

Casestudy

1

Casestudy Radboudumc

Hoe **Radboudumc** met succes
goede kandidaten werft

De resultaten uit
30.000 wervings-
campagnes

Casestudy Radboudumc

Casestudy Radboudumc.

In de zorgsector is sprake van een groot personeelstekort. In de gehele keten van ziekenhuizen tot gehandicaptenzorg, ouderenzorg en thuiszorg bestaan veel vacatures. We vroegen Nienke van Stiphout, businesspartner arbeidsmarktcommunicatie en recruitment bij het Radboudumc, naar haar grootste uitdaging bij het vinden van goed gekwalificeerd personeel.

Van Stiphout: “Onze grootste uitdaging in recruitment ligt op het vlak van verpleegkundigen. Dit is de grootste doelgroep in huis. Van de 11.000 mensen die bij het Radboudumc werken, hebben we circa 2.000 verpleegkundigen in dienst. Wij zoeken altijd goede verpleegkundigen die de meest persoonsgerichte en innovatieve zorg kunnen bieden.”

“Een goede verpleegkundige kan overal aan de slag”, vervolgt Van Stiphout. “Die heeft de banen voor het uitkiezen. Bij het Radboudumc hebben we in vergelijking met veel andere ziekenhuizen in de regio gelukkig een bijzondere positie als werkgever. We zijn het enige academische ziekenhuis in het oosten van het land en dat is voor veel mensen uit de regio en reden om juist bij het Radboudumc te willen werken.”

Naast een tekort aan goed gekwalificeerd personeel, kiest een percentage verpleegkundigen er ook voor om de beroepsgroep weer te verlaten. Van Stiphout vertelt: “Verpleegkundigen kiezen vaak vanuit een passie voor dit vak. In de praktijk heeft een verpleegkundige veel meer taken naast de zorg voor patiënten. Denk bijvoorbeeld aan administratieve taken die de werkdruk verhogen. Voor sommige mensen is dit een reden om het vak na een aantal jaar weer te verlaten. Voor de korte termijn zetten we een aantal slimme oplossingen in om voldoende verpleegkundigen te werven, voor de langere termijn is het van belang om de beroepsgroep interessanter te maken en voldoende nieuwe verpleegkundigen op te leiden. Op dat vlak wordt samengewerkt met brancheorganisaties zoals V&VN en de NFU.”



Casestudy Radboudumc

Hoe het Radboudumc met succes goede kandidaten werft op een krappe arbeidsmarkt.

Hoe werft dit academische ziekenhuis efficiënt de juiste kandidaten? Welke rol speelt employer branding? Hoe is het Radboudumc gekomen tot een effectieve middenmix?

In het wervingsbeleid van het Radboudumc staat kwaliteit voorop. Nienke van Stiphout, businesspartner arbeidsmarktcommunicatie en recruitment bij het Radboudumc, vertelt: “De wervingscampagnes moeten tot in de details perfect zijn qua foto- en tekstgebruik. We zijn een echt A-merk en hebben ons te houden aan de richtlijnen vanuit corporate communicatie.”

Employer branding is daarbij belangrijk om een onderscheidende positie als werkgever in de markt te verkrijgen en te behouden.

“Het Radboudumc is het enige academische ziekenhuis in het oosten van het land. Dat betekent dat mensen die, naast de vaak complexe patiëntenzorg, interesse hebben in onderwijs en onderzoek, graag bij ons willen werken. Als je wilt, kun je – in elke zorgfunctie – onderdeel zijn van een onderzoeksvraag. Daarnaast zijn onze onderzoeksinstituten internationaal gerenommeerd en hebben we veel verschillende nationaliteiten in dienst. We zijn regionaal, nationaal en internationaal echt een aantrekkelijke werkgever.”

Om het bereik van reguliere vacatures te vergroten, wordt social media ingezet. “Sinds begin 2018 is de Facebookgroep ‘Werken bij Radboudumc’ actief. Hier plaatsen we mooie content over medewerkers van het Radboudumc. Het geeft kleur en beeld bij de mensen achter de medewerker. Uiteraard publiceren we ook over bijzonder onderzoek voor de samenleving. Deze groep gaat richting de 2.000 volgers. Alle content, maar ook vacatures worden doorgeplaatst op ons Twitter-account met circa 2.000 volgers. De grootste community hebben we op ons corporate LinkedIn account met 24.000 volgers. Een mooi platform waar we onze vacatures delen en onze medewerkers uitnodigen om dit ook te doen in hun online netwerk.”

Voor strategische doelgroepen worden aanvullende wervingsactiviteiten georganiseerd. Van Stiphout:

“Denk bijvoorbeeld aan (gespecialiseerd) verpleegkundigen, anesthesiemedewerkers en operatieassistenten. Voor deze beroepen geldt een tekort door heel het land. Het is bijvoorbeeld belangrijk dat we voldoende en kwalitatief goede OK-assistenten hebben. Onze OK is de meest innovatieve OK van Nederland. We hebben 28 operatiekamers en behandelen hier circa. 25.000 patiënten per jaar.



Bij een serieus tekort aan personeel op de OK zouden we een operatiekamer structureel moeten sluiten en dat wil je als ziekenhuis echt te allen tijde voorkomen. Voor deze groepen organiseren we laagdrempelige meeloopdagen. Men kan zelf ervaren hoe het is om in een academisch ziekenhuis te werken. Dit is echt anders dan in een topklinisch of perifere ziekenhuis, omdat we hier vaak te maken hebben met complexe casuïstiek.

Met meeloopdagen bieden we mensen die elders in loondienst zijn (latent beschikbaar) een manier om de sfeer te komen proeven en de praktijk te ervaren. Als je daarna in dienst wilt komen, kun je een contract voor onbepaalde tijd krijgen; uiteraard afhankelijk van ervaring en referenties.”

Voor structurele werving op deze strategische doelgroepen zet het Radboudumc jobmarketing van [Brockmeyer Jobmarketing Experts](#) in. Van Stiphout vertelt:

“We zetten bijvoorbeeld doorlopende campagnes van minimaal een jaar in om mensen te werven voor deze meeloopdagen. Brockmeyer brengt de landingspagina’s onder de aandacht bij een relevant publiek en helpt op die manier om de juiste doelgroepen te bereiken en voldoende ‘traffic’ te realiseren.”

Mensen die interesse getoond hebben in een carrière binnen het Radboudumc – bijvoorbeeld door deelname aan een meeloopdag – en die aansluiten bij de ambities van het Radboudumc, worden opgenomen in een talentpool. “We willen graag vroegtijdig een relatie met hen opbouwen, zodat ze in de toekomst wellicht bij ons komen werken. Bijvoorbeeld door ze uit te nodigen voor relevante nascholingen en de Radbode maandelijks toe te sturen, ons tijdschrift voor werknemers”, aldus Van Stiphout. “Het Radboudumc heeft niet voldoende websitebezoekers met een relevante achtergrond voor onze vacatures om op eigen kracht een talentpool te vullen. Via een goede mediamix van Brockmeyer bereiken we onze doelstellingen op dit vlak wel. Wanneer er een vacature ontstaat op een cruciale functie, wil je direct iemand kunnen aannemen die op dat moment het best past binnen het team. De talentpool voorziet daarin.”

“Tot slot wordt jobmarketing ingezet bij individuele campagnes wanneer wij verwachten dat er extra wervingskracht nodig is om de vacature kwalitatief goed te vervullen. In dat geval komt Brockmeyer met een wervingsadvies op maat. Daarin schakelt Brockmeyer snel. Voor structurele werving en benadering in een brede mediamix voorziet Brockmeyer heel goed in onze behoefte.”

Contact.

Enthousiast geworden en wil je aan de slag met jouw recruitmentproces? Neem vrijblijvend contact op en we nemen samen de mogelijkheden door om jouw recruitmentproces te verbeteren.

Contactgegevens

www.brockmeyer.com

advies@brockmeyer.nl

+31 (0) 33 820 02 58