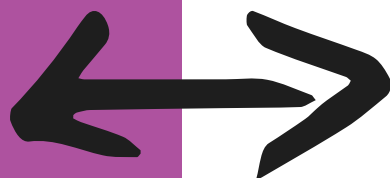


EEN STRATEGISCH HR-MARKETINGPLAN IN 7 STAPPEN

**HOE AANTREKKELIJK
BEN IK ALS WERKGEVER?**

INLEIDING

Welkom bij onze white paper over het opstellen van een succesvol strategisch marketingplan in zeven overzichtelijke stappen. In dit document zullen we je begeleiden bij het ontwikkelen van een effectieve strategie om jouw organisatie op de kaart te zetten en te laten groeien. We zullen ons richten op het HR-marketingaspect en je laten zien hoe je een uitgebreide aanpak kunt hanteren om jouw doelgroep te bereiken en te betrekken.



Stap 1: Analyse en omschrijving van de uitgangspunten over 5 jaar

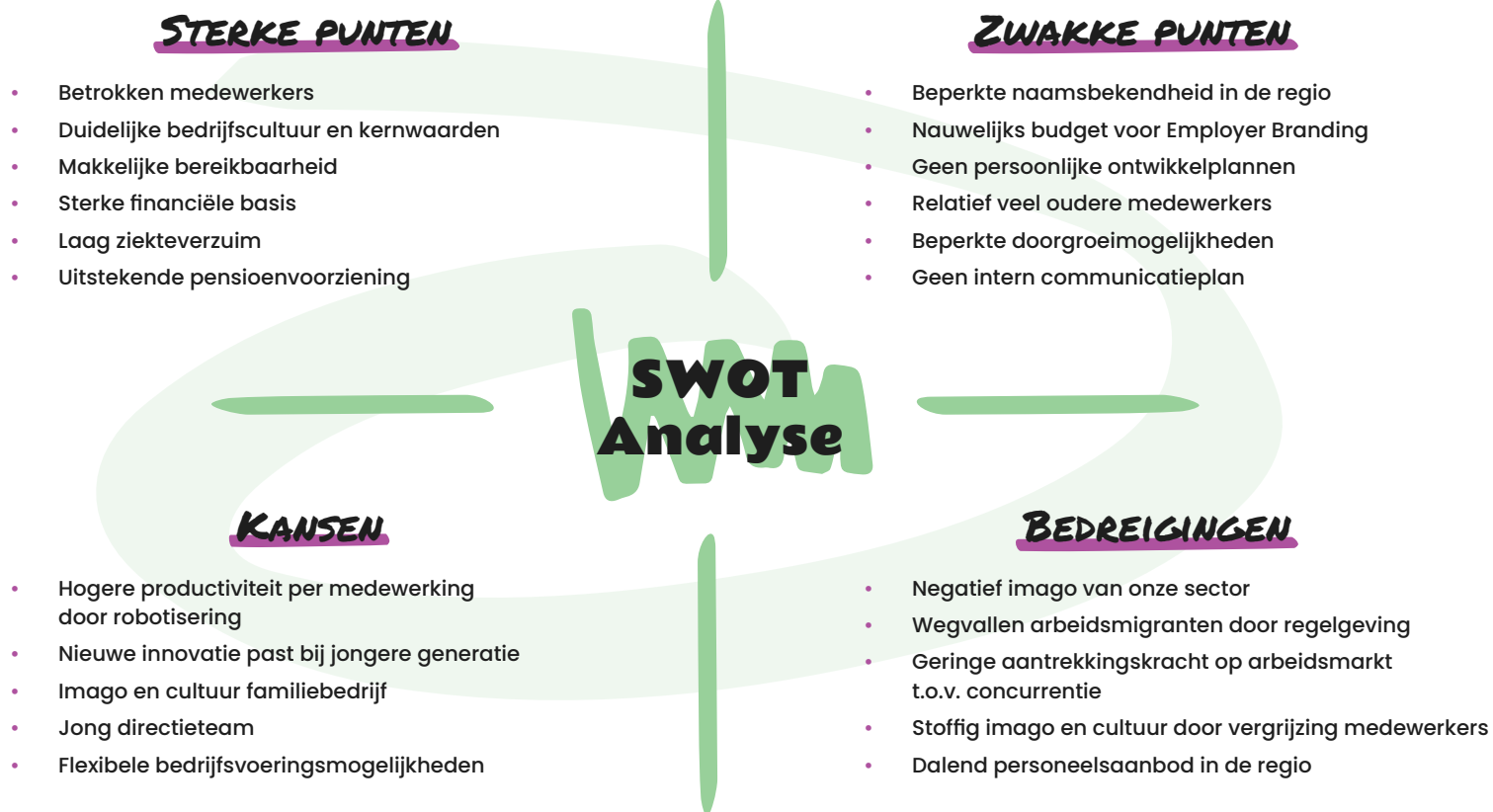
Om te beginnen is het van cruciaal belang om een goed inzicht te hebben van de uitgangspunten en doelen voor de komende vijf jaar. Dit omvat een samenvatting van het algemene businessplan, waarbij je rekening houdt met de omzetverwachtingen, ambitie, marktaandeel, positionering, investeringsplannen en andere relevante factoren. Het is belangrijk om deze bedrijfsdoelstellingen te koppelen aan de verwachte arbeids- en personeelsbehoefte, zodat je een duidelijk beeld krijgt van de personeelsinvulling in de toekomst. Zorg allereerst dat de basis goed is, want de bedrijfscultuur, het dna, is het belangrijkste uitgangspunt

voor het behouden en werven van medewerkers. Hoe goed ken je je zelf? Is de basis goed? Een eigen en onderscheidende bedrijfscultuur is de basis van je latere communicatie-uitingen.

Daarnaast is het essentieel om relevante trends op de arbeidsmarkt, concurrentie, geografisch gebied en werknemersbehoeften te identificeren en omschrijven.

Deze informatie kun je vervolgens samenvatten in een SWOT-analyse op HR-gebied en zal dienen als basis voor het formuleren van de HR-doelstellingen.

Hierbij zullen we kijken naar de personeelsbehoefte in de toekomst en de organisatorische verbeteringen die nodig zijn om deze doelstellingen te bereiken en te waarborgen.



Stap 2: Omschrijving van de doelstellingen

Nu we een goed beeld hebben van de algemene uitgangspunten, kunnen we overgaan naar het vaststellen van specifieke doelstellingen. We kijken naar verschillende aspecten, zoals het gewenste medewerkersbestand over vijf jaar, hoe we huidige medewerkers kunnen behouden en laten groeien, het verbeteren van werkgeversbekendheid en -imago, werknemersbetrokkenheid en de randvoorwaarden en organisatie die nodig zijn om deze doelstellingen te realiseren.

Het is belangrijk om duidelijk te definiëren welke HR-organisatie en structuur nodig is en waar het mandaat ligt rondom beslissingen zoals communicatie, training, huisstijl en tone of voice. Het stellen van concrete doelstellingen op deze gebieden zal de weg vrijmaken voor succes op lange termijn.

Stap 3: Doelgroepen en Employee Persona's omschrijven

Om jouw HR-marketingstrategie effectief te maken, moet je je richten op specifieke doelgroepen. Dit omvat bijvoorbeeld jongeren, herintreders, arbeidsmigranten en specialisten. Om dieper inzicht te krijgen, zullen we deze doelgroepen moeten vertalen naar Employee Persona's, want je zult een specialist heel anders moeten benaderen en moeten overtuigen dan een arbeidsmigrant.

Een Employee Persona is een gedetailleerde omschrijving van een ideale medewerker, gebaseerd op demografische gegevens, behoeften, doelen en gedrag.

Het opstellen van goede Employee Persona's vereist zorgvuldig onderzoek en analyse. Enkele tips hiervoor zijn:

- Voer interviews en enquêtes uit onder huidige medewerkers en potentiële doelgroepen.
- Analyseer demografische gegevens, zoals leeftijd, geslacht en locatie.
- Identificeer gemeenschappelijke kenmerken, behoeften en uitdagingen.
- Geef de Employee Persona's een naam en maak ze menselijk door foto's toe te voegen.
- Vergeet niet om je Persona's regelmatig bij te werken op basis van nieuwe inzichten en veranderingen in de markt.



Lodewijk de Jong

Leeftijd: 27 jaar
Opleiding: HBO bachelor
Branche: Industrie
Adres: Amersfoort
Inkomen: 40.000
Relatiestatus: vrijgezel

“Mijn werkgever moet een positieve impact hebben op de samenleving”

Biografie

Lodewijk komt uit een warm gezin en hecht waarde aan een rijk sociaal leven. De komende jaren wil Lodewijk nog meerdere verre reizen maken.

Drijfveren

Lodewijk is nieuwsgierig en volgt met interesse nieuwe technologieën zoals AI. Via YouTube en podcasts blijft hij up to date. Lodewijk vindt werk belangrijk, maar dit moet wel passen bij zijn persoonlijk beeld van voldoende vrije tijd en een goede balans.

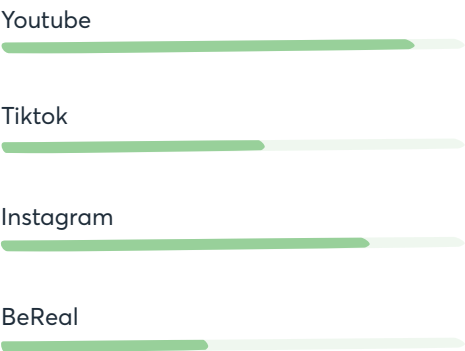
Eisen en wensen

Lodewijk wil graag werken op tijden en plaatsen die hem uitkomen. Een baan van 9 tot 5 vindt hij belachelijk ouderwets. Lodewijk wil creatief uitgedaagd worden en wil graag leren en door ontwikkelen. Lodewijk is allergisch voor hiërarchisch leiderschap. Lodewijk wil betrokken zijn en agile werken met zijn collega's.

Persoonlijkheid



Kanalen



Contentvormen



Stap 4: KPI's & budget

Nu we duidelijke doelstellingen en Employee Persona's hebben, is het tijd om deze te vertalen naar meetbare KPI's (Key Performance Indicators). KPI's stellen het management in staat om de voortgang van de strategie te monitoren, te evalueren en indien nodig bij te sturen. Het is belangrijk om realistische en haalbare KPI's te formuleren die gericht zijn op het behalen van de vastgestelde doelstellingen.

Daarnaast moet je het budget voor de komende vijf jaar verdelen over de verschillende doelstellingen. Het hebben van mooie ambities is geweldig, maar zonder de juiste middelen blijven het slechts dagdromen. Het bepalen van het budget zorgt ervoor dat je de nodige financiële middelen hebt om jouw HR-marketingstrategie succesvol uit te voeren.

Stap 5: De marketingmix

Nu is het tijd om de juiste marketingmix te bepalen voor de twee belangrijkste doelgebieden: huidige medewerkers en potentiële medewerkers.

Voor huidige medewerkers wil je werkgeluk verbeteren, betrokkenheid vergroten en hen omvormen tot ambassadeurs van jouw organisatie. Dit vereist het identificeren van de juiste middelen en kanalen om effectieve communicatie en betrokkenheid te bevorderen.

Voor potentiële medewerkers wil je jouw naamsbekendheid vergroten en jouw imago versterken. Dit kan worden bereikt door gerichte marketingactiviteiten, zoals het gebruik van sociale media, het organiseren van evenementen, het verbeteren van de employer branding en het benutten van andere geschikte kanalen.

De keuze van kanalen en middelen is afhankelijk van de diversiteit aan doelgroepen, de ambitie van jouw organisatie en het beschikbare budget.



Stap 6: Het marketing- jaarplan

Na het doorlopen van de voorgaande stappen, is het tijd om de strategie om te zetten in een jaarlijks operationeel jaarplan. Dit jaarplan vertaalt de langetermijndoelen naar een concrete contentkalender met acties, specifieke kanalen, mijlpalen en verantwoordelijkheden. Een goed gestructureerd jaarplan zal de implementatie en uitvoering van jouw HR-marketingstrategie vergemakkelijken.

Stap 7: Evaluatie en bijsturing

Tot slot is het essentieel om de voortgang van jouw marketingplan regelmatig te evalueren en waar nodig bij te sturen. Door de acties, voortgang en mogelijke strategische aanpassingen te evalueren, kun je ervoor zorgen dat jouw HR-marketingstrategie effectief blijft en aansluit bij de veranderende behoeften van jouw organisatie en doelgroepen.

Voorbeeld contentkalender:

Contentkalender								
Datum	Doelgroep/Buyer persona	Onderwerp	Boodschap/content type bericht	kanaal	Verantwoordelijke	Budget	KPI	Link/details
15-10-2023	Lodewijk	Ontwikkelperspectief	kansen in bedrijf	video	Instagram/YouTube Geert	€ 350	100 website bezoeken	Google drive
18-10-2023	Algemeen	Naamsbekendheid/imago	Werkgeverschap	Open dag	Facebook/Instagram Yvette	€ 1.500	300 bezoekers	Google drive
24-10-2023	Fleur	Techniek	Mogelijkheden	Animatie	Instagram/Tiktok Yvette	€ 400	1500 impressies/25 likes	Google drive
29-10-2023	Agnes	Collega Quality & Control	Vacature	Animatie/post	Instagram/Facebook Celine	€ 1.200	min 4 sollicitanten	Google drive
5-11-2023	Pieter	Ontwikkelperspectief	kansen in bedrijf	video	Instagram/YouTube Geert	€ 350	1500 impressies	Google drive
15-11-2023	Algemeen	Jubileum	Werkgeverschap	Post	Facebook/Instagram Yvette	€ 50	900 impressies/50 likes	Google drive
20-11-2023	Lodewijk	Servicemonteur	Vacature	Animatie/post	Instagram/YouTube Geert	€ 900	min 4 sollicitanten	Google drive

Conclusie

Het opstellen van een succesvol strategisch HR-marketingplan in vijf stappen is een uitdagend, maar noodzakelijk proces om jouw organisatie op de kaart te zetten en te laten groeien. Door een grondige analyse uit te voeren, duidelijke doelstellingen te stellen, Employee Persona's te definiëren, meetbare KPI's te formuleren, de juiste marketingmix te bepalen, een jaarlijks operationeel jaarplan op te stellen en regelmatig te evalueren, kun je jouw HR-marketingstrategie effectief implementeren en de gewenste resultaten behalen.

Wil je hulp, inspiratie of gewoon een sparringspartner bij het opstellen van een strategisch plan?

Mail me dan gerust via
info@hoeaantrekkelijkbenikalswerkgever.nl,
dan maken we snel een afspraak!

Wil je structureel aantrekkelijk zijn en blijven voor medewerkers? Je kunt me ook boeken voor een presentatie, workshop of om een analyse te doen.

Erik Titulaer



HOE AANTREKKELIJK 
BEN IK ALS WERKGEVER? 

077 - 30 30 500

info@hoeaantrekkelijkbenikalswerkgever.nl