

WERK WAAR  
JE BLIJ VAN  
WORDT 

# ARBEIDSMARKT COMMUNICATIE

*Werkgeversmerken  
waar je blij van wordt*



**Schwung**

**MERK WAAR  
JE BLIJ VAN  
WORDT** 

## **EMPLOYER BRANDING IN EEN OOGOPSLAG**

Schwung is specialist in het werken aan merken.

We ontwikkelen werkgeversmerken voor onze opdrachtgevers en helpen ze bij het vinden en binden van medewerkers. Hoe we dat doen lees je in dit artikel.

### **SCHEMA ARBEIDSMARKTCOMMUNICATIE**

Het werken aan (werkgevers)merken is overigens iets wat niet zomaar op basis van een 'one-size-fits-all' model kan worden uitgevoerd. Iedere case staat op zichzelf. Wel merken we dat het handig is als er een praatmodel ligt. Op basis daarvan is de draai naar maatwerk makkelijk gemaakt. Zie de volgende pagina's waarin we de aanpak voor uitwerken.



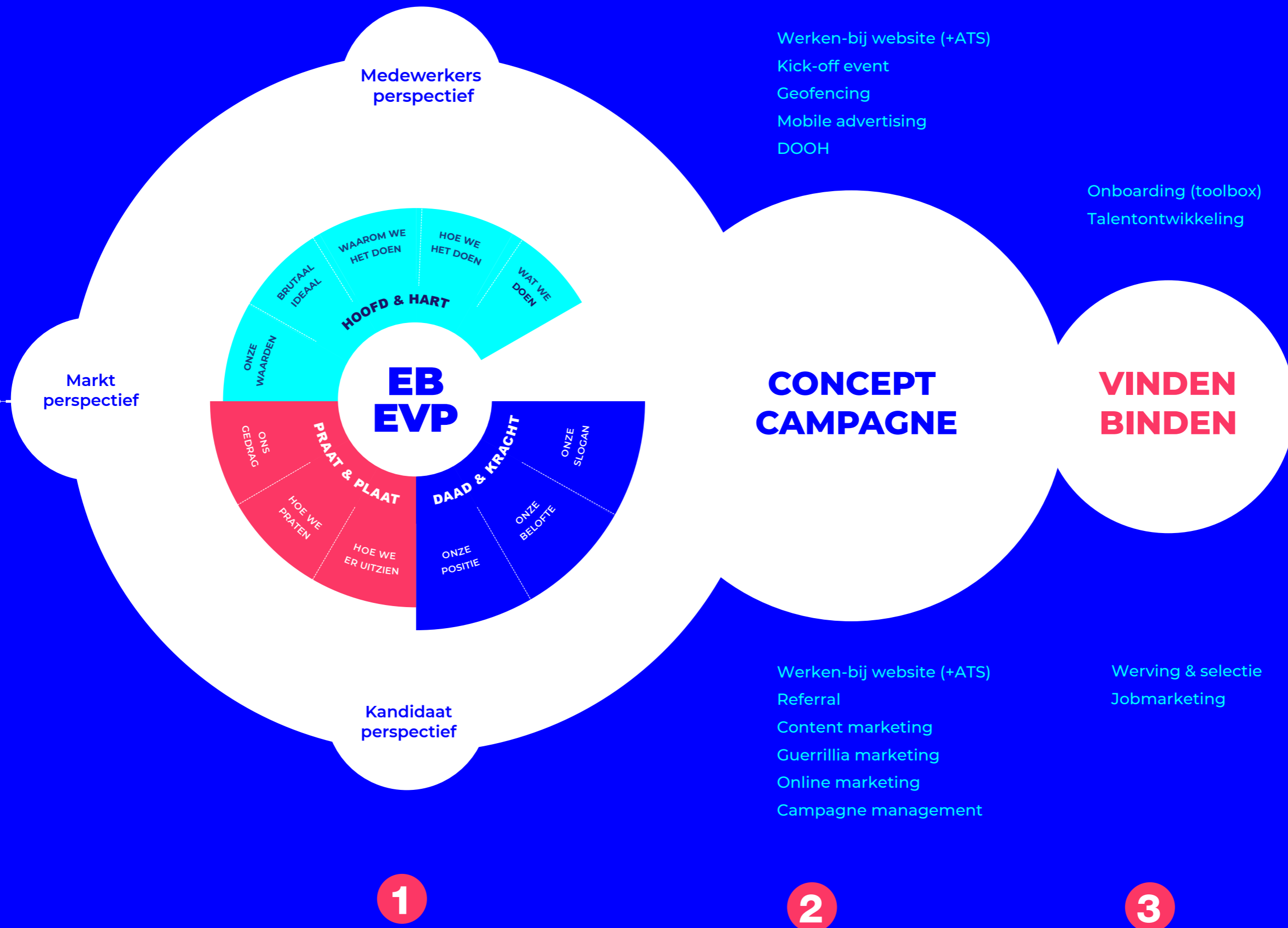
### **Nick de Cock**

Ik loop al wat jaren mee in de wereld van communicatie. Een prachtig vak waarin vernieuwing en creativiteit me steeds blijven fascineren. Zo nu en dan die me opvallen. Graag deel ik die. Niet vanuit de ambitie wetenschappelijke verhalen te vertellen. Wel om te prikkelen. Heb jij er een mening over? Neem gerust contact met me op.

06 53 94 78 49

# WERKGEVERSMERK

## EN ARBEIDSMARKTCOMMUNICATIE



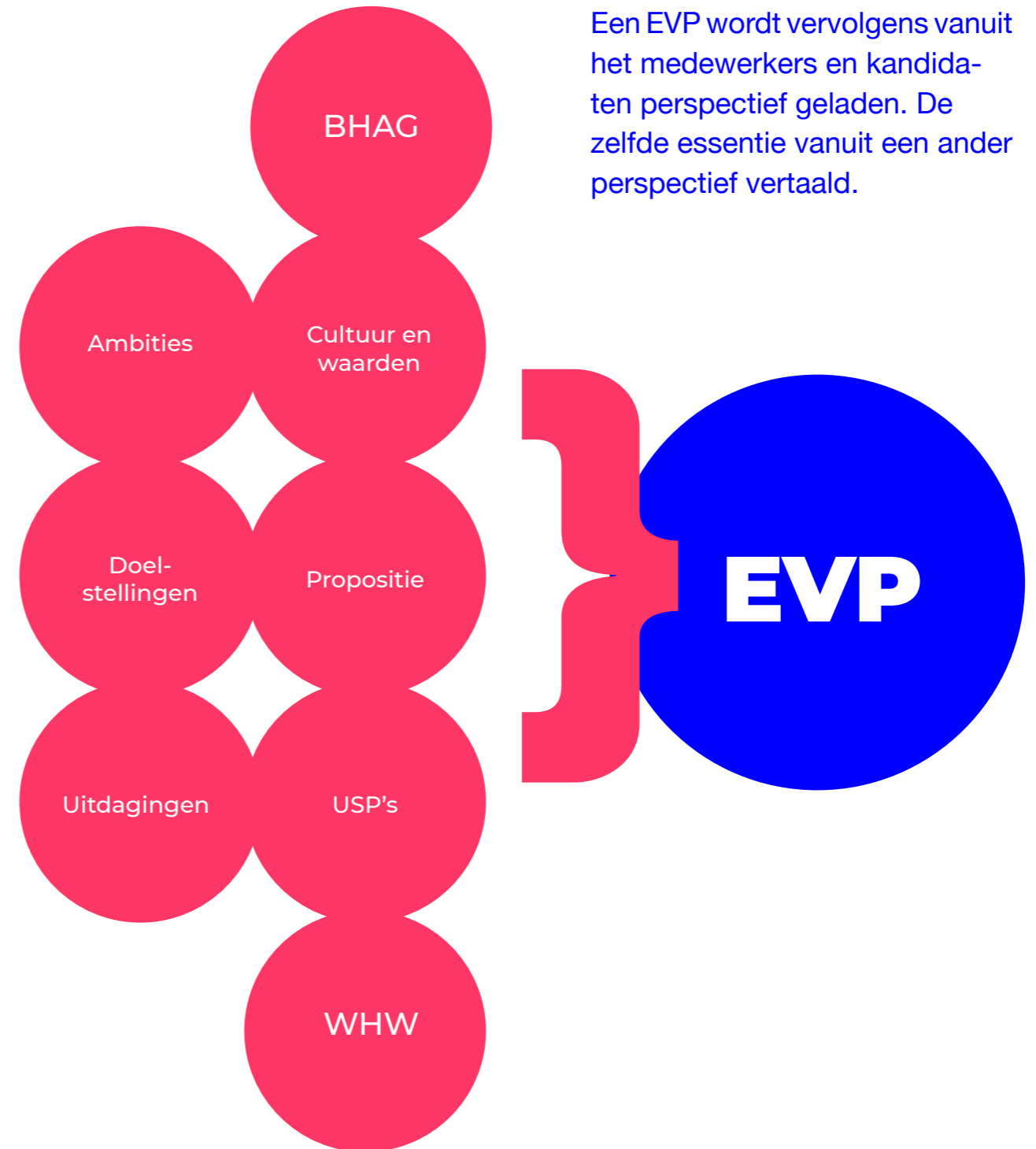
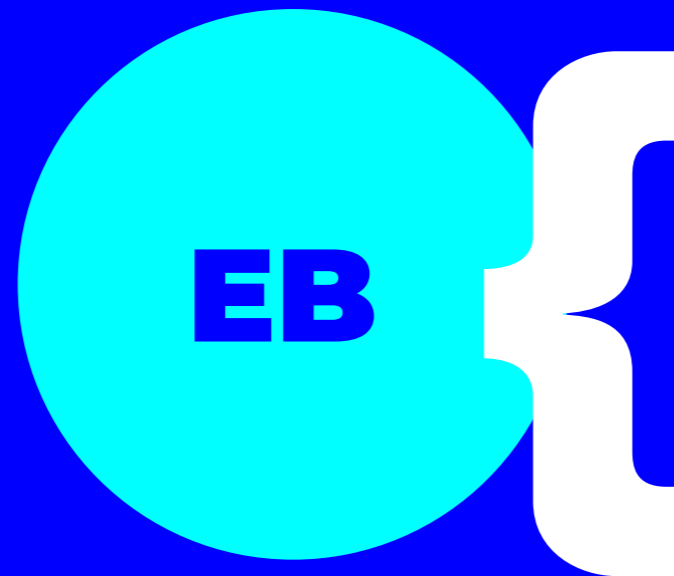
1

# ONTWIKKELEN VAN EEN EMPLOYER BRAND

Het werken aan een employer brand (werkgeversmerk) is eigenlijk niet veel anders dan wat je doet bij het ontwikkelen van een corporate merk. In beide gevallen ligt de focus op het 'zijn' van de organisatie. Er wordt rekening gehouden met 'the big picture'. De ambitie, omgeving, omstandigheden, stakeholders en concurrenten en nog veel meer.

Vanzelfsprekend ligt het accent meer op het typeren van de bedrijfscultuur en medewerkers. Wat heb je in huis, wat zoek je voor mensen. Door zuiver te typeren waar de gemeenschappelijke energie en kwaliteit zit verbind je bestaande medewerkers. Zet ze in hun kracht. Daarmee etaleer je een helder merkbeeld. En wordt het makkelijk de juiste mensen aan je te binden.

Medewerkers  
komen voor het  
werk én het merk!



## EVP

Hierin staat de essentie van het werkgeversmerk. De waarde en belofte die je doet.

Een EVP wordt vervolgens vanuit het medewerkers en kandidaten perspectief geladen. De zelfde essentie vanuit een ander perspectief vertaald.

2

## ONTWIKKELEN VAN EEN CAMPAGNE- CONCEPT

Als het (werkgevers)merk eenmaal gedefinieerd is gaan we op zoek naar een inhoudelijke en visuele vertaling. Het helpt in de communicatie als de boodschap consistent en eenduidig gebracht wordt.

Eerst brengen we de inhoud terug tot de kern in de vorm van een campagne slogan en een beeldconcept. Het concept sluit aan op het corporate merk. En legt specifiek het accent op het werkgeversmerk en arbeidsmarkt communicatie.

### CAMPAGNE CONCEPT

Beeld-  
concept

Slogan

Interne  
campagne

Referral  
campagne

Externe  
campagne

Werken-bij website (+ATS)  
Kick-off event  
Geofencing  
Mobile advertising  
DOOH  
Referral  
Content marketing  
Guerrilla marketing  
Online marketing

De opbouw van de campagne is klantspecifiek. Hangt sterk samen met wat er is. Als er nog geen echt 'trots wij gevoel' is bij de huidige werknemers start het werk daar. En ontwikkelen we middelen om deze trots te activeren. Het aantrekken van nieuwe medewerkers (en het behouden van bestaande) valt of staat daarmee.

Cool Blue is daar een mooi voorbeeld van. Daar weten ze de 'alles voor een glimlach' zowel intern als extern heel sterk te vermarkten. Maar ook de 'kips leverworst' campagne doet dat goed. Daar zie je een trotse medewerker op feestjes -ondanks dat er steeds lachwekkend over kips wordt gedaan- het merk aanprijzen. De trots voor zijn werkgever straalt er van af.

## ARBEIDSMARKT- BEWERKING

De uitrol van de campagne en de kanalen die er gekozen worden zijn per campagne specifiek. Het hangt af van de ambitie, de uitdaging, het budget het aantal openstaande vacatures. Nevenstaand een aantal mogelijkheden op een rij.

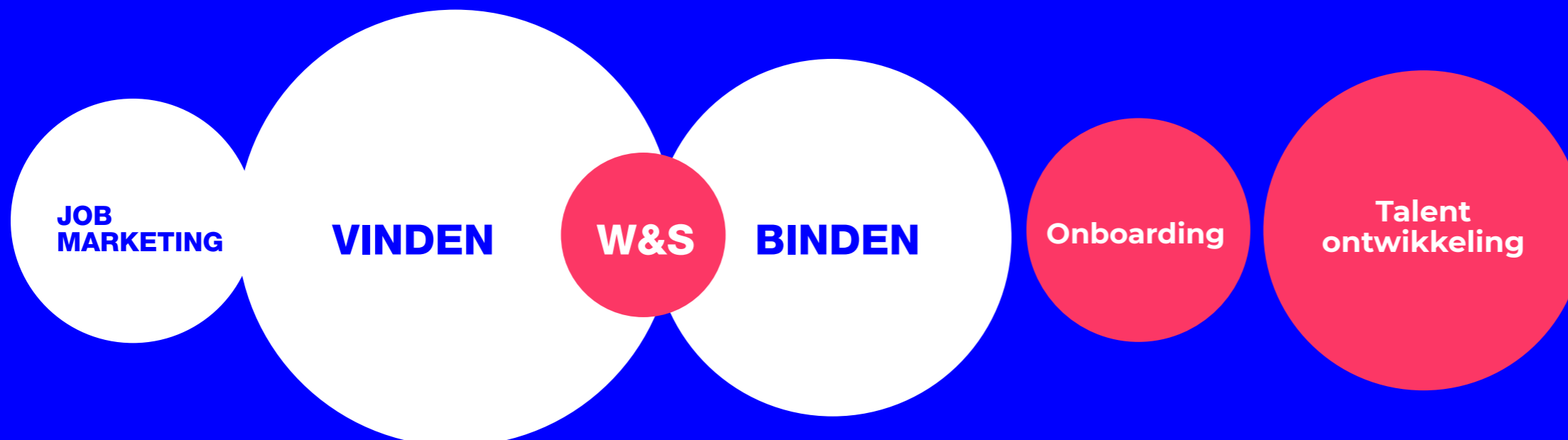
### JOB MARKETING

Om de juiste kandidaten te werven, zullen de juiste kanalen moeten worden ingezet. We leven in een online wereld waarin er steeds meer en steeds sneller nieuwe kanalen en vormen van (social) media bijkomen om vacatures op te plaatsen. De kunst is om per vacature (en per werkgever) de meest geschikte kanalen te selecteren en op de juiste manier in te zetten. Bovendien kan het enorm veel geld schelen als je hier de juiste keuzes in maakt en op een slimme manier inkoopt.

### ONBOARDING

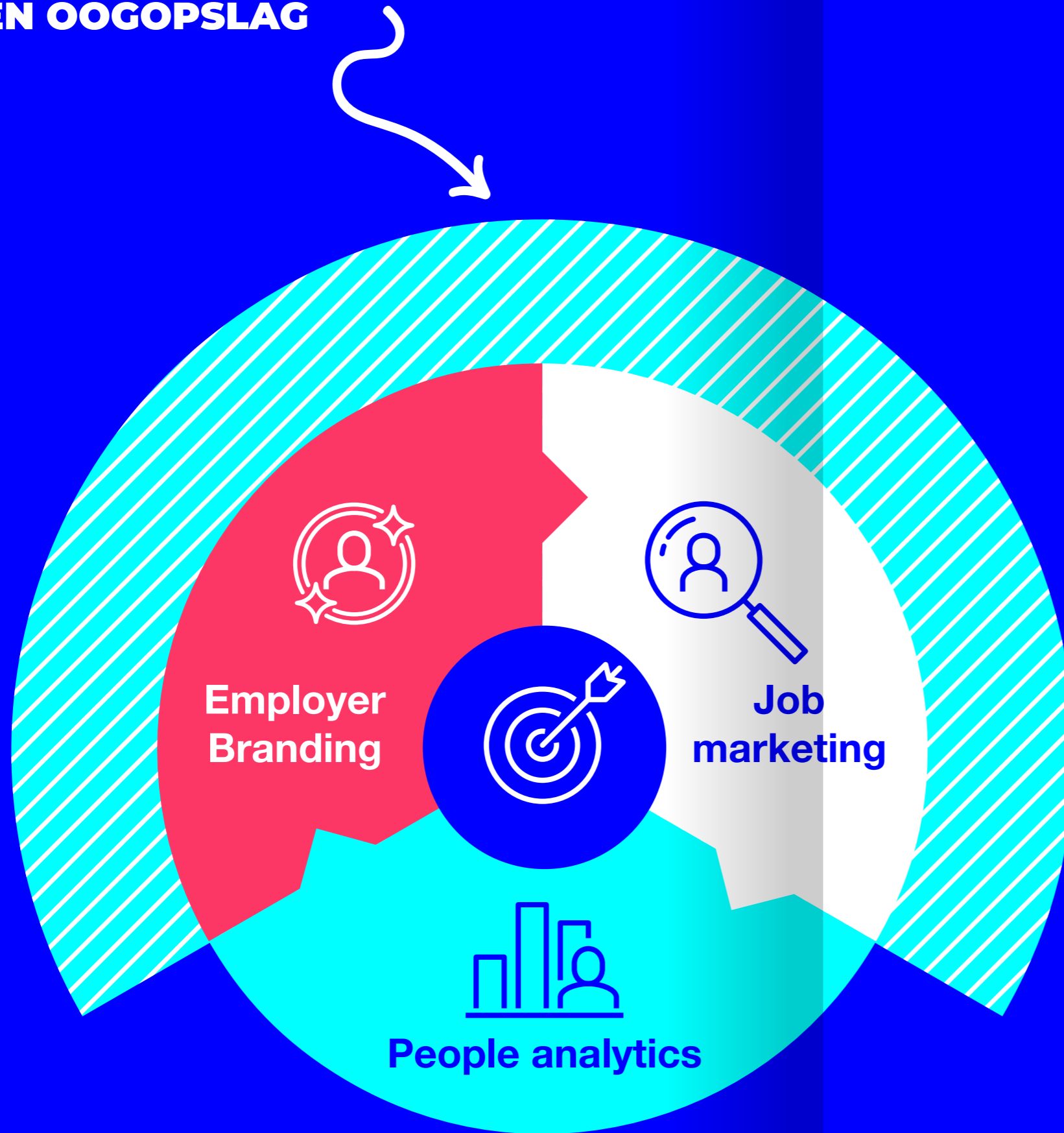
Een goed begin is het halve werk. Maar communicatie stopt niet bij het vinden van medewerkers. Onboarding is een wezenlijk onderdeel van het proces. Het zijn soms open deuren. Maar toch... het effect is groot.

- welkom / buddy
- wie wat waar
- personeelsvereniging
- ontmoet je collega's
- kernsystemen
- hr afdeling
- en meer...



# EMPLOYER BRANDING

IN EEN OOGOPSLAG



## BRANDING / MARKETING / PEOPLE ANALYTICS

Echte arbeidsmarktcommunicatie gaat verder dan alleen het in de etalage zetten van een uitdagend werkgeversmerk. Het is het begin van een structurele focus op het vinden, binden en ontwikkelen van de juiste medewerkers die samen organisatie doelen realiseren. Schwung is sterk in Employer branding en job marketing. Voor analytics tak haken we graag specialistische partners aan.

## SNIJVLAK HR EN COMMUNICATIE

Arbeidsmarktcommunicatie is een werkveld die zich begeeft op het snijvlak van HR en communicatie. Vanuit de expertise van Schwung leggen wij de focus op het creatieve en communicatie-deel van het werkgevers-merk-werk. Maar geven ook handvatten en jargon om het werkgeversmerk te embedden in de organisatie. Het helpt daarbij als HR al van begin af aan is aangehaakt. Samen maken we het sterker.

WERK WAAR  
JE BLIJ VAN  
WORDT 

# EMPLOYER BRANDING

Vragen over employerbranding?  
Op zoek naar een gaaf concept of  
werken-bij website?  
Bel met Nick 06 53 94 78 49

## DE BLIJMAKERS VAN SCHWUNG. 013-4620240



**Peter Cuunders**  
Art-director  
peter@schwungreclame.nl



**Nick de Cock**  
Merkstrateeg  
nick@schwungreclame.nl



**Nancy Versteden**  
Projectadministratie  
nancy@schwungreclame.nl



**Liesbeth Rutten**  
Projectmanager/Scrum  
liesbeth@schwungreclame.nl



**Gijs Biekens**  
Online marketing  
gijs@schwungreclame.nl



**Arjan Hoogervorst**  
Webdevelopment  
arjan@schwungreclame.nl