

Fokus	Cilji	Primer KPI
Prepoznavnost / Doseg	Raziširite medijski doseg in povečajte prepoznavnost vaše znamke.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medijski doseg</li> <li>- Zavedanje</li> </ul>
Upoštevanje	Izboljšajte splošno privlačnost podjetja in vaše zaposlitvene ponudbe.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Splošno upoštevanje</li> <li>- Upoštevanje v primerjavi s konkurenco</li> </ul>
Ugled	Izpostavite svoje prednosti v primerjavi s konkurenti in povečajte svoj ugled na trgu dela.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Splošen ugled</li> <li>- Ugled v primerjavi s konkurenco</li> </ul>
Ciljno oglaševanje	Izboljšajte svoj ugled in kvaliteto zaposlitvenih prijav s ciljnim oglaševanjem.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prepoznavnost in doseg ciljne skupine</li> <li>- Zaposlitvene prijave kvalificiranih kandidatov</li> </ul>
Lokalizacija	Vašo zaposlitveno ponudbo in marketinške aktivnosti prilagodite glede na ciljno skupino in geografsko lokacijo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Splošno upoštevanje na določeni lokaciji</li> <li>- Splošen ugled na določeni lokaciji</li> </ul>
Podoba znamke delodajalca	Podoba vaše znamke delodajalca naj bo v skladu z vašo zaposlitveno ponudbo in/ali najbolj pomebnimi dejavniki, ki vplivajo na ugled delodajalca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eksterna percepcija vs. zaposlitvena ponudba</li> <li>- Interna percepcija vs. zaposlitvena ponudba</li> <li>- Usklajevanje eksterne in interne percepcije</li> </ul>
Ukinitev znamke delodajalca	Ukinite trenutno/staro znamko delodajalca in začnite z aktivno, kreativno promocijo nove znamke delodajalca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dojemanje želene podobe</li> </ul>