



## ARBEIDSMARKTCOMMUNICATIE INSPIRATIE EN TIPS

Onderstaande activiteiten zijn bedoeld ter inspiratie. We plaatsen deze onder de arbeidsmarktcommunicatie, maar in veel gevallen geldt dat deze onlosmakelijk verbonden zijn met werving & selectie.

- **Werk met een arbeidsmarktcommunicatieadviseur.** Recruitment is een aparte discipline, maar arbeidsmarktcommunicatie is dat ook. Tegelijkertijd zijn deze disciplines sterk met elkaar vervlochten. Zorg voor een integrale aanpak en synergie.
- **Maak een arbeidsmarktcommunicatieplan.** Neem daarin in ieder geval een arbeidsmarkt- en doelgroepenanalyse op. Gebruik de output hiervan om de USP's van jouw organisatie te definiëren en om een vertaling te maken naar een effectieve doelgroepenbenadering. Vergeet daarbij niet om aandacht te houden voor jouw werkgeversidentiteit!
- **Maak gebruik van de kandidaatreis** (dit zijn eigenlijk de eerste stappen uit de medewerkersreis) en zorg dat je met de inzet van communicatie aansluit op de stappen die een potentiële nieuwe medewerker zet. Op deze manier zet je de kandidaat centraal.
- Wil jij je als organisatie kunnen onderscheiden? Zorg dan voor unieke content. Maak hierbij gebruik van de kennis uit de arbeidsmarktanalyse en gebruik interessante karakteristieken van jouw organisatie. Denk na over wat jouw organisatie anders maakt dan andere waterschappen. Bijvoorbeeld: Werkgever van het jaar of erg informele cultuur.

**Let op:** Maak waar wat je claimt. Dus laat zien waaruit blijkt dat jouw organisatie informeel is, ergens in uitblinkt, etc.

- Zorg dat je nadenkt over hoe je voor een langere tijd in contact kan blijven met jouw doelgroep.  
**Tip:** werk met een contentkalender.
- Zorg dat de 'etalage' op orde is. In een wereld die steeds verder digitaliseert is het belangrijk om oog te hebben voor jouw online presentatie. Hoe ziet jullie corporate website eruit? En hoe zit het met de 'Werken bij' pagina of website? Dit zijn toch vaak de eerste visitekaartjes van jouw organisatie. Vergeet ook niet om aandacht te hebben voor de social media kanalen van jouw organisatie en je medewerkers. Help bijvoorbeeld jouw medewerkers om tot een professioneel profiel op LinkedIn te komen.
- **Organiseer events.** De Waterschapsverkiezingen, banenmarkten, meeloopdagen en netwerkevents. Het zijn allemaal uitstekende mogelijkheden om in contact en in gesprek te komen met potentiële nieuwe medewerkers. Organiseer bijvoorbeeld eens een themaweek of rondleidingen (bijvoorbeeld op de waterzuivering). Natuurlijk kun je ook slim gebruikmaken van events die door anderen worden georganiseerd. Denk bijvoorbeeld aan de wereldhavendagen, wereldwaterdagen of de dag van ons water.

- **Werk samen!** Zoek de (regionale) samenwerking met bijvoorbeeld het onderwijs (middelbare scholen, MBO, HBO en universiteiten). Je kunt dan denken aan: traineeships, (snuffel)stages, gastcolleges, het ondersteunen van scriptieprijsen, het aanbieden van studiebeurzen, het bieden van plekken aan promovendi en het aansluiten bij educatieve- / onderwijsprogramma's. Maar ook aan een gezamenlijk traineeprogramma met andere waterschappen.
- Vertel niet altijd zelf het verhaal van jouw organisatie. Investeer ook in referral recruitment (via-via werving). Laat bijvoorbeeld (oud)medewerkers aan het woord. Maak werknemersverhalen en deel deze op social media en de website zodat potentiële nieuwe medewerkers een goed beeld krijgen van de organisatie. Maak hierbij niet alleen gebruik van tekst, maar ook van (korte) video's (vlogs).
- Eerder al benoemd, maar dusdanig belangrijk dat we hem ook hier nog een keer herhalen: Betrek de organisatie bij de uitwerking van het arbeidsmarktcommunicatieplan. Dit maakt ook dat medewerkers sneller de rol van ambassadeur pakken.

#### WAAR JE VERDER AAN KUNT DENKEN:

- Blogs door medewerkers;
- Maak gebruik van storytelling;
- Interview medewerkers voor verhalen. Bijvoorbeeld: 'Een dag uit het leven van';
- Werk je corporate story uit in vorm van een bedrijfsvideo;
- Maak gebruik van 'live' communicatie op plaatsen waar jouw potentiële medewerkers zich bevinden: stations, evenementen, sportverenigingen, events, online platforms, etc. Natuurlijk kan dit ook statisch door de inzet van borden en banners;
- Heb oog voor de mogelijkheden op social media. Breng projecten op uitdagende en inspirerende wijze in beeld en deel deze bijvoorbeeld op Facebook, Instagram, Twitter of LinkedIn [**Let op:** meet het aantal clicks en waar bezoekers vandaan komen en pas je communicatie hierop aan];
- Betrek de lokale media (kranten en lokale omroep);
- En onthoud: Een goede onboarding aanpak draagt bij aan jouw arbeidsmarktcommunicatie.

