

## Huisartsen werven via social media

Als gezondheidscentrum staat het leveren van kwalitatieve zorg aan patiënten voorop. Om dit mogelijk te maken, is het essentieel de juiste zorgverleners aan uw organisatie te binden. Zeker bij het werven van huisartsen loopt u tegen de nodige uitdagingen aan. Vragen als waar vind ik de huisartsen die open staan voor een nieuwe baan en hoe zorg ik dat de juiste huisarts in mijn gezondheidscentrum aan de slag gaat, zijn bij werving aan de orde van de dag.

Wij helpen u graag op weg. In dit document vindt u achtergrondinformatie voor het werven van huisartsen en geven wij tips voor hoe u social media kunt inzetten. Dit document is onderdeel van een bredere toolkit. In onze toolkit vindt u bijvoorbeeld ook een advies over het werven van nieuwe medewerkers, templates voor vacatureteksten en materialen die u kunt verspreiden onder huisartsen.

### 1. Onderzoekresultaten werven huisartsen

Jobdigger/Intelligence Group heeft onderzoek gedaan naar de mate waarin huisartsen open staan voor een nieuwe baan. Daaruit komt naar voren dat:

- 7% van de huisartsen actief op zoek is naar een baan;
- 43% van de doelgroep latent op zoek is naar een baan.

Uit het rapport blijkt verder dat de volgende factoren in de top 3 staan als het gaat om de keuze van een nieuwe werkgever. Zorg daarom dat deze onderdelen ook goed naar voren komen in uw wervingsteksten:

- Werksfeer (44%)
- Goed salaris (44%)
- Inhoud van het werk (39%)

Tot slot hebben is er gevraagd welke kanalen de doelgroep gebruikt bij het zoeken van een nieuwe baan. LinkedIn staat op de eerste plaats, Facebook staat op de vijfde plaats. Verder komen in de top 10 geen social media voor. In deze handleiding over social media richten we ons daarom ook alleen op het werven via LinkedIn en Facebook.

### 2. Werven via LinkedIn

LinkedIn is een van de websites waar huisartsen gebruik van maken als ze op zoek zijn naar een nieuwe baan. Op LinkedIn hebben nu circa 7.000 huisartsen een profiel<sup>1</sup>. Om LinkedIn succesvol in te zetten als middel in uw wervingsstrategie is zichtbaarheid van uw organisatie op dit social medium van groot belang. Hieronder geven wij enkele adviezen.

#### ❖ Maak een gratis bedrijfsprofiel op LinkedIn aan

Een bedrijfsprofiel op LinkedIn zorgt voor zichtbaarheid van uw gezondheidscentrum. Nog geen bedrijfsprofiel op LinkedIn? Dan is het aanmaken van een bedrijfsprofiel de eerste stap. Op LinkedIn vindt u [een uitleg](#) over hoe u een pagina aanmaakt en hoe u de pagina vervolgens beheert, eventueel samen met collega's.

<sup>1</sup> Zoekresultaat april 2020 op basis van omschrijving huisarts

### ❖ Zorg voor volgers van uw bedrijfsprofiel

Een bedrijfsprofiel helpt u zoeken naar de juiste kandidaat. Om te zorgen dat uw updates onder de aandacht komen van uw doelgroep zijn er twee opties. Het is natuurlijk ook mogelijk om beide opties in te zetten.

#### 1. Vergroot gratis uw bereik

In het eerste geval kunt u uw collega's en andere betrokkenen in uw netwerk vragen de bedrijfspagina te volgen en [nieuwe updates te delen](#) in hun eigen netwerk. Hou er in dit geval rekening mee dat het even kan duren voor uw update ook daadwerkelijk een grote groep mensen bereikt.

#### 2. Werk met sponsored updates

Wilt u snel resultaat boeken? Dan is het plaatsen van sponsored updates (betaald) een goede optie. In dat geval zorgt u dat uw content ook gezien wordt door mensen die uw bedrijfsprofiel niet volgen. Om te zorgen dat u de juiste doelgroep raakt, kunt u zelf instellen hoe uw doelgroep eruit moet zien. LinkedIn heeft [een uitgebreide handleiding](#) voor het plaatsen van sponsored updates.

#### *Voorbeeld sponsored update*

**Wilt u alle ruimte om u te richten op de kerntaken van het huisartsenvak?**

Bij gezondheidscentrum {naam} bieden wij u die kans. Samen met professionele en leuke collega's levert u uw patiënten de zorg die ze nodig hebben. Meer weten? Lees de ervaring van uw toekomstige collega's!

#zorgprofessional #huisartsen #vacatures  
#werkeninhetgezondheidscentrum



### ❖ Plaats vacatures

Wilt u de volledige vacature aanbieden op LinkedIn zodat u direct in beeld komt bij de huisarts die actief op zoek is naar een nieuwe baan? Ook dat is een betaalde optie binnen LinkedIn. In dat geval werkt u binnen de zogeheten LinkedIn Talent Solutions en kunt u vacatures plaatsen. Ook hiervoor heeft LinkedIn [een overzichtelijke handleiding](#) gemaakt.

Hoe vaak en hoe lang uw vacature zichtbaar is voor de doelgroep is afhankelijk van het door u ingestelde budget. Of deze optie verstandig is, is uiteraard aan u. Wel is het goed om te bedenken dat slechts 7% van de huisartsen actief op zoek is naar een nieuwe baan en dus

proactief vacatures bekijkt. De kans dat uw vacature dus precies die groep bereikt is minder groot.

#### ❖ **Kom in beeld bij de latent zoekende huisarts**

Wilt u actief in beeld komen bij de huisarts die latent op zoek is naar een nieuwe baan? Dan kunt u een abonnement nemen op [LinkedIn Recruiter](#). Afhankelijk van uw budget, het aantal openstaande vacatures en de grootte van de onderneming heeft u de keuze uit verschillende opties. De goedkoopste variant is [Recruiter Lite](#). Met dit profiel kunt u direct met kandidaten in contact komen die mogelijk geïnteresseerd zijn. Dat doet u door het versturen van de zogeheten InMails, de persoonlijke berichten binnen LinkedIn. Meer informatie over de kosten vindt u op het [productoverzicht van LinkedIn](#).

### **3. Werven via Facebook**

Facebook staat in de top 10 van middelen die huisartsen gebruiken om te zoeken naar een nieuwe baan. Het is daarom verstandig om ook hier te zorgen voor zichtbaarheid. Het werven van kandidaten via Facebook gaat grotendeels hetzelfde als het werven van kandidaten via LinkedIn. Een groot verschil is echter dat de functieprofielen op Facebook minder helder zijn. Een groot deel van de gebruikers op Facebook heeft niet zijn of haar beroep toegevoegd aan het profiel. Maar selecteren op interesse in bepaalde onderwerpen of groepen kan helpen om toch de juiste kandidaten te bereiken.

#### ❖ **Maak een gratis bedrijfspagina op Facebook aan**

Net als op LinkedIn begint de zoektocht naar de juiste kandidaat met het aanmaken van een bedrijfspagina. Heeft uw gezondheidscentrum nog geen pagina? [Lees](#) hoe u zo'n pagina aanmaakt.

#### ❖ **Deel interessante content met uw volgers**

Ook op Facebook kunt u collega's en uw netwerk inzetten om het bereik zo groot mogelijk te maken. Interessante content die past bij uw doelgroep zorgt ervoor dat het bereik sneller groeit. Maar ook op Facebook is het aan te raden om de opties van een advertentie te verkennen, zo stijgt uw bereik een stuk sneller.

##### **1. Vergroot gratis uw bereik**

Plaats nieuwe berichten op uw bedrijfspagina en deel de berichten met uw volgers. Zorg dat je relevant en interessant bent voor je doelgroep.

##### **2. Plaats betaalde advertenties**

Liever snel een grote(re) doelgroep bereiken? Dan kunt u Facebook Advertenties inzetten. Op basis van uw voorkeuren, maakt u een advertentie en stelt u het budget in. In [de beginnersgids van Facebook](#) vindt u alle informatie die u nodig heeft.

### Voorbeeld sponsored update

***Ik leer mijn patiënten nu echt kennen. Daar wordt mijn werk als huisarts een stuk interessanter van***

*Ook op zoek naar meer verdieping in het huisartsenvak? Lees hoe huisarts Lisanne van der Horst dit vond in ons gezondheidscentrum.*



#### ❖ Plaats vacatures

Het plaatsen van een vacature op Facebook is in eerste instantie gratis. Wanneer u echter meer opties wenst, zoals het bereiken van een grotere, specifieke doelgroep moet u een budget reserveren. Het promoten van een vacature gaat grotendeels hetzelfde als het promoten van een bericht op Facebook.

Wilt u de vacature aanbieden op Facebook? Facebook legt dit stap voor stap uit in [deze handleiding](#).

## 4. Tips voor de volgende stap in online werving

#### ❖ Medewerkers inzetten als ambassadeurs

Om huisartsen te werven voor uw organisatie kunt u dus goed gebruikmaken van uw bedrijfsprofiel op LinkedIn en Facebook. Maar dit is niet het enige dat u kunt doen. Ook de profielen van uw medewerkers helpen u bij het bereiken van de juiste doelgroep. Uw medewerkers hebben vaak al een uitgebreid netwerk binnen de eerstelijnszorg. Dit netwerk hebben zij bijvoorbeeld opgebouwd tijdens hun opleiding, vakinhoudelijke bijeenkomsten en hun werk bij eerdere werkgevers. Wanneer zij openstaande vacatures en andere updates delen op hun tijdlijn, bereiken zij dus direct een grote groep huisartsen die mogelijk geïnteresseerd zijn in uw vacature. En dat niet alleen; de connecties van uw medewerkers kunnen de vacature zo ook weer delen met hun eigen connecties. Zo neemt het bereik van uw vacature enorm toe.

Een eerste stap voor het inzetten van medewerkers als ambassadeurs van uw organisatie is hen te vragen vacatures en andere berichten over uw organisatie te delen. Zet het

bijvoorbeeld op de agenda van teamoverleg(gen) en plaats hierover een bericht op het intranet (indien aanwezig). Zorg ook dat u bereikbaar bent voor eventuele vragen.

Daarnaast blijkt in de praktijk dat medewerkers het fijn vinden om enkele richtlijnen en voorbeelden te ontvangen hoe ze berichten op hun social media kunnen plaatsen. Denk bijvoorbeeld aan een lijstje met tips hoe u social media kunt gebruiken. En ziet u dat een bericht op het bedrijfsprofiel op LinkedIn of Facebook goed heeft gepresteerd? Deel dit bericht dan ook vooral ter inspiratie met uw medewerkers.

#### ❖ **Werk met een contentkalender**

Vindt u het lastig om te bepalen welke berichten u op uw tijdlijn moet plaatsen? Dan kan een contentkalender uitkomst bieden. Bij het maken van een contentkalender denkt u na over berichten die u in de komende maand(en) online gaat plaatsen. Zo hoeft u niet elke paar dagen opnieuw het wiel uit te vinden en voorkomt u dat uw tijdlijn enkel een opsomming is van vacatures.

Bij het maken van een contentkalender kunt u inhaken op landelijke topics. Denk bijvoorbeeld aan de dag van de huisarts of andere zorggerelateerde dagen. Op internet vindt u een groot scala aan kalenders die hierbij kunnen helpen, [zoals bijvoorbeeld de Issuekalender](#). Naast het inhaken op landelijke topics kunt u berichten toevoegen die specifiek over uw organisatie gaan. Is er bijvoorbeeld een teamdag of mijlpaal voor uw organisatie? Vergeet dit niet te vermelden op uw bedrijfspagina.

Op [Facebook kunt u de berichten inplannen op uw pagina](#), LinkedIn ondersteunt deze functionaliteit voor gratis berichten (helaas) nog niet. Dit betekent overigens niet dat u alle updates op LinkedIn handmatig moet plaatsen. Handige tools, zoals [HootSuite](#) en [Buffer](#), bieden dan uitkomst. Werkt u samen met een social media bureau? Zij hebben vaak hun eigen oplossingen voor het inplannen van berichten.

#### ❖ **Leer van andere organisaties**

Aan de slag gaan met social media voor uw werving is helaas geen exacte wetenschap. Om precies te weten wat wel en niet werkt voor uw specifieke doelgroep is vaak een kwestie van 'trial and error'. Uiteraard helpen bovenstaande tips u goed op weg. Daarnaast kan het helpen om te kijken naar andere organisaties. Hoe zetten zij de werving op social media succesvol in? Bekijk via onderstaande links enkele voorbeelden van organisaties binnen de zorg.

- [LinkedIn](#) en [Facebook](#) AMC
- [LinkedIn](#) en [Facebook](#) Spaarne Gasthuis
- [LinkedIn](#) Zorggroep Alliade

## **5. Hulp nodig?**

Het inzetten van social media om huisartsen te werven is niet altijd eenvoudig. Dat is helemaal het geval als u weinig ervaring heeft met social media. U kunt natuurlijk zelf experimenteren, maar als u snel resultaat wenst kunt u ook een gespecialiseerd bureau of zzp'er inhuren.