" på t ex universitet, Nackademin och andra skolor samt för sociala medier.*

Dessa aktiviteter blir grundbulten för det strategiska, målinriktade och nyskapande arbetet som inleder projektets första fas. Samarbete inleds med externa expertresurser med erfarenhet av strategiskt och taktiskt arbetet med employer branding. Ett utökat samarbete inleds med kommunikationsstaben. Nacka kommuns upphandlade kommunikationsbyrå kommer att anlitas för den konceptualisering som kommunen behöver ha som utgångspunkt för att öka kännedomen om Nacka som en attraktiv arbetsgivare i framkant.

Budgeten för denna fas är totalt 750 tkr.

2. Strategisk rekrytering – studentsatsning och marknadsföring

- Utveckla filmer och reportage för marknadsföring av Nacka kommun som arbetsgivare och producera strategisk och målinriktad kommunikation för Employer branding och med

särskilt fokus på att attrahera svårrekryterade personalkategorier. Här ingår att kommunicera enkelt och tydligt via medarbetarna och optimera budskapen i sociala medier där den interna stoltheten blir en hävstång till extern nyfikenhet på Nacka som arbetsgivare.

- Genomföra en utökad satsning på att attrahera studenter/framtidens medarbetare genom ”på plats marknadsföring” och digital marknadsföring.
- Framtidsturné i Nacka och runt om i Sverige för ökad närvaro bland studenter och kommande arbetskraft med fokus på Nacka som arbetsgivare, kännedom om platsen samt varumärke. Fokus på marknadsföring, branding och kampanjer som en fortsättning på den uppskattade studentsatsning som inletts 2023.
- Delta i Bazaren och Jobbfestivalen för att öka rekryteringsbasen till framför allt sommarjobb inom äldreomsorgen och värva praktikanter och studentmedarbetare.
- Producera kommunikation för Employer branding inför, under och efter Framtidsturnén, Bazaren och Jobbfestivalen.

Denna aktivitet är en förutsättning för att Nacka kommun ska sticka ut i bruset och framtidsrusta för att på kort sikt öka kännedomen om Nacka som arbetsgivare och lyckas med att rekrytera till svårrekryterade roller. Aktiviteten är även en förutsättning för att sticka ut och med nya grepp, såsom via LinkedIn, relationsbygga med studenter och bli studenternas förstahandsval vid val av arbetsgivare för att säkra kompetensförsörjningen på lång sikt.

I denna fas ingår också ett utökat samarbete med kommunikationsstaben. En stor del av filmerna och reportagen kommer att produceras av Nacka kommuns egen produktionsbyrå Ateljén. Vid behov anlitas Nacka kommuns upphandlade kommunikationsbyrå för att producera den kommunikation som kommunen behöver stöd i att ta fram. Studenter deltar också via projektet i marknadsföringen av kommunen som arbetsgivare.

(Budget för denna fas är 850 tkr 2024 och 1 mkr 2025)

3. Utveckla samarbetet med LinkedIn och andra aktörer med verktyg för relationsskapande

- Kommunicera strategisk och målinriktad Employer branding, inklusive fri annonsering.
- Search för att hitta kandidater till svårrekryterade roller via ny AI-funktion.
- Relationsbygga och bygga upp kompetensbaser såsom av nyinflyttade via LinkedIn.
- Relationsbygga och bygga upp talangpooler via nya verktyg för relationsskapande.
- Kontinuerlig analys av effekten av marknadsföring för att få insikter för förädling av arbetsgivarerbjudanden per inlägg (reportage, annons/personalkategori för succesiv förädling av att taktiskt attrahera kompetens)

Ett utökat samarbete med LinkedIn är både en möjlighet och en förutsättning för att öka kännedomen om Nacka som arbetsgivare och attrahera studenter och rätt sökande till framför allt svårrekryterade roller. För att bibehålla kandidater och relationer med potentiella medarbetare kommer verktyg för relationsskapande att upphandlas. Förutom faktabaserade analyser via LinkedIn kommer kommunen att delta i externa mätningar som genomförs för att

följa genomslaget av Nacka som arbetsgivare bland olika målgrupper såsom t ex ingenjörer, socialsekreterare och förskollärare.

*Ett utökat samarbete med LinkedIn genomförs direkt från projektstart. Upphandling för verktyg inom relationsskapande med potentiella kandidater inleds direkt efter projektstart.
Budget 1 050 tkr 2024.*

3. Beskriv det förväntade resultatet efter genomfört projekt.

Det övergripande målet med Employer branding är att lyckas attrahera och behålla rätt kompetens i våra verksamheter. För att positionera Nacka som en attraktiv arbetsgivare och synliggöra Nackas unika fördelar krävs en långsiktig, kraftfull och uthållig Employer branding-satsning som syftar till att skapa ökad attraktivitet för Nacka kommun som arbetsgivare. Målsättningen är att Nacka kommun inom två år ska vara med på listorna över de 25 bästa arbetsgivarna och med en horisont att vara en av Sveriges bästa arbetsgivare inom fem år.

- Utvecklingsinitiativet ska på kort sikt ska resultera i att Nacka kommun lyckas än bättre med rekryteringar och därigenom kan minska kostnaderna för inhyrd personal och konsulter.
 - Behovet av inhyrd personal kommer att minska i takt med att kommunen än mer målinriktat kan attrahera rätt sökande, vilket är grunden för en effektiv rekryteringsprocess.
 - Efter anställningsprövningar av stadsdirektören ska konsulter inom främst anläggningsenheten fasas ut och ersättas med anställda. Den personalekonomiska redovisningen för att växla om konsulter till anställda och kostnadsminskningen för inhyrd personal kommer att redovisas till kommunstyrelsen i samband med tertialredovisningar.
- Rekryteringarna ska kunna genomföras på kortare tid. Rekryteringarna till roller inom t ex Nacka stadshus tar idag ca 80 dagar. Målet är att rekryteringarna i genomsnitt ska kunna genomföras på ca 60 dagar.
- Utvecklingsinitiativet ska bidra till att en högre andel medarbetare arbetar kvar inom ett år och bidra till en lägre personalomsättning genom att förväntningarna, möjligheterna och arbetsgivareerbjudandena konkretiseras och blir ännu tydligare. Målet är att minst 85 procent av de tillsvidareanställda som är nyanställda under 2024 ska vara kvar inom ett år.
- Det förväntade resultatet är även att projektet ska bredda rekryteringsbasen och bidra till att fler män och utlandsfödda rekryteras.

4. Beskriv på vilket sätt projektet ger ökad nytta för nackaborna/kunderna/de vi är till för.

Nacka kommuns framgångar och förutsättningar att utveckla territoriet och leverera service till *Nackaborna/kunderna/de vi är till för* är beroende av tillgången till professionella medarbetare och chefer. Projektet ska stärka attraktionskraften, den interna stoltheten över att arbeta i kommunen och öka förutsättningarna att lyckas med kompetensförsörjningen även i ett läge när konkurrensen om kompetensen ökar.

Genom utvecklingsinitiativet på strategisk, målinriktad och nyskapande Employer branding minskar risken att kommunen inte lyckas säkerställa tillgången på kompetens. Projektet kommer att stärka bilden av Nacka kommun som en välrenommerad arbetsgivare och kommun i framkant och även bidra till att öka Nackabornas stolthet över Nacka kommun. Det bidrar även till att det kommer att bli än mer attraktivt för Nackabor att även arbeta i kommunen.

5. På vilket sätt stödjer projektansökan Nackas fyra övergripande mål.

- **Maximalt värde för skattepengarna**

Att minska behovet av tekniska konsulter och inhyrd personal kommer att ge en lägre total kostnad för personal. Genom ett fritt nyttjande av LinkedIn funktion för att publicera annonser kommer målgruppsanpassad marknadsföring av jobben att göras än mer träffsäkert och kostnadseffektivt än i dag.

- **Bästa utveckling för alla**

Att fokusera på och lyfta fram ambassadörer kommer att öka stoltheten för Nacka kommun som arbetsgivare och bidra till att fler medarbetare utvecklas i kommunen och rekommenderar Nacka som arbetsgivare.

- **Attraktiva livsmiljöer i hela Nacka**

Genom att säkerställa kompetens som arbetar med utveckling av territoriet skapas förutsättningar för att nå målen och skapa attraktiva livsmiljöer i hela Nacka.

- **Stark och balanserad tillväxt**

Att bredda rekryteringsbasen och strategiskt, målinriktat och nyskapande attrahera fler män och utlandsfödda till arbete och utveckling i kommunen bidrar till stark och balanserad kompetensförsörjning. Satsningen på att marknadsföra Nacka kommun som arbetsgivare nationellt kommer att leda till att Nacka kommun som plats också kommer lyfta vilket bidrar till stark och balanserad tillväxt.

6. BUDGET – Ladda upp budget (obs. beskriv gärna posterna i budgeten. Dela upp budgeten för varje år om projektet löper över fler år.

	2024	2025
Ta fram och konceptualisera riktade arbetsgivarerbjudanden	750 000	0
Strategisk rekrytering – studentsatsning och marknadsföring	850 000	1 000 000
LinkedIn samarbete	1 050 000	0
Totalt	2 650 000	1 000 000
Inga investeringar ingår i projektet.		

7. Övrig relevant information - Här kan du lämna ytterligare information som du tror är viktig för bedömning och prioritering av er projektansökan. Hjälp beslutsfattarna att förstå vikten för Nacka kommun av att projektet genomförs.