



EMPLOYER BRANDER LIJST VAN BEGRIPPEN

In deze lijst vind je onze definities van begrippen binnen het vakgebied employer branding.

Mis je definities, laat het ons vooral weten via vraag@employerbrander.nl.





Candidate experience: De ervaring, die kandidaten opdoen tijdens alle contactmomenten met jou als werkgever. Van eerste advertentie of vacature tot het sollicitatiegesprek en de aanname.

Candidate journey: De weg die de kandidaat aflegt gedurende de kennismaking met jou als werkgever. Tijdens deze weg ervaart de kandidaat verschillende uitingen en contactmomenten. De hele weg bestaat zo uit verschillende fases: Attract, Connect, Engage en Grow. Tijdens deze fases heb je als werkgever verschillende mogelijkheden om met je kandidaat in contact komen.

Employer Brand: De reputatie van jou als werkgever als plek om te werken, met alles wat je te bieden hebt.

Employer branding: De strategie, die je als werkgever ontwikkelt, om (potentiële) medewerkers enthousiast te maken voor jouw merk als werkgever. Je combineert hiervoor verschillende activiteiten vanuit de marketing en dan met name vanuit branding om kandidaten te laten zien wat je als werkgever te bieden hebt. Zo zorg je voor een aantrekkelijk imago, waarmee je talent aantrekt.

Employee engagement: Dit is de mate van betrokkenheid die medewerkers voelen bij de organisatie waar zij werken en de passie die zij voelen voor hun werk. Een werkgever heeft veel invloed op de employee engagement, door factoren als arbeidsvoorwaarden, ontwikkelmogelijkheden, vrijheid, werkplezier, erkenning en feedback optimaal te faciliteren en mogelijk te maken.

Employer Brand



Employee experience: De ervaring die een medewerker opdoet vanaf het moment dat hij/zij in dienst treedt bij jou als werkgever; van de onboarding tot en met uitdienststreding.

Employee journey: De weg die de medewerker aflegt vanaf het moment dat hij/zij in dienst treedt tot het moment dat hij/zij de organisatie weer verlaat. Tijdens deze journey leert de medewerker de organisatie steeds beter kennen en ontwikkelt hij/zij zichzelf op verschillende vlakken.



Employer Promoter score (EPS): Het percentage aan medewerkers dat de organisatie in sterke mate aanbeveelt aan mensen in hun netwerk. Het geeft aan in hoeverre je medewerkers enthousiast zijn over jou als werkgever. De vraag die eraan ten grondslag ligt: Hoe waarschijnlijk is het dat jij jouw werkgever zou aanbevelen bij bekenden? Er komt een score uit tussen 0 en 10, waarbij mensen met 9 of 10 echte ambassadeurs zijn van jouw organisatie. Zij zullen trots vertellen over hun werk en over jou als werkgever.

Employer/Employee Value Proposition (EVP): Wat je als werkgever biedt qua cultuur, arbeidsvoorwaarden, bijzondere extra's en het grotere doel waar de organisatie aan bijdraagt. Het is de authentieke belofte die je als werkgever doet vanuit de identiteit van je organisatie.

Employability: De optimale inzetbaarheid van medewerkers. Daarbij krijgen medewerkers de kans om zich optimaal te ontwikkelen en zo mee te bewegen met hun vakgebied, de organisatie en de trends in de markt. Dit zorgt tegelijk voor duurzame inzetbaarheid. Dit is gunstig voor de werkgever, omdat de medewerker zo optimaal presteert en het is gunstig voor de medewerker omdat hij/zij zo aantrekkelijk blijft voor de arbeidsmarkt.



Jobbranding: Het in de arbeidsmarkt zetten van een functie/vacature/baan. Door middel van advertenties, vacatureplaatsingen en andere uitingen vertel je als werkgever wat deze functie aan de kandidaat te bieden heeft, zodat de kandidaat precies weet wat hij/zij kan verwachten van deze baan.

Onboarding: De introductie die je nieuwe medewerkers biedt om op een uitgebreide manier kennis te maken met hun nieuwe werkgever. Tijdens de onboarding ontvangt de nieuwe medewerker benodigde kennis, apparatuur en inzicht in de organisatie om zijn/haar functie zo goed mogelijk uit te kunnen oefenen.

Positionering: De positie, die jij als werkgever inneemt ten opzichte van je concurrenten in de arbeidsmarkt, in het brein van je doelgroepen. Hierin haal je positieve en unieke punten ten opzichte van de concurrenten naar voren. De positionering ligt heel dicht tegen de propositie aan.

Preboarding: De introductie die je de nieuwe medewerker al biedt nog voor zijn/haar eerste werkdag. Zo nodig je bijvoorbeeld de nieuwe medewerker alvast uit voor een teamuitje of stuur je alvast het interne magazine toe met allerlei informatie over de organisatie. Preboarding begint zodra je nieuwe medewerker het contract heeft getekend en duurt tot aan de onboarding. Het is een mooie manier om de nieuwe medewerker direct kennis te laten maken met de cultuur.

Propositie: De belofte die je als werkgever doet aan de arbeidsmarkt. Het vertelt de kandidaten wat zij kunnen verwachten van het werken bij jou als werkgever. Hierin breng je alle positieve waarden en voordelen naar voren. Het is de boodschap zoals je wil dat je doelgroepen jou als werkgever onthouden. De propositie is gericht op waarom de kandidaat de voorkeur zou moeten hebben voor jou als werkgever.

Recruitment marketing: De combinatie van strategieën en tools die je als werkgever inzet om kandidaten in de arbeidsmarkt te bereiken met jouw recruitmentboodschap. Het doel ervan is om kwalitatieve kandidaten het recruitmentproces in te leiden en te laten solliciteren. Dat doe je via verschillende advertenties, berichten, vacatures op precies de kanalen die jouw beoogde doelgroepen gebruiken.

Referral Recruitment: Het werven van kandidaten via je eigen medewerkers. Meestal heb je daarvoor als werkgever een speciaal programma ingericht, waarbij je medewerkers een beloning krijgen als zij succesvol een kandidaat hebben voorgedragen.

Talent Management: Hoe je nieuwe medewerkers inwerkt en zich laat ontwikkelen en bestaande medewerkers continu zichzelf laat ontwikkelen. En hoe je kandidaten met de juiste vaardigheden aantrekt om voor jouw organisatie te komen werken.



WIJ ZIJN EMPLOYER BRANDER

Experts in engagement

"Om anderen te kunnen bewegen moet je zelf bewogen zijn"

Werkgeluk voor iedereen!

We inspireren alle organisaties in Nederland om de best mogelijke werkgevers te zijn. We doen daarvoor onderzoeken en helpen organisaties via concrete stappenplannen om werkgeluk te vergroten en het employer brand te versterken. Zo creëer je als organisatie trots onder je medewerkers en een sterke aantrekkingskracht op de arbeidsmarkt. Onze positieve en creatieve communicatie is gebaseerd op data en solide analyses.





**Employer
Brander**

Lage Naarderweg 45-47

1217 GN Hilversum

035 234 04 04

www.employerbrander.nl

vraag@employerbrander.nl

