

FORRESTER®



# Employer brand: de sleutel tot talentbeheer

Hoe bedrijven hun employer brand gebruiken  
om talent aan te trekken en te behouden

## Inhoudsopgave

- 3 Overzicht
- 4 Belangrijkste resultaten
- 5 Employer brand: een bedrijfsinitiatief gericht op talent en consistentie
- 7 Werving van talent
- 9 Medewerkers behouden
- 11 Investerings en behaalde en verwachte voordelen
- 13 Belangrijke aanbevelingen
- 15 Bijlage

### Projectteam:

Vanessa Fabrizio,  
Senior Market Impact Consultant

Ben Anderson,  
Associate Market Impact Consultant

### Onderzoeksbijdrage:

Onderzoeksgroep Brand Experience and Strategy en Forrester

#### OVER FORRESTER CONSULTING

Forrester biedt leidinggevend onafhankelijk en objectief advies voor bedrijfstransformatie op basis van onderzoek. De ervaren consultants van Forrester werken samen met leidinggevend om hun prioriteitsdoelen te behalen aan de hand van een uniek betrokkenheidsmodel, dat geschikt is voor diverse behoeften en langdurige resultaten garandeert. Ga voor meer informatie naar [forrester.com/consulting](https://forrester.com/consulting).

© Forrester Research, Inc. Alle rechten voorbehouden. Ongeoorloofde reproductie is ten strengste verboden. De informatie is gebaseerd op de best beschikbare bronnen. Meninge weerspiegelen het oordeel op dat moment en zijn onderhevig aan verandering. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave en Total Economic Impact zijn handelsmerken van Forrester Research, Inc. Alle andere handelsmerken zijn eigendom van hun respectievelijke bedrijven. Ga voor meer informatie naar [forrester.com](https://forrester.com). [E-55538]



## Overzicht

Het employer brand weerspiegelt hoe (potentiële) medewerkers een bedrijf zien. Ook geeft het een indruk van de bedrijfsactiviteiten die die perceptie vormgeven, zoals het aantrekken van kandidaten en medewerkers betrokken houden. Organisaties stappen steeds meer over op hybride werkomgevingen waar de waarde centraal staat. Hierdoor wordt het employer brand steeds belangrijker. Tegenwoordig is het essentieel voor het succes van een bedrijf.

In augustus 2022 deed Forrester in opdracht van Indeed en Glassdoor onderzoek naar het belang van het employer brand. Forrester hield een enquête onder 400 besluitvormers op het gebied van het employer brand in Noord-Amerika, EMEA en APAC.

Uit dit onderzoek bleek dat employer brand-initiatieven op het hele bedrijf invloed hebben, nu werving en behoud van talent steeds belangrijker voor bedrijven worden. Vaak zijn managementteams betrokken bij dit soort beslissingen. De respondenten houden zowel bij hun strategie voor het aantrekken als het behouden van medewerkers rekening met hun employer brand. Ook denken ze dat de employer brand-strategie van hun organisatie een positieve invloed heeft gehad op deze inspanningen. Hierdoor is wel 90% van de respondenten van plan om de komende jaren meer uit te geven aan het employer brand en meer dan de helft van de respondenten wil het budget van hun organisatie met minimaal 6% verhogen. In ruil daarvoor verwachten respondenten gemiddelde toenames van 47% in de klanttevredenheid, 46% in de medewerkerstevredenheid en 45% in de algemene bedrijfsomzet.

---

Het employer brand heeft invloed op het hele bedrijf. Vaak zijn managementteams betrokken bij dit soort beslissingen.



## Belangrijkste resultaten



**Het employer brand is een bedrijfsinitiatief.** Meerdere afdelingen zijn betrokken bij de employer brand-strategie en 72% van de managementteams is zeer betrokken bij gerelateerde beslissingen. Bij de respondenten omvatten de employer brand-strategieën ontwikkeling en betrokkenheid van medewerkers, behoud en werving van talent, en ervoor zorgen dat het merk, EX en CX consistent zijn.



**Het employer brand trekt talent aan.** Respondenten denken dat ze door hun employer brand opvallen tussen de concurrentie (81%). Specifiek merken respondenten dat ze hun recruitmentdoelen makkelijker halen door te reageren op reviews van sollicitatiegesprekken en werknemersreviews.



**Respondenten maken gebruik van het employer brand om talent beter te behouden.** 77% van de respondenten erkent dat het moeilijker is om talent te behouden dan 3 jaar geleden. Medewerkers geven steeds meer om merkwaarden, dus het employer brand speelt een grote rol in strategieën om talent te behouden. 98% van de respondenten is het erover eens dat het employer brand belangrijk is voor hun doelen op dit gebied.



**Respondenten verwachten dat hun investeringen grote zakelijke voordelen opleveren.** Volgens respondenten kunnen ze met een goed employer brand beter geschikte kandidaten vinden en hun algemene bedrijfsreputatie versterken. Een goede employer brand-strategie kan leiden tot meer klanttevredenheid, medewerkerstevredenheid en algemene bedrijfsomzet. Daarom is 90% van de respondenten van plan meer budget uit te trekken voor het employer brand.

# Employer brand: een bedrijfsinitiatief gericht op talent en consistentie

Talent is een prioriteit voor bedrijven. Een hybride werkomgeving waar waarde centraal staat, wordt steeds meer de norm. Daarom draait de werving van talent niet langer alleen om de medewerkerservaring (EX), maar is het snel een bedrijfsinitiatief geworden. Hieronder vallen EX, marketing, IT, product, verkoop en financiën (zie Figuur 1). Wel 72% van de managementteams is zeer betrokken bij de beslissingen over het employer brand van hun bedrijf. Maar wat is het employer brand nu precies? Uit onderzoek van Forrester bleek het volgende:

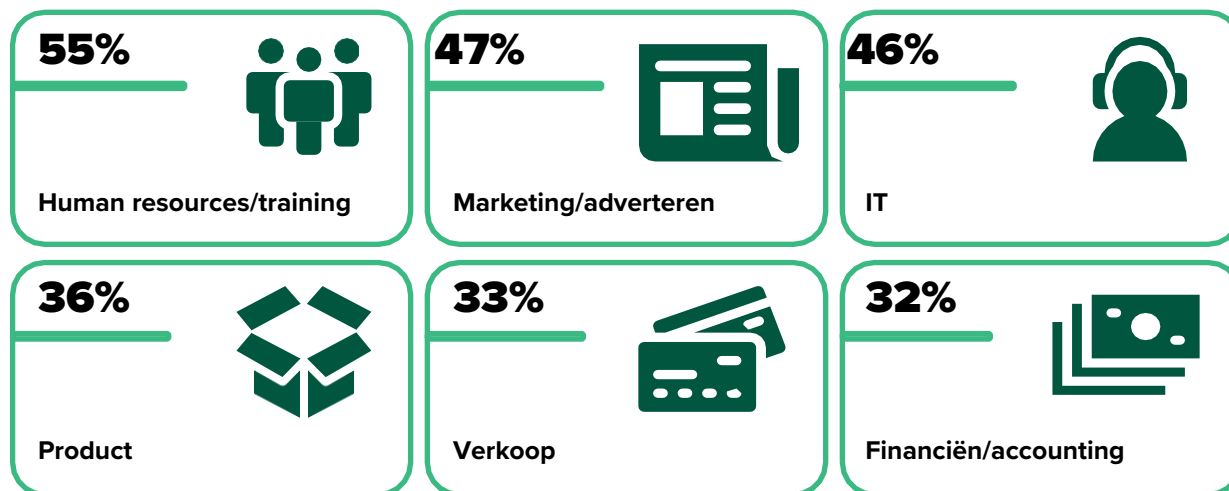
- **Het employer brand draait om (potentiële) medewerkers en merkconsistentie.** De employer brand-strategieën van de respondenten gaan over allerlei zaken, van de ontwikkeling en betrokkenheid van medewerkers tot het behoud en de werving van talent en ervoor zorgen dat het merk, EX en CX consistent blijven.



72% van de managementteams is zeer betrokken bij beslissingen over het employer brand van hun bedrijf.

**Figuur 1**

## Betrokken bedrijfseenheden bij het vormen van een employer brand-strategie



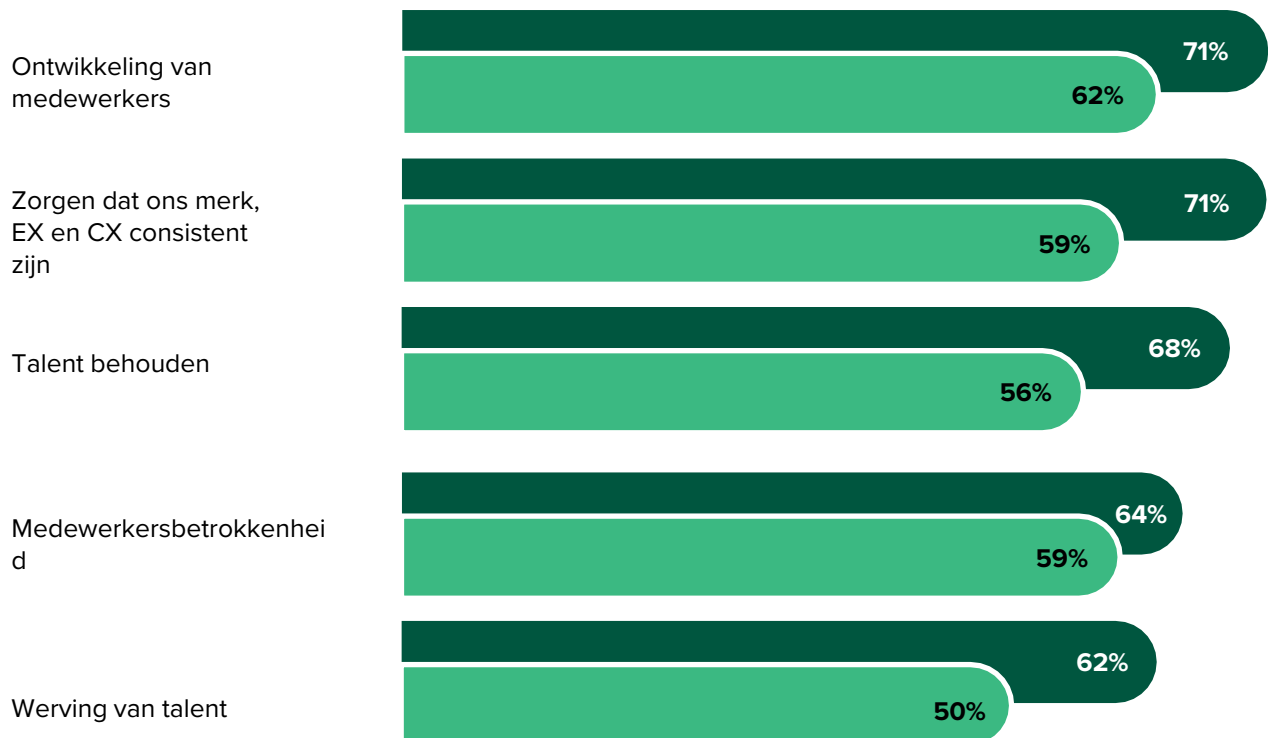
Basis: 400 besluitvormers die in hun organisatie betrokken zijn bij employer branding  
Bron: Een onderzoek door Forrester Consulting in opdracht van Indeed en Glassdoor, augustus 2022

- **Uitzonderlijke respondenten doen het allemaal.** We vroegen respondenten om de employer brand-strategie van hun organisatie een van de volgende beoordelingen te geven: Slecht, Redelijk, Goed of Uitzonderlijk. Respondenten met een uitzonderlijke employer brand-strategie (37%) zeiden vaker dat hun strategie zich richtte op de ontwikkeling van medewerkers, consistentie en behoud en werving van talent (zie Figuur 2).

## Figuur 2

### "Wat is inbegrepen in de employer brand-strategie van je organisatie?"

- Employer brand beoordeeld als Uitzonderlijk
- Employer brand beoordeeld als Minder dan uitzonderlijk



Basis: 400 besluitvormers die in hun organisatie betrokken zijn bij employer branding

Opmerking: Dit zijn de 5 meest genoemde antwoorden

Bron: Een onderzoek door Forrester Consulting in opdracht van Indeed en Glassdoor, augustus 2022

Werving en behoud van talent zijn heel belangrijk voor het employer brand. Laten we kijken wat respondenten vinden van de rol van hun employer brand in hun bedrijfsstrategieën voor de werving en het behoud van talent.

## Werving van talent

Het employer brand is belangrijk voor werkzoekenden. 81% van de respondenten denkt dat ze dankzij hun employer brand opvallen tussen de concurrentie. Daarnaast denken vrijwel alle respondenten (99%) dat het employer brand essentieel is voor hun recruitmentdoelen. Uit het onderzoek van Forrester bleek het volgende:

- **De ontwikkeling van medewerkers is heel belangrijk als je nieuwe medewerkers wilt aannemen.** De ontwikkeling van medewerkers is niet alleen belangrijk om ze te behouden. Respondenten denken dat medewerkers dit het belangrijkste aspect vinden van hun employer brand, gevolgd door reputatie, leiderschap en cultuur (zie Figuur 3).
- **Reviews zijn essentieel voor het beheer van het employer brand.** Reageren op reviews van sollicitatiegesprekken (60%) en werknemersreviews (59%) zijn de employer brand-activiteiten die de recruitmentinitiatieven van respondenten het meest ondersteunen (zie Figuur 4).

**Figuur 3**

**"Welke aspecten van het employer brand van je organisatie zijn in jouw ervaring het belangrijkste voor werkzoekenden?"**

(De som van de top 5 wordt weergegeven)



**62%**

Onze mogelijkheden voor medewerkersontwikkeling



**60%**

Onze merkreputatie



**59%**

Sterk leiderschap



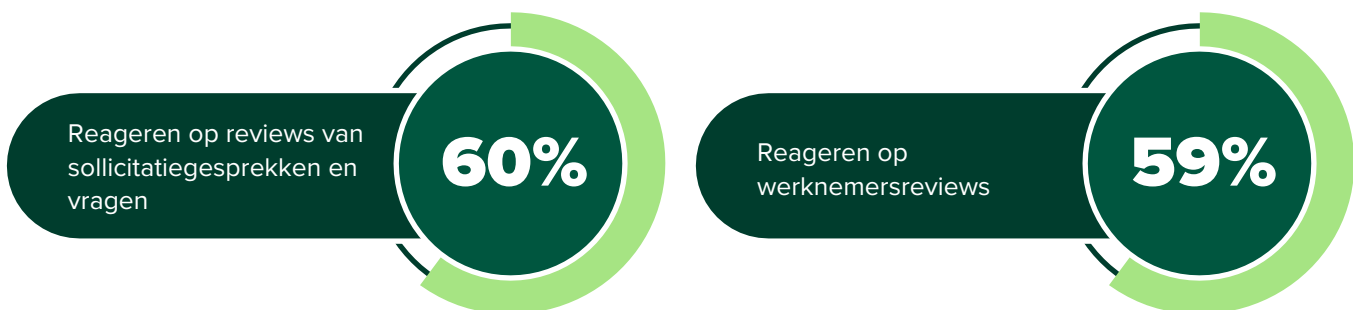
**57%**

Onze werkcultuur

Basis: 400 besluitvormers die in hun organisatie betrokken zijn bij employer branding. Opmerking: Dit zijn de 4 meest genoemde antwoorden.  
Bron: Een onderzoek door Forrester Consulting in opdracht van Indeed en Glassdoor, augustus 2022

**Figuur 4**

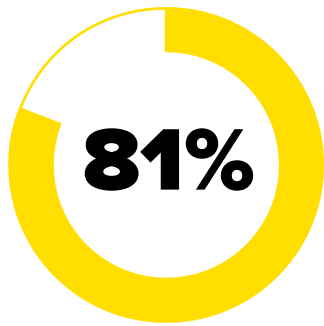
**"Wat is inbegrepen in de employer brand-strategie van je organisatie?"**



Basis: 400 besluitvormers die in hun organisatie betrokken zijn bij employer branding. Opmerking: Dit zijn de 2 meest genoemde antwoorden.

Bron: Een onderzoek door Forrester Consulting in opdracht van Indeed en Glassdoor, augustus 2022

Tegenwoordig moeten recruitmentteams holistisch denken om talent aan te trekken. Een goed recruitmentproces is niet genoeg: kandidaten kijken naar de ontwikkelingsmogelijkheden, de cultuur en het leiderschap van een bedrijf. Dit doen ze vooral via reviews, dus die zijn belangrijk voor bedrijven. Bij het ontwikkelen van hun employer brand-strategie moeten bedrijven nadenken over factoren zoals ontwikkeling, cultuur, leiderschap en reviews om talent beter te kunnen aantrekken.



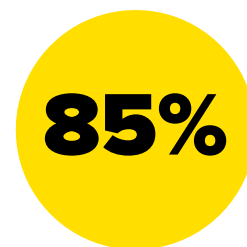
van de respondenten denkt dat ze dankzij hun employer brand opvallen tussen de concurrentie.

## Medewerkers behouden

Het wordt steeds moeilijker om medewerkers te behouden. 77% van de respondenten erkent dat het moeilijker is om talent te behouden dan 3 jaar geleden. Mogelijk is dit omdat medewerkers meer verwachten. 85% van de respondenten zegt namelijk dat medewerkers hogere verwachtingen hebben van hun werkgevers dan 3 jaar geleden.

Respondenten maken gebruik van hun employer brand-strategie om talent beter te behouden ondanks de uitdagingen. Vrijwel alle respondenten (98%) denken dat het employer brand essentieel is voor hun doelen op dit gebied. Uit het onderzoek van Forrester bleek het volgende:

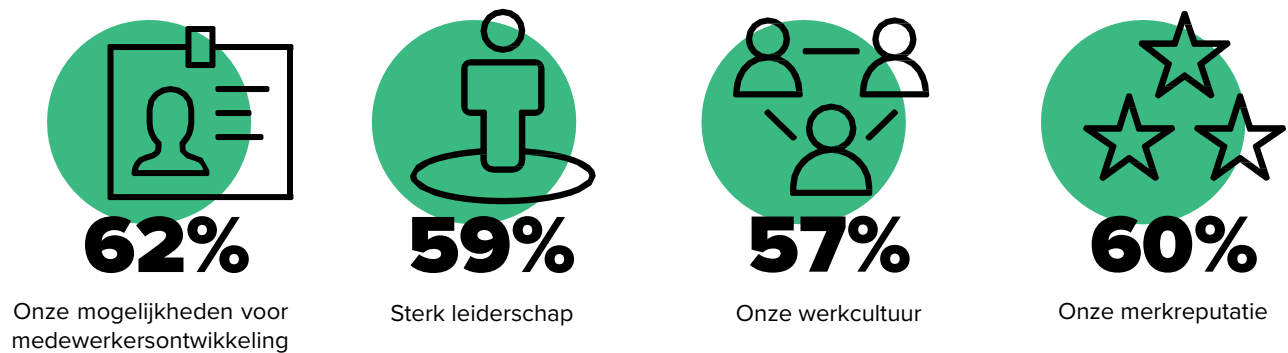
- **Ontwikkeling van medewerkers is nog steeds een topprioriteit.** Volgens respondenten is medewerkersontwikkeling naast recruitment ook voor EX een van de belangrijkste aspecten van hun employer brand-strategie (zie Figuur 5).
- **Sterk leiderschap en een sterke cultuur zijn de sleutel.** Medewerkers letten op het leiderschap en de werkomgeving. Leiderschap was het op één na belangrijkste aspect van employer brand voor EX, gevolgd door de werkcultuur en merkreputatie.
- **Een sterk employer brand leidt tot meer werknemersreviews en doorverwijzingen.** Respondenten hebben baat bij de focus op employer brand. 72% van de respondenten zegt dat hun employer brand een positieve invloed heeft gehad op het aantal doorverwezen medewerkers en 71% zegt dat hun employer brand een positieve invloed heeft gehad op werknemersreviews (zie Figuur 6).



van de respondenten zegt dat medewerkers hogere verwachtingen hebben van hun werkgevers dan 3 jaar geleden.

**Figuur 5**

**"Welke aspecten van het employer brand van je organisatie zijn in jouw ervaring het belangrijkste voor medewerkers?"**



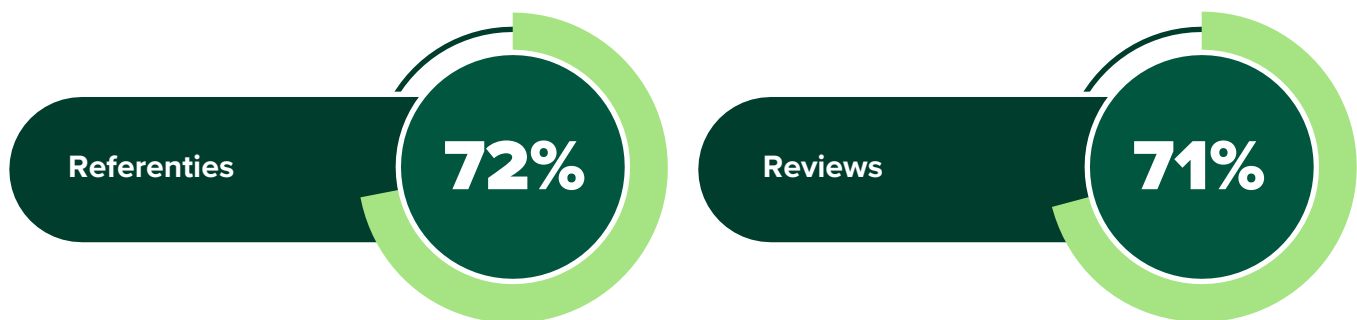
Basis: 400 besluitvormers die in hun organisatie betrokken zijn bij employer branding Opmerking: Dit zijn de 4 meest genoemde antwoorden

Bron: Een onderzoek door Forrester Consulting in opdracht van Indeed en Glassdoor, augustus 2022

**Figuur 6**

**"Hoe heeft je employer brand het volgende beïnvloed?"**

('Positief' wordt weergegeven)



Basis: 400 besluitvormers die in hun organisatie betrokken zijn bij employer branding Opmerking: Dit zijn de 2 meest genoemde antwoorden

Bron: Een onderzoek door Forrester Consulting in opdracht van Indeed en Glassdoor, augustus 2022

## Investeringen en behaalde en verwachte voordelen

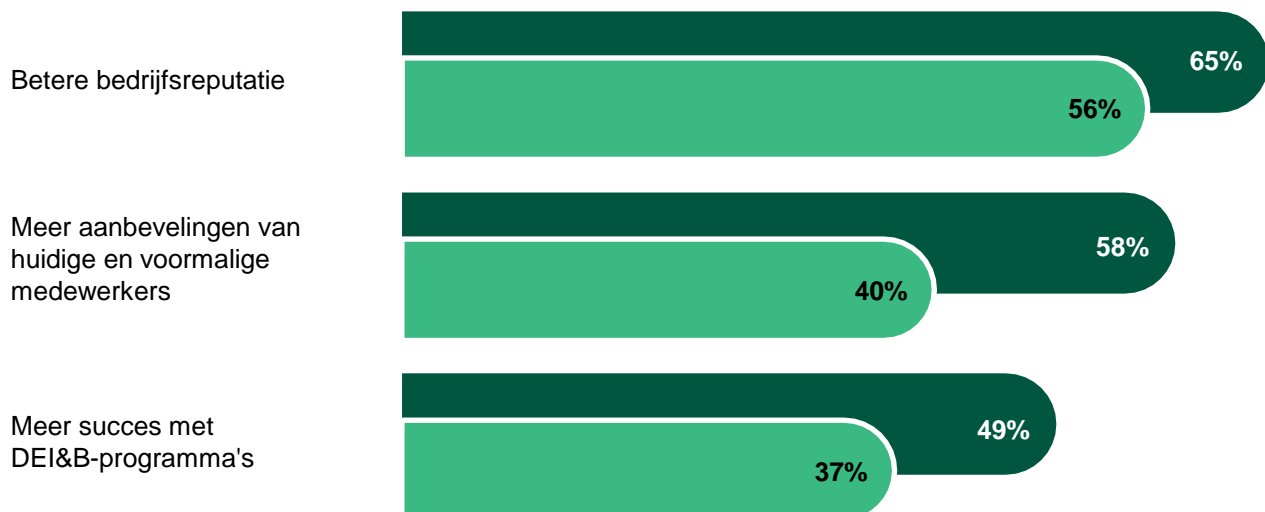
Bedrijfsleiders begrijpen dat hun employer brand belangrijk is en hebben al voordeel gehaald uit hun strategieën. In de toekomst willen ze voor nog meer rendement meer budget uittrekken voor hun employer brand. Ons onderzoek wees het volgende uit:

- **Employer brand levert voordelen op.** 60% van de respondenten zegt dat ze met een goed employer brand beter geschikte kandidaten kunnen vinden; 59% zegt dat de algemene bedrijfsreputatie is verbeterd. Respondenten die hun employer brand uitzonderlijk noemen, verwachten vaker andere voordelen, zoals aanbevelingen van hun huidige en voormalige medewerkers en meer succes met hun DEI&B-programma's (diversiteit, gelijkheid, inclusie en saamhorigheid) (zie Figuur 7).

### Figuur 7

#### Voordelen van een sterk employer brand

- Employer brand beoordeeld als Uitzonderlijk
- Employer brand beoordeeld als Minder dan uitzonderlijk



Basis: 400 besluitvormers die in hun organisatie betrokken zijn bij employer branding

Opmerking: De weergegeven voordelen zijn die met de grootste verschillen tussen employer brands die als Uitzonderlijk en Minder dan uitzonderlijk zijn beoordeeld

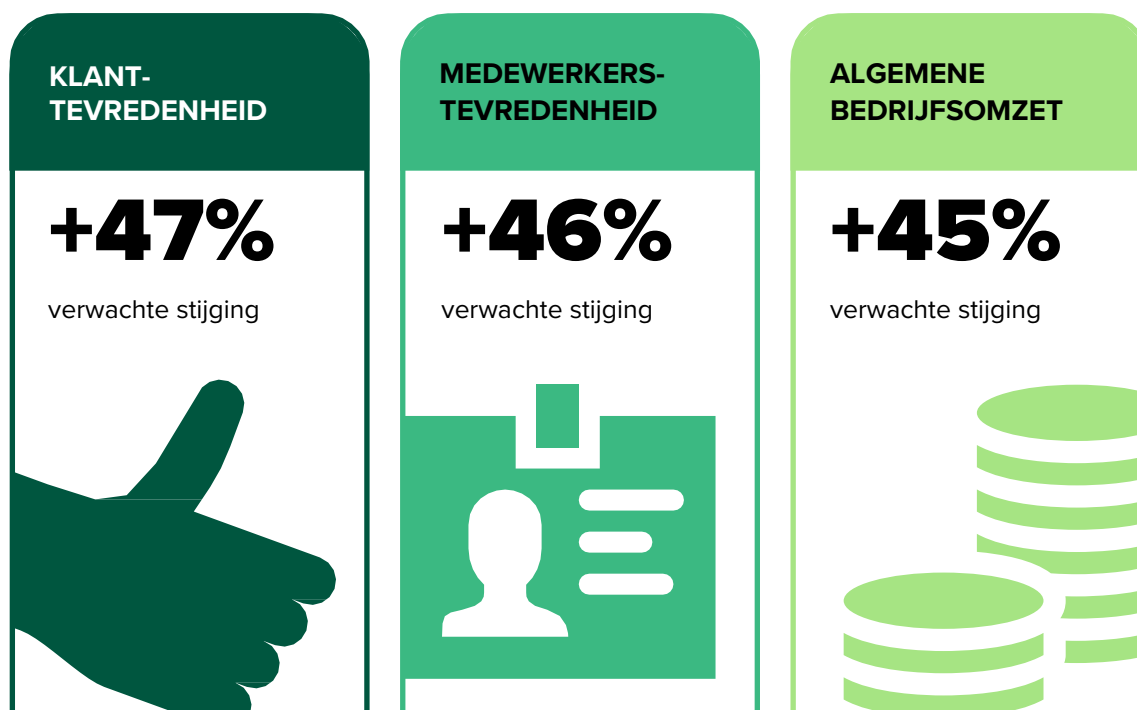
Bron: Een onderzoek door Forrester Consulting in opdracht van Indeed en Glassdoor, augustus 2022

- **9 van de 10 respondenten heeft meer budget uitgetrokken voor het employer brand.** Meer dan de helft van de respondenten wil het budget voor het employer brand met minimaal 6% verhogen.
- **Er worden grote zakelijke voordelen verwacht.** Respondenten geven aan dat een sterke employer brand-strategie kan leiden tot een gemiddelde toename van wel 47% in de klanttevredenheid en 46% in medewerkerstevredenheid. Bovendien denken ze dat een sterke employer brand-strategie kan zorgen voor gemiddeld 45% hogere algemene bedrijfsomzet (zie Figuur 8).

**Figuur 8**

**"Hoe zou een sterk employer brand de bedrijfsprestaties op de volgende gebieden beïnvloeden?"**

(Gemiddelde verandering in percentages wordt weergegeven)



Basis: 400 besluitvormers die in hun organisatie betrokken zijn bij employer branding Opmerking: Dit zijn de 3 statistieken met de hoogste stijging

Bron: Een onderzoek door Forrester Consulting in opdracht van Indeed en Glassdoor, augustus 2022

## Belangrijke aanbevelingen

Employer brand-strategieën hebben invloed op bedrijfssuccessen en de werving en het behoud van talent. De meeste bedrijven geven al prioriteit aan hun employer brand en zijn op zoek naar nog betere strategieën. Uit het diepgaande onderzoek van Forrester, afgenomen onder 400 besluitvormers op het gebied van het employer brand in Noord-Amerika, EMEA en APAC, kwamen enkele belangrijke aanbevelingen naar voren:

### Geef nóg meer prioriteit aan employer branding.

In de laatste drie jaar is er van alles veranderd in onze prioriteiten en hoe we ons leven leiden. Ook de arbeidsverhoudingen, waar de meeste medewerkers veel belang aan hechten, zijn veranderd. Medewerkers willen tegenwoordig meer. Uit ons onderzoek blijkt dat 85% van de werkgevers zegt dat medewerkers hogere verwachtingen hebben dan drie jaar geleden. En als niet aan deze verwachtingen wordt voldaan, vertrekken ze. 77% zegt dat het nu moeilijker is om talent te behouden dan drie jaar geleden. Werkgevers moeten beter hun best doen met employer branding om mensen aan te trekken en te behouden in dit nieuwe klimaat.

### Behaal betere bedrijfsresultaten met employer branding.

Het grootste voordeel van betere employer branding ligt voor de hand: je trekt sneller en efficiënter beter talent aan en mensen blijven ook langer. Maar een goed employer brand beïnvloedt de bedrijfswaarde ook op andere manieren. Zo leiden betere employer branding en een betere medewerkerservaring samen tot een betere klantervaring (CX), wat weer leidt tot groei, winstgevendheid en langdurige financiële waarde. De meeste besluitvormers die de enquête hebben ingevuld, noemen een betere CX en bedrijfsreputatie als een van de voordelen van een sterk employer brand.

### **Verbind alles aan elkaar.**

De bovenstaande financiële voordelen kun je alleen behalen als je 3 bedrijfsgebieden op elkaar afstemt: de belofte van je merk, EX en CX. Deze componenten moeten elkaar versterken om de voordelen van een sterk employer brand volledig te benutten (denk aan de belofte van je merk tonen door een medewerkersactie die tot een bepaalde CX leidt). Van de bedrijven met uitzonderlijke employer branding was bij 71% consistentie tussen hun merk, EX en CX onderdeel van de employer brand-strategie.

### **Betrek iedereen bij het employer brand.**

Uit ons onderzoek blijkt dat er verrassend veel verschillende functiegroepen (IT, product, verkoop en financiën) betrokken zijn bij employer branding. In kleinere bedrijven hebben mensen vaak meerdere taken. In grotere bedrijven kan de employer branding worden ondersteund door groepen zoals HR, recruitmentteams, marketingteams en zelfs een speciaal team voor employer branding. Hoe dan ook is employer branding groter dan één functiegroep; het heeft invloed op de hele merkervaring van het bedrijf. Als een bedrijf dit goed wil doen, moet iedereen een gedeelde verantwoordelijkheid voelen en zich vol enthousiasme inzetten voor employer branding.

## Bijlage A: methode

In dit onderzoek hield Forrester een online enquête onder 400 besluitvormers bij organisaties in Noord-Amerika, Europa en APAC. De respondenten moesten hierbij het belang van de employer brand-initiatieven evalueren. Onder de deelnemers waren besluitvormers afkomstig uit diverse afdelingen die betrokken waren bij de employer brand-strategie van hun organisatie in een of meer van de volgende gebieden: ontwikkeling van medewerkers, medewerkerservaring (EX)/interne communicatie, recruitment/onboarden en medewerkersbehoud. Respondenten ontvingen een kleine beloning als bedankje voor de bestede tijd. Het onderzoek werd in augustus 2022 uitgevoerd en afgerond.

## Bijlage B: demografie

LAND	
Verenigde Staten	38%
Canada	13%
Verenigd Koninkrijk	13%
Duitsland	13%
Frankrijk	13%
India	13%

FUNCTIENIVEAU	
C-level	17%
Vicepresident	9%
Directeur	31%
Manager	44%

VERANTWOORDELIJKHEIDSNIVEAU VOOR EMPLOYER BRAND	
Uiteindelijke besluitvormer	32%
Deel van een besluitvormingsteam	35%
Deel van een team met invloed op beslissingen	33%

AANTAL MEDEWERKERS	
1000 tot 4999 medewerkers	58%
5000 tot 19.999 medewerkers	29%
20.000 of meer medewerkers	14%

AFDELING	
1000 tot 4999 medewerkers	58%
5000 tot 19.999 medewerkers	29%
20.000 of meer medewerkers	14%

VERANTWOORDELIJK VOOR	
Ontwikkeling van medewerkers	70%
Medewerkerservaring (EX)/ interne communicatie	62%
Recruitment/onboarden	59%
Medewerkers behouden	54%

Opmerking: Door afronding is de som van de percentages mogelijk niet 100; voor de vraag over verantwoordelijkheden konden meerdere antwoorden worden geselecteerd.



FORRESTER®