

Definitieve definitie gezocht

Arbeidsmarktcommunicatie,

Arbeidsmarktcommunicatie is allang niet meer alleen die personeelsadvertentie als er een vacature is. Maar wat is het nu precies? En vooral ook: wat is het niet? Een zoektocht naar een bruikbare definitie. Plus: kennis uit de praktijk!

TEKST: MARTIJN HEMMINGA

Arbeidsmarktcommunicatie is een relatief jong vakgebied. En we mogen dan allemaal wel een beeld hebben bij waar we het in dit vak ongeveer over hebben, een sluitende definitie is soms ook wel handig. In dit artikel zoeken we die definitie. Daarvoor willen we drie hoofdvragen beantwoorden:

1. Wat wil je bereiken?
2. Op wie richt je je?
3. Wanneer doe je dat?

1

Wat wil je bereiken?

Het doel van arbeidsmarktcommunicatie lijkt simpel te formuleren, maar wie al langer in het vak zit, weet dat een eenvoudig antwoord niet mogelijk is. In feite zijn er drie doelen: één op korte termijn, één op lange termijn, en één die zowel op korte als op lange termijn van belang is.

Het kortetermijndoel is het werven van nieuwe medewerkers. Denk: personeelsadvertenties, de eigen wervingssite, het vullen van vacatures. Het langetermijndoel van arbeidsmarktcommunicatie is het verbeteren van het werkgeversmerk, tegenwoordig vaak aangeduid als employer branding. Het gaat hierbij zowel om naamsbekendheid als om het creëren van een positieve attitude bij de sollicitant. Het derde doel duiden we wel aan met employee relationship management, het opbouwen

Wie Tebodin

Wat Onafhankelijk ingenieurs- en adviesbureau met meer dan 3.000 consultants, verdeeld over ruim 50 kantoren in de hele wereld. Onderdeel van de BAM Groep, omzet 232 miljoen (2008).

‘Steeds meer bezig met werkgeversimago’

Michiel Jongebreur, consultant arbeidsmarktcommunicatie:

‘Binnen Tebodin wordt arbeidsmarktcommunicatie steeds belangrijker. Samen met de hr-manager zet ik het beleid uit, op nationaal niveau. Uiteraard werken wij daarbij samen met onze pr-afdeling, maar hr is bij ons eindverantwoordelijk. Arbeidsmarktcommunicatie houdt binnen Tebodin meer in dan alleen werving op de korte termijn. We werken structureel aan ons arbeidsmarktcommunicatiebeleid. Het tevreden houden van de eigen werknemers hoort daar ook bij. Die zaken liggen ook vaak in elkaars verlengde. Zo maken wij bijvoorbeeld vaker gebruik van het netwerk van onze medewerkers om nieuwe collega’s te vinden. Dan snijdt het mes aan twee kanten.’

en onderhouden van contacten met huidige medewerkers, potentiële medewerkers en oud-medewerkers.

2

Op wie richt je je met arbeidsmarktcommunicatie?

Het antwoord op de vraag op wie arbeidsmarktcommunicatie zich richt, ligt al in het woord zelf besloten: de arbeidsmarkt. Maar wie is dat dan precies, die arbeidsmarkt? In ieder geval niet iets wat zich alleen buiten de muren van de organisatie afspeelt. De interne arbeidsmarkt speelt minstens zo’n essentiële rol. Arbeidsmarktcommunicatie kan zich natuurlijk ook richten op de zogenoemde influentials (beïnvloeders), niet de doelgroep zelf, maar de mensen rond die doelgroep, die wel invloed op ze hebben, zoals ouders of decanen.

3

Wanneer moet je aan arbeidsmarktcommunicatie doen?

Die ene toevallige personeelsadvertentie is géén arbeidsmarktcommunicatie. Goede arbeidsmarktcommunicatie is iets waar je structureel aan werkt, bewust dan wel onbewust. Door arbeidsmarktcommunicatie een plek te geven in de organisatiestrategie, kun je snel en goed reageren op wervingsproblemen op de korte en lange termijn. Daarvan heb je altijd profijt.

wat is dat eigenlijk?

Definitie

Samengevat, arbeidsmarktcommunicatie is:

Structureel communiceren naar de interne en externe arbeidsmarktgroepen en hun beïnvloeders met als doel het werven van nieuwe medewerkers, het positief beïnvloeden van het werkgeversmerk en/of het contact onderhouden met huidige, potentiële en oud-medewerkers. ■

Bij dit nummer van Werf& zit een woordenboekje met nog veel meer termen uit de wereld van de arbeidsmarktcommunicatie. Handig!

Bronnen: Amcinfo.nl, AMC Academie

Wie Grant Thornton

Wat Accountants- en adviesorganisatie in de Randstad, met sterke positie in MKB. Zo'n 500 medewerkers, in Nederland verdeeld over 8 vestigingen, omzet 50,8 miljoen (2008)

'Een goede kruisbestuiving is essentieel'

Eveline Pernoud, corporate recruiter: 'Bij ons bestaat arbeidsmarktcommunicatie uit activiteiten die gericht zijn op de communicatie met de externe arbeidsmarkt. De eindverantwoordelijkheid hiervoor ligt bij het hoofd p&o, maar de afdeling p&o werkt bij ons wel intensief samen met de afdeling marketing & communicatie (m&c). In feite is m&c faciliterend. Vanuit p&o bedenken we de inhoud en m&c zorgt vervolgens voor de juiste vorm, passend bij de huisstijl en bij andere corporate uitingen. De mediakeuze doen we daarna echt gezamenlijk. Om tot optimale kwaliteit te komen is een goede kruisbestuiving tussen beide afdelingen wel essentieel. Gelukkig verloopt die samenwerking bij ons erg goed.'

Wie Máxima Medisch Centrum

Wat Het grootste medisch centrum in Zuidoost-Brabant, ontstaan uit een fusie tussen het Sint-Joseph Ziekenhuis in Veldhoven en het Diaconessenhuis in Eindhoven. Ruim 3.400 medewerkers, budget 184,4 miljoen euro

'We stonden te vaak in dezelfde krant'

Mascha Weezenbeek, adviseur arbeidsmarktcommunicatie:

'Toen ik hier in 2001 begon als p&o-adviseur was ik al verantwoordelijk voor arbeidsmarktcommunicatie, maar dat hield destijds niet veel meer in dan het reactief plaatsen van personeelsadvertenties. We deden weinig onderscheidends, stonden altijd in de dezelfde krant, deden niets met internet. In 2005 kwam het besef dat het anders moest en hebben we een afdeling werving & selectie opgezet. Deze afdeling is in 2008 opgegaan in het Expertisecentrum MMC@Work, samen met het interne uitzendbureau en loopbaanbegeleiding. Daar ben ik dus vanaf november 2008 adviseur arbeidsmarktcommunicatie.'

