

&



de kracht van een sterk merk

28 MAART 2024



ARTHUR
BRENT &



Wij zoeken nieuwe collega's,

**Maar waarom zouden zij
voor jou kiezen?**

WE
LOVE
BRANDS

&

Deze ochtend

- 10:30u: Woord van welkom
- 10:45u: Voorstellen
- 11:00u: Wat is een merk?
- 11:20u: Zo bepaal je je werkgeversmerk
- 11:40u: Van strategie naar activatie

- 12:00: Lunch

&

Na de lunch: 30 minuten break-outs

12:45u - 13:15u – 13:45u

- Break-out 1: Bepalen merkpersoonlijkheid
 - Break-out 2: Opstellen functieprofielen
 - Break-out 3: Werven via jobmarketing
-
- 14:15u – 14:30u Afsluiting

&

Voorstellen

WE
LOVE
BRANDS



Marcel Ploegmakers

Partner en merkstrateeg



Kitty Wilgers

Partner en merkstrateeg



Alex Abrahams

Partner en Activatie specialist

& Voorstellen



Marcel Ploegmakers

Partner en merkstrateeg



Kitty Wilgers

Partner en merkstrateeg



Alex Abrahams

Partner en Activatie specialist



Lars Wonnink

Teamlead Online Marketing



Muhammed Bozkurt

Senior Online Marketeer



Joep

Bewaakt het kantoor en de stemming



Marleen van Dijk

Online Marketeer



Erik Campagne

Communicatie medewerker



Lizette Overman

Office Manager en Social Media content creator



Bas van Wijk

Junior Online Marketeer

WE
LOVE
BRANDS

&

**Krapte op de
arbeidsmarkt
daalt iets:
van 140 naar 123
vacatures per
werkzoekende**



In alle sectoren nog
steeds krapte



Werkdruk groeit cyberbeveiligers boven het hoofd

Rik Winkel



Recente cijfers van het CBS laten zien dat bijna 9% van het ICT-personeel werkdruk opgeeft als belangrijkste reden voor verzuim. Foto: ANP / Jeffrey Groeneweg

Premium

Meer leerlingen kiezen technisch vmbo-profiel: 'Als installateur verdien je tegenwoordig meer dan een hbo-financieel specialist'



Ivo Laan

Donderdag 12 januari 2023 om 20:00



&

ONS
WERK



&

G&O

Herpositionering,
naamswijziging en een
verfrissende nieuwe pay-
off.

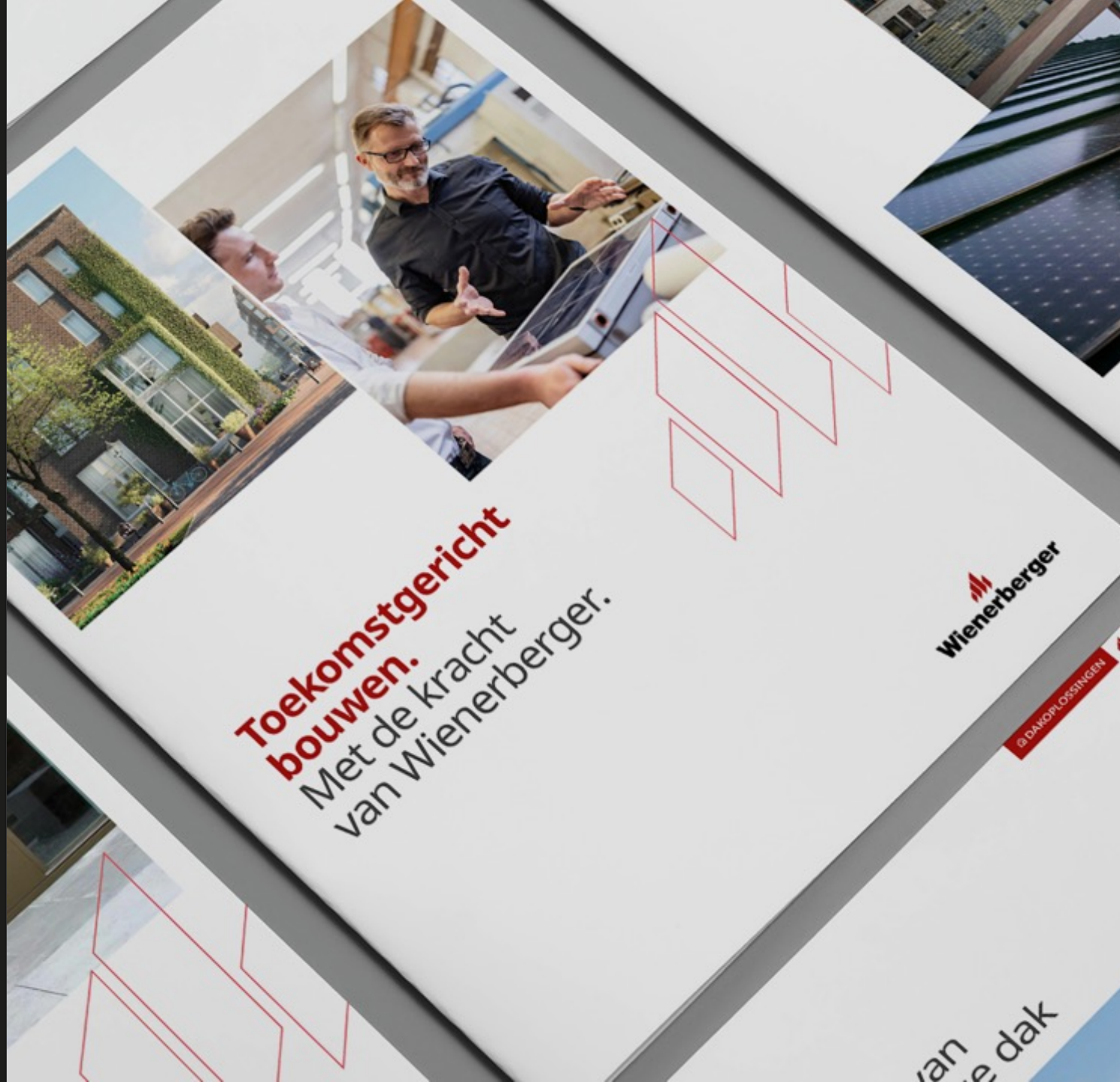
BRANDING



&

Wienerberger

Aanscherpen
positionering om
bouwkolom in beweging
te brengen. Werken aan
employer branding.



BRANDING

&

FPH

Positionering en
employer branding
aannemer infra

BRANDING



&

Rijswijk Wonen

Herpositionering en
interne / externe
lancering

BRANDING



&

JOOST

Positionering,
implementatie en
activatie. Invulling geven
aan merk als werkgever.

BRANDING



&

‘Werken bij de WOCO’ campagne

Employer branding
campagne voor
samenwerkende
Brabantse (en andere)
woningcorporaties

BRANDING



&

Wat is een merk

- Waarom werken aan je merk?
- Wat maakt een merk een sterk merk?
- Corporate merk versus werkgeversmerk
- Zo ziet een merktraject eruit

&

Wat is een merk?

Ga naar (Menti-meter)

Waar denk je aan als je
het merk HEMA ziet?



&

**Een merk is
een netwerk
van associaties**

**Deze associaties
Kun je bepalen.
En voeden.**

&

Wat is een merk?

- Waarom werken aan je merk?

&

Cultuur versterken



&

Zichtbaarheid





Maatschappelijke
rol



Ministerie van Defensie

Aantal aanmeldingen
steeg met 54% na de
Russische inval in
Oekraïne

GENERATIE D WIL IETS VAN DE WERELD ZIEN



&

Werven
Favoriete
werkgever
2021



&

Loyaliteit

40% verlaat de zorg
binnen twee jaar



&

Wat is een merk?

- Waarom werken aan je merk?
- Wat maakt een merk een sterk merk?

Wat maakt een merk een sterk merk?

Een sterk merk

- is onderscheidend, relevant, geloofwaardig en bestendig
- geeft richting
- geeft energie, intern en extern

&

Wat is een merk?

- Waarom werken aan je merk?
- Wat maakt een merk een sterk merk?
- Corporate merk versus werkgeversmerk

Voorbeeld



Een wereld vol wonderen
Alles voor jou



Met de kracht van Wienerberger
Aanpakken met de kracht van Wienerberger

Corporate merk versus werkgeversmerk

- Altijd in elkaar verlengde
- Werkgeversmerk volgt op corporate merk
- Corporate merk legt de ambitie neer. 'Hier staan we voor en hier gaan we voor'.
- Werkgeversmerk geeft aan hoe je je ambitie gaat bereiken. 'Omdat we deze ambitie willen bereiken zijn we dit als werkgever'.

&

Wat is een merk?

- Waarom werken aan je merk?
- Wat maakt een merk een sterk merk?
- Corporate merk versus werkgeversmerk
- Zo ziet een merktraject eruit



Het merktraject

1. Kick-off en voorbereiding
2. Gesprekken met MT en staf
3. Werksessies met medewerkers
4. Onderzoek (interviews) doelgroepen
5. Eerste analyse en uitwerking: Uitdagen!
6. Maken keuzes
7. Klankborden

Belangrijkste onderwerpen

- Waar wordt je nu voor gekend?
- Waar wil je voor gekend worden?
- Wie zijn de doelgroepen?
- Waar wil je er meer van?
- Wat gebeurt er in je omgeving?
- Wat doet je concurrentie?
- Wat voor persoonlijkheid heb je nu?
- Wat voor persoonlijkheid is nodig?

&

Concreet: het eindresultaat

Merk piramide





Jugo is a team of experts.

At Jugo, we challenge our team of data experts to bring out the best in themselves, advancing the discipline as a result.

Jugo is a true partner for its clients.

Jugo is the partner with up-to-date knowledge, an expertise network, and a pleasant way of working together. This allows the client to rely on their data for decision-making.

Jugo takes its responsibility.

At Jugo, we strive for the best long-term results and aren't afraid to be bold. Our experts take responsibility for their projects, clients, the discipline, as well as our environment.

We add value to data

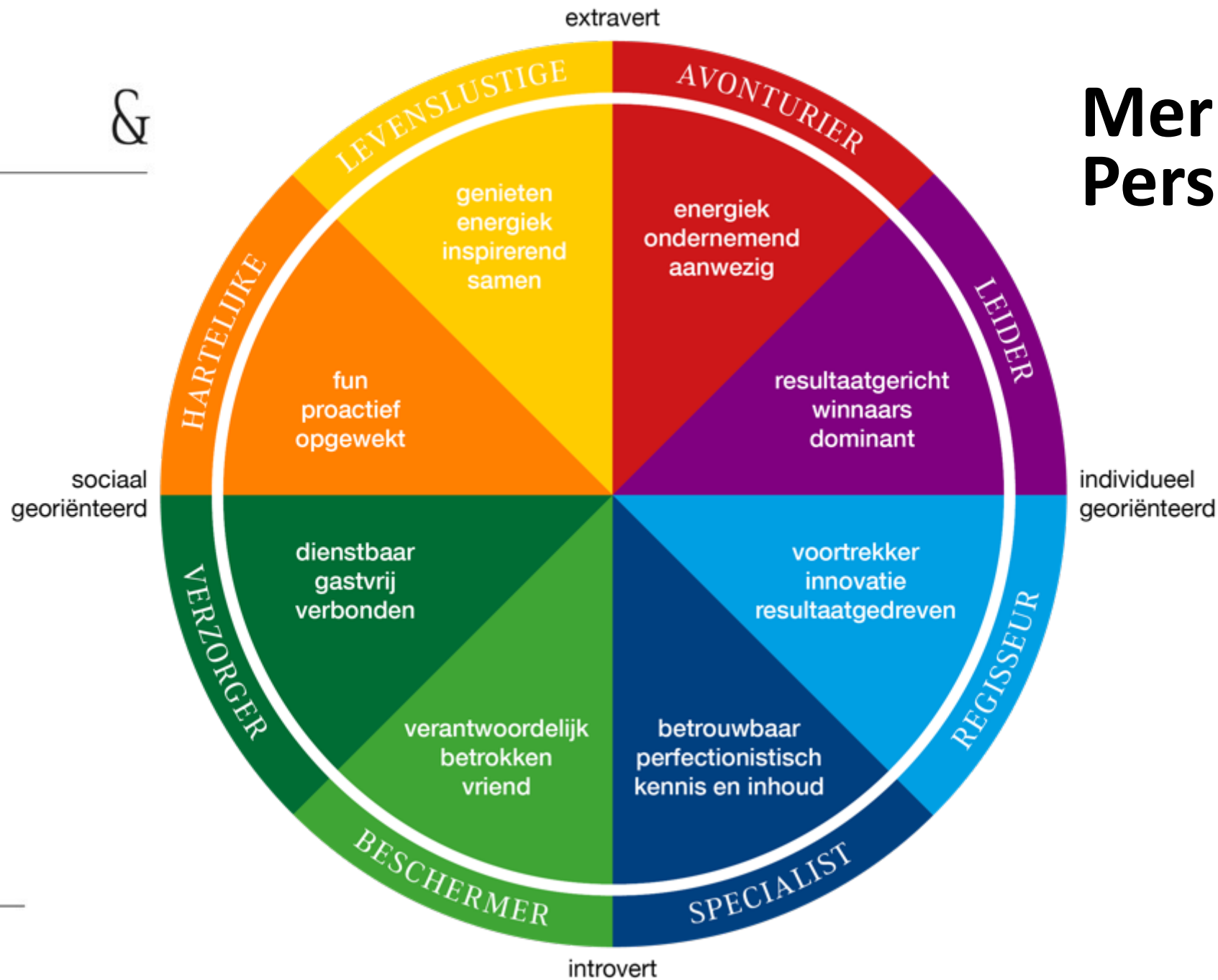


Corporate Story

Joost:

<https://www.youtube.com/watch?v=VRzTACCUbYU>

Merk-Persoonlijkheid



&

De case: Woon- stichting Joost

In gesprek met
Ineke van den Oetelaar



&

Zo bepaal je je werkgeversmerk

- Onderwerpen

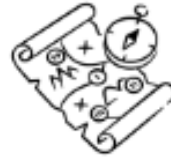
Employer branding fasen

1 IDENTITEIT



- Werkgevers propositie
- Employee value propositie
- Merkpersoonlijkheid
- Werkgeversverhaal
- Profielen
- Stijlgids

2 STRATEGIE



- Communicatie strategie
- Werken-bij website / pagina
- Landingspagina's
- Content strategie
- Campagne content
- Vacatures

3 ACTIVATIE



- Internal branding
- Contentkalender & content
- Campagnemanagement
- Jobmarketing
- SEO & SEA
- Reporting

&

Fase 1: Identiteit

1

IDENTITEIT

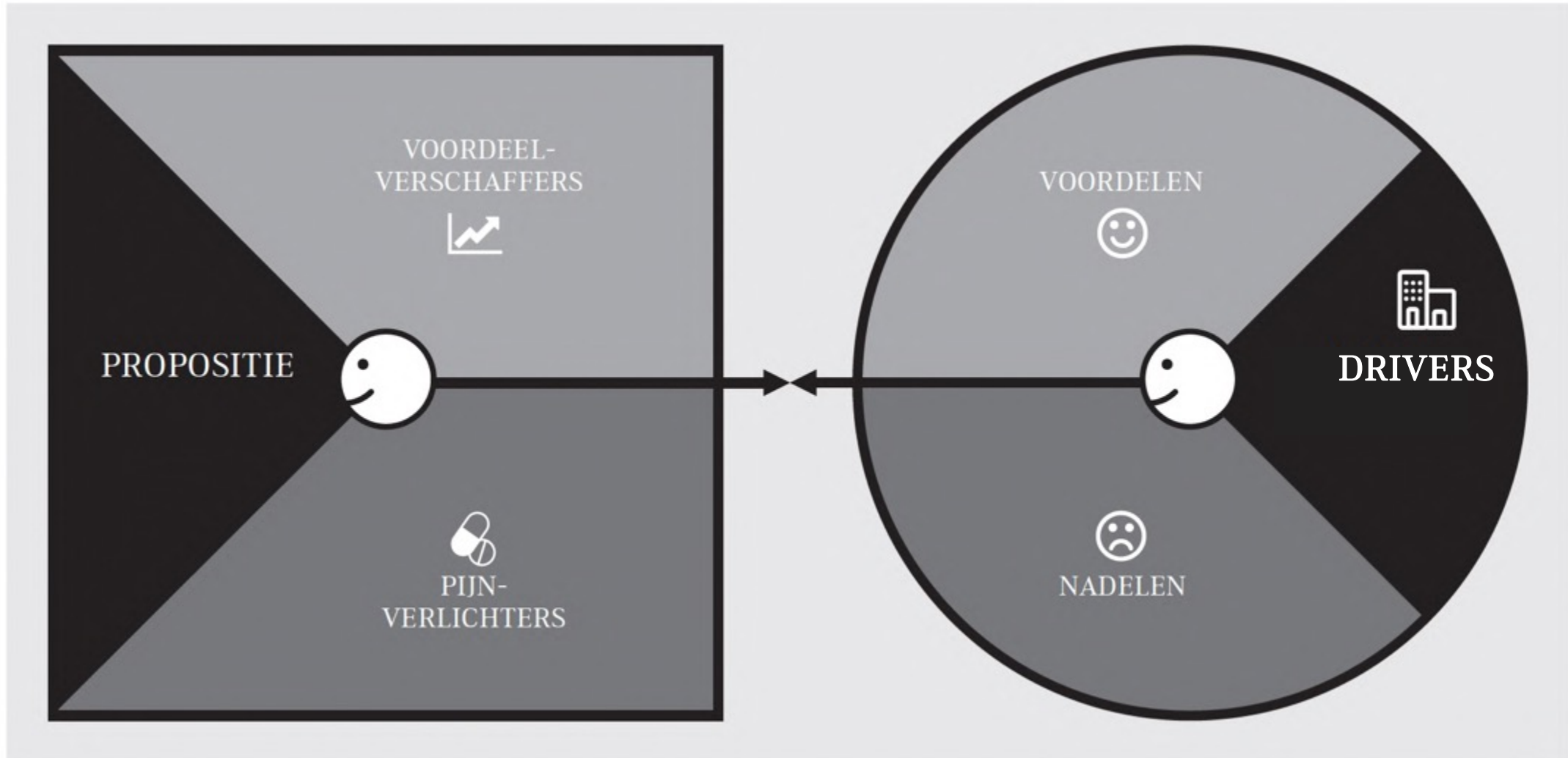


- Werkgevers propositie
- Employee value propositie
- Merkpersoonlijkheid
- Werkgeversverhaal
- Profielen
- Stijlgids



&

Werkgeverspropositie bepalen



Stijlgids



Merkpersoonlijkheid + Tone of voice



Kist.
Dicht.
Einde.

DELA

&

Werkgeversverhaal & persona's



- Man
- Geboren in 1948
- Opgegroeid in de UK
- Twee keer getrouwd
- Rijk & beroemd
- Woont in een kasteel



Werkgeversverhaal & persona's

Productie

De wereld bouwt verder. Daar zijn vakmensen voor nodig. Die meedenken en meewerken aan bouwoplossingen voor vandaag en morgen.

Wienerberger produceert al jarenlang vanuit traditie bouwmaterialen. Met nieuwe toepassingen van bestaande technieken en innovatieve oplossingen zorgen we dat de wereld kan blijven bouwen.

Samen zetten we de toon en maken we slimme oplossingen voor een veranderende wereld. Wienerberger is daarin de constante factor. We zijn stevig geworteld, weten van aanpakken, en hebben vertrouwen in onze vakmensen.

Aanpakken. Met de kracht van Wienerberger.

Staff & support

De wereld verandert. De bouwkolom beweegt. Duurzame ontwikkelingen zijn volop gaande en slimme oplossingen zijn essentieel. Dat vraagt om de juiste mensen. Wienerberger bundelt de kracht van zijn medewerkers met die van klanten en partners buiten de organisatie. Zo vertalen we kennis en ervaring naar innovatieve oplossingen. We geven de bouwkolom de juiste impuls en werken samen aan bouwoplossingen voor vandaag en morgen. Samen zetten we de toon en maken we van noodzakelijke veranderingen duurzame oplossingen. Zowel intern als extern is Wienerberger de constante factor: stevig geworteld, ondernemend en betrouwbaar.

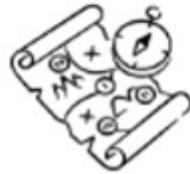
Aanpakken. Met de kracht van Wienerberger.





Strategie bepalen en tastbaar maken

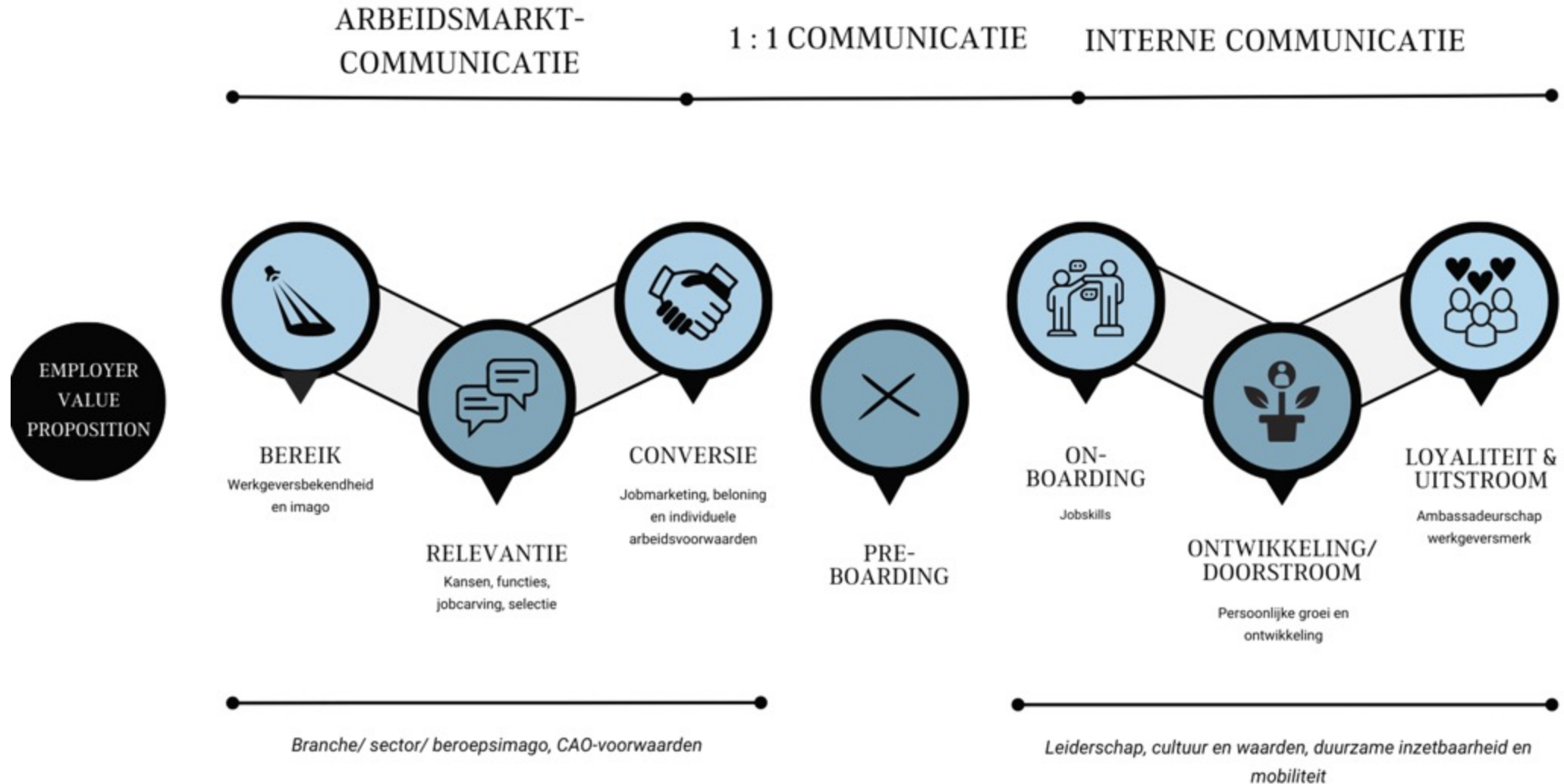
2 STRATEGIE



- Communicatie strategie
- Werken-bij website / pagina
- Landingspagina's
- Content strategie
- Campagne content
- Vacatures



Strategie bepalen en tastbaar maken



&

Case: WoCo – campagne

 Werken bij de WOCO

**Je eigen energie-
kosten drukken
of duizenden
huurders helpen
besparen?**

Kom werken bij de
woco



Werkenbijdewoco.nl

 Werken bij de WOCO



**Een praatje maken
met je buurvrouw
of de hele buurt
verbinden?**

Kom werken bij de **woco**

Werkenbijdewoco.nl

&

Case: Onboarding

In gesprek met
Ilse Scholten





Klaar voor de start?

3 ACTIVATIE



- Internal branding
- Contentkalender & content
- Campagnemanagement
- Jobmarketing
- SEO & SEA
- Reporting



Maar lanceer niet direct!



Jobmarketing in 4 stappen

1. Content op orde

Je **werken-bij website** of **landingspagina's** moeten **op orde** zijn. “You never get a second chance to make a first impression”, vertel wel het eerlijke verhaal!

2. Vertel verhalen

Bedrijven hebben vacatures en medewerkers. Maak van je medewerkers ambassadeurs. Want **mensen werven mensen!**

3. Stel (haalbare) doelen

Meten is weten! Welke doelen gaan **HRM en** (marketing-) **Communicatie** samen bereiken?

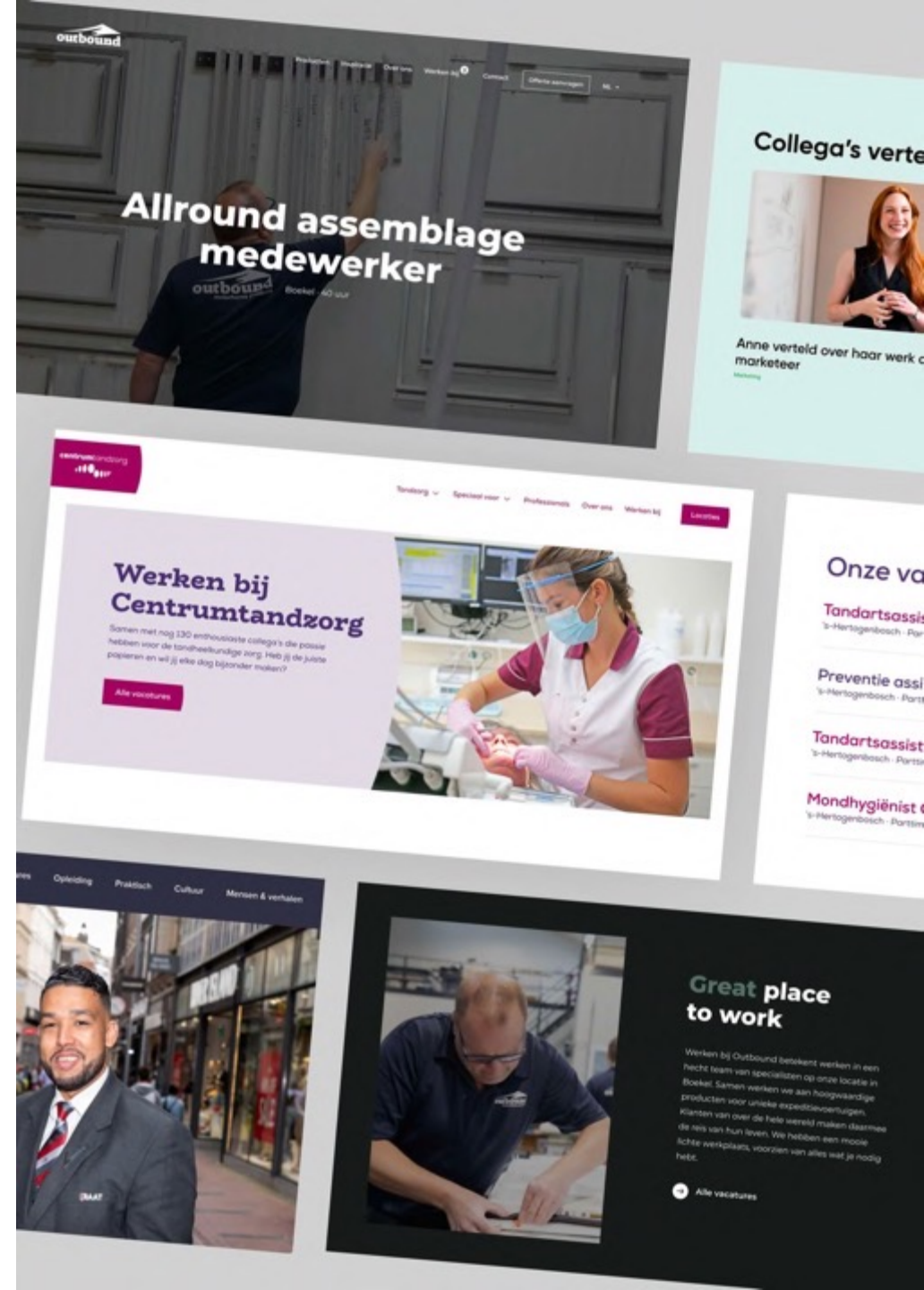
4. Lanceer die campagne

Alle randvoorwaarden zijn ingevuld, dan kan je nu **EINDELIJK** die **campagne lanceren** die jouw doelgroep echt bereikt. **Meet en stuur bij!**

&

Content op orde

- Wel of geen werken-bij website?
- Landingspagina's, ken je bedrijf
- Profielpagina's, ken je kandidaat
- Vacatureteksten, schrappen schrappen schrappen



Vertel verhalen

Medewerkers als influencers



&

Stel haalbare doelen

Meten is weten

- 11% is actief werkzoekend, 47% latent werkzoekend
- Zoek niet naar de speld in de hooiberg
- Laat werving niet door ICT bepalen
- Werp geen drempels op
- Heb jij wel je CV op orde?

TOPCleaning
schoonmaakbedrijf

Schoonmaakbedrijf TOP Cleaning
Binnenweg 2
4631LP Hoogerheide
Nederland

www.top-cleaning.nl
info@top-cleaning.nl

SOLLICITATIE FORMULIER

Persoonlijke gegevens

Naam (ook meisjesnaam)	:	
Volledige voornamen	:	
Roepnaam	:	
Geslacht	:	☐ Man ☐ Vrouw
Straat + Huisnummer	:	
Postcode	:	
Plaats	:	
Telefoonnummer	:	
E-mailadres	:	
Geboortedatum	:	Dag: Maand: Jaar:
Geboorteplaats	:	

&

Lanceer die campagne
Zoek je doelgroep op



Maar eerst intern!

&

HAP OOST-BRABANT

Jobmarketing voor
triagisten

BRANDING



Huisartsenposten
Oost-Brabant
Voor Speed

Triagist, iets voor jou?

Je:

hebt engelengeduld;
kunt snel schakelen;
bezit een dosis medische kennis;
hebt een medische antenne die altijd aan staat;
hebt oprechte interesse;
hebt empathie;
bent de rust zelf;
kunt zaken loslaten.

werkenbij.huisartsenpostenoostbrabant.nl



Huisartsenposten
Oost-Brabant
Voor Speed



Huisartsenposten
Oost-Brabant
Voor Speed



Is **triagist** iets
voor jou?



Checklist

Checklist



- ☐ Kernwaarden, merkwaarden, bewijsvoering & ambitie zijn helder
- ☐ Werkgeverspropositie vastgesteld
- ☐ Werkgeversverhaal gereed
- ☐ Tone of voice uitgewerkt
- ☐ Werknemersprofielen gereed
- ☐ Vacatureteksten aangepast
- ☐ Werken-bij-website gereed
- ☐ Landingpages aangepast
- ☐ Campagne concept uitgewerkt
- ☐ Jobmarketing gereed

- ☐ **GO!**

- ☐ Contentmanagent uitwerken
- ☐ Internal branding
- ☐ Preboarding
- ☐ Onboarding



&

Tot slot

Doe het samen. Draagvlak.

Omarm het proces. Maak het leuk en breng het tot leven!

&

Deze middag: 30 minuten break-outs

- Break-out 1: Bepalen merkpersoonlijkheid
- Break-out 2: Opstellen functieprofielen
- Break-out 3: Werven via jobmarketing

- Afsluiting

Microstad
Eindhoven

De Gruyter Fabriek
's-Hertogenbosch

CEECEE Creative Campus
Enschede

kitty@arthurbrent.nl | 06 21 83 85 60

Marcel@arthurbrent.nl | 06 53 59 28 78

Alex@arthurbrent.nl | 06 45 44 01 02



&

IT'S A
WRAP

