



ENGINEERING

Maakt ontwikkeling mogelijk!

MARKETING & COMMUNICATIE

CASUSSEN

De spagaat van stakeholdermanagement

Als organisatie willen wij bouwen aan warme relaties met onze opdrachtgevers en een hoge mate van tevredenheid en loyaliteit. Dat betekent dat wij kiezen voor de klantwaarde strategie 'Customer Intimacy'. Onze verschillende doelgroepen hebben ook verschillende belangen; zie daar een uitdaging. Welke invloed heeft deze strategie op ons werkgeversmerk? En waar moeten wij aandacht voor hebben?

Een communicatieve organisatie

De grootste magneten voor het aantrekken van mechanical engineers als medewerkers? Een goede werksfeer, leuke collega's, stabiliteit én uitdaging. Hoe breng je dit geloofwaardig onder de aandacht? Door mechanical engineers aan het woord te laten. Waar worden zij (over het algemeen) het meest enthousiast van? Het 'onoplosbare' oplossen met reken- en tekenwerk. Waar het minst? Teksten schrijven, video's opnemen, in de spotlight staan. Hoe denk jij dat wij van onze organisatie een communicatieve organisatie kunnen maken?

Tone-of-voice in Noord-Brabant

In 2020 hebben wij Advanced Mechanical Engineers (AME) overgenomen, dat in Noord-Brabant gevestigd is. Hoewel wij dezelfde diensten leveren en hetzelfde type medewerkers in dienst hebben, merken wij dat het zuiden van het land vraagt om een ander 'smaakje' in onze communicatie. Welke verschillen zijn er? Hoe smaakt dat gewenste smaakje? En hoe zit dat eigenlijk met de behoeften van onze doelgroepen? Verschilt dat per regio en welke invloed heeft dit op onze communicatie uitingen?

De uitdagingen van een fusie

In 2020 hebben wij Advanced Mechanical Engineers (AME) overgenomen, dat in Noord-Brabant gevestigd is. Midden in de coronapandemie hebben wij op verschillende manieren voor integratie proberen te zorgen. Helaas was fysiek contact weinig mogelijk tot nu toe en dat zorgt ervoor dat wij merken dat (2 jaar later) er nog steeds een 'gap' is tussen onze collega's in Zwolle/Enschede en de collega's in Nieuwkuijk. Hoe denk jij dat wij het gevoel van saamhorigheid, één team één taak, kunnen versterken?

Online/ offline positionering

Onze taak als Marketing & Communicatie specialisten is om op de gewenste manier bij onze doelgroep in beeld te komen op drie niveaus. Ze moeten kennis van ons hebben, een positieve houding t.o.v. ons hebben en natuurlijk een gewenst gedrag vertonen. Eén van onze doelgroepen zijn potentiële sollicitanten, met een opleidingsachtergrond in mechanical engineering en 2-7 jaar werkervaring. Onze ervaring is dat deze doelgroep erg moeilijk te bereiken is. Alleen al in beeld komen (kennis) blijkt al een flinke uitdaging. Laat staan succes op de niveaus houding en gedrag. Welke stappen zouden wij kunnen ondernemen om online en/of offline wél in beeld te komen?