

Employer Branding: wondermiddel in het moderne recruiting?



#recruitment

Employer Branding: wondermiddel in het moderne recruiting?

Het wordt van alle daken geroepen: wie zich in de war for talent als winnaar wil profileren heeft employer branding nodig. Maar hoe maakt een werkgever zich in de praktijk aantrekkelijk voor verschillende beroepsgroepen, generaties en culturen? Wat zijn no go's en wat zijn de beste plannen van aanpak?

Wat is employer branding?

Bij employer branding (Nederlands: werkgeversmerk) gaat het simpelweg daarom zich als werkgever zowel intern als extern zo attractief mogelijk te presenteren. Men wil (potentiële) sollicitanten een positief beeld geven en de huidige werknemers dichter aan zich binden – doel is de vormgeving en het versterken van een positief imago als werkgever.

Employer branding is geen nieuw concept, het heeft echter in de afgelopen jaren binnen het kader van het tekort aan arbeidskrachten aan populariteit gewonnen. Centraal staat bij alle overwegingen en maatregelen voor het employer brand dat ze authenticiteit uitstralen en betekenis geven.

Tools en trends in employer branding

Toonaangevend voor het succes van employer branding activiteiten is de onderliggende strategie. Doorgaans is deze gebaseerd op een onderzoek van het actuele imago van de werkgever, een concrete doelstelling, een uitgebreide analyse van de doelgroep(en) zowel als een plan met verschillende maatregelen, hun invoering en latere analyse en aanpassing. Het proces moet iteratief zijn om vruchten af te kunnen werpen.

In de verwezenlijking van de strategie wordt creativiteit niet aan banden gelegd. Enkele maatregelen worden echter vaker nagestreefd dan anderen:

Carrièresite aanmaken of vernieuwen

Open vacatures, de bedrijfscultuur, waarden en missie staan hier in de schijnwerpers. Betekenisvolle foto's en video's zowel als eloquente teksten zijn onmisbare succesfactoren.

Recruiting evenementen

Creatieve standen of activiteiten tijdens een evenement leveren de werkgever meer aandacht op en zijn goede gelegenheden om de ondernemingscultuur via persoonlijk contact over te brengen aan de doelgroep. Zoals haast geen ander bedrijf gebruikte bijvoorbeeld de Duitse Defensie (Bundeswehr) in 2023 persoonlijk contact om hun eigen employer brand te pushen. Bijna twee maanden lang konden geïnteresseerden in de carrièrelounge van de Bundeswehr in een shoppingcenter zich over het dagelijkse leven van soldaten informeren. Ook media-effectief: het transport van een tank naar de pop-up carrièrelounge.

(Social) Media

TikTok, Instagram, Xing en LinkedIn maar ook werkgeversbeoordelingssites zoals Kununu of Glassdoor worden door (potentiële) kandidaten steeds vaker gebruikt om zich over een nieuwe werkgever te informeren. Werkgevers zetten meer en meer in op sociale media, om Gen Z op "hun" kanalen te bereiken.

Corporate Influencer

Het idee is simpel: wie kan er op authentiekere of betekenisvollere manier het employer brand overbrengen dan de huidige medewerkers? Top-medewerkers worden aangezet om vaker hun ervaring te delen, bijvoorbeeld via LinkedIn. Er ontstaan zogezegde Corporate Influencer programma's.

Of mooie video's of leuke berichten over de pingpongtafel op LinkedIn nu daadwerkelijk het probleem van het tekort aan arbeidskrachten structureel oplossen valt nog te bezien; er spelen immers ook maatschappelijke en economische factors een rol en vaak bevinden zich veel arbeidskrachten buiten de LinkedIn-bubbel. Vandaar onze tip: oriënteert u zich aan uw doelgroep, niet aan de grootste trends van employer branding.

Struikelblokken van employer branding

Het ontwikkelen van een employer brand dat positief ontvangen wordt is niet altijd een succesvol wondermiddel.

Om te beginnen: vele, als niet alle, employer branding activiteiten zijn oftewel duur oftewel tijdrovend. Daarnaast is het vaak ingewikkeld het effect van de verschillende maatregelen op korte termijn te meten en te beoordelen.

Inhoudelijk kan het bijzonder uitdagend zijn het juiste evenwicht tussen het interne en het externe imago te vinden. Zowel bestaande werknemers als ook sollicitanten en nieuwe werknemers moeten het employer branding als aantrekkelijk en authentiek ervaren.

Daarbij komt de kip-en-ei-vraag van employer branding: wie is er verantwoordelijk? HR of het marketing-team? Het antwoord is ja en nee. De meest succesvolle employer branding maatregelen ontstaan wanneer marketing en HR in een werkgroep samen aan het employer brand werken.

Vertalen van het employer brand naar de Duitse arbeidsmarkt

De overstap naar een nieuwe afzetmarkt is niet enkel spannend in termen van verkoop, ook in personeelszaken moet er met veel zaken rekening gehouden worden. Dat geldt ook voor het employer brand. In principe is te zeggen dat men het eigen employer brand niet zomaar kan vertalen. Wat in Nederland goed werkt moet niet per sé hetzelfde effect hebben in Duitsland. Dat ligt vooral daaraan dat er in de (werk-)cultuur duidelijke verschillen zijn. Duitsers zijn over het algemeen formeler en minder dynamisch dan Nederlanders, die informele structuren en het poldermodell gewend zijn. Potentiële kandidaten worden in Duitsland bijvoorbeeld zelden met “je” aangesproken.

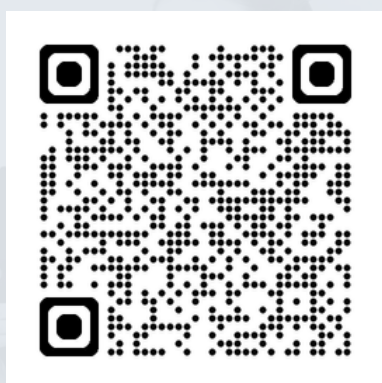
Vandaar raden wij aan als basis altijd een grondige analyse van de doelgroep door te voeren. Wat is er belangrijk voor de werknemers? Waaraan zijn ze gewend, wat doen de concurrenten bijvoorbeeld? Hier komen vaak de eerste verrassende verschillen naar boven. Neem bijvoorbeeld de bedrijfswagen: in Duitsland een statussymbool, in Nederland eerder een middel om een doel te bereiken.

Deze verschillen kunnen dan in het bestaande employer brand verwerkt worden, zodat alle werknemers in alle landen zich erin kunnen herkennen. Dan onthullen zich ook de voordelen van het employer branding: meer en gekwalificeerde sollicitanten, bekendheid bij de doelgroep, een verhoogde motivatie en binding bij de medewerkers.

De HR-experten van de DNHK ondersteunen u graag bij vragen over personeelszaken in Duitsland. Neem contact met ons op via s.henkel@dnhk.org.

MEER OVER HR & RECRUITING

DNHK Recruitment is uw partner voor cross-boarder recruitment voor sales- en executive-functies. Onze services en nóg meer informatie over het werven van (Duits) personeel vindt u op onze website.



- ▶ Werving & selectie voor uw sales vacatures
- ▶ Talentpool & vacaturebank
- ▶ Executive Search
- ▶ HR-advies

Contact

T +31 70 3114 167
s.henkel@dnhk.org

Impressum

Nassauplein 30
2585 EC Den Haag
Nederland