

MINI MAGAZINE - APRIL 2019

HOE INFORMEER, MOTIVEER EN VERBIND JIJ (TOEKOMSTIGE) MEDEWERKERS?



VERBETER JE COMMUNICATIE MET SOLLICITANTEN IN 4 STAPPEN

Als ik de verhalen om me heen hoor, komt het vaker voor dan verwacht: heel veel organisaties communiceren behoorlijk summier met hun sollicitanten. Vaak schiet het erbij in om ze (bijna) allemaal een afwijzing of überhaupt een ontvangstbevestiging te sturen.

Ik snap het wel. Je hebt een vacature en krijgt veel reacties. Waar haal je de tijd vandaan om die allemaal te lezen, laat staan ze allemaal een antwoord te sturen? Maar wees eerlijk: als je zegt 'geen tijd', dan bedoel je eigenlijk 'geen prioriteit'. En daar zit een denkfout. Een afwijzing is balen voor een sollicitant, maar als organisatie zou je ook hard mogen balen als het contact met sollicitanten te weinig aandacht krijgt. Want wat je vergeet is dat je het sterke merk van je organisatie, dat je marketingcollega's zorgvuldig hebben opgebouwd, keihard onderuit haalt. Terwijl je juist een schot voor open doel kreeg om dat merk te versterken.

Door met aandacht om te gaan met al je sollicitanten versterk je als HR-team de organisatie. Hoe pak je dit aan, concreet en praktisch? Vier tips:

- 1) **Wie zijn jullie?** De basis van je communicatie met sollicitanten zijn de merkwaarden van de organisatie. Hiermee vertel en vertaal je de kern van waar jullie voor staan (en waarom) naar de buitenwereld. Vanuit de merkwaarden spreek je makkelijker mensen aan die bij jullie passen.
- 2) **Durf persoonlijk en transparant te zijn.** Gebruik een persoonlijke aanhef en zet je eigen naam eronder. Laat het eerlijk weten als de procedure wat langer duurt of als er tussentijds iets is veranderd. Gewoon durven en je zult merken dat het werkt.
- 3) **Loop zelf het sollicitatie-proces eens door.** Kijk met een onbevangen blik vanuit het perspectief van de kandidaat of speel eens voor 'mystery sollicitant'. Zo krijg je helder voor ogen welke contactmomenten belangrijk zijn vanuit de sollicitant.
- 4) **Een goede voorbereiding is het halve werk.** Ik kan er niet omheen, het is gewoon zo. Steek er één keer tijd in, dan scheelt dat je daarna veel moeite. Maak een aantal transparante, merkgeïnspireerde basisteksten voor je eigen organisatie. Het enige dat je nu nog hoeft te doen bij een sollicitatieronde is deze transparant en eerlijk in te kleuren voor de specifieke functie en sollicitant(en). Evalueer en verbeter ze waar je merkt dat dat nodig is. En gebruik dezelfde stijl voor je mondelinge communicatie.

Veel plezier, want je gaat geheel positieve reacties terug krijgen.

~ Marjolijn Vlug, redacteur en blogger bij HR & Communicatie

MICHAEL BOUD: 'BEHANDEL JE SOLLICITANT ALS KLANT'



Michael Boud is de oprichter van de 'candidate journey optimalisatie' én onze nieuwe kennispartner. Met zijn recruitment marketingbureau helpt hij organisaties met werven.

'Medewerkers die tevreden en trots zijn op de organisatie spelen een belangrijker rol in het delen van hun werkervaringen. Sollicitanten die als een klant worden behandeld zijn en blijven enthousiast over de organisatie. Met gerichte optimalisatie van de zogenaamde candidate journey helpen we bedrijven ook hun merk een positieve lading te geven.'

'Uit onderzoek blijkt dat een positieve ervaring wordt gedeeld met vakgenoten, vrienden en familie. Zo maken we van iedere kandidaat een tevreden sollicitant die vervolgens een belangrijke merkambassadeur voor de organisatie kan worden.'

Michael ontwikkelt het HR-communicatievak vooral door te laten zien hoe het anders kan en wat dat oplevert. 'Want het heeft geen zin om met mooie campagnes te komen als de eigen mensen hier niet achter staan,' zegt hij.

'Durf vooral het echte verhaal te (laten) vertellen door je eigen medewerkers en externe ambassadeurs. Je reputatie managen via deze in- en externe ambassadeurs zorgt ervoor dat de buitenwereld één authentiek verhaal te horen krijgt.'

ELS REINDERS: 'BELANG VAN EMPLOYER BRANDING WORDT ONDERSCHAT'



Els Reinders werkt als Adviseur Arbeidsmarktcommunicatie bij arbeidsmarktspecialist Macknificent.

'Mijn liefde binnen het communicatievak gaat vooral uit naar de interne communicatie, de arbeidsmarktcommunicatie en employer branding. Onderwerpen die dicht bij elkaar horen en vooral op mensen gericht zijn. Geen arbeidsmarktcommunicatie zonder goede interne communicatie. Als je dit op de juiste manier weet aan te pakken draagt het zowel bij aan de instroom van nieuwe medewerkers als aan behoud van medewerkers.'

'Organisaties zijn zich niet altijd bewust dat goede employer branding start met de employer value propositie. Het kernverhaal waaraan alle communicatie wordt getoetst. Dit basisverhaal vertaal ik graag voor mijn klanten naar een creatief concept dat zorgt voor eenduidigheid en herkenbaarheid. Een creatieve oplossing voor een interne referral-actie bijvoorbeeld, of de interne boodschap op een heldere manier overbrengen.'

'Mijn droom is dat de waarde van HR-communicatie en employer branding meer wordt ingezien door organisaties en dat ze daadwerkelijk hiermee gericht en gestructureerd aan de slag gaan. Alleen met eenduidigheid en herkenbaarheid kun je succesvol zijn.'



INGE BECKERS
HOOFDREDACTEUR & COMMUNITY MANAGER



MARJOLIJN VLUG
REDACTEUR & ORGANISATOR

**HR-COMMUNICATIE.NL IS DE PLEK
WAAR JE OP EEN PRETTIGE MANIER
KENNIS KUNT OPDOEN, KUNT DELEN
ÉN KENNIS KUNT MAKEN MET
HR & COMMUNICATIE-VAKGENOTEN**

Samen met onze leden leveren wij een actieve bijdrage aan de ontwikkeling van het vakgebied door kennis te delen, door professionals, hun ideeën en inzichten bij elkaar te brengen rond de vraag: 'Hoe informeer, motiveer en verbind je medewerkers?' Onze ambitie: van heel Nederland een 'great place to work' maken.

JE BENT VAN HARTE WELKOM

'Wat is het toch boeiend om, in een open en laagdrempelige setting, vanuit verschillende achtergronden een gezamenlijke interesse te bespreken. Door de kritische vragen van anderen word je aan het denken gezet en ontwikkel je nieuwe inzichten. En dat helpt je weer bij het oplossen van je eigen vraagstukken binnen je eigen job. Ik kijk terug op een hele aangename lunch!'
~ Marlie Willems, deelnemer Netwerklunch

Netwerklunches:
februari, april, juni en oktober.
Netwerkborrels:
mei en november
HR-COMMUNICATIE.NL/AGENDA

HR & Communicatie is een platform voor professionele ontwikkeling, een netwerk om ervaringen uit te wisselen en een fijne community om elkaar te ontmoeten en te inspireren.

Nieuwsbrief ontvangen, lid worden of je aansluiten als kennispartner?
Kijk op

HR-COMMUNICATIE.NL
LinkedIn | Facebook | Twitter

redactie@hr-communicatie.nl
(06) 280 90 755