

## Werk Zoekt Nemer: Het Succesverhaal

**Koenders & Partners**  
bedrijfsadviseurs • interim managers

Werven van moeilijk vervulbare functies: altijd een lastig vraagstuk. Door het als een commercieel vraagstuk te definiëren en door marketing- en verkoopinstrumentarium te hanteren bereikte Koenders & Partners samen met enkele van haar opdrachtgevers spectaculaire resultaten: de sollicitant als klant.

*'Wij doen niet aan werving en selectie', dat was ongeveer mijn eerste opmerking toen Stephan Bon van MBB me belde en ons advies vroeg omdat hij geen mensen kon vinden voor vijf moeilijk vervulbare functies. Maar met die opmerking nam Stephan geen genoegen en daar ben ik hem nog dankbaar voor. 'Nee', zei hij, 'zo makkelijk kom je er niet van af: daar weet jij vast wat op.' Zo'n uitdaging kan ik maar moeilijk weerstaan, dus wij dachten eens diep na over het vraagstuk, hoe wij als bedrijfsadviseurs dat zouden aanpakken, wat er dan moest gebeuren, wie dat dan moest doen.*

Aan het woord is Jan Boeren van Koenders & Partners, bedrijfsadviseurs en interim-managers uit Midwoud. Hij vertelt hoe hij met MBB – een bouwonderneming en projectontwikkelaar uit Maarsse – en later met Publitas – een bedrijf dat uitgeverij en retailers ondersteunt bij het online uitgeven van bladen – een succesvolle wervingscampagne opzette door als het ware het product 'Werken bij MBB' en 'Werken bij Publitas' te vermarkten, te 'verkopen' bijna. Wervend communiceren, nieuwsgierig makende teksten, een uitdagende moderne website met 'mooie' fotografie, mensen van vlees en bloed: het zijn zo maar een paar opmerkingen die Jan maakt als hij over 'Werk Zoekt Nemer' praat, want dat werd de werktitel van de campagne.

### **'Maar wat is nu het geheim achter dit succes?'**

*'Een absolute voorwaarde is dat er een uitstekende projectleider de campagne trekt. Iemand van het bedrijf; geen buitenstaander dus. Hij moet gevoel hebben voor communicatie. Hij moet misschien wel een beetje een marketer zijn. Daarnaast is een moderne, frisse website met de nodige functionaliteit ook een basisvoorwaarde. Die website is toch het scharnierpunt van de campagne. Goede teksten die precies vertellen wat nu de voordelen zijn als je bij dit bedrijf komt werken. Heldere functietyperingen, maar dan 'anders' geformuleerd. Kantelende teksten die nieuwsgierig maken om verder te lezen, een mooie lay-out. Allemaal zaken waar je bij werving van medewerkers niet zo snel aan denkt, maar die wel heel gebruikelijk zijn in marketingcampagnes. Een andere vraag is hoe je meer bezoekers naar je site krijgt: in de marketing noem je dat 'pull genereren'. En vergeet de nieuwste trends niet: buzz marketing en viral marketing.'*

MBB werkte met hun extern reclamebureau het concept uit. Dat ging prima: goede samenwerking en een mooi resultaat, want na vier maanden waren alle vijf de vacatures vervuld. Daarmee werd de campagne ook beëindigd. Bij Publitas gaat dat anders: omdat Publitas een snelgroeiend bedrijf is dat een constante aanwas van hoog opgeleide specialisten goed kan gebruiken heeft Publitas er voor gekozen om het wervingsbeleid tot strategische speerpunt te maken. En omdat de specialisten van Publitas hun creativiteit graag laten zien, ook in omgevingen die niet direct tot hun primaire proces behoren, geeft Publitas zelf vorm aan de campagne: in volle omvang. Daarbij gaat het natuurlijk vooral

#### **Voor meer informatie:**

+31 (0)36 880 9301  
sales@publitas.com  
www.publitas.com



om het werven van die schaarse, uitstekende en goed opgeleide medewerker, maar Publitas wil meer: iedereen die reageert op een vacature moet 'ambassadeur' van Publitas worden en zo het imago van het bedrijf verspreiden, of zo iemand nu een baan wordt aangeboden of wordt 'afgewezen'.

### Guillermo Sanchez van Publitas reageert:

*'Ja, zo zeggen wij dat niet: afwijzen. Wij bedanken iedereen dat hij bij ons solliciteerde en we hebben eigenlijk met iedereen wel een gesprek. Om te kijken of we nu of misschien later iets voor elkaar kunnen betekenen. Veel focus op mentaliteit, motivatie en natuurlijk op de vakinhoudelijke aspecten. Maar we vragen nooit een CV: een goed gesprek met overigens best wel indringende vragen bevalt ons veel beter. Zo'n gesprek wordt door de toekomstige leidinggevende gevoerd en hij of zij beslist of we met iemand in zee gaan. De lat ligt hoog bij Publitas en daar hebben we het meteen over. Als iemand toch niet zo geschikt lijkt voor een functie bij ons, dan blijkt dat eigenlijk altijd wel in de gesprekken die we hebben: daarmee is het dan ook voor de kandidaat duidelijk dat een baan bij Publitas er nog niet in zit.*

*We hebben ons ook geconcentreerd op de mensen die in Almere wonen, bij ons om de hoek zal ik maar zeggen: met diverse campagnes spreken we die doelgroep heel specifiek aan. Zo hebben we een aparte site 'Werken in Muziekwijk', de wijk waar wij gevestigd zijn. We vinden het best belangrijk dat mensen dicht bij het bedrijf wonen en eigenlijk is het ook te gek voor woorden om elke dag een paar uur in de file te staan om in Amsterdam of Utrecht te gaan werken. We merken dat die andere manier van werven ons veel PR oplevert. Mensen spreken ons er op aan, gewoon als we boodschappen doen in het winkelcentrum. Mensen die we nog nooit gezien hebben: ze herkennen ons van onze website of van de huis-aan-huis verspreide kaarten en feliciteren ons spontaan met de actie. Zo heeft de campagne nog mooie bijeffecten. En de resultaten mogen er zijn: binnen enkele weken hadden we meer dan zeventig serieuze reacties: we hebben al vier specialisten aangesteld en zijn in gesprek met diverse andere veelbelovende kandidaten'.*

Op de site van Publitas ([www.publitas.com](http://www.publitas.com)) onder het kopje Werken bij Publitas is het resultaat van de campagne meteen duidelijk: de 'andere' manier van werven vindt zijn hoogtepunt op de pagina Werken in Muziekwijk.

Perscontact:

Jan Boeren van Koenders & Partners:

[j.boeren@koendersenpartners.nl](mailto:j.boeren@koendersenpartners.nl)

0229 201200 / 06 53344081

Guillermo Sanchez van Publitas:

[g.sanchez@publitas.com](mailto:g.sanchez@publitas.com)

036 8809313

#### Voor meer informatie:

+31 (0)36 880 9301  
[sales@publitas.com](mailto:sales@publitas.com)  
[www.publitas.com](http://www.publitas.com)