

EMPLOYER BRANDING VOOR MKB



DE HUIDIGE ARBEIDSMARKT

De arbeidsmarkt van tegenwoordig is lastig, en dat weten we allemaal. Veel functies zijn moeilijk te vervullen en bedrijven moeten tegen elkaar concurreren om het juiste talent binnen te halen. De vraag hierbij is dan wat zij als organisatie kunnen doen om zo efficiënt mogelijk nieuwe medewerkers te werven. Ouderwetse campagnes werken misschien nog wel, maar in de digitale maatschappij van nu kom je er niet ver meer mee.

Mensen zijn op zoek naar identiteit, ze willen zich herkennen in een organisatie en willen weten waarom ze een product van dat bedrijf zouden willen kopen. Hetzelfde werkt voor het accepteren van een baan: mensen willen weten waarom ze zo graag bij jou zouden willen werken in plaats van bij een ander. Daarnaast kijken kandidaten veel vaker online: via zoekmachines als Google of social media als LinkedIn.

ACTUELE ARBEIDSMARKTCIJFERS

Bron: Centraal Bureau Statistiek

251K
vacante
vacatures

1.7mjn
MKB-
bedrijven

330K
werk-
zoekenden

62%
doet eerst online
onderzoek naar
de werkgever

86%
van de bevolking
heeft een online
profiel

WAT IS EMPLOYER BRANDING?

Het positioneren van jouw organisatie als werkgever op de arbeidsmarkt, dat is employer branding. Door te kijken waar je sterke punten als werkgever liggen, welke ambities je als organisatie hebt en deze twee zaken sterk te combineren, kom je met een krachtig verhaal om aan je doelgroep te presenteren. Uiteraard moet je dan ook goed weten wie je doelgroep precies is. Door in gesprek te gaan met het personeel dat je al in huis hebt kun je een goed beeld krijgen wie de mensen zijn waar je op de arbeidsmarkt naar op zoek bent en hoe je hen het beste kunt bereiken.

Vaak wordt de employer branding van een bedrijf opgepakt door de HR-afdeling van de organisatie. Zij hebben immers inzicht in de arbeidsmarkt en weten alles van recruitment. Het kan ook zo zijn dat een organisatie een extern bureau inhuurt die voor grote bedragen een gehele employer branding campagne voor ze opzet. Maar bij ETown vinden we niet dat employer branding alleen voor grote organisaties is die een groot budget hebben, daarom zijn wij gekomen met Employer Branding voor MKB.

SPECIAAL VOOR MKB

Wij zijn ervan overtuigd dat MKB flink kan profiteren van het ontwikkelen van een sterk werkgeversmerk.

Employer Branding hoeft geen enorme investering te zijn zoals veel organisaties denken. De kern ervan ligt namelijk bij het achterhalen van de kwaliteiten en de boodschap van je bedrijf. Daarnaast is het belangrijk om je kandidaten doelgroep goed te leren kennen. Dit heb je allemaal al in huis.

Wat je vervolgens met deze informatie doet kun je zo gek maken als je zelf wilt. Als MKB'er kun je dus al flinke stappen zetten door je online consistente en sterker te profileren bij je kandidaten doelgroep. En daar helpen wij je graag bij!

STAPPENPLAN

STAP 1 - STRATEGIE SESSIE

STAP 2 - INTERN ONDERZOEK

STAP 3 - BRAND CONCEPT

STAP 4 - BRAND ACTIVATIE

STAP 5 - BRAND MANAGEMENT

STAP 1: STRATEGIE SESSIE

Met behulp van het ETown Employer Brand Strategy Model gaan we 2 uur samen sparren over de welke doelen de organisatie heeft, en welke personeelsdoelen daar bij horen. We brengen in kaart wie de ideale match is bij de organisatie en waar deze kandidaat zich online bevindt.

Ook kijken we tijdens deze sessie wat de wederzijdse verwachtingen zijn en hoe we ervoor kunnen zorgen dat we optimaal resultaat behalen met het Employer Branding traject.

Het perfect startpunt van een sterk werkgeversmerk.

STAP 2: INTERN ONDERZOEK

Wanneer de managementvisie helder is, gaat onze professional in gesprek met de medewerkers.

- Waarom hebben zij voor jou gekozen?
- Wat vinden zij de sterke kanten van jouw organisatie?
- Hoe kijken zij aan tegen de organisatiecultuur?
- Waardoor werken zij nog steeds met plezier bij jouw organisatie?
- Hoe vertellen zij aan anderen over hun werk?

Met behulp van deze input kijken we waar nog kansen liggen in het werkgeverschap, en welke punten we kunnen gaan vormen tot een sterk merk.

90%

van de sollicitanten oriënteert
zich via de recruitmentwebsite
van organisaties op een
eventuele nieuwe job.

Bron: Centraal Bureau Statistiek

STAP 3: BRAND CONCEPT

Na het afronden van de onderzoeksfase trekt onze professional zich terug om alle informatie te analyseren. Van daaruit wordt een brand concept gevormd. Daarin staat:

- Wat de sterke punten zijn van de organisatie;
- Wie de ideale kandidaat is en hoe deze zich oriënteert;
- Hoe sterk de interne werkgeversbeleving is en waar nog kansen zitten om de betrokkenheid te vergroten;
- Hoe de organisatie de werkgeversboodschap het best kan gaan communiceren.

STAP 4: BRAND ACTIVATIE

Nu het merk op papier staat en is besproken met het management, moet het nog geactiveerd worden.

Hierbij kun je denken aan:

- Het realiseren of optimaliseren van een online werkenbij-omgeving;
- Opstellen van een content plan en social media strategie;
- Creëren van content zoals employee stories (medewerkersverhalen) en het schrijven van blogs;
- Verzamelen van beeldmateriaal zoals foto's, visuals en video's;
- Het inzetten van de medewerkers als ambassadeurs d.m.v. een referral recruitmenttraject.

STAP 5: BRAND MANAGEMENT

Na de lancering van het merk is het belangrijk dat het Employer Brand consistent gecommuniceerd wordt. Dat noemen we brand management.

Door actief aanwezig te zijn op online kanalen door middel van krachtige content, versterk je niet alleen je merkbeleving maar vergroot je ook je naamsbekendheid onder je kandidaten doelgroep.

We maken een contentplanning en helpen in overleg met het creëren en plaatsen van content op de lange termijn. Denk hierbij aan blog posts, social media berichten, foto's, video's en andere visuele content.

60%

MINDER WERVINGSKOSTEN

50%

WIL NIET WERKEN BIJ EEN
BEDRIJF MET EEN ZWAK MERK

96%

VINDT BEDRIJFSWAARDEN
ZEER BELANGRIJK

Bron: Centraal Bureau Statistiek

OVER E-TOWN

ETown Recruitment Services is een recruitmentbureau uit Eindhoven. Samen met onze specialisten zorgen we ervoor dat we onze klanten zo compleet mogelijk kunnen helpen bij hun recruitment.

Daarnaast leveren wij maatwerk: we kijken wat jouw behoeftes zijn en passen onze dienstverlening daarop aan.

BASIS TRAJECT

In het basistrace Employer Branding doorlopen wij de eerste drie stappen zoals in deze whitepaper beschreven staan:

1. Strategie sessie van twee uur met het management, waarbij we het ETown Employer Brand Strategy Model inzetten om jouw doelen en wensen te verhelderen;
2. Intern werkgeversmerkonderzoek, inclusief het interviewen van tien medewerkers. Meer interviews voor een krachtigere formulering van het werkgeversprofiel kosten €100,- per stuk extra.
3. Concept Employer Brand: een volledige analyse van alle resultaten en een sterk concept van jouw werkgeversmerk.

Dit concept presenteren we in een sessie met het management. Daarin verhelderen we wat we precies gedaan hebben, welke resultaten uit het onderzoek zijn gekomen en wat daar concreet mee kan worden gedaan.

In die sessie geven we ook aan hoe we nu van een merkconcept naar een actief werkgeversmerk kunnen gaan.

€3000,- excl. BTW

VERVOLG STAPPEN

Om het merk te activeren in de organisatie en op de arbeidsmarkt, kunnen er verschillende activiteiten worden ondernomen. Om hier een helder beeld van te geven hebben we hiernaast een aantal van deze opties opgesomd.

We maken er zo een mooie lancering van zodat het nieuwe Employer Brand direct sterk op de arbeidsmarkt wordt gezet.

Na de merkactivatie is het belangrijk dat de organisatie actief aanwezig blijft op diverse kanalen om de doelgroep te blijven prikkelen. Dit kunnen wij als ETown begeleiden.

Deze werkzaamheden worden in overleg verricht en maken geen deel uit van het basistrace. De kosten hiervan zullen achteraf per maand in rekening worden gebracht.

- Online omgeving inrichten, gericht op kandidaten (recruitmentwebsite of werkenbij-pagina);
- Schrijven van sterke teksten, maken van krachtig beeldmateriaal (foto en/of video);
- Vacatureteksten herschrijven, afgestemd op het nieuwe werkgeversmerk;
- Kick-off organiseren voor het personeel om het nieuwe Employer Brand te introduceren;
- Een bericht schrijven dat naar je netwerk kan worden gestuurd om het merk te lanceren.