

‘Medewerkers zijn onze beste ambassadeurs’

In juni 2010 begon zorgorganisatie ASVZ met een nieuwe wervingscampagne, waarbij de speciale band tussen cliënten en medewerkers centraal staat. In november kwam daar een referralprogramma bij. Daar kwamen al 20 nieuwe medewerkers uit voort, tegen 1/3 van de kosten.

TEKST: MARTIJN HEMMINGA



Astrid van Leeuwen, bestuurssecretaris en Gert Vermeulen, hoofd p&o bij ASVZ:

Ondanks dat wij als zorgorganisatie op dit moment nog geen grote wervingsproblemen ervaren, wilden we wel onze arbeidsmarktcommunicatie een kwaliteitsimpuls geven. Daarom hebben we door bureau Maximum een wervingscampagne laten maken, die de trots uitdraagt van onze cliënten en medewerkers. Die trots kwam naar boven, toen het bureau met hen ging praten. Voor ons niet echt een verrassing, omdat we ook in ons medewerkertevredenheidsonderzoek bovengemiddeld scoren. Van nature treden we hiermee echter niet zo snel op de voorgrond. De campagne heeft dit veranderd. Daardoor leek het een logische stap om een referralprogramma op te zetten dat hier op voortborduurde.

Is/wordt bijzonder

Met de nieuwe campagne zetten we veel meer online wervingsmedia in. We werven ook nog steeds offline, maar een stuk minder dan voorheen. In de communicatie rondom ons referralprogramma hebben we online ook centraal gezet, al zijn we wel begonnen met een offline mailing op het huisadres van onze medewerkers en vrijwilligers. Het ging daarbij om een gepersonaliseerde kaart waarop

‘Als beloning kunnen mensen kiezen uit de eigen producten’

zowel op de voor- als achterkant de voornaam van de medewerker was verwerkt. Op de achterkant stond een tekst die de medewerker vroeg bij te dragen aan het werven van nieuwe collega's. Op een gepersonaliseerde site, naam.isbijzonder.nl, vond de medewerker vervolgens meer informatie over het referralprogramma en de beloning.

Medewerkers konden vanaf die site ook meteen een e-mailing versturen naar vrienden en kennissen. Van alle medewerkers en vrijwilligers die de mailing hebben ontvangen, heeft 38 procent de website bezocht. Vervolgens hebben 288 medewerkers 873 mailtjes verstuurd aan mensen in hun netwerk, van wie 62 procent vervolgens naar een gepersonaliseerde site is gegaan: naam.wordtbijzonder.nl. Tot nu toe zijn hierdoor 20 mensen aangenomen, maar omdat het programma nog steeds doorloopt, zal dit zeker nog stijgen.

Punten sparen

Als beloning voor hun medewerking krijgen medewerkers punten. Eén punt als ze een e-mail sturen aan een vriend of kennis en 100 punten als iemand wordt aangenomen. Het puntentotaal dat medewerkers zo



Organisatie

ASVZ is een organisatie voor zorg- en dienstverlening aan mensen met een verstandelijke beperking. Ruim 4.700 medewerkers en ruim 1.100 vrijwilligers zetten zich in voor zo'n 4.400 cliënten. Dat kunnen (jong)volwassenen zijn, ouderen, kinderen of zelfs hele gezinnen. Het dienstverleningsgebied van ASVZ strekt zich uit van Zuid- en Midden-Holland tot West-Brabant.

Aanpak

Als verlengstuk van haar nieuwe wervingscampagne, met het thema: 'bijzondere mensen vragen om bijzondere mensen', heeft ASVZ sinds november een referralprogramma. In het medewerkers-werven-medewerkersprogramma staat online gepersonaliseerde communicatie centraal, zowel met de eigen medewerkers als in de tools die medewerkers kunnen gebruiken om ASVZ als werkgever te promoten.

Resultaat

Tot en met februari 2011 zijn er 20 mensen aangenomen via het referralprogramma. De wervingskosten van iemand die via referral zijn binnengehaald zijn drie keer zo laag als via reguliere werving.

verdienen, kunnen ze terugvinden op hun persoonlijke webpagina en kunnen ze besteden aan producten die worden gemaakt door onze cliënten in hun dagbesteding, variërend van zelfgemaakte sieraden tot schilderijen. Het feit dat de beloning bestaat uit producten die zijn gemaakt door cliënten van ASVZ, maakt de cirkel helemaal rond.

Zijnstromers

Vanaf het begin hebben we onze medewerkers en vrijwilligers betrokken bij de opzet van het referralprogramma. Dat zorgt niet alleen voor draagvlak, mensen vinden het ook nog eens leuk om erbij te worden betrokken. Verder merken we dat we via referral ook goed zijnstromers weten te bereiken. Dit is voor ons

een belangrijke groep, omdat we voor sommige cliënten medewerkers moeten hebben die stevig in hun schoenen staan. Voldoende levenservaring helpt dan enorm.

Toekomst

We zijn nu bezig om een goede manier te vinden om de relatie te beheren met de mensen die we niet direct hebben kunnen plaatsen. Deze mensen krijgen van ons nu een *jobalert* als er een relevante vacature in hun regio vrijkomt, maar we willen hen in de toekomst bijvoorbeeld ook uitnodigen voor evenementen en hen onze informatiekant sturen. Zo hopen we hen voldoende te kunnen binden tot ze echt voor ons aan de slag kunnen.