

Arbeidsmarktcommunicatie

De arbeidsmarkt blijkt een bewerkelijke markt te zijn. De moderne werknemer is zeer goed geïnformeerd en kieskeuriger dan enkele jaren geleden. Dit wordt, vreemd genoeg, mede veroorzaakt door de dreiging van recessie: mensen blijven liever even zitten waar ze zitten.... Wist u overigens dat slechts een klein deel van de beroepsbevolking actief zoekt naar werk en dat 55% zich oriënteert omdat ze “wel eens wat anders zouden willen”.*

🔗 A hell of a job

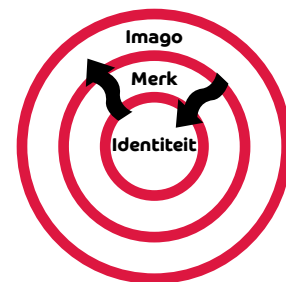
Het is dus ‘a hell of a job’ om aan goed personeel te komen. Dat vergt maatwerk. U bent in 2009 niet meer onderscheidend genoeg met secundaire arbeidsvoorwaarden. U kunt vast slimmer en doortastender zijn.

Werkzoekenden kunnen middels internet en e-mail in ‘no time’ achterhalen met welke organisatie zij van doen hebben. Het is daarom belangrijk dat uw verhaal klopt. De tijd van het ‘verkooppraatje’ is voorbij. De traditionele marketingcommunicatie werkt niet voor de arbeidsmarkt waar andere ‘values’ dan ‘geld verdienen’ heersen.

🔗 Werk aan uw merkidentiteit

In onze visie is het nodig te werken aan uw ‘werkgeversmerk’, waarbij uw merk is doorspekt van uw identiteit en uw kracht.

Iedere werkgever is een werkgeversmerk. Huidige en potentiële medewerkers hebben een beeld van uw organisatie. Of dat beeld positief of negatief is, is een tweede. Iedere werkgever roept net als de ‘merken op de consumentenmarkt’ een beleving op. Door middel van merkpositionering, kunt u een positieve en unieke positie verkrijgen in de ‘mindset’ van huidige en potentiële medewerkers.



🔗 Uw huidige werknemer als merk-ambassadeur

Werkgeversmerk-positionering heeft zowel intern als extern grote voordelen. Intern is het goed voor het binden en boeien van medewerkers. Het draagt ertoe bij dat medewerkers trots zijn op de werkplek en werkgever. Het verstevigt ook het vertrouwen in de werkgever en is goed voor de productiviteit. Iemand die fluitend naar zijn of haar werk gaat, werkt nu eenmaal harder. En wat blijkt uit onderzoek: mond-tot-mond reclame is de beste werving. Uw huidige werknemers zijn uw ambassadeurs!

*Bron: Nationaal Onderzoek Arbeidsmarkt, november 2008

Onze visie

Whatyousee communicatie vindt het belangrijk dat een organisatie zich op professionele wijze bezighoudt met haar werkgeversmerk.

Daarbij moet het beeld van een werkgever op de arbeidsmarkt (imago) kloppen met de werkelijkheid (identiteit). Wanneer het beeld dat geschetst wordt te mooi is, zal dit als een zeepbel uit elkaar spatten zodra de nieuwe medewerker aan de slag gaat en de werkelijke situatie leert kennen.

In onze ogen kan een arbeidsmarktcommunicatietraject dan ook pas echt succesvol zijn als er goed wordt gekeken naar de identiteit van de organisatie. Dit wordt door velen nog wel eens 'vergeten'.

Arbeidsmarktcommunicatie-model

Op basis van deze visie heeft Whatyousee communicatie een arbeidsmarktcommunicatie-model ontwikkeld dat hieronder kort wordt samengevat:

1. Identiteitsmeting/Visual ID test.

De eerste stap is het bepalen van de identiteit, de doelstellingen en ambities van de organisatie.

2. Formuleren van communicatiedoelstellingen en strategie.

Bepalen van actoren en doelgroepen; segmentatie/onderzoek (informatie/consumptieonderzoek); eventueel imago-onderzoek; vaststellen 'Unique Selling Points' van de organisatie met als onderdeel de bevindingen uit stap 1.

3. Projectplan: campagne en uitvoering.

Hierna kan iedere organisatie een heldere briefing geven aan zowel (interne) communicatiemedewerkers als extern aan bijvoorbeeld een reclamebureau voor het inrichten van een campagne of nieuwe website.

Na stap 2 bent u al uitstekend in staat om uw werving en selectie vorm en inhoud te geven. Alles op basis van een eenduidige en consistente identiteit.

Whatyousee communicatie ziet arbeidsmarktcommunicatie als een kritische succesfactor. Het vraagt bovendien om een aanpak die voor iedere organisatie weer anders kan zijn. Deze brochure geeft u in notendop een overzicht van de componenten die daarbij een belangrijke rol vervullen. Wij informeren u graag in een persoonlijk gesprek over onze mogelijkheden om u hierbij van dienst te zijn.

whatyouseecommunicatie staat voor strategische communicatie en realisatie van communicatievormen. Wij zorgen voor het teweeg brengen van veranderingen waarbij we tevens helpen te verbinden. Doeltreffend, creatief en met oog voor kracht.

» Voor meer info of voor een vrijblijvend gesprek neem contact op via:
Kastanjelaan 40 | 6828 GM Arnhem
Postbus 132 | 6800 AC Arnhem
T: 026 3515522 | E: info@wysc.nl
W: www.wysc.nl



whatyousee
communicatie