

EMPLOYER BRANDING CHECKLIST

Je bent weer één stap dichterbij een effectieve employer branding strategie. Bekijk de checklist samen met je team, want een werkgeversmerk is een zaak van iedereen.

Waarom wordt je (niet) gekozen als werkgever?

Als organisatie moet je duidelijk kunnen maken wat jou een aantrekkelijke werkgever maakt en voor wie: je waardepropositie. De eerste stap naar een sterker werkgeversmerk zet je intern: ga na waarom werknemers komen, blijven en gaan. Neem op deze manier je werknemers mee in het proces.

 Ga eens zitten met medewerkers van verschillende afdelingen en vraag hen om kritische feedback op je waardepropositie.

Wil je liever onze hulp, neem dan [contact met ons op!](#) Wij kunnen je begeleiden in deze gesprekken.

Heb je een sterk werkgeversverhaal?

Mensen vertrouwen op ervaringen van anderen. Daarom zijn je medewerkers de belangrijkste ambassadeurs van je merk en organisatie. Kunnen medewerkers in jouw organisatie het verhaal uitdragen op hun eigen manier zodat het authentiek is, maar ook consistent?

Door medewerkers in te zetten als merkambassadeurs, geef je je organisatie letterlijk een vertrouwd gezicht.

 Vraag medewerkers in een blog of video hun verhaal over de organisatie te vertellen.

EMPLOYER BRANDING CHECKLIST

Maak je gebruik van referral recruitment?

Niet alleen de ervaringsverhalen van je medewerkers maken je employer brand sterker, deze medewerkers kunnen ook zelf nieuw personeel aandragen via referral recruitment. Hiermee maak je gebruik van de authenticiteit van je medewerkers.

Steeds meer bedrijven en organisaties zetten referral recruitment succesvol in en ervaren daarmee de voordelen. Zo kan het zorgen voor meer verbondenheid bij huidige en nieuwe werknemers. De nieuwe medewerkers zullen gemiddeld langer bij je bedrijf blijven werken. Ook zijn deze nieuwe medewerkers vaak van hogere kwaliteit dan medewerkers die via jobmarketing zijn geworven.

📝 Stel een strategie op voordat je met referral recruitment begint. Hierin zorg je dat het proces en de spelregels voor iedereen duidelijk zijn.

Deel je vacatures via verschillende sociale kanalen? En hoe?

Via sociale media kanalen kun je potentiële werknemers bereiken. Op deze manier komen ze je ook tegen als ze niet actief naar vacatures aan het zoeken zijn. Zorg ervoor dat je op de juiste kanalen zichtbaar bent voor je doelgroep. Hierdoor haal je meer uit je berichten en is de kans op conversie hoger.

Vacatures kunnen organisch of betaald gedeeld worden. Op platformen zoals Facebook en Instagram kun je tegen lage tarieven adverteren. Hierbij is het wel van belang dat je op de hoogte bent van de mogelijkheden van Meta, die wij hier hebben beschreven.

👁️ Onderzoek waar je specifieke doelgroep het meest actief is, per vacature, en deel hier vervolgens de vacature. Zo zijn sommige platformen relevanter voor startersfuncties en anderen voor senior functies.