

Succesvolle werving door marketingdenken

Er is een schreeuwend tekort aan personeel. Organisaties adverteren zich suf om maar kandidaten binnen te krijgen. Toch lukt dat maar moeilijk. Niet verwonderlijk, want de meeste organisaties roepen hetzelfde.

Merkster helpt organisaties om een concurrentievoordeel te creëren op de arbeidsmarkt en zo meer en beter personeel binnen te halen dan de competitie. Door op een marketingmanier te denken en de arbeidsmarkt in kaart te brengen, zoals een organisatie met klanten doet, verbetert het resultaat van wervingsacties.

Wat is er aan de hand?

Personeelstekort wordt vaak gevoeld door een hele bedrijfstak. Bijna nooit hoor je een werkgever zeggen: mijn concurrenten hebben het moeilijk om personeel te vinden, maar bij ons staan ze te dringen voor de deur. Dat iedereen dezelfde pijn voelt is een op een het gevolg van werkgevers die stuck in the middle zijn. De boodschappen van werkgevers in een bepaalde sector lijken teveel op elkaar. Voor een kandidaat maakt het daardoor niet uit of hij voor de een of de ander kiest.

In andere woorden: personeelstekort is niet erg, maar wel het feit dat het beschikbare personeel niet voor jouw organisatie kiest is het probleem.

Hoe kunnen organisaties deze effectieve communicatie inzetten?

Merkster helpt organisaties om deze effectieve manier van communiceren te omarmen en succesvol in te zetten. In interactieve, resultaatgerichte sessies leren medewerkers de principes en technieken van medewerkermarketing. De sessies inspireren om de technieken te gebruiken en helpen om ze succesvol in te zetten. Merkster spoort op die manier het verlangen van jouw doelgroep op in een interactie sessie, of sessies. Wie vervolgens helder voor ogen heeft wat de boodschap is, bepaalt – wederom gebaseerd op marketingdenken - wie die wil bereiken, maar maakt ook duidelijk wie afvallen. Een goede propositie maakt helder dit is een product of dienst voor mensen die.... Hoe specifieker je dat maakt, hoe meer impact. De ontvanger moet in de ideale situatie denken dit is voor mensen zoals ik.

Pakketten op maat

Merkster heeft verschillende programma's die variëren van een inspiratiesessie tot het volledig uitvoeren van de verbeterlag voor interne communicatie.

Inspiratiesessie

Marketing denken voor recruiters

Deze sessie kan een onderdeel zijn van een heidag/teamdag van een afdeling. Aan de hand van marketingmodellen en *best practices* en *worst practices* raken de medewerkers geïnspireerd om medewerkermarketing te omarmen en leren ze de beginselen.

Ontwikkeltraject

De kandidaat als klant

Dit initiatief helpt organisaties om hun recruitmentinspanningen op een marketingmanier gestalte te geven. In drie dagdelen staan we stil bij de behoeftes van medewerkers, de verschillende groepen die er zijn en wat dat betekent voor de communicatie en wat de belangrijkste communicatieboodschappen de organisatie heeft voor deze groepen en hoe we dit verwoorden.

Merkster helpt

Actieve ondersteuning bij verandering

Dit pakket is een uitbreiding op het ontwikkeltraject. Het belangrijkste verschil is dat Merkster een dagdeel per week (meer, minder in overleg) blijft om het verandertraject aan te sturen en medewerkers on the job te helpen met het veranderen van de communicatie van zendergedreven naar medewerker gedreven.

NEEM CONTACT OP VOOR MEER INFORMATIE

We praten graag met je verder over deze oplossing voor effectieve recruitment communicatie.

Neem contact op met:

Karel Zwaan,

Directeur-eigenaar Merkster

06 22 39 45 00

karelzwaan@merkster.nl

www.merkster.nl