Werknemers aantrekken én behouden

Een handleiding voor employer branding in de social profit

INHOUD

Wat kan je verwachten in deze handleiding?

1. ‘Wat is employer branding?’: een korte definitie (p3)
2. Waarom zou jij als werkgever aan employer branding doen? (p4)
3. Aandachtspunten: Waar moet je op letten bij jouw employer brand? (p5)
4. Op welke factoren kan je best inzetten? (p6 & p7)
5. Een aantal praktische tips: welke acties kan je al ondernemen? (p8 en p9)
6. Hoe kan je jouw employer brand promoten? (p10)
7. Employer branding in de praktijk (p11)
8. Organisaties die jouw employer brand kunnen ondersteunen (p12)
9. Interessante literatuur (p13)
10. Dankwoord (p14)

Employer branding omvat ALLE acties die de werkgever onderneemt om aantrekkelijk te zijn voor...

huidige werknemers & **potentiële werknemers**

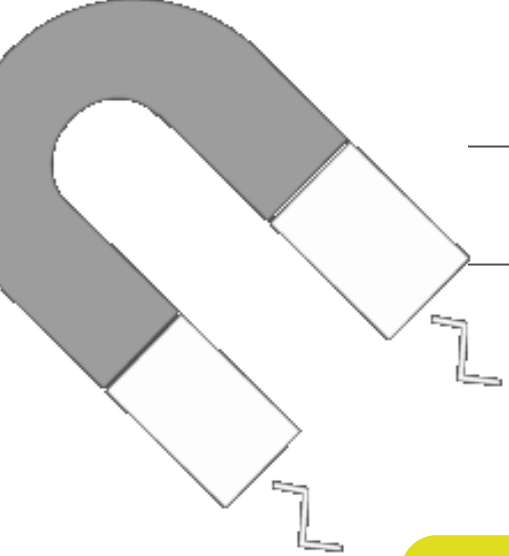
WAAROM?

Waarom zou jij als werkgever aan employer branding doen?

① Een succesvol employer brand **trekt** meer gekwalificeerde werknemers **aan.**

② Je werknemers zullen **beter presteren** als ze het employer brand aantrekkelijk vinden.

③ Een aantrekkelijk employer brand is een ideaal **retentiemiddel** doordat het de werksfeer bevordert.



AANDACHTSPUNTEN

Waar moet je op letten bij jouw employer brand?

1. AUTHENTICITEIT

Behoud steeds de **eigenheid** van je organisatie. Ga je bijvoorbeeld niet plots anders gedragen, want dat komt niet geloofwaardig over. Laat je werknemers zien dat je het **écht** meent, zo zal jouw employer brand succesvol zijn.

2. CONSISTENTIE

Zorg voor consistentie in je beleid. Wanneer je jezelf tegenspreekt, zal er verwarring ontstaan. Deze consistentie kan je doortrekken **in al je acties**. Bijvoorbeeld: gebruik eenzelfde opmaak voor al je documenten.

3. DUIDELIJKE COMMUNICATIE

Duidelijk communiceren is de sleutel tot een goed employer brand. Laat duidelijk weten wat je kan en niet kan doen voor je werknemers, nu en in de toekomst. Zonder duidelijke communicatie zullen werknemers verward zijn en geef je hen misschien verkeerde verwachtingen.

OP WELKE FACTOREN KAN JE BEST INZETTEN?

Bevraag je medewerkers! Het is voordelig te weten wat jouw medewerkers belangrijk vinden in een employer brand. Door ze te bevragen kan je inzetten op concrete acties die jouw employer brand te goede zullen komen.

Hoe doe je dit?

Op de website van HRwijs staat een tool die je kan helpen een medewerkersbevraging op te zetten. Bekijk de tool hier.

OP WELKE FACTOREN KAN JE BEST INZETTEN?

Factoren die werknemers aantrekkelijk vinden in een werkgever

JOUW UNIEKE FACTOREN

Zet in op factoren die jouw organisatie uniek maken. Deze factoren zullen er voor zorgen dat je opvalt op de arbeidsmarkt en dat interne werknemers fier zijn op hun werkgever.

INSPRAAK

Onderzoek toont aan dat werknemers meer tevreden zijn over hun organisatie als werkgever wanneer ze enige inspraak krijgen in hun jobinhoud en taakverdeling. Hierop inzetten kan jouw employer brand aantrekkelijker maken.

WAARDERING

Toon waardering voor de inspanningen die jouw werknemers leveren. Dit kan aan de hand van een simpel gebaar zoals een kaartje of erkenning voor het werk dat gedaan wordt.

...

Deze tips komen uit een algemeen onderzoek. We raden je aan om eerst en vooral in te zetten op de acties die uit een bevraging van jouw eigen medewerkers komen.

EEN AANTAL PRAKTISCHE TIPS

Welke acties kan je al ondernemen?

* **Werknemers als ambassadeurs:** laat jouw werknemers aan het woord over het employer brand. Jouw werknemers zullen zich gewaardeerd voelen en externen gaan het employer brand sneller geloven. Dit kan je bijvoorbeeld doen aan de hand van een filmpje of artikel.
* Maak een **bedrijfspagina** aan op Facebook en/ of LinkedIn waarop je de activiteiten voor je medewerkers en cliënten kan delen.
    * Bekijk hier de handleiding om een bedrijfspagina op Facebook te maken.
    * De handleiding om een sterke bedrijfspagina op LinkedIn te maken vind je hier.
* **Complimentencultuur**: zorg voor een cultuur waar werknemers elkaar complimenten geven voor het werk dat ze leveren, maar ook voor persoonlijke kenmerken. Dit kan je bijvoorbeeld doen aan de hand van een complimentendag waarop jijzelf de aanzet geeft door iedereen een compliment te geven aan de hand van een kaartje. Je kan hier creatief mee zijn.
* Benoem je **unieke factoren op je vacatures**. In het deeltje 'wat bieden wij jou', waaronder bijvoorbeeld maaltijdcheques vermeld worden, kan je jouw unieke factoren vermelden. Heb je een goede werksfeer, een uitgebreid VTO-beleid of leuke teamdagen, vermeld het! Zo zal je jezelf onderscheiden.
* Onderhoud **contacten met onderwijsinstellingen.** Zij kunnen zorgen voor stages en zorgen ervoor dat schoolverlaters jou kennen. Het ideale kanaal voor instroom met andere woorden.

EEN AANTAL PRAKTISCHE TIPS

Welke acties kan je al ondernemen?

* Laat je **medewerkers meedenken** over veranderingen in jullie organisatie. Stel bijvoorbeeld een werkgroep op, die samen nadenkt over de toekomst van de organisatie. Deze werkgroepen kunnen ook werken rond luchtige thema's, zoals de teamdag. Werknemers zullen zich geapprecieerd voelen en jij hebt een berg aan ideeën erbij.
* Ontvang nieuwe werknemers met **een sterk onthaalbeleid**. Een eerste indruk is heel belangrijk, zorg er dus zeker voor dat deze positief is. Je kan bijvoorbeeld werken met het meter- / peterschap en een kaartje sturen om de nieuwe medewerker succes te wensen met zijn/haar eerste werkdag. Wil je meer over onthaal weten? Bezoek de website van HRwijs.
* Doe aan **intervisie**. Bekijk eens wat de 'concurrentie' doet. Je kan elkaar nog inspireren.
* Zorg voor een **duidelijke, aantrekkelijke website**. Sollicitanten krijgen een eerste blik op de organisatie als werkgever via de website. Verzorg een webpagina 'werken bij…' waar je jezelf als werkgever voorstelt. Hier kan je ook weer je werknemers aan het woord laten aan de hand van een artikel of filmpje.
* Doe een **HRscan in huis**. De HRscan is een tool die de werkpunten van jouw medewerkersbeleid in kaart brengt aan de hand van een vragenlijst die ingevuld wordt door jouw medewerkers. Aan de hand van de resultaten kan je aan de slag met concrete acties die jouw employer brand te goede zullen komen. Wil je meer weten over de HRscan? Bekijk het hier.
* …

HOE KAN JE JOUW EMPLOYER BRAND PROMOTEN?

Een aantal praktische tips

INTERN

Het intern promoten van je employer brand is cruciaal. Een employer brand kan pas succesvol zijn als het intern doorleefd wordt. Communicatie is dé sleutel in interne branding! Maak gebruik van je aantrekkelijke factoren in je communicatie. Wanneer werknemers zich één voelen met je merk, zullen ze het uitdragen en extern promoten. De communicatie kan verlopen via verschillende kanalen: intranet, tijdens gesprekken, dagelijkse communicatie, interne nieuwsbrief ...

EXTERN

Het extern promoten van je employer brand kan op verschillende manieren. De eerste manier is hierboven reeds vermeld: je kan je werknemers inschakelen als ambassadeurs van jouw employer brand. Je kan ze aan het woord laten over jou als werkgever in een kort filmpje / artikel op jullie website of sociale mediakanalen. Dit kan je ook zelf doen door focus te leggen op jouw organisatie als werkgever in plaats van jouw organisatie als dienstverlener. Ook dit kan je op allerhande (sociale) media doen.

EMPLOYER BRANDING IN DE PRAKTIJK

“Ik heb de vraag gesteld ‘wat maakt dat jullie hier graag komen werken?’. Werksfeer, kansen, ondersteuning, vertrouwen, autonomie, etc. kwamen onder ander naar voor. ‘…’ We doen het dus niet zo slecht denk ik. Met deze antwoorden wil ik graag iets doen. Ik wil graag hun aan het woord laten over ons employer brand.”

- Yves De Paepe, HR-coördinator bij medisch pedagogisch centrum Sint-Franciscus

“Wij luisteren naar onze medewerkers. Maar sommige dingen kunnen wij niet bieden. Maar wat kunnen wij wel? Wij zorgen voor teambuilding, kleine attenties zoals een kaartje, een pluim geven, een koffiekoek plots, een correcte loonverwerking, een ‘welkomkaartje’...”

- Veerle Mertens, coördinerend directeur bij kinderdagverblijven Annunciaten

“De directeur heeft een mooie visie uitgeschreven voor de organisatie én het personeel: het RESPECT-kader. De ‘R’ staat voor realistische verwachtingen, de ‘E’ voor eigenheid herkennen en empathie etc. Elke letter staat voor iets en dat spreekt mensen aan. We mogen dit echt wel meer uitspelen.”

- Kim Daniels, stafmedewerker personeelsbeleid bij woon- en zorginstelling Begralim

ONDERSTEUNENDE ORGANISATIES

Organisaties die jouw employer brand kunnen ondersteunen

* Jobtoolz is een online tool met tal van handige functies die je in staat stelt om jouw vacatures, kandidaten en employer branding op een eenvoudige manier te beheren.
* Lemento is een communicatiebureau gespecialiseerd in corporate branding, employer branding en interne communicatie. Voor ondersteuning bij deze thema's kan je bij hun aankloppen.
* Wil je graag een video om jouw employer brand te promoten? Contacteer dan Pixville.
* Geef het engagement in je organisaties een boost dankzij Social Seeder. Zij helpen je bij het organiseren van ambassadeurschap in jouw organisatie.
* Insilensio kan je helpen met je employer brand volledig uit te bouwen van het begin tot een succesvol brand.
* LAMA is een organisatie die je helpt om jouw employer brand intern én extern te promoten. Bekijk ook zeker het e-book dat je gratis kan downloaden op hun website.
* Joboxx biedt een rekruteringstool die je helpt jouw employer brand te presenteren, vacatures te verspreiden en kandidaten te evalueren.
* D-artagnan is een communicatiebureau en zij hebben de website HR-Saus ontwikkeld. Op deze site kan je jouw 'saus' bestellen om je employer brand een boost te geven.

Deze organisaties hebben allemaal eerdere ervaring met employer branding in de social profit en/ of voorzien speciale tarieven voor onze sector. Voel je vrij om deze organisaties te contacteren.

INTERESSANTE LITERATUUR

Wil je meer lezen? Hier een paar interessante literatuurtips:

* Bamel, U., Sengupta, A., & Singh, P. (2015). Value proposition framework: implications for employer branding. *Decision*, 307-323.
* Gudergan, S., Lings, I., & Wilden, R. (2010). Employer branding: strategic implications for staff recruitment. *Journal of Marketing Management*, 56-73.
* Khalid, S., & Tariq, S. (2015). Impact of employer brand on selection and recruitment process. *Pakistan Economic and Social Review*, 53(2), 351-372.
* Moroko, L., & Uncles, M. D. (2008). Characteristics of successful employer brands. Journal of Brand Management, 16(3), 160–175.
* Mukesh, K., & Suar, B. (2014). Antecedents and Consequences of Employer Branding. Journal of Business Ethics, 57-72.
* Nolan, L. (2015). The impact of executive personal branding on non-profit perception and communications. Public Relations Review, 288-292.
* Strobel, M., Tumasjan, A., & Welpe, IM. (2011) Employer brand building for start-ups: which job attributes do employees value most? *Journal of Business Economics*, 111–136.

DANKWOORD

Ik wil graag iedereen bedanken die deze brochure mee mogelijk heeft gemaakt, waaronder het HRwijs-team en alle andere medewerkers van Verso. Verder wil ik de geïnterviewden bedanken om mij een inkijk te geven in employer branding in hun organisatie. Ik heb ongelofelijk veel bijgeleerd, dankjewel.

- Leen Vandevenne, Stagiair HRwijs 2019

Afbeelding op pagina 6: Freepik.com.