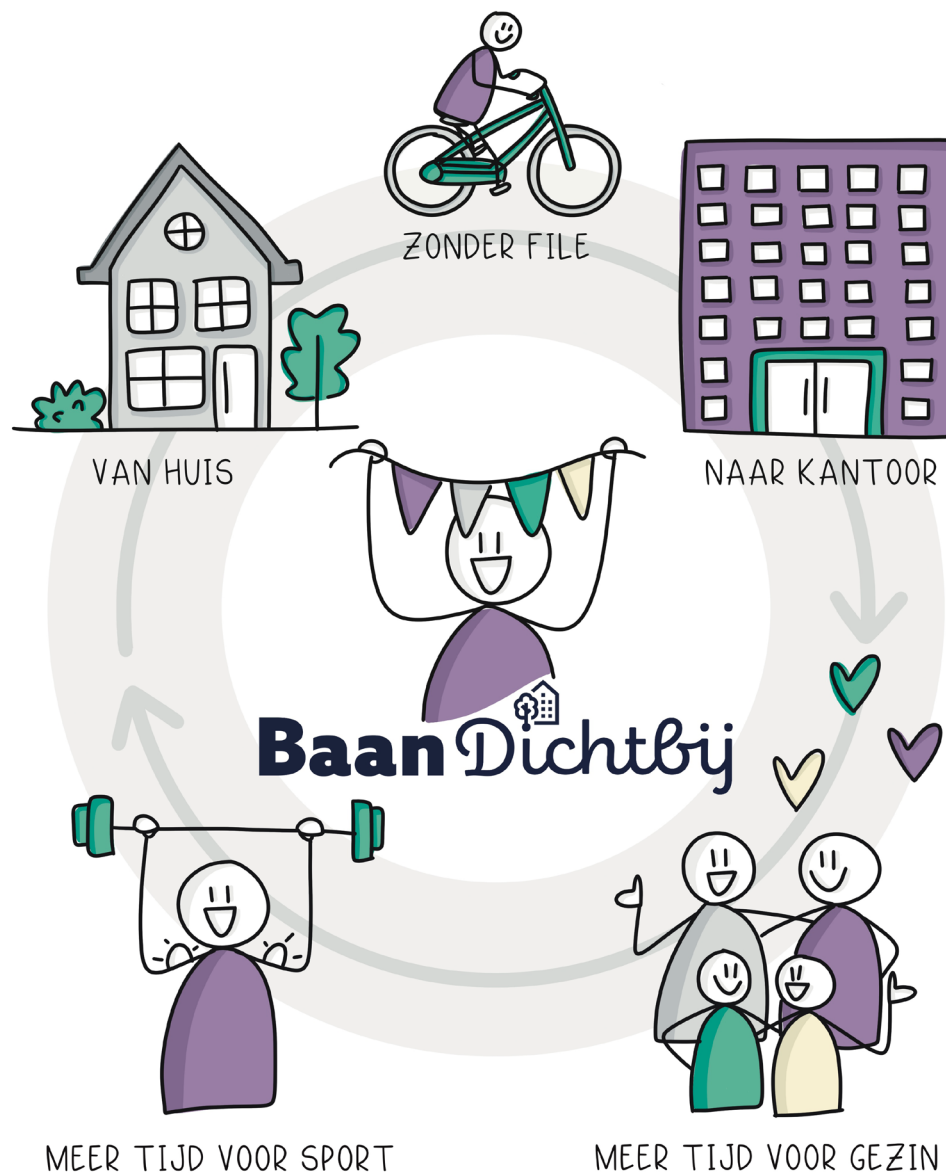


EMPLOYER BRANDING

De 4 fundamenteën
om je werkgeversmerk
lokaal te versterken







EEN UNIEKE VACATURE SAMENSTELLEN DOE JE ZO

Inmiddels kennen we de standaard vacatureteksten wel zo'n beetje. Bovenaan vind je de functietitel en of het een parttime- of fulltimefunctie betreft, waaronder de sollicitant een stukje geschiedenis van het bedrijf kan lezen. De inhoudelijke functie-eisen komen aan bod, waarbij de woorden 'geen 9-tot-5-mentaliteit', 'flexibel ingesteld' en 'een echte teamplayer' worden genoemd.

Wil je nu écht de aandacht van een sollicitant trekken? Steek dan je vacature eens op een heel andere manier in. Denk hierbij vanuit de sollicitant in plaats van uit de functie. Maar hoe doe je dat?

» BEGIN MET EEN PAKKENDE OPENINGSZIN

Een potentiële sollicitant kan na een paar nietszeggende woorden al afhaken. Begin dus met een prikkelende vraag of een dilemma. Schroom niet om direct inhoudelijk te worden, door het noemen van bepaalde werkzaamheden of zelfs klanten.

Ben jij een echte alleskunner die projecten voor klanten zoals KLM, KPMG en Albert Heijn kan leiden, maar ben je iemand die er ook van houdt om op zijn tijd met collega's te ontspannen? Dan zoeken we jou!

» WEES UNIEK MET DE INHOUD VAN DE FUNCTIE

In plaats van een gedetailleerde omschrijving van competenties, werkzaamheden en vaardigheden waar de ideale kandidaat over moet beschikken, kun je ook aan een omschrijving van de dagbesteding denken. Je ziet het steeds meer bedrijven doen en dat heeft een reden. Gaat het om een buitendienstfunctie? Laat het dan duidelijk terugkomen in dit 'dagboek'. Heerst er een gemoedelijke en relaxte sfeer op de afdeling? Laat dat ook blijken in je tekst.

EEN UNIEKE VACATURE SAMENSTELLEN DOE JE ZO

» SALARIS NOEMEN IN JE VACATURETEKST, WEL OF NIET DOEN?

De eeuwige vraag voor recruiters: noem je het salaris wel of niet in de vacaturetekst? Het is misschien wel een van de belangrijkste redenen voor een sollicitant om van baan te veranderen. En waarom een exact bedrag noemen? Vermeld de salarisrange van de bijbehorende cao, afhankelijk van ervaring, en de sollicitant weet waar hij/zij aan toe is.

» ARBEIDSVOORWAARDEN

Met welke arbeidsvoorwaarden trek jij een sollicitant over de streep? 'Ruimte voor ontwikkeling' zegt niet zoveel, evenmin 'een leuke en inspirerende werkomgeving'. Maar wél het feit dat jij de lokale werkzoekende een baan om de hoek aanbiedt. Lekker op de fiets naar het werk, geen last van files en aan het einde van de dag weer op tijd thuis! Want dat is een voorwaarde die er toe doet, net zoals een dertiende maand, winstuitkering,

een laptop, telefoon of auto/fiets van de zaak, pensioenregeling, collectieve kortingen, opleidingsmogelijkheden en budget en de vergoeding voor woon-werkverkeer. Organiseren jullie regelmatig uitjes? Vermeld dan dat plezier hoog in het vaandel staat en noem recente bedrijfsuitjes op. Collega's leren kennen buiten werkuren om, is voor veel sollicitanten een fijne bijkomstigheid.



ZET JOUW BEDRIJF & MENSEN IN DE SCHIJNWERPERS MET VIDEO

Een van de mogelijkheden op gebied van employer branding is video. Laat potentiële sollicitanten kennismaken met jouw bedrijf met behulp van bewegende beelden. Want met video kun je jouw organisatie pas echt een gezicht geven!

De kracht van visuele content is binnen de wetenschap al vaker bewezen. Een video zegt meer dan duizend woorden. Toon de sterke kanten van jouw bedrijf in een flitsende video, uiteraard met muziek en ondertiteling of een voice-over. Als ondernemer ben je trots op je bedrijf en wat je daarmee hebt opgebouwd.

Met een bedrijfsvideo kun je dit online aan iedereen laten zien.

Welke boodschap wil je overbrengen? Wil je een moeilijke vacature opvullen of wil je je werkgeverschap laten zien? Heb je bijvoorbeeld een vacature op een belangrijke functie? Dan wil je nauwkeurig te werk gaan om de perfecte kandidaat vinden. Door het maken van een recruitmentvideo versnel je het zoekproces en vergroot je de kans op succes. Aan welk bureau komt de kandidaat te zitten en naast wie? Je kunt dieper ingaan op de taken die horen bij een functie en

wat daar allemaal bij komt kijken. Dit maakt jouw video interessant om naar te kijken en authentiek. Zo krijgen kandidaten een beter beeld van de functie en werk je indirect aan je werkgeversmerk.

‘Een recruitmentvideo heeft als doel om potentiële werkzoekenden een zo positief en authentiek mogelijk beeld van jouw organisatie te geven’



Wist je dat...

onze hersenen beelden 60.000 keer sneller verwerken dan tekst?

ZET JOUW BEDRIJF & MENSEN IN DE SCHIJNWERPERS MET VIDEO

Je kunt er ook voor kiezen om een bedrijfsvideo algemener in te steken. Kies voor een brede wervingscampagne als je veel vacatures open hebt staan. Je gaat dan als ware het hele bedrijf door: wie ben je als werkgever, wat doe je en welke kwaliteiten zoek je bij je personeel?

Zo kun je ook iets vertellen over het ontstaan van het bedrijf, welke cultuur er heerst en – niet te vergeten – waar je bent gevestigd; werken in je woonomgeving wordt voor veel mensen steeds aantrekkelijker. Het draait in dit soort video's om het creëren van een aantrekkelijk werkgeversimago, niet alleen om nieuwe mensen te werven, maar ook om je werknemers te behouden.

VIDEO KLAAR EN DAN?

Je wilt je nieuwe bedrijfsvideo graag delen, maar waar begin je? Plaats de video eerst op je eigen YouTube- of Vimeo-kanaal en publiceer deze vervolgens op je eigen website, in de nieuwsbrief en socialmediakanalen.

Wist je dat Google je een hogere plek geeft in de zoekresultaten als je een video plaatst? Een goed geoptimaliseerde video vergroot dus de vindbaarheid van je website.

Het is handig om je video in diverse formaten te hebben, zodat je per kanaal kunt kijken welk formaat het beste past. Denk aan een staand videoformaat voor bijvoorbeeld Instagram Reels. Het grootste deel van de mensen bekijkt video's op social media zonder geluid, dus ondertiteling is raadzaam.

Je kunt er ook voor kiezen om je video te verspreiden via de lokale media; denk aan de plaatselijke huis-aan-huiskranten (advertentie met QR-code) of een vacatureplatform, zoals BaanDichtbij.nl. Of kies voor online adverteren via Google of de socialmediakanalen, zoals LinkedIn of Meta.



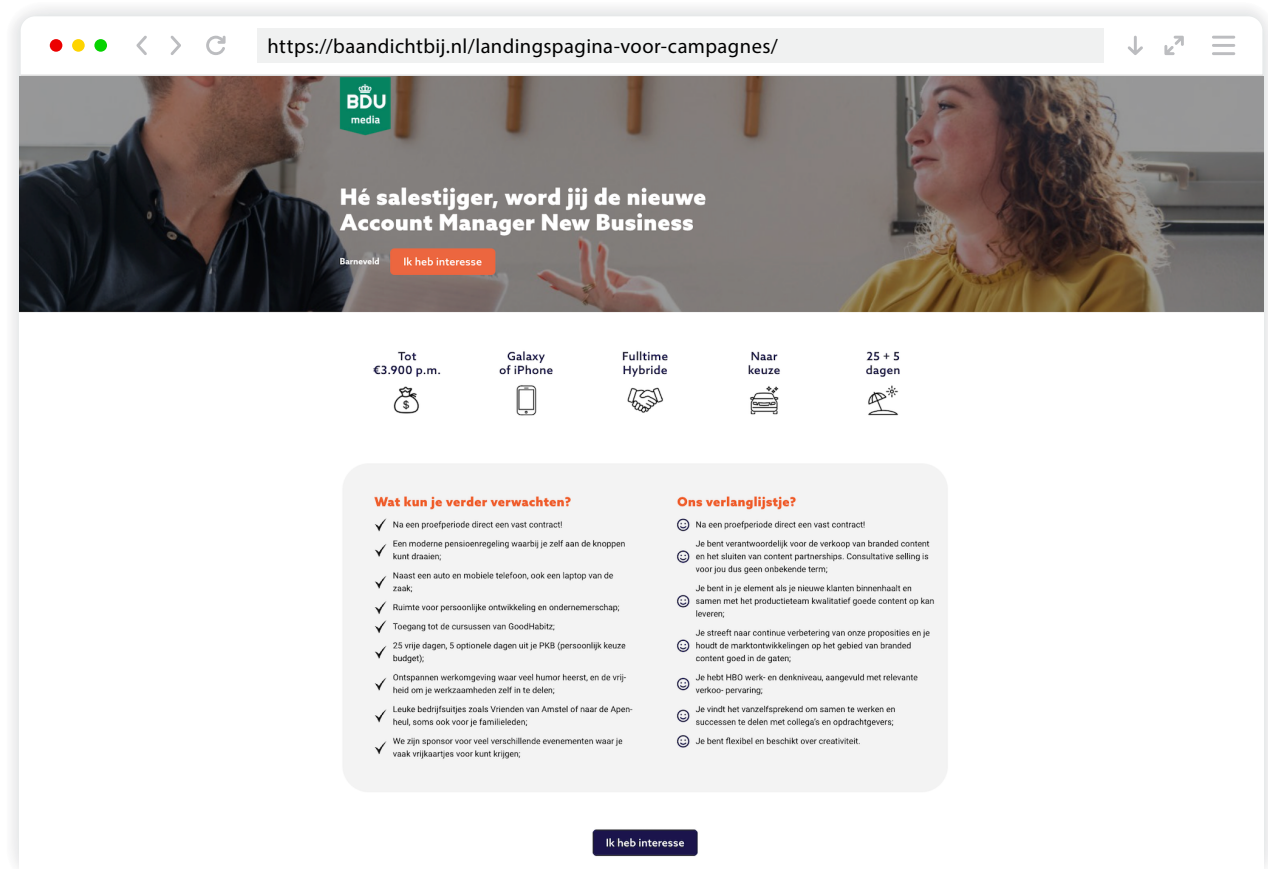
Gouden tip
Blijf als bedrijf bij jezelf en ga het niet overdrijven. Stel de situatie voor zoals het is en blijf authentiek!

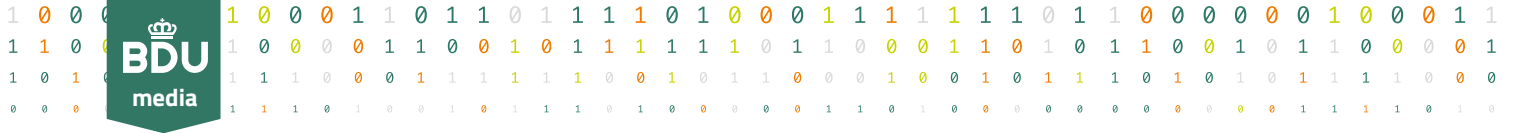
MAAK HET VERSCHIL MET EEN WERKEN-BIJ-PAGINA

De werken-bij-pagina is het hart van iedere wervingscampagne. Elke potentiële kandidaat zal vroeg of laat op die pagina terechtkomen om een indruk op te doen van jouw bedrijf. Dit is dus dé plek om het verschil te maken. Staan de volgende vinkjes bij jou op groen?

- ✓ Krijgt de kandidaat een goed beeld van zijn/haar toekomstige collega's?
- ✓ Wat maakt jou als werkgever uniek en wat zijn de waarden van jouw organisatie?
- ✓ Wat heb jij te bieden aan je 'ideale kandidaat' en wat staat er voor hen te wachten?
- ✓ Bied je laagdrempelige contact-mogelijkheden?

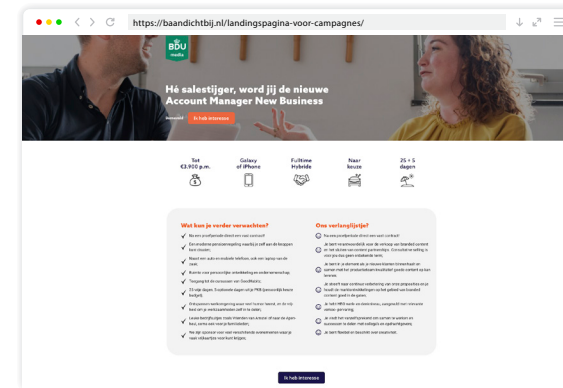
Dit is een voorbeeld van een online landingspagina voor campagnes.





MAAK HET VERSCHIL MET EEN WERKEN-BIJ-PAGINA

BaanDichtbij.nl heeft een eigen vacaturepagina ontwikkeld waar alle belangrijke aspecten van een vacaturepagina aan bod komen. Denk aan:



1 DE BELANGRIJKSTE INFORMATIE

Zet de belangrijkste informatie, zoals het salaris en/of arbeidsvoorwaarden, bovenaan de pagina. Hierdoor zien werkzoekenden in een oogopslag wat ze kunnen verwachten en of ze de vacature verder willen lezen. Ook andere interessante voorwaarden kun je hier benoemen, zoals het aantal vakantiedagen of de flexibiliteit binnen het bedrijf.

2 WAT KAN DE WERKZOEKENDE VERWACHTEN?

Geef altijd puntsgewijs een opsomming van wat de werkzoekende kan verwachten. Niemand heeft tegenwoordig veel tijd, dus formuleer bondig en duidelijk wat er verwacht wordt. Daarnaast kun je hier ook de arbeidsvoorwaarden iets uitgebreider toelichten.

3 HET VERLANGLIJSTJE VAN DE WERKGEVER

Wat verwacht je als werkgever van de potentiële kandidaat? Denk hierbij aan de werkervaring in het vakgebied of aan het minimale werk- en denkniveau. Ook kun je hier belangrijke eigenschappen benoemen die van betekenis zijn voor deze functie.

Om een bredere doelgroep te bereiken, is het aan te raden om gebruik te maken van een crossmediale campagne. Op die manier profiteer je van divers bereik in print en online.

Bij BDUmedia betekent het dat jouw vacature in één of meerdere van de onderstaande media voorbij komt:

- » De vacaturekrant van BaanDichtbij
- » Instagram en Facebook
- » Nieuwswebsites
(branded content of bannering)
- » YouTube-advertenties

De kracht van onze nieuwsmerken zit hem in de sterke lokale betrokkenheid. Redacteuren die midden in de lokale samenleving staan en media-adviseurs die weten wat er speelt bij lokale ondernemers. Iets wat zijn vruchten afwerpt, want het gemiddelde bereik van onze huis-aan-huiskranten ligt op maar liefst 56%.

Onze huis-aan-huiskranten worden wekelijks dus door 6 op de 10 inwoners gelezen en onze nieuwssites verwelkomen maandelijks meer dan 1,5 miljoen bezoekers! Geen enkel ander medium kan hieraan tippen.

BAANDICHTBIJ VACATUREKRANT

De BaanDichtbij Vacaturekrant bestaat sinds 2021 en wordt samen met lokale nieuwstels van BDUmedia huis-aan-huis verspreid; gewoon gratis door de brievenbus.

De speciale bijlage verschijnt in acht regio's,
bij in totaal 40 kranten.

De Vacaturekrant staat vol met redactionele verhalen over carrièreswitches, arbeidsmarktontwikkelingen, werk & privé, en nog veel meer! Kortom, een ideaal middel om jouw vacatures bekend te maken.



CHECK DE VACATUREKRANT



CREËER IMPACT MET EEN CROSSMEDIALE CAMPAGNE

Profiteer van crossmediaal bereik om echt impact te maken. Én niet geheel onbelangrijk: om in beeld te blijven bij die potentiële sollicitant. Het is bewezen dat, hoe vaker een vacature vertoond wordt, des te lager de drempel wordt om te solliciteren voor mensen die de vacature vaak tegenkomen. De kracht van herhaling werkt!

BRANDED CONTENT

Wil jij een mooie tekst over jouw bedrijf op subtiële wijze verpakt in een redactioneel artikel? Kies dan voor branded content. Hoe werkt het? Je lift mee op de betrouwbare uitstraling van onze regionale nieuwsmerken wat uiteindelijk zorgt voor een toenemend vertrouwen bij potentiële werknemers.

Branded content biedt niet alleen de mogelijkheid en de ruimte om te vertellen over de openstaande vacature, maar ook om de lezers een kijkje te laten nemen in jouw bedrijf. Laat een medewerker aan het woord, vertel

iets over jullie laatste personeelsuitje of geef de lezer een inkijkje in jullie dagelijkse routine. Maak je verhaal persoonlijk en laat de sollicitant weten dat het ontzettend leuk is om bij jouw bedrijf werkzaam te zijn!



CREËER IMPACT MET EEN CROSSMEDIALE CAMPAGNE

DISPLAY BANNERING

Met display bannering adverteer je gericht op basis van doelgroepen, onderwerpen, zoekwoorden en specifieke websites. Op deze manier toon je een specifieke boodschap aan je gewenste doelgroep. Het is mogelijk om jouw banner te plaatsen op duizenden websites, video's en apps en deze dan direct door te linken naar de landingspagina van de vacature.

De banner wordt opgemaakt in de huisstijl van jouw bedrijf en de targeting vindt plaats op de door jouw gewenste persona's.

VIDEO ADVERTENTIES

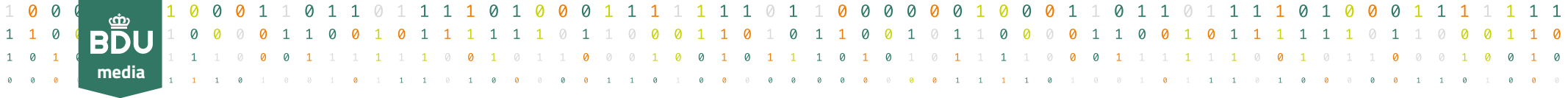
Streamingdiensten als YouTube zijn ontzettend populair. Dit biedt unieke kansen om onder de aandacht te komen van duizenden potentiële sollicitanten uit jouw directe omgeving met behulp van een bumper advertentie. Ben je al zichtbaar op onze nieuwswebsites en heb je een socialmediacampagne lopen? Dan ben je op dit platform zichtbaar voor een extra

doelgroep. Wist je dat 83% van de mensen een video zonder geluid bekijkt? Daarom is het erg belangrijk om jouw video advertenties te ondertitelen.

Deze specifieke video-advertenties noemen we 'prerolls'. Hiermee kun je de boodschap van jouw bedrijf krachtig overbrengen.

Een preroll is eigenlijk een video commercial van 15-30 seconden. In te zetten wanneer het jou schikt, op elk gewenst kanaal.





**WIST JE DAT BDUMEDIA AL DEZE PROPOSITIES
VOOR JOU KAN PRODUCEREN ÉN WEG KAN
ZETTEN OP DE GEWENSTE KANALEN?**

HULP NODIG?

**MAIL OF BEL MONIQUE JANSEN-VAN DIJK,
06-83 62 48 05.**

