


A dark green rounded rectangular box containing the title of the whitepaper.

Whitepaper
Arbeidsmarktcommunicatie

A background image of a smiling Black man with curly hair, wearing a blue t-shirt and a high-visibility yellow-green safety vest with the "alliander" logo. He is looking down at a document or map he is holding. The image is overlaid with a white geometric pattern of lines and dots.

Praktische handvatten en inspirerende voorbeelden vanuit Alliander

Voorwoord

Samen bouwen aan een toekomstbestendige arbeidsmarkt

De energietransitie versnelt. Onze maatschappelijke opgave groeit, maar de krapte op de arbeidsmarkt groeit mee- en sneller dan ooit. De cijfers laten er geen twijfel over bestaan: de vraag naar technici en IT-specialisten neemt exponentieel toe, terwijl het aanbod achterblijft. Traditionele wervingsstrategieën schieten tekort. Zonder actie lopen de tekorten verder op en komt de voortgang van de energietransitie in gevaar.

Bij Alliander geloven we dat we deze uitdaging alleen samen kunnen aangaan. Samen met onze keten- en sectorpartners. Want slimmer werken, anders denken en nieuwe oplossingen ontwikkelen – dat lukt alleen als we van elkaar leren en elkaar versterken.

Daarom reiken we met dit whitepaper de hand. We delen onze inzichten, aanpak en ervaringen uit een succesvolle arbeidsmarktcampagne. Niet om te zeggen hoe het moet, maar om te laten zien wat werkt. En om samen verder te bouwen aan een toekomstbestendige arbeidsmarkt.

alliander



Leeswijzer

In dit whitepaper vind je praktische inzichten en bewezen strategieën om jouw werkgeversmerk te versterken en gericht talent aan te trekken. We nemen je mee in onze aanpak, van het ontwikkelen van een sterke Employer Value Proposition tot het inzetten van effectieve recruitment marketing. Ons doel? Jou inspireren en ondersteunen bij het bouwen aan een toekomstbestendige arbeidsmarkt.“

Wat vind je in dit whitepaper?

- Heldere uitleg van de Employer Value Proposition (EVP) en hoe je er zelf mee aan de slag kunt.
- Concrete voorbeelden uit Alliander's arbeidsmarktcampagne en doelgroepbenadering.
- Handvatten voor doelgroepgerichte communicatie.

Wat levert het je op?

- Inzicht in wat werkt in arbeidsmarktpositionering.
- Inspiratie om je eigen strategie te versterken.
- Een gedeeld vertrekpunt om samen slimmer en effectiever te werven.



Inhoudsopgave

- 1. De Employer Value Proposition & Employer Branding**
 - a. Ontwikkel een Employer Value Proposition
 - b. Laat jezelf zien als werkgever
- 2. Recruitment Marketingstrategie**
 - a. Welke middelen zet jij in om jouw doelgroepen te bereiken?
 - b. Welke fases doorloopt een kandidaat?
- 3. Doelgroepmarketing**
 - a. Wat zijn jouw wervingsdoelgroepen?
 - b. Zet jouw eigen medewerkers in!
- 4. Vacature teksten die het verschil maken**
 - a. Met deze 10 tips trek je talent aan
- 5. Samenvatting**



De Employer Value Proposition & Employer Branding

Wat is jouw werkgeversverhaal?

Ontwikkel een Employer Value Proposition

Voordat je als organisatie aan de slag gaat met het bouwen van een sterk werkgeversmerk, is het essentieel om eerst je **Employer Value Proposition (EVP)** helder te hebben. De EVP is het fundament waarop je employer branding-strategie rust. Zonder een duidelijke belofte aan (potentiële) medewerkers, blijft je communicatie richtingloos en versnipperd.

De **Employer Value Proposition (EVP)** is de belofte die je als werkgever doet aan (potentiële) medewerkers. Het is het antwoord op de vraag: *Waarom zou iemand bij jouw organisatie willen werken – en blijven?* De EVP vormt de basis van al je arbeidsmarktcommunicatie en bepaalt hoe je je als werkgever positioneert.

Alle marketinguitingen toets je aan dit verhaal en deze belofte(s).

Stappen

- Onderzoek waarom medewerkers voor jouw organisatie gekozen hebben en waarom ze willen blijven. Wat zijn jullie unieke kenmerken als werkgever?
- Onderzoek wat jullie wervingsdoelgroepen zoeken in een werkgever.
- Breng bovenstaande bij elkaar: wat heb je te bieden aan deze doelgroepen, en op welke associaties wil je sturen?
- Vertaal dit naar een werkgeversverhaal en een duidelijke belofte.

Voorbeeld

De Employer Value Proposition van Alliander



In de uitwerking van onze Employer Value Proposition lees je van boven naar beneden hoe we gekomen zijn tot de positionering. Van strategische keuzes tot aan de pijlers waarop we onze communicatie baseren.

werken bij



maakt het energienet beter

Ga aan de slag met Employer Branding

Laat jezelf zien als werkgever

Vanuit je EVP ga je dus werken aan je werkgeversmerk. Je kunt er dan voor kiezen om naast doelgroepmarketing, of in plaats van doelgroepmarketing, in te zetten op Employer Branding.

- Met het werkgeversmerk onderscheid je je in een krappe arbeidsmarkt van andere werkgevers
- Een sterk werkgeversmerk helpt je met het aantrekken van betere kandidaten. Een duidelijk beeld van cultuur, waarden en ontwikkelmogelijkheden trekt mensen die écht passen bij jouw organisatie.
- Een sterk werkgeversmerk draagt bij aan behoud van medewerkers door het versterken van de interne trots.
- Door te bouwen aan je merk en naamsbekendheid heb je op lange termijn lagere wervingskosten doordat kandidaten sneller naar jou toe komen.



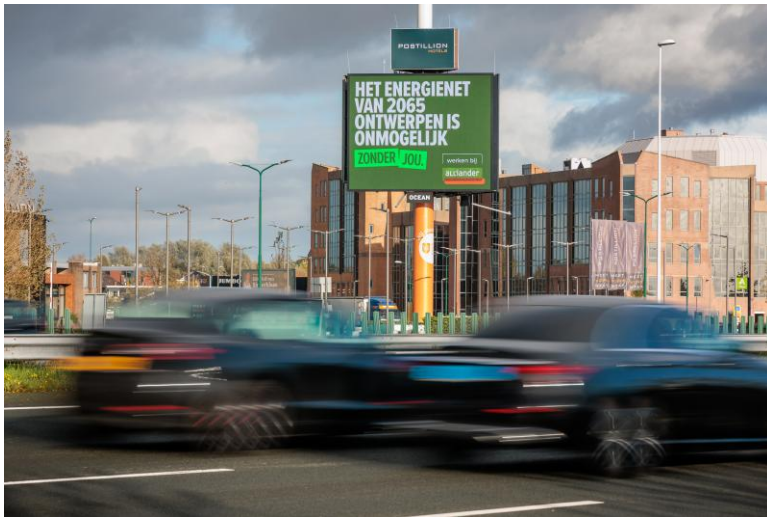
Voorbeeld: doorvertaling evp naar Employer Branding Campagne



Voorbeeld

De EVP vertaald naar een campagne van Alliander

alliander



Kijk eens op [werf-en.nl](https://www.werf-en.nl) voor recruitmentrends en inspiratie van campagnes van andere werkgevers.

Recruitment Marketingstrategie



Recruitment marketingmix

allliander

Welke middelen zet jij in om je doelgroepen te bereiken?

Met een **recruitment marketing strategie** maak je een planmatige aanpak op marketing- en recruitment om talent aan te trekken, te boeien en uiteindelijk te converteren naar sollicitanten. Het is het samenspel tussen je werkgeversmerk, je doelgroepmarketing en je recruitmentstrategie. Het gaat verder dan alleen vacatures plaatsen: je bouwt een sterk werkgeversmerk en creëert een positieve **candidate journey**.

Belangrijke elementen zijn:

- **Employer branding:** jouw organisatie positioneren als aantrekkelijke werkgever.
- **Doelgroepmarketing**
 - **Contentmarketing:** verhalen, blogs, video's en testimonials delen.
 - **Social media & targeted advertising:** zichtbaar zijn op kanalen waar jouw doelgroep actief is.
- **Employee advocacy:** Zet jouw eigen medewerkers in.
- **Wervingsevenementen:** laagdrempelig in contact komen met potentiële kandidaten.
- **Talent nurturing:** contact onderhouden met potentiële kandidaten, ook als ze nog niet direct solliciteren.

Voorbeeld

Recruitment + marketingmix

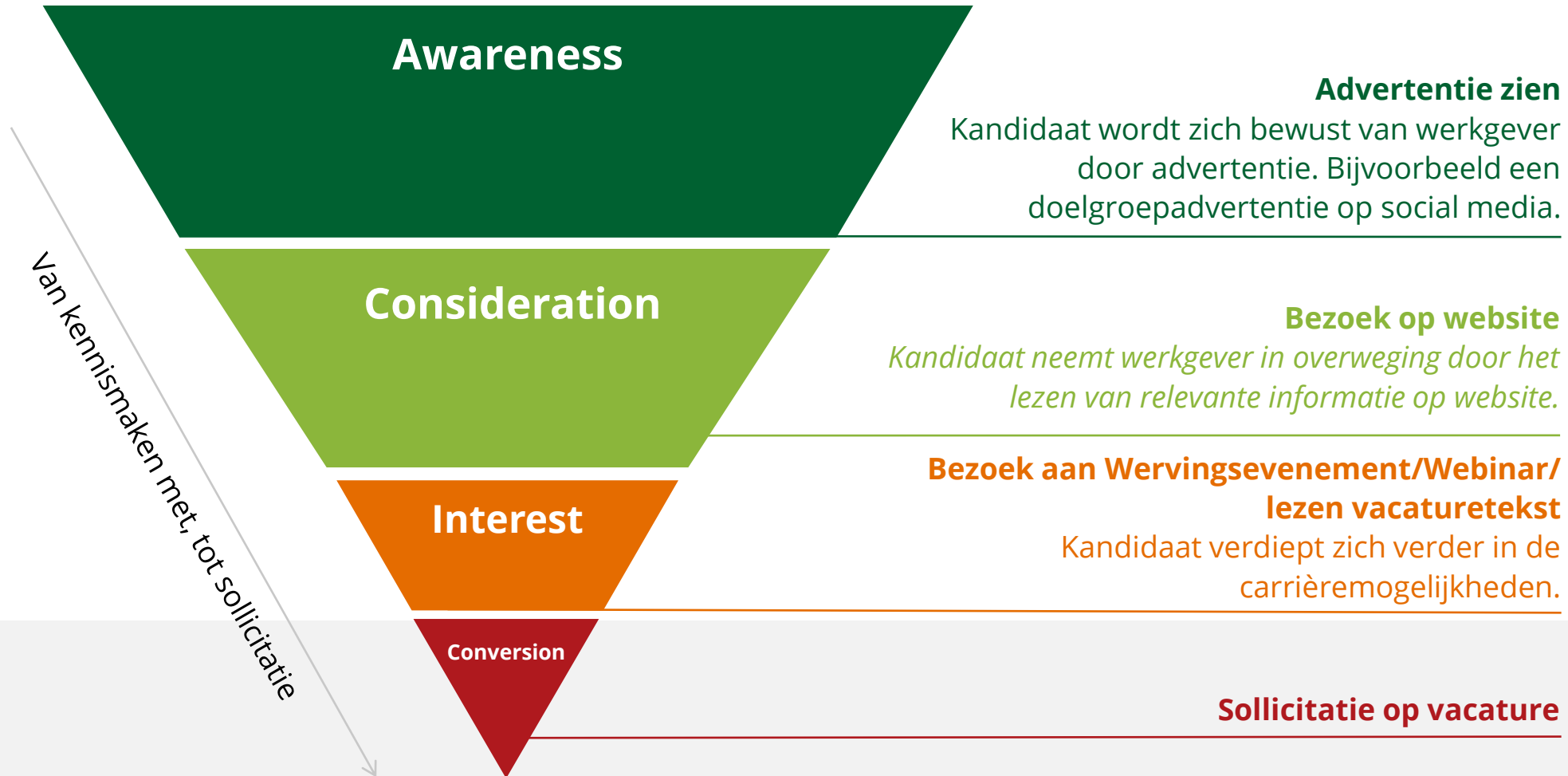
alllander



Recruitment Marketing Funnel

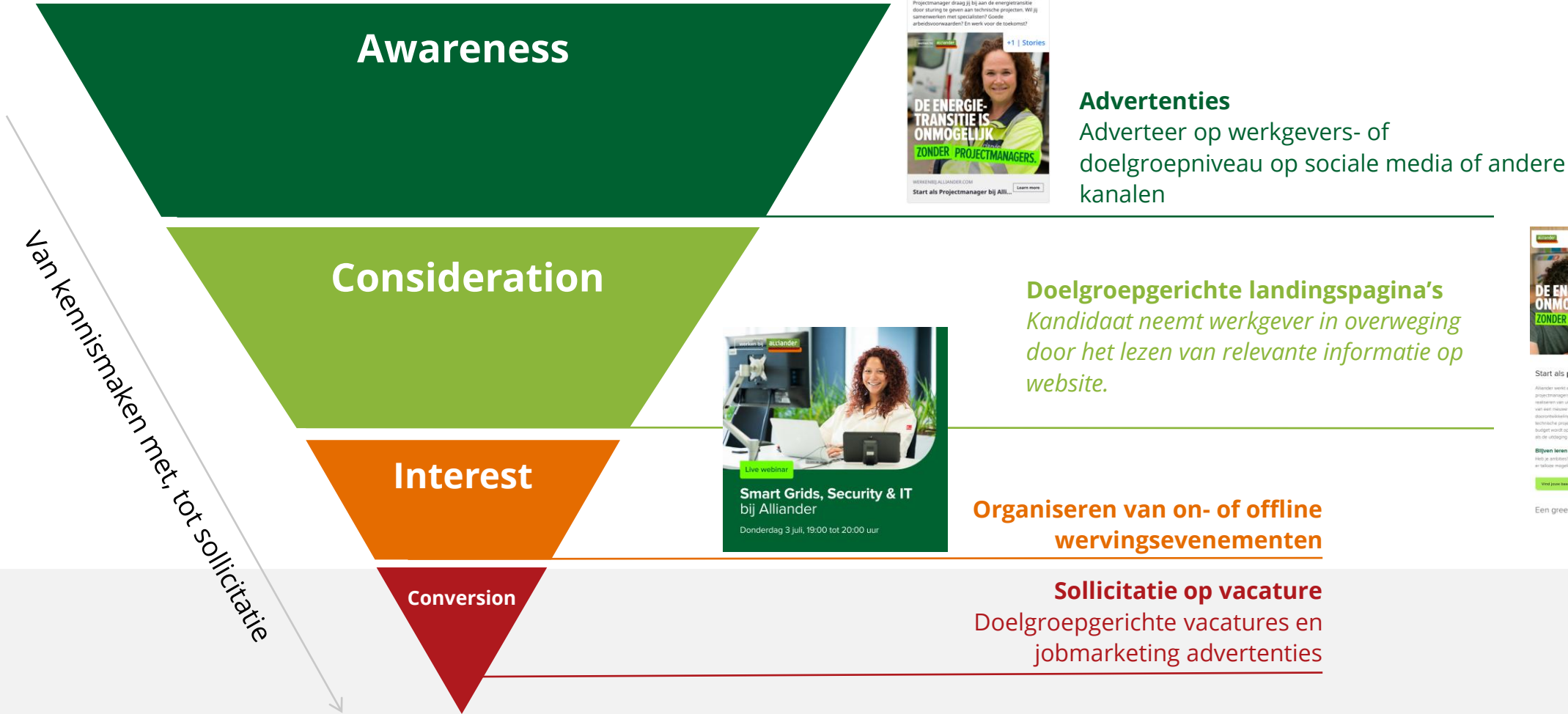
Welke fases doorloopt een kandidaat?

alliander



Voorbeeld: Recruitment Marketing Funnel bij Alliander

Hoe kun je op deze fases inspelen?



Advertenties

Adverteer op werkgevers- of doelgroepniveau op sociale media of andere kanalen



Doelgroepgerichte landingspagina's

Kandidaat neemt werkgever in overweging door het lezen van relevante informatie op website.



Start als projectmanager
Alliander werkt aan het energienet van de toekomst, en het kan niet zonder onze projectmanagers. Als projectmanager bij Alliander regel je een cruciale rol in het realiseren van uitdagingen projecten. Daarin aan je voor de realisering van een nieuwe manier op het energienet, die anders niet werkt je aan de doorontwikkeling van nieuwe netten. Je identificeert de risico's, geeft sturing aan technische projecten en zorgt ervoor dat alles binnen de gestelde tijd en het budget wordt afgeleverd. Zo draag je bij aan de energietransitie. Klinkt dit als de uitdaging voor jou? Start dan als projectmanager bij Alliander.

Blijven leren en ontwikkelen
Heb je ambitie? En wil je doorgronden binnen jouw vakgebied? Bij Alliander zijn er vele mogelijkheden. Laat je inspireren!

[Vind jouw baan als projectmanager](#)

Een greep uit onze **projectmanager** functies

Organiseren van on- of offline wervingsevenementen

Sollicitatie op vacature
Doelgroepgerichte vacatures en jobmarketing advertenties

Doelgroepmarketing



Doelgroepmarketing

Wat zijn jouw wervingsdoelgroepen?

allliander

Weet wie je zoekt. Informatie over jouw wervingsdoelgroepen is cruciaal om de juiste aanpak te bepalen. Zorg daarom dat je het antwoord vindt op onderstaande vragen:

- Welke functiegroepen heb je allemaal te werven?
- Waar zitten de hoogste volumes en welke groepen zijn het lastigst te vinden?
- Waarmee zijn deze doelgroepen te overtuigen? Zijn het binnen de vakgebieden doelgroepen die in verschillende levensfasen zitten? Vinden ze andere dingen belangrijk?
- Welke opleidingsachtergronden hebben deze groepen en waar studeren ze?
- Waar zijn deze groepen te bereiken? Welke kanalen gebruiken zij om een baan te zoeken? En op welke media kijken ze vaak? Hoe reizen ze? Al deze informatie kun je gebruiken om jouw marketingmix te bepalen én jouw vacatureteksten te optimaliseren.

Onderzoek eens waar de huidige medewerkers en sollicitanten vandaan komen of wat zij zien als interessante werkgevers. Wat zijn concurrerende werkgevers?

Voor gedetailleerde informatie over doelgroepen op de arbeidsmarkt kun je onder andere terecht bij het [Giant Dashboard van Intelligence Group](#).

Voorbeeld

Doelgroepmarketing bij Alliander

Vanuit onze EVP en het campagneconcept 'De energietransitie is onmogelijk, zonder jou', is er een doorvertaling gemaakt voor onze wervingsdoelgroepen.

- Het statement wordt hierin gecombineerd met doelgroepfotografie.
- We gebruiken doelgroepgerichte advertentieteksten.
- We zetten verhalen van onze eigen medewerkers in.



Stationsreclame



Start als Engineer

Alliander ontwikkelt en beheert het energienet van de toekomst, en dat kunnen we niet zonder onze engineers. Als engineer speel jij een cruciale rol in het optimaliseren van het energienet voor de toekomst. Met jouw technische talent ontwerp en realiseer je indrukwekkende infraprojecten. Zo draag je bij aan de

Website

allliander



Advertentie

Employee Advocacy

Zet jouw eigen medewerkers in!

Met Employee Advocacy bedoelen we dat **medewerkers optreden als ambassadeurs van jouw organisatie**. Dit kan door content, ervaringen en inzichten te delen via hun persoonlijke netwerken (bijvoorbeeld op LinkedIn, Instagram of zelfs WhatsApp). Of door mee te helpen in de werving. De medewerker zelf heeft een bepaalde autoriteit en authenticiteit die kan helpen het werkgeversmerk te versterken.

Voorbeelden:

- Motiveer collega's met een aanbrenghpremie. Vinden zij een nieuwe collega? Dan worden ze daarvoor beloond.
- Stel materialen beschikbaar waarmee collega's zelf aan de slag kunnen, denk aan:
 - Fysieke materialen zoals doeken voor bouwhekken;
 - Afbeeldingen of templates in tools als Canva of Figma die collega's kunnen delen op social media.

alliander



Vacatureteksten die
het verschil maken

Vacatureteksten die het verschil maken

Met deze 10 tips trek je talent aan dat bijdraagt aan de energietransitie

alliander

1) Vermeld het salaris

Kandidaten willen weten waar ze aan toe zijn. Het noemen van een salarisrange verhoogt het aantal sollicitaties en voorkomt mismatches later in het proces.

2) Wees eerlijk

Verfraai de werkelijkheid niet. Een eerlijke tekst voorkomt teleurstelling en verhoogt de kans op duurzame instroom.

3) Kies een herkenbare functietitel

Gebruik termen die je doelgroep zelf zou gebruiken op LinkedIn of in hun cv. Vermijd creatieve titels die niet vindbaar zijn in zoekmachines.

4) Weet voor wie je schrijft

Verplaats je in je ideale kandidaat. Wat drijft hen? Wat zoeken ze in een baan? Stem je toon, inhoud en stijl af op hun belevingswereld.

5) Vertel concreet wat de baan inhoudt

Omschrijf de werkzaamheden helder en beknopt. Gebruik spreektaal en vermijd vage formuleringen zoals “dynamische omgeving” of “operationele processen”.

6) Stel niet teveel eisen

Een lange lijst met functie-eisen schrikt af. Focus op de kerncompetenties en wees realistisch. Vijf eisen is vaak voldoende, zeven is het maximum.

7) Benoem het unieke van jouw organisatie

Leg uit waarom iemand voor jouw bedrijf moet kiezen en niet voor een concurrent. Denk aan cultuur, maatschappelijke impact of innovatieve projecten

8) Benoem ontwikkelmogelijkheden

Vertel hoe kandidaten kunnen groeien binnen jouw organisatie. Denk aan opleidingen, doorgroeipaden of interne mobiliteit.

9) Maak het persoonlijk

Spreek de lezer direct aan met “je” in plaats van “de kandidaat”. Voeg een contactpersoon toe met naam, foto en telefoonnummer.

10) Gebruik bulletpoints

Maak je vacaturetekst beter leesbaar en makkelijker scanbaar met opsommingstekens. Door werkzaamheden en/of functie-eisen in een opsomming te gieten houd je je verhaal beknopt en beperk je je tot de essentie.

Samenvatting



Rege pakken in employer branding Compenseren voor het gebrek aan brede bekendheid corporate merk Ander type talent aantrekken om de energietransitie succesvol te maken

De beschrijving arbeidsvoorwaarden is wat Alliander een interessante werkgever maakt. De verschuiving van taakgerichtheid van teams naar doelgerichtheid als organisatie moet gaan zorgen voor verbinding tussen een uiteenlopende groep mensen en culturen. Met de energietransitie in het vizier heeft Alliander uitdaging te bieden voor kandidaten, maar alleen ook iets kunt brengen.

Alliander is allierend: samenwerking, luisteren als belangrijk. Het ontwerpteam maakt kennis met het belang van versheid en 'hoogste' feedback voor effectieve employer branding. We vertalen de behoeften van (Alliander naar hoe het is om er te werken. We vertalen met focus voor onze werknemers naar de maatschappij toe. We hebben de menselijke aspecten niet zo betaald de vaardigheden die u nodig heeft.

ALLIANDER WERKT AAN EEN TOEKOMSTBESTENDIG ENERGIENET

WERKEN BIJ ALLIANDER - MAAKT HET ENERGIENET BETER

Waar we het voor doen	Wat ons aantrekkelijk maakt	Hoe we met elkaar omgaan	De basis van ons werk	Onze mentaliteit
Weselijk werk voor nu en de toekomst. Het is niet alleen voor ons, nu en - dankzij onze tijdige energietransitie - nog meer in de toekomst.	Een totaalpakket. Nergens anders vind je de combinatie van het belang van het werk, uitdagende mogelijkheden, doorgroei- en opleidingsmogelijkheden en goede arbeidsvoorwaarden.	Goed voor elkaar. Alliander zorgt goed voor haar werknemers en werknemers zijn goed voor elkaar.	Samen vakkundig. Techniek is wat ons verbindt, de combinatie met vakbekendheid maakt ons goed in wat we doen.	Prezenteren door te leren. Medewerkers leren bij elkaar en voor elkaar.



Ontwikkel jouw EVP

Bepaal jouw werkgeversverhaal. Wat maakt dat mensen bij jou werken en zouden willen werken?

Bepaal jouw wervingsdoelgroepen

Wie wil je bereiken als werkgever? Waar bevinden ze zich en wat drijft hen?

Bepaal de recruitment marketingmix

Welke middelen zet jij in om de doelgroepen te bereiken en hoe verhouden die zich tot elkaar?

Breng alles samen in jouw campagne

Breng jouw boodschap met een passende campagne naar de doelgroepen.