

Hoeveel levens redt jouw bedrijf?

Tips en inspiratie voor een succesvolle interne wervingscampagne

In dit document:

1. *Kern van de campagne: Jouw bedrijf red levens*
2. *Communicatiemiddelen: Overzicht en tips om deze te gebruiken.*
3. *Inspiratie campagneflow*
4. *Belangrijke randvoorwaarden: Verhoog hiermee de effectiviteit van je campagne.*
5. *Tips voor externe communicatie over Sanquin at Work*
 - 5.1 *In recruitment en onboarding proces*
 - 5.2 *In externe owned media*
 - 5.3 *Externe earned media*

1. Kern van de campagne: Jouw bedrijf red levens

De kern van Sanquin at Work ligt in het verlengde van de missie van Sanquin: levens redden via bloed. Met deelname aan Sanquin at Work red ook jouw bedrijf levens! Een doorvertaling naar de medewerkers van jouw bedrijf is bijvoorbeeld:

- Elke medewerker van JOUW BEDRIJFSNAAM kan levens redden
- Monique van communicatie redt levens. Jij toch ook?
- Salesmanager Pieter redt levens onder werktijd. Help je mee?

Zo spreek je je medewerkers aan op het belangrijkste onderdeel van bloed geven: iets goeds doen. Iets van levensbelang zelfs...Want elke donatie is goed voor het redden van 3 levens.

2. Overzicht communicatiemiddelen

Op <https://www.sanquin.nl/goedwerk/downloads> vind je de basis communicatiemiddelen die helpen bij een succesvolle interne medewerkerscampagne om bloeddonors te werven. In onderstaand overzicht vind je een overzicht van al deze middelen en tips voor effectief gebruik ervan.

Naam middel	Omschrijving	Tips voor effectief gebruik
Basisteksten		
Basisartikel Sanquin at Work	Artikel met alle informatie die nodig is om als medewerker te kunnen kiezen voor bloeddonschap.	Vul dit artikel aan met specifieke informatie over de regeling binnen jouw bedrijf. Bijvoorbeeld hoeveel tijd per donatie onder werktijd mag plaatsvinden (incl. of excl. reistijd) en op welke wijze dit geadmistreerd moet worden.
Persbericht voor lokale pers	Basis persbericht om aan te vullen en naar de lokale pers te sturen ter profilering van jouw bedrijf als betrokken werkgever.	Naast lokale pers kan dit bericht ook als basis worden gebruikt voor zakelijke netwerken waarin jouw bedrijf actief is en/of de gemeentelijke economie pagina/ website. Dit bericht bevat ook de belangrijkste informatie die in het recruitment proces kan worden gebruikt.

Handleiding medewerkers als ambassadeurs	Document met tips en voorbeelden voor het benutten van huidige donors of mensen die bloed nodig hebben gehad als ambassadeur.	Op basis van deze voorbeelden kan je medewerkers die al donor zijn of ooit bloed nodig hebben gehad, gericht vragen een ambassadeursrol te vervullen voor het geven van bloed. Oa. door het gebruik van quotes die het belang van bloed persoonlijk maken, of informatie over hoe het proces van bloed geven werkt.
Video		
Youtube-video	Deze video is bedoeld om medewerkers te informeren en te werven als bloeddonor.	De video vormt een beeldende samenvatting van de redenen om te doneren en hoe je dat doet. Een goed middel om mee te starten! Vb. in whats'app, interne mailing en intranet. NB. Dit betreft algemene informatie over Sanquin at Work en bloeddonatie. Zorg dat je de specifieke voorwaarden van jouw bedrijfsdeelname daarnaast communiceert.
Visuals		
Flyers	Er zijn 2 formaten flyers beschikbaar. De drukwerk versies kunnen worden benut om zelf te laten drukken. Geschikt voor stap 1 in het wervingsproces.	Gedrukte flyers kunnen worden neergelegd op plekken waar werknemers 'even tijd hebben', zoals bij de koffiemachine, op tafels in de kantine en/of rechtstreeks in het postvakje van medewerkers. De digitale flyers kunnen als bijlage bij een mailing worden toegevoegd en bevat basisinformatie over Sanquin at Work. Ze zijn ook erg geschikt als vast onderdeel op een intern comm. platform te gebruiken en ze te sturen aan nieuw personeel.
Posters	Er is een aantal poster varianten, die van elkaar verschillen qua gebruik pay-off en beeld. Voor digitaal gebruik en/of om zelf af te drukken.	Hang posters op plekken waar veel werknemers komen: bij het koffieapparaat, in wc's, in de lift, bij het kopieerapparaat, in de bedrijfskantine, op de deur naar het fietsenhok etc. Het is ook mogelijk om –tegen druk- en verzendkosten- Sanquin een aantal posters te laten opsturen.

1. Inspiratie campagneflow

Je kan natuurlijk alle beschikbare interne kanalen gebruiken. De meest effectieve campagne bestaat uit een mix van deze middelen en kanalen, inclusief herhaling. Bijvoorbeeld:

- Interne nieuwsbrief met aankondiging en (kwartaal) later met quotes van medewerkers die al donor zijn of ooit bloed nodig hebben gehad
- Single Subject nieuwsbrief met alle informatie, ervaringsverhalen van collega's, het filmpje en link naar aanmeldpagina
- Posters / flyers op plekken waar veel collega's komen
- Praatje van directeur / manager tijdens weekstart
- Inzet van ambassadeurs: collega's die al donor zijn of ooit bloed hebben ontvangen.

De keuze om donor te worden, wordt vaak niet in 1 dag gemaakt wordt. Ondanks het feit dat met Sanquin at Work een belangrijke drempel wordt weggenomen (vrije tijd), is herhaling van de boodschap essentieel.

Eigen aanvullingen

Naast bovenstaande basismiddelen, werken originele, eigen extra acties natuurlijk het beste om medewerkers te (blijven) enthousiasmeren. Een aantal voorbeelden ter inspiratie:

- Vraag medewerkers die doneren om een selfie op bloedbank te maken en met collega's te delen: bijvoorbeeld in de whatsappgroep van een team.
- Deel een ingesproken boodschap of korte video van de directeur in medewerkers whatsapp groepen over de WHY van jullie deelname aan Sanquin at Work.
- Maak een bedrijfseigen instructie / info filmpje (de bloedbank-locatie zal daarbij mee kunnen werken. Neem contact op via SQatWORK@sanquin.nl zodat we jou kunnen koppelen aan de juiste persoon bij de dichtstbijzijnde bloedbanklocatie).
- Laat medewerkers een 'joker kaart' spelen: vandaag heb ik bloed gegeven / ga ik bloed geven, dus jij haalt de hele dag koffie.
- Reserveer speciale parkeerplaatsen voor bloeddonors (op de dag van donatie) vlakbij de ingang van jullie bedrijfspand.
- Vraag of 'ambassadeurs' een rondje langs de afdelingen willen maken om 'op de zeepkist' te vertellen over het hoe en waarom van bloed geven.
- Vraag je ambassadeurs of ze zelf willen meedenken met leuke wervingsacties.
- Speel de digitale Sanquin at Work Quiz tijdens de vrijmibo (en laat prijzen winnen)
- Maak rondom Halloween-achtige festiviteiten een link naar bloeddonorschap, of bij game-avonden (vb. bij een 'first blood' in League of Legends), of bij karaoke-avonden (speciale ronde; alleen liedjes met bloed / blood erin).

2. Randvoorwaarden: Verhoog de effectiviteit van de campagne

Naast goede communicatie, is het belangrijk dat een aantal randvoorwaarden goed is ingevuld om de kans op aanmelden te verhogen, en hiermee nog meer impact te maken als bedrijf.

- Geef duidelijk aan hoe medewerkers moeten 'administreren' dat ze bloed doneren (aan je leidinggevende laten weten, urensysteem benutten, vrijwilligersregeling benutten)
- Geef tips t.a.v. het momentum om bloed te geven
 - Bij licht / kantoorwerk: elk moment mogelijk
 - Bij gemiddeld tot zwaar werk: aan het einde van de werkdag
- Zorg dat medewerkers hun feedback of vragen t.a.v. bloed geven bij een contactpersoon binnen de organisatie kunnen aangeven.
- Bespreek deelname aan Sanquin at Work in het MT. Zorg dat de managers het principe snappen en achter deelname staan.
- Zorg voor intern draagvlak:
 - Betrek de OR
 - Activeer een interne denktank ter optimalisatie van Sanquin at Work
 - Benut hierbij de ambitie van 'levens redden' (door bloed te geven)

3. Tips voor externe communicatie

Sanquin at Work biedt niet alleen mooie opties voor medewerkers om 'in de baas z'n tijd' levens te redden (door bloed te geven), het vormt ook mooi bewijs van goed werkgeverschap. Daar mag je natuurlijk best trots op zijn! Vergeet daarom niet om deelname aan Sanquin at Work ook extern te communiceren.

Of en hoe je dat precies doet, bepaal je natuurlijk helemaal zelf. Hieronder vind je een aantal basisopties.

5.1 Recruitment en onboarding processen

Recruitment:

- Standaardtekst in vacatures laten opnemen (JOUW BEDRIJFSNAAM redt levens)
- In sollicitatiegesprek/arbeidsvoorwaardengesprek benoemen
- Opnemen in overzicht secundaire arbeidsvoorwaarden / in contract

Onboarding:

- Flyer meegeven in welkomstpakket voor nieuwe medewerkers ("Monique van communicatie redt levens. Jij ook?")
- Opnemen in welkomstpraatje leidinggevende
- Laat de automatische eerste mail bij het instellen van een nieuwe mailbox gaan over de mogelijkheden van Sanquin at Work. ("Welkom bij Wij redden levens onder werktijd")

5.2 Externe owned media

Ook je social media, nieuwsbrief naar klanten/relaties en website vormen een potentieel middel om externen over dit nieuwe initiatief te informeren. Denk hierbij aan:

- Het delen van informatie over deelname aan Sanquin at Work (JOUW BEDRIJFSNAAM redt levens: toelichting deelname, koppeling missie en goed werkgeverschap)
 - Bijvoorbeeld door het delen van de Sanquin at Work film op LinkedIN, met daarbij de tekst: Wij zijn met dit initiatief gestart, volg jij ons voorbeeld?
- Delen van mijlpalen en resultaten (medewerkers van bedrijf X redden in 2021 ... levens onder werktijd)
- Delen van verhalen van collega's die bloeddonor zijn of bloed nodig hebben (gehad)

5.3 Externe earned media

Op de downloadpagina vind je de basis van een persbericht om aan te vullen en naar de lokale pers te sturen ter profilering van jouw bedrijf als maatschappelijk betrokken werkgever.

Naast lokale pers kan dit bericht ook als basis worden gebruikt voor een bericht in zakelijke netwerken waarin jouw bedrijf actief is en/of de gemeentelijke economie pagina/ website. Met name interessant om andere werkgevers te inspireren, daar zal je ons erg mee helpen!