

KTH:s arbetsgivarvarumärke

En manual för arbetsgivarkommunikation



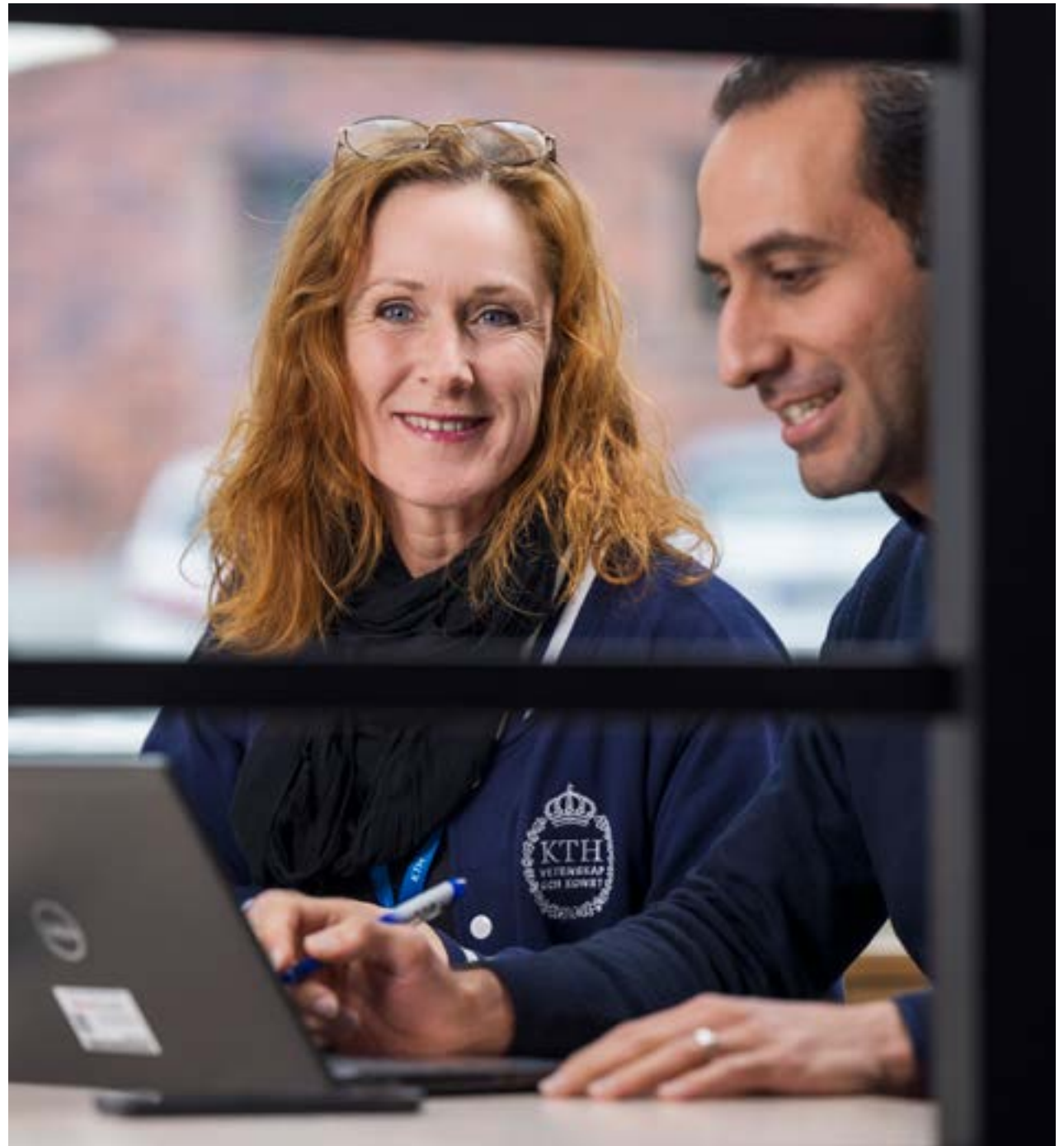
Innehåll

KTH:s arbetsgivarvarumärke.....	3	Fokusområde – I hjärtat av Sverige.....	12
Att aktivt stärka vårt arbetsgivarvarumärke.....	4	Ramberättelse.....	13
Vårt arbetsgivarerbjudande.....	5	Kommunikationens jobb i medarbetarresan.....	14
Vårt huvudbudskap.....	6	Exempeluttag varumärkesstärkande annonser för KTH som arbetsgivare.....	15
Fokusområden för målgruppsanpassning.....	7	Exempeluttag platsannonser i social medier.....	16
Hur vi använder våra fokusområden.....	8	Exempeluttag hälsning.....	17
Fokusområde – Forskning och utbildning i framkant.....	9		
Fokusområde – Hållbar kultur och arbetsmiljö.....	10		
Fokusområde – Starkare tillsammans.....	11		

KTH:s arbetsgivarvarumärke

Ett starkt arbetsgivarvarumärke hjälper oss att lyckas med vår kompetensförsörjning. Det handlar om att vara en attraktiv arbetsgivare för såväl befintliga som potentiella medarbetare på både kort och lång sikt.

Våra medarbetare är vår främsta resurs för att vi ska fortsätta vara ett konkurrenskraftigt internationellt universitet.



Att aktivt stärka vårt arbetsgivarvarumärke

Alla arbetsgivare har ett arbetsgivarvarumärke vare sig de vill det eller inte. Det definieras av vad omgivningen, nuvarande och tidigare medarbetare säger om oss som arbetsgivare.

Genom att vi aktivt och kontinuerligt arbetar med vårt arbetsgivarvarumärke påverkar vi de associationer och uppfattningar som KTH vill förknippas med istället för att dessa definieras av andra.



Vårt arbetsgivarerbjudande

Kärnan i KTH:s arbetsgivarvarumärke är vårt arbetsgivarerbjudande. Det sammanfattar vårt erbjudande till befintliga och framtida medarbetare och är grunden i all vår arbetsgivarkommunikation.

Vårt arbetserbjudande

På KTH utvecklas både individer och innovationer. Tillsammans för vi kunskapen framåt.

Vår målbild som arbetsgivare

KTH vill visa att en arbetsmiljö och kultur där alla medarbetare kan må bra och prestera bra tillsammans är avgörande för att lösa morgondagens utmaningar och bidra till ett ledande och konkurrenskraftigt KTH.

Sammanfattat består vårt arbetsgivarerbjudande av tre beståndsdelar; **individen, tillsammans** och **ett ledande KTH**

Individen
Hållbar kultur
och arbetsmiljö

Tillsammans
Starkare
tillsammans

Ledande
Forskning och utbildning
i framkant

Vårt huvudbudskap

Huvudbudskapet hjälper oss bygga ett starkt arbetsgivarvarumärke genom konsekvent och långsiktigt användande.

Vårt huvudbudskap är:

På KTH utvecklas både individer och innovationer. Tillsammans för vi kunskapen framåt.

Hur vi använder vårt huvudbudskap:

Huvudbudskapet eller essensen av huvudbudskapet ska användas i all extern kommunikation.

I internt material har vi med huvudbudskapet där det lämpar sig alternativt förmedlas essensen av vårt huvudbudskap.

Tänk på att även bildmaterial kan kommunicera vårt huvudbudskap.



Fokusområden för målgruppsanpassning

Våra fyra fokusområden är framtagna för att utveckla och målgruppsanpassa vår arbetsgivar-kommunikation. Fokusområdena stöttar huvudbudskapet och ger bevis och relevans i din kommunikation.

I ditt material kan du ta fram egna exempel från respektive fokusområde eller använda dig av dem redan beskrivna texterna.



Forskning och utbildning i framkant



Hållbar kultur och arbetsmiljö



Starkare tillsammans



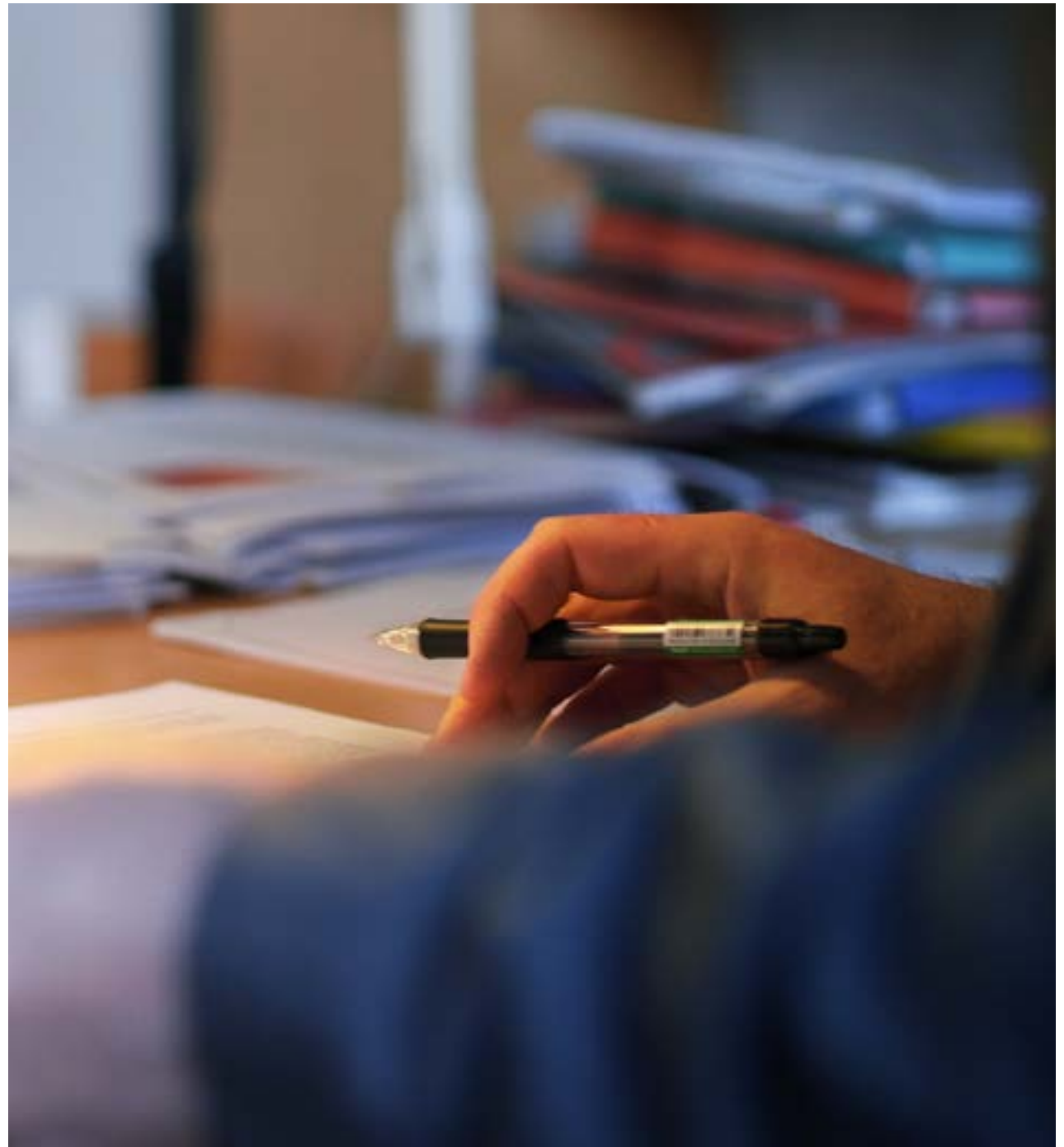
I hjärtat av Sverige

Hur vi använder våra fokusområden

Du kan använda ett eller flera fokusområden i din kommunikation beroende på din målgrupp. Viktigt att tänka på är att vi hela tiden ser till helheten av vår kommunikation så att den stöttar vårt arbetsgivarerbjudande.

Om det av utrymmesskäl inte är möjligt att fördjupa något av våra fokusområden kan enbart huvudbudskapet kommuniceras.

Tänk på att alla delar av innehållet såsom rubrik, text och bild kan bidra till att illustrera våra olika fokusområden.



Fokusområde – Forskning och utbildning i framkant

Ett ledande KTH, ett universitet med utbildning och forskning i framkant, har en avgörande samhällsroll för en hållbar framtid.

Exempel att ta med i kommunikationen

På KTH har anställda en möjlighet att:

Bidra till att lösa världens mest komplexa utmaningar.

Skapa samhällsnytta genom samverkan med det omgivande samhället.

Bidra till utbildning i världsklass.

Vara del av en innovativ och entreprenöriell miljö.

Bidra till att uppnå de globala hållbarhetsmålen.

Vara en del av Sveriges största tekniska universitet.

Bidra till utmaningsdriven utbildning som ger en bra förberedelse för en framtida karriär för våra studenter.



Fokusområde – Hållbar kultur och arbetsmiljö

Kultur och arbetsmiljö är nyckelfaktorer för att du ska må bra och ha rätt förutsättningar att prestera. KTH ska vara en plats som kännetecknas av mångfald och människors lika värde. En plats där engagerade och motiverade individer får möjlighet att utvecklas och växa.

Exempel att ta med i kommunikationen

KTH erbjuder våra anställda:

En god arbetsmiljö och en inkluderande kultur med fokus på jämställdhet, mångfald och lika villkor.

Utvecklande arbetsuppgifter.

Stort eget ansvar i din yrkesroll.

En statlig anställning med goda arbetsvillkor.

Goda möjligheter till kompetensutveckling.

Balans mellan jobb och fritid.

En värdegrund baserad på demokrati, personers lika värde, mänskliga fri- och rättigheter samt en fri och öppen diskussion.

En internationell miljö.



Fokusområde – Starkare tillsammans

Samarbete är nödvändigt för att lösa världens främsta utmaningar. På KTH ska vi aktivt jobba för att stötta och göra varandra bättre. Tillsammans driver vi kunskapen framåt.

Exempel att ta med i kommunikationen

På KTH blir vi starkare tillsammans genom att:

Jobba med engagerade och kompetenta kollegor.

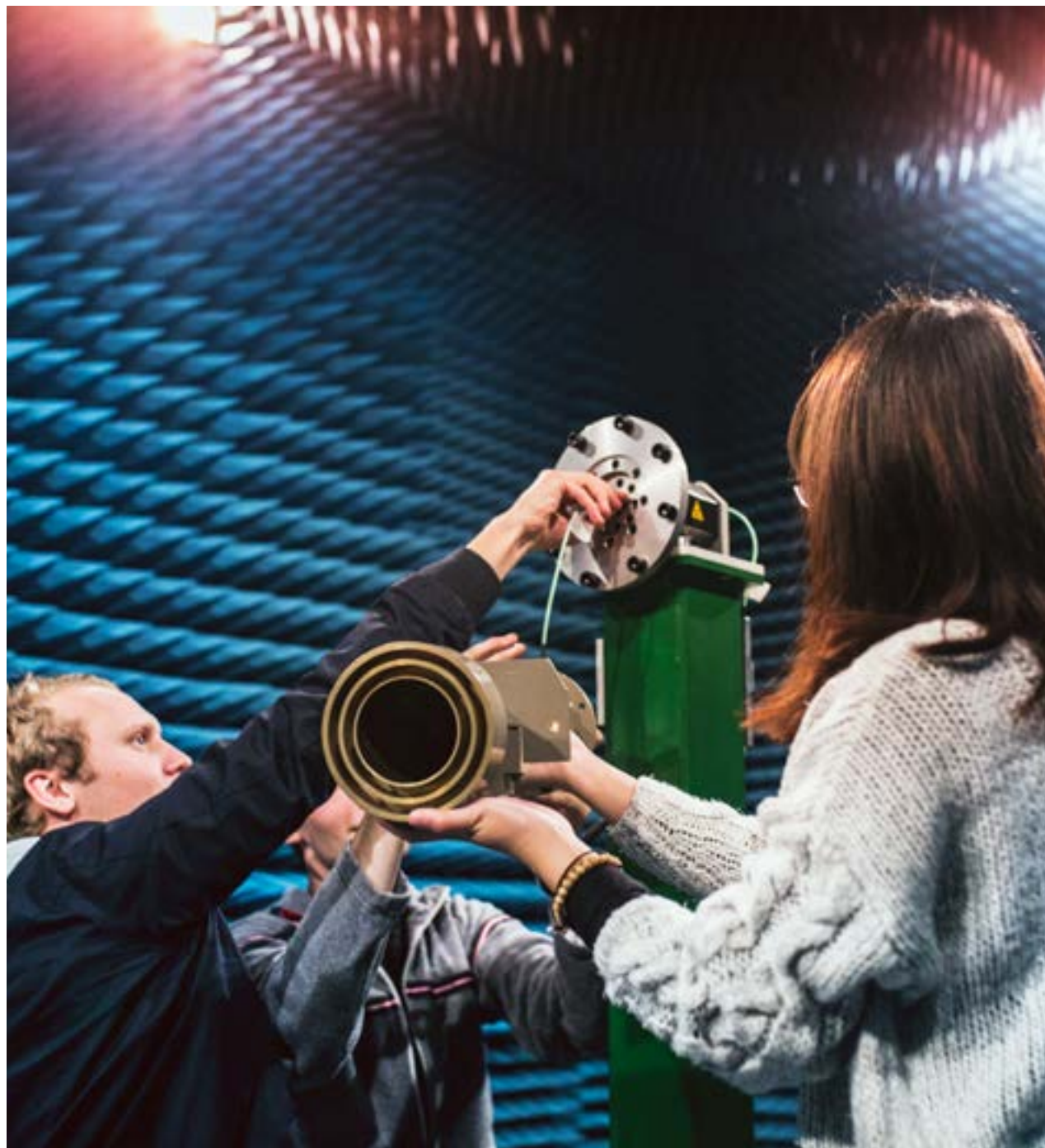
Verka i en dynamisk miljö.

Jobba i tvärvetenskapliga och mångvetenskapliga miljöer.

Delta i strategiska allianser och nätverk för kunskapsutbyte och samarbete.

Visa respekt och öppenhet för olika uppgifter och kulturer.

Medarbetarna är delaktiga och bidrar till verksamheten.



Fokusområde – I hjärtat av Sverige

Vårt läge i Stockholmsregionen, en av de mest innovativa regionerna i världen, ger unika förutsättningar till samverkan. Regionen är ett nav för techbolag och startups. Den svenska modellen med goda arbetsvillkor, jämställdhet och balans mellan arbete och fritid ger KTH särskilda förutsättningar i ett internationellt perspektiv.

Exempel att ta med i kommunikationen

Stockholmsregionen och Sverige är en plats där anställda:

Har goda möjligheter till samverkan med näringslivet, organisationer, samhället och Stockholm Stad.

Får verka på campus som är strategiskt belägna nära ledande företag och organisationer.

Forskare äger resultaten av sin egen forskning och har frihet att kommersialisera sina upptäckter.

Erbjuds en inkluderande och jämställd arbetsmarknad.

Har närhet till naturen, både skog och hav.



Kommunikationens jobb i medarbetarresan

Kommunikationen av arbetsgivarvarumärket utgår från medarbetarresans olika faser; attrahera, rekrytera, introducera, utveckla och motivera samt avsluta.

För att stärka arbetsgivarvarumärket behöver KTH skapa relevant kommunikation samt aktiviteter som ger en röd tråd genom resans samtliga faser.

Innan du börjar kommunicera arbetsgivarvarumärket genom medarbetarresans olika faser läs gärna strategin för kommunikation av KTH:s arbetsgivarvarumärke.





Exempeluttag varumärkesstärkande annonser för KTH som arbetsgivare



Välkommen till KTH – en arbetsplats där individer och innovationer utvecklas

En hållbar framtid behöver nyfiken och engagerade medarbetare som får möjlighet att utvecklas och växa. Genom utbildning och forskning i framkant skapar vi tillsammans med näringsliv och samhälle hållbara lösningar på några av mänsklighetens största utmaningar. Välkommen till KTH – en arbetsplats där individer och innovationer utvecklas. Tillsammans för vi kunskapen framåt.

Läs mer på www.kth.se/om/work-at-kth



Welcome to KTH – a workplace where individuals and innovation develop

A sustainable future requires inquisitive and committed employees who are given the opportunity to develop and grow. Through first class education and research, we create sustainable solutions to some of humanity's greatest challenges, together with society and the business community. Welcome to KTH – a workplace where individuals and innovation develop. We drive knowledge forward together.

Exempeluttag platsannonser i social medier

 Kungliga Tekniska högskolan
162 963 följare
Marknadsfört

En hållbar framtid behöver nyfikna och engagerade medarbetare. På KTH tar vi stöd av varandra för att driva kunskapen framåt. Välkommen till en arbetsplats där individer och innovationer utvecklas.



Vi söker /rolltitel/
till /enhet/

Skicka din ansökan senast 15 februari
kth.se/jobb [Ansök nu](#)

 Kungliga Tekniska högskolan
162 963 följare
Marknadsfört

A sustainable future requires inquisitive and committed employees. At KTH, we support each other to drive knowledge forward. Welcome to a workplace where innovation and individuals develop.



We are looking for /job
title/to/department

Submit your application by February 15
kth.se/en/om/work-at-kth [Apply now](#)


 Kungliga Tekniska högskolan
162 963 följare
Marknadsfört

På KTH utvecklas både individer och innovationer. Tillsammans för vi kunskapen framåt.




Vi söker /rolltitel/
till/enhet/

Skicka din ansökan senast 15 februari
kth.se/jobb [Ansök nu](#)

 Kungliga Tekniska högskolan
162 963 följare
Marknadsfört

Individuals and innovation develop at KTH. We drive knowledge forward together.



We are looking for /job
title/to/department

Submit your application by February 15
kth.se/en/om/work-at-kth [Apply now](#)

Exempeluttag hälsning

Färgkodning fokusområden

Forskning och utbildning som förändrar

Starkare tillsammans

Hållbar kultur och arbetsmiljö

Tack för terminen

Sommaren står för dörren och det är snart dags att njuta av välförtjänt ledighet. Jag vill rikta mitt stora, varma tack till er som varit med och lyft verksamheten under året.

Jag är lika delar stolt som tacksam över alla *engagerade, kompetenta medarbetare*. Utan er, ingen utveckling – *delaktighet* och *drivet* syns i många skiftande skepnader. Låt oss fortsätta göra varandra bättre varje dag, *tillsammans bidrar vi alla* till ett konkurrenskraftigt KTH.

/Här beskriver du din verksamhet och vilka resultat som uppnåtts under perioden som gått/

Jag ser vår arbetsmiljö och kultur som en nyckel till hur vi tar oss an vardagens sysslor och levererar bra tillsammans. Engagemanget vittnar om att *vi alla vill* och kan *bidra till ett ledande KTH*: det är *gemensamt vi lyckas flytta gränser, skapa samhällsnytta* och forma framtiden.

Återigen – mitt varmaste tack för terminen som gått. Öppna dörren, gå ut i sommaren.



