



Hoe bereik je Gen Z?

TCZH - De kracht van goed
werkgeverschap

Voordat we beginnen...

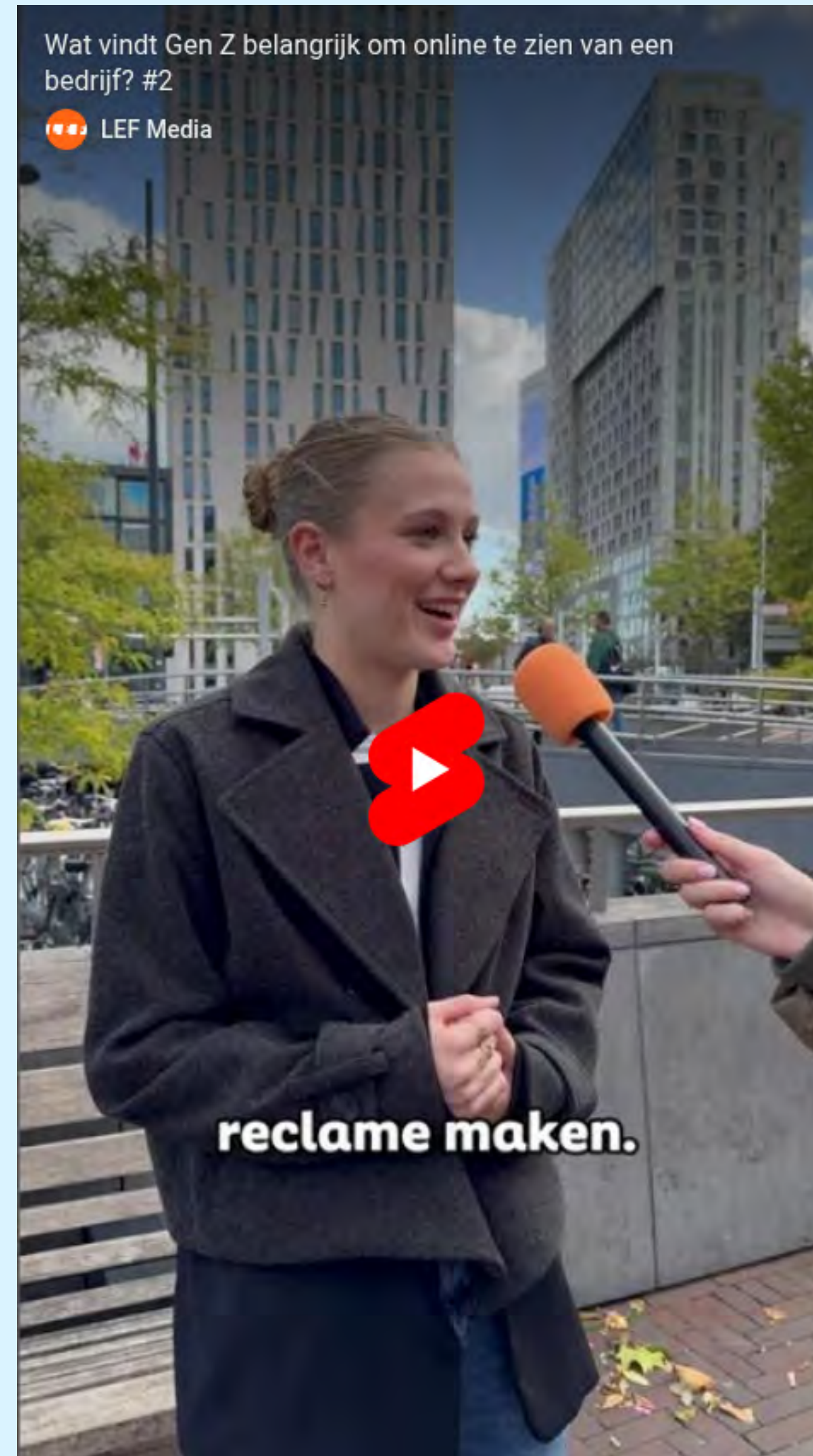
Hoe denk jij dat Gen Z
zoekt naar een baan?

Wij zochten het uit!



Wat denk jij dat Gen Z **belangrijk vindt om online te zien** van een bedrijf (toekomstige werkgever)?

Wij zochten het uit!

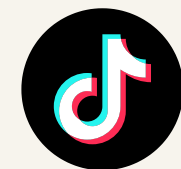


Wie ben ik?

Larissa van Wieren



larissavanwieren



@lefmedia



@lefmedia



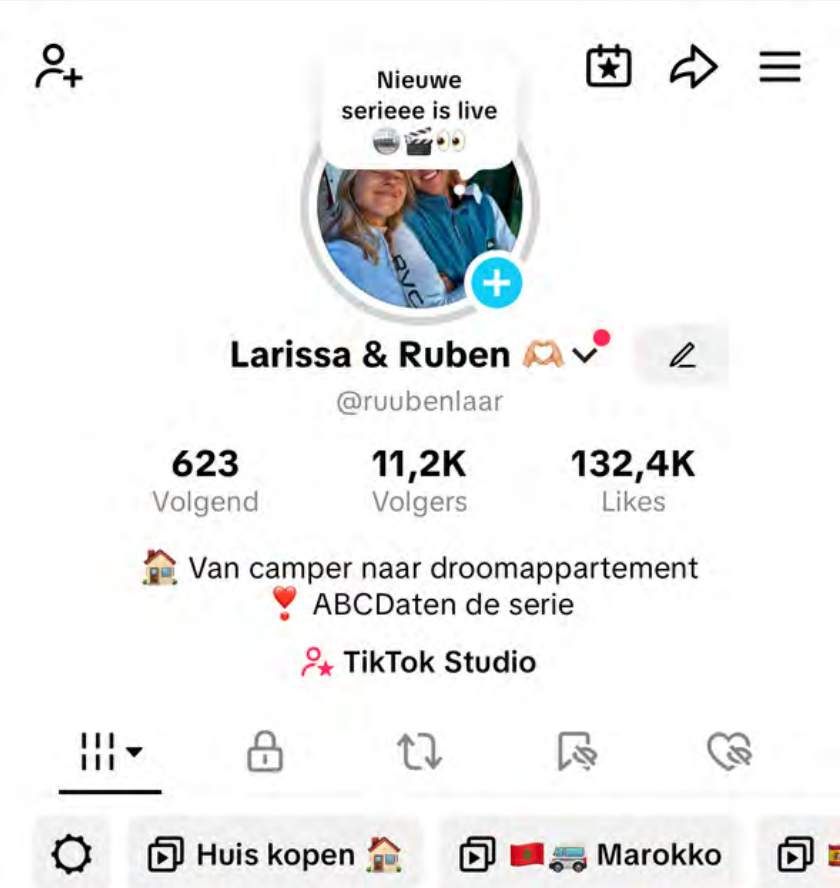
Wie ben ik?



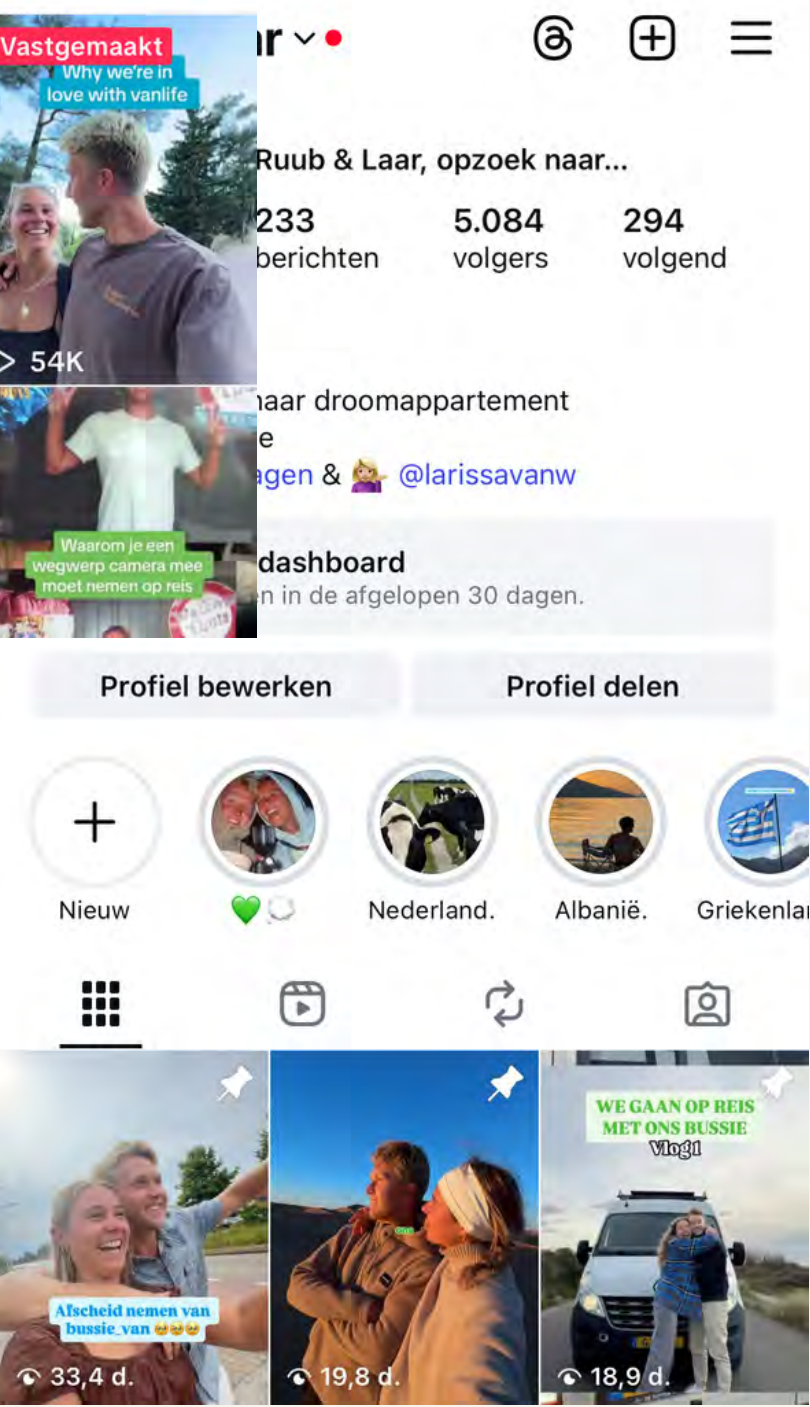
♥ Persoonlijke en authentieke verhalen



🎤 Passie voor presenteren



TikTok & Instagram fanaat



Wie ben ik?

En ik ben een
Zillennial

Gen Z: geboren ± 1997–2012, nu 13–28 jaar
→ jeugdig, volop instromend op arbeidsmarkt.

Zillennials: geboren ± 1995–1998, nu 27–30 jaar
→ brug tussen Millennials en Gen Z.

Waar gaan we het over hebben?

- 01. Misverstanden en drijfveren van Gen Z
- 02. Hoe zoekt Gen Z naar een baan?
- 03. De candidate journey anno 2025
- 04. Heb lef
- 05. Do's en don'ts op een rijtje



Misverstanden en drijfveren van Gen Z

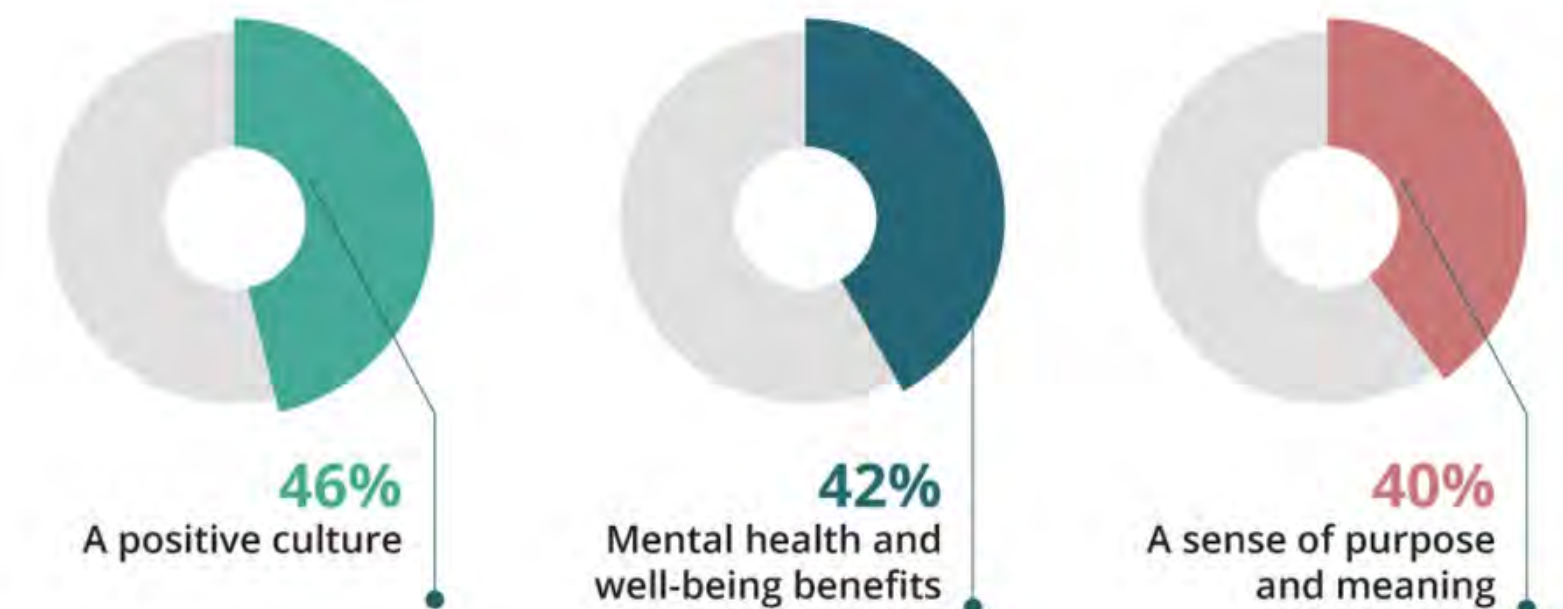
01

GEN-Z wil vooral geld verdienen, niks doen, of remote werken.

Onderzoek laat zien dat **een fijne, positieve cultuur, betekenis in het werk, en werk-privébalans** wat mede zorgt voor een goede mentale gezondheid belangrijker zijn.

Gen Z's top three priorities at work are

Source: Microsoft



Gen Z wil niet werken bij jou....

Ze willen zich aansluiten bij
jouw missie

De 4 drijfveren van Gen Z

- **Zingeving in het werk wat ze doen.** De normen en waarden van het bedrijf moeten ook dicht bij de normen en waarden van de persoon liggen / Impact maken met het werk
- De **werkcultuur** en **reputatie** van de werkgever.
- Ontwikkeling en een duidelijk doorgroei pad (**duidelijk carrièrepad**)
- **Flexibiliteit in opties** (niet perse full remote).
Maar waarde gestuurd werken i.p.v uren gericht werken



**Hoe zoekt Gen Z
naar een baan?**

02

01. Gen Z **checkt...** Op Instagram,
TikTok, Google

02. Reviews en **echte visuele verhalen** zijn hierbij heel belangrijk

03. Slechte **zichtbaarheid** = **geen vertrouwen**

Bekijk de hele case van het Maasstad Ziekenhuis op TikTok [via deze link](#)



Wat verschijnt er
als Gen Z jouw bedrijf **opzoekt**
op TikTok? Instagram?
of Google?

Wat is de Candidate Journey voor Gen Z anno 2025?

03

Wat is een Candidate Journey?

Van eerste aanraking tot nieuwe collega!



Van ontdekken tot solliciteren
in 4 stappen

01.

Ze ontmoeten je merk op de socials.

Welke content werkt?

De kracht van onvergetelijke content

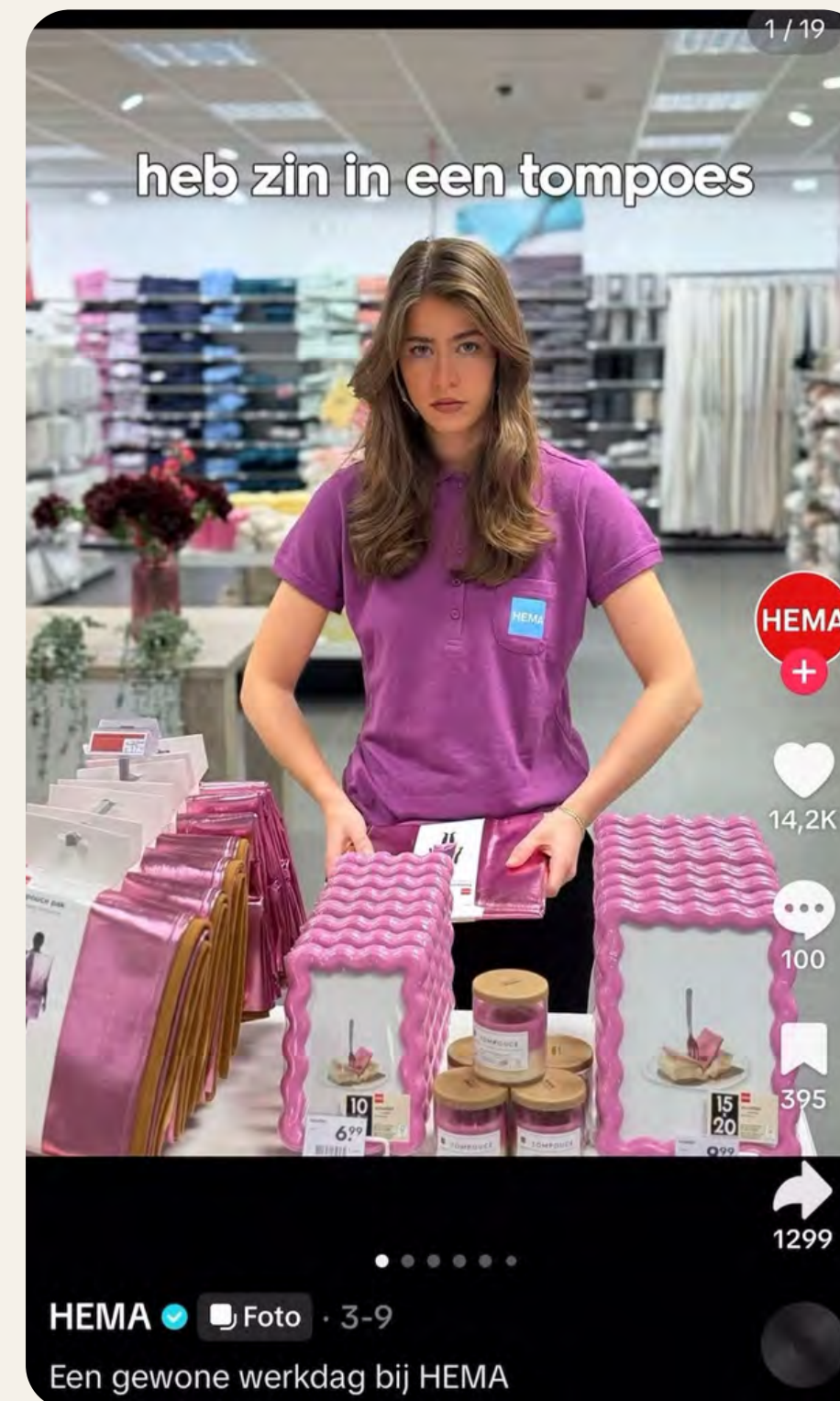
Persoonlijk



Actueel



Entertainment



Engagement



Persoonlijk



Wat is jouw functie bij Lamb Weston?

Actueel



Entertainment



Engagement



01.

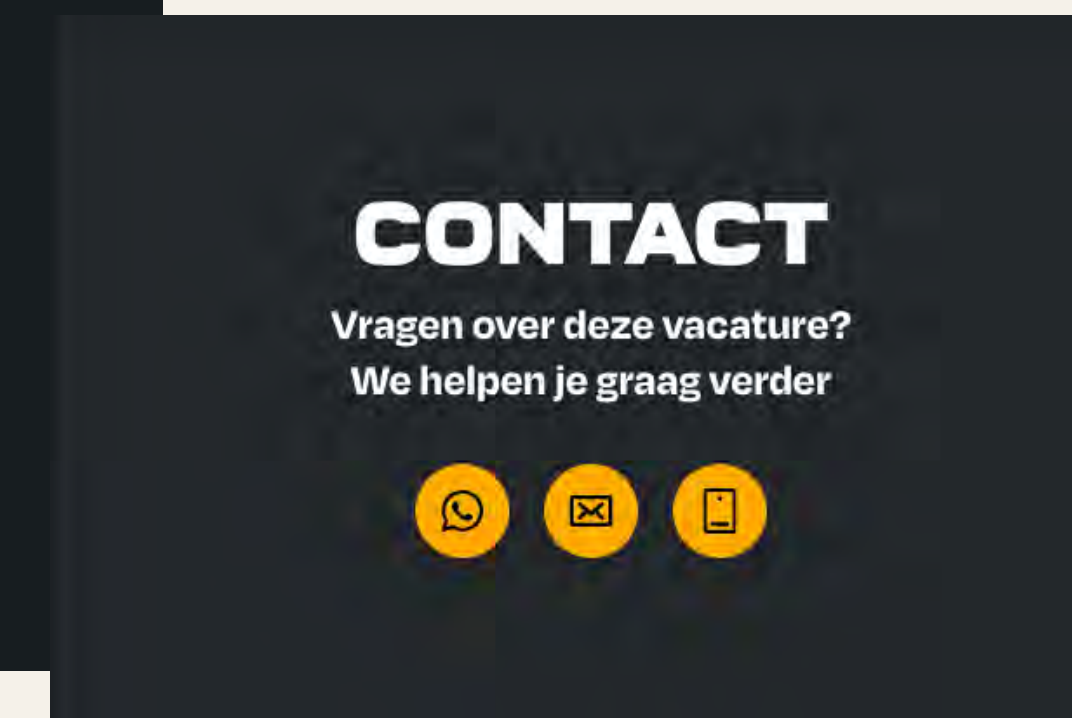
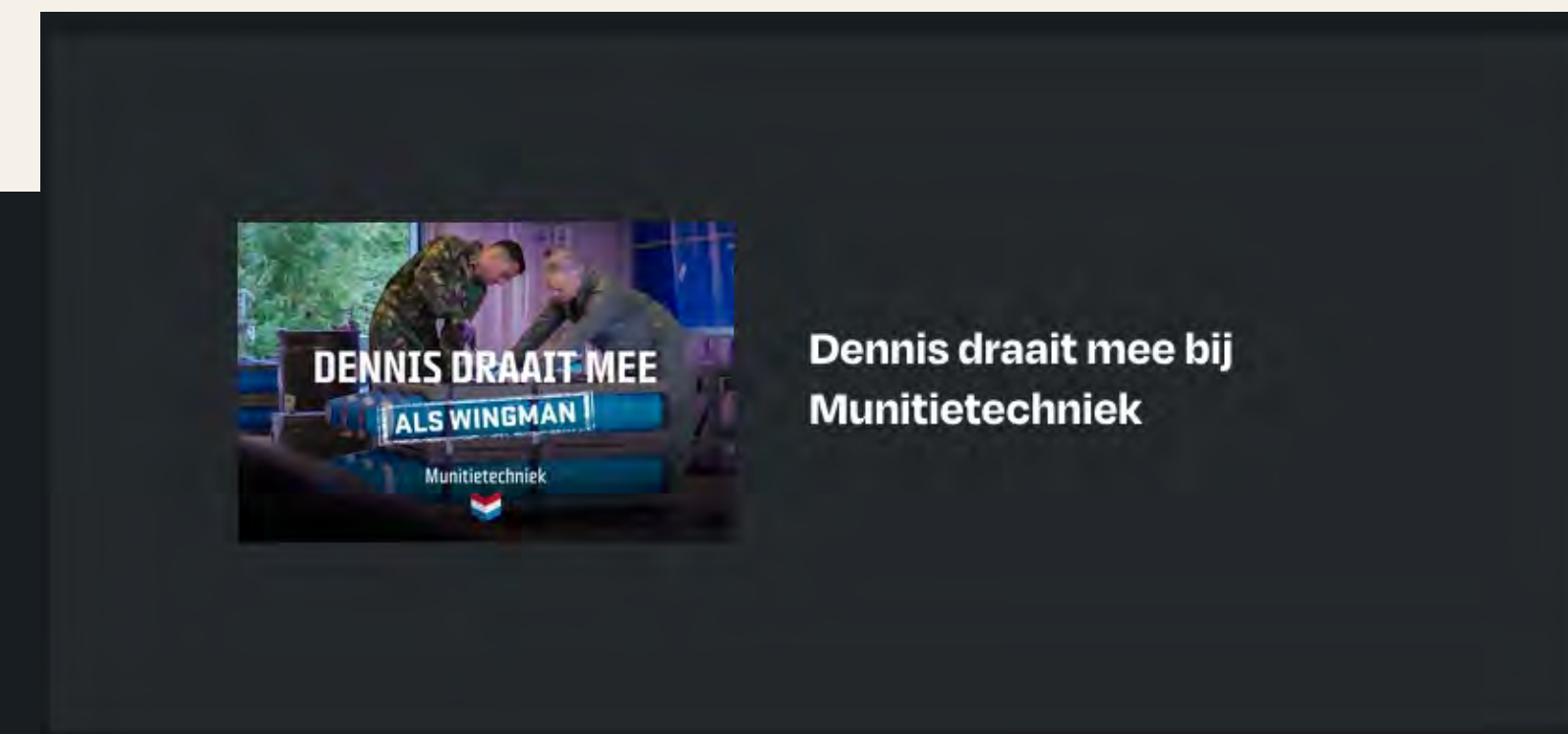
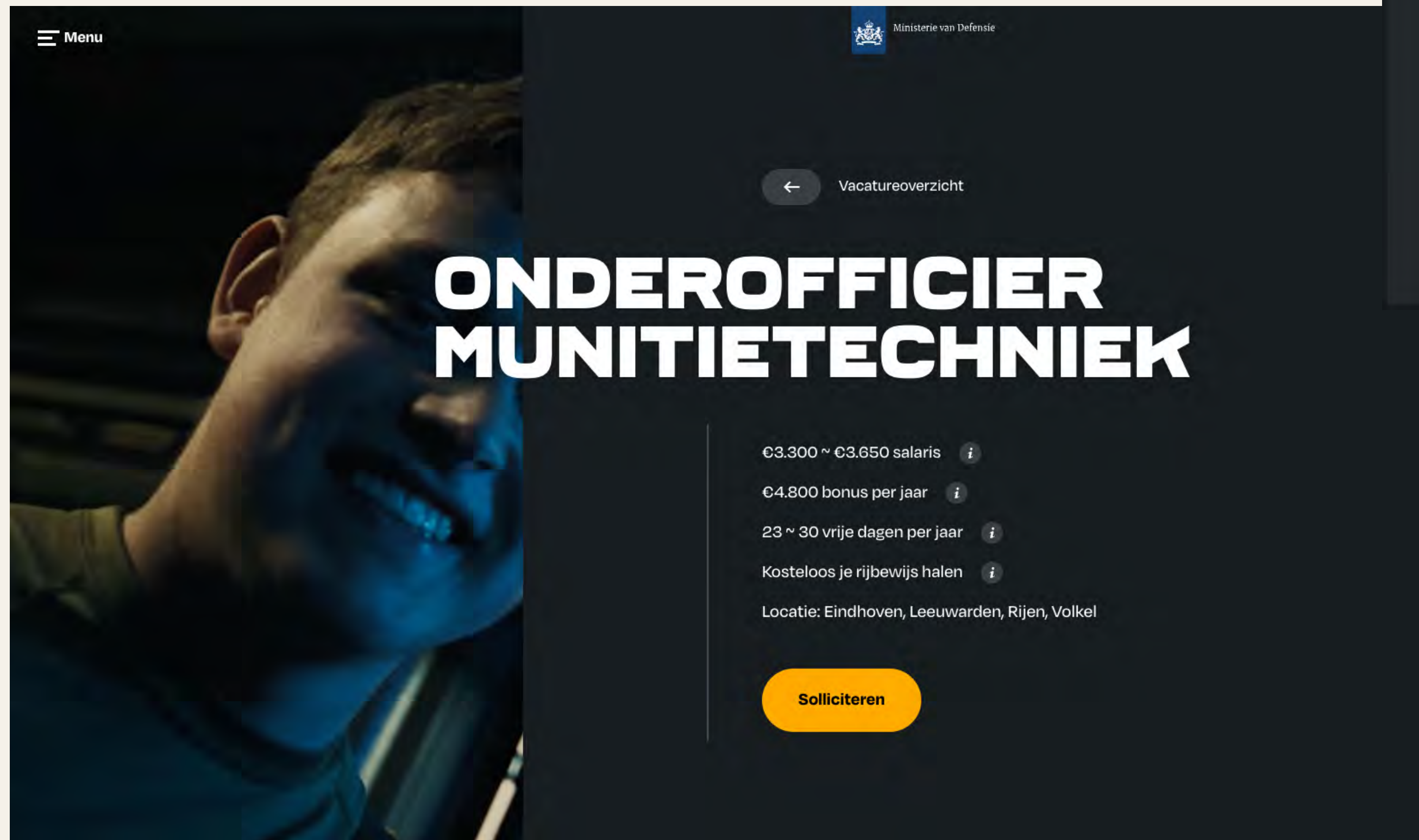
Ze ontmoeten je merk op de socials.

02.

**Checken je website, vacatures,
andere social kanalen.**

Hoe moet je website eruit zien?

Maak je website **persoonlijk, laagdrempelig en gebruiksvriendelijk en visueel.**



01.

Ze ontmoeten je merk op de socials.

02.

**Checken je website, vacatures,
andere social kanalen.**

03.

Kijken reviews en checken de vibe.

Welke content moet je delen?

Zorg dat je **ervaringen** deelt.



Welke content moet je delen?

En geef ze een kijkje achter de schermen.



Welke content moet je delen?

Zorg dat je **de cultuur** van binnen
uit de organisatie laat zien!

Welke content moet je delen?

Bol.com doet dat erg goed!

- 100% jezelf kunnen zijn
- Flexibiliteit in werk is belangrijk
- Iedereen hoort erbij
- Gedurfde thema's



01.

Ze ontmoeten je merk op de socials.

02.

**Checken je website, vacatures,
andere social kanalen.**

03.

Kijken reviews en checken de vibe.

04.

Laagdrempelige sollicitatie.

Wat is hierin belangrijk?

- Kort en mobiel!
- Solliciteren moet mogelijk zijn op de kanalen waar Gen Z te vinden is.
- Solliciteren op de social kanalen zelf!



Hoe ziet jouw candidate
journey er **op dit moment** uit?

Wat zou je morgen **al**
kunnen aanpassen?

**Heb het lef om
Gen Z aan te
spreken**

04

Als je ervoor kiest om **Gen Z te bereiken**, bijvoorbeeld via TikTok, dan moet je niet alleen aanwezig zijn. Je moet ook het lef hebben om **écht hun taal te spreken**. Dat betekent: kort, creatief, eerlijk en visueel.

Geen corporate praat, maar **content die aansluit bij hun belevingswereld**.

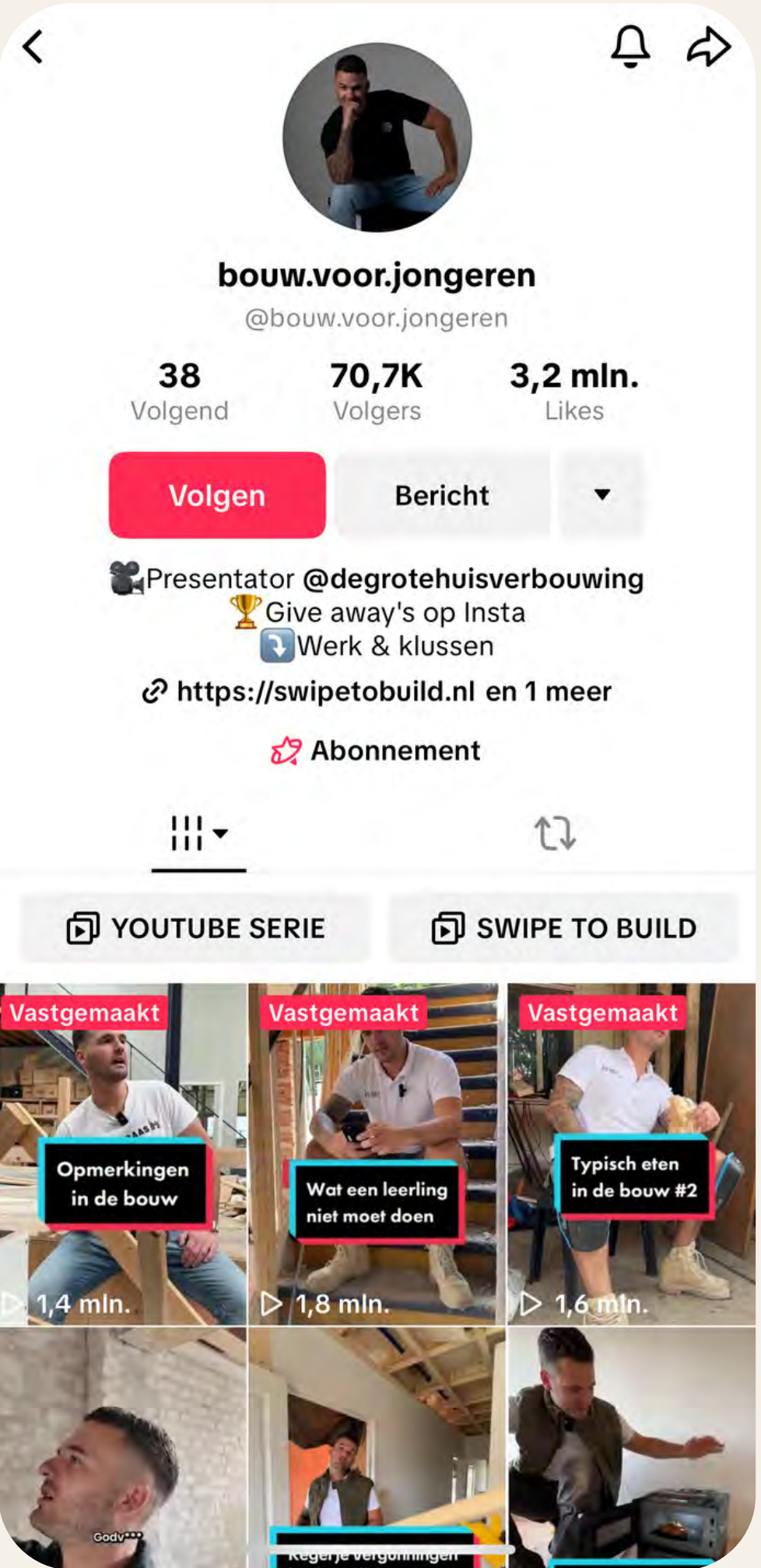
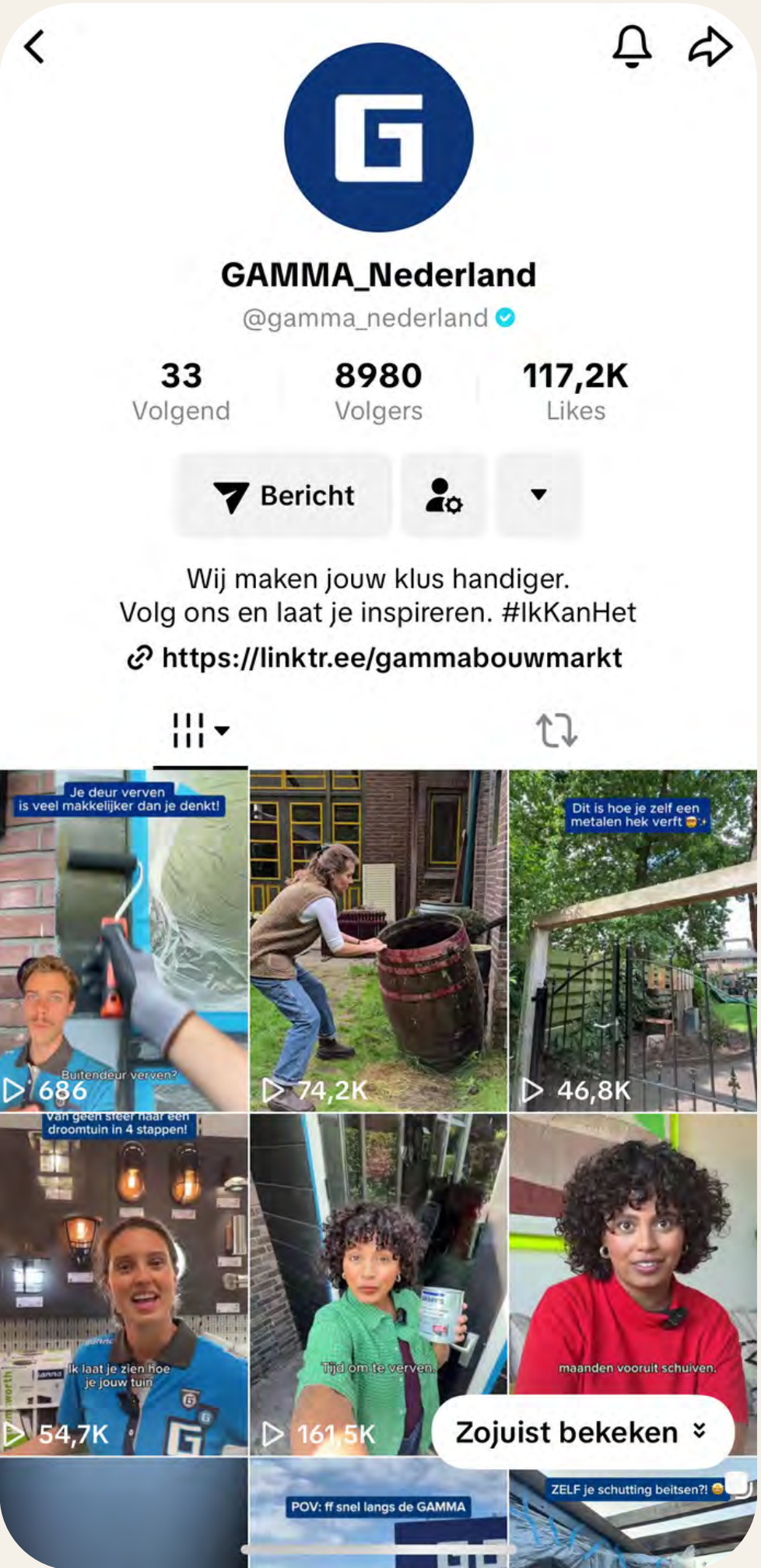
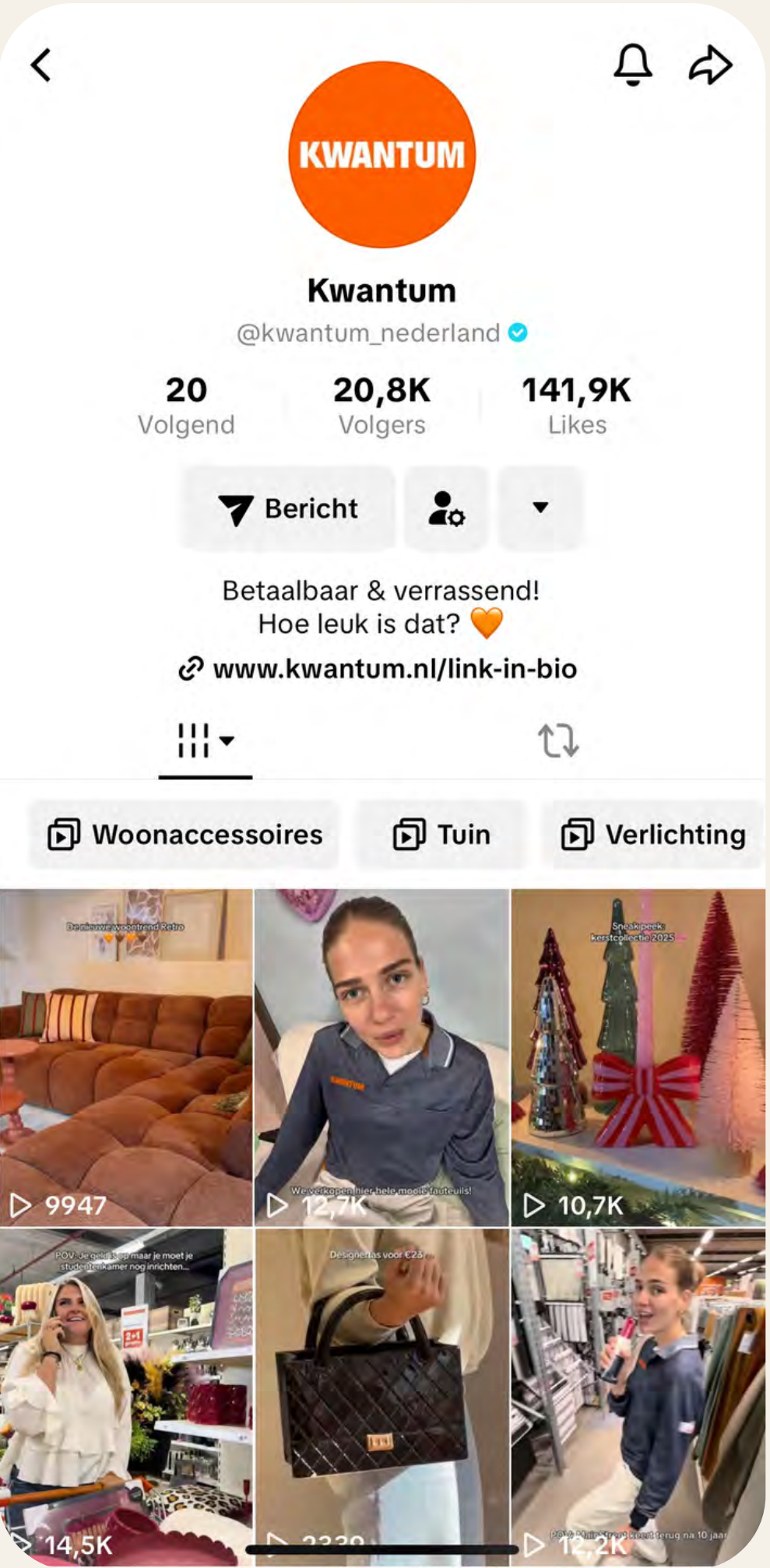
Hoe doe je dat?

01. Zoek Gen Z ambassadeurs!
02. Geen perfecte plaatjes en logo's in beeld.
03. Wees radicaal eerlijk
04. Praat in hun context. Begrijp je het niet?
Misschien maar beter...

Hiii besties ✨

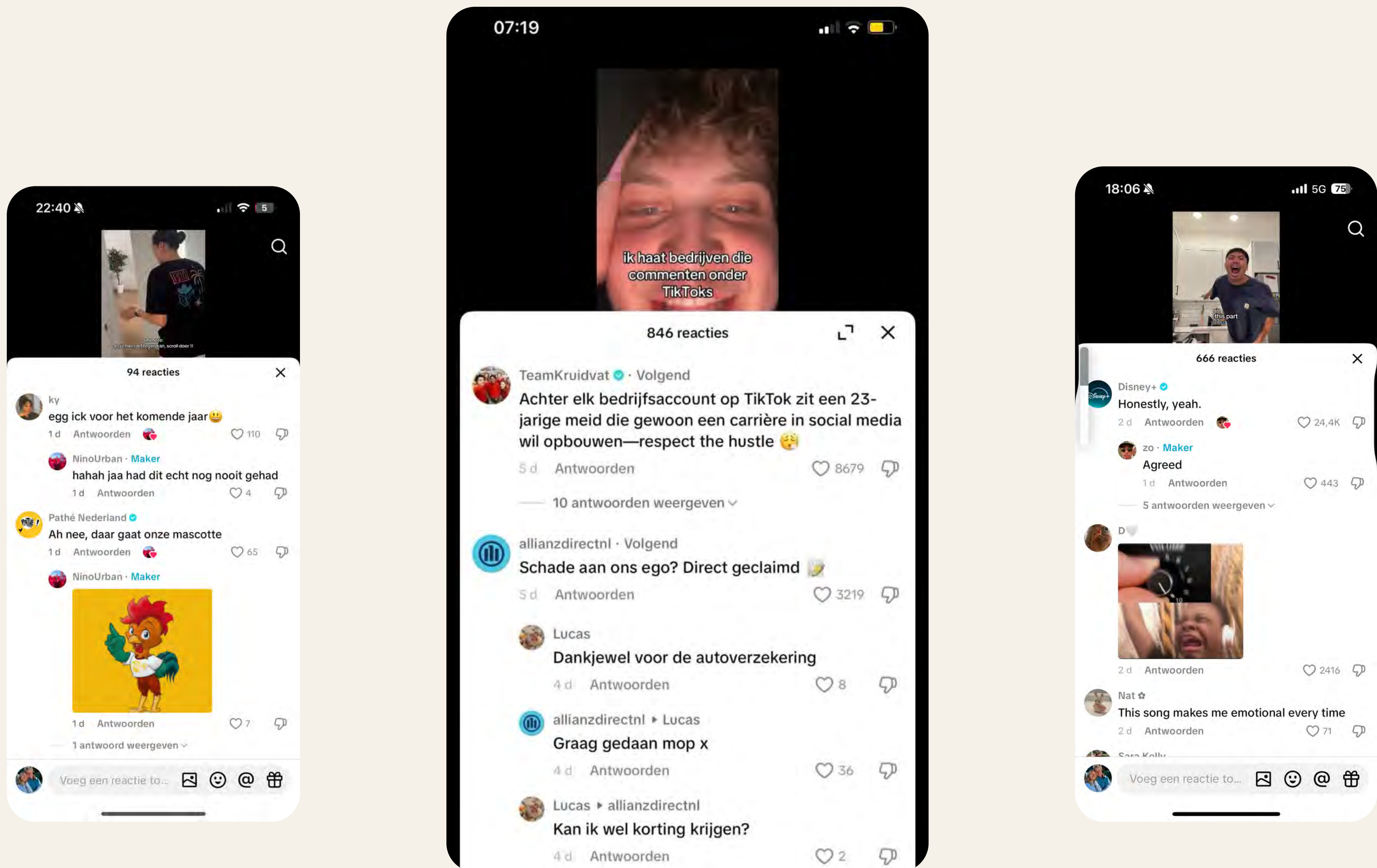


Voorbeelden



Stop niet na het 'zenden',
maar ga echt **in gesprek**.

Het belang van community mangement



**Do's en don'ts
op een rijtje**

05

Do's

- Zet Gen Z zelf in als ambassadeurs! Geef ze de ruimte, vertrouw ze en ga mee met de snelheid van hun denken.
- Toon je cultuur en geef een echt kijkje achter de schermen.
- Maak je candidate journey visueel en ben 'aanwezig' op de online kanalen waar Gen Z te vinden is.
- Pas de candidate journey aan naar waar Gen Z te vinden is.

Don'ts

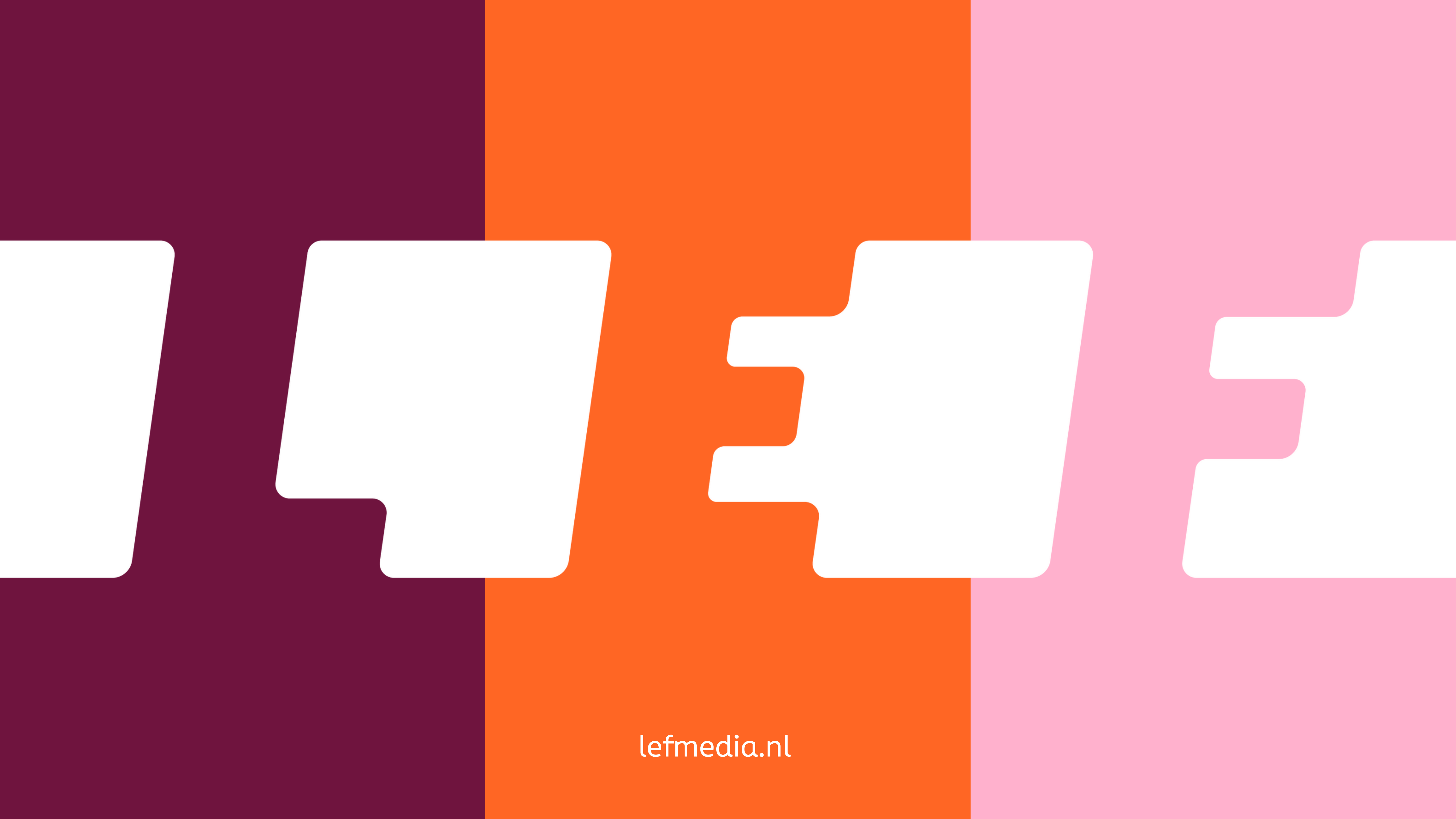
- Corporate vaktaal en "neppe" verhalen.
- Lange vacatureteksten zonder beeld of verhaal.
- Geen online cultuur.
- Mooie beloftes zonder bewijs.
- Alleen solliciteren via de website.

**Wil je de nieuwe generatie
aanspreken?**
We're happy to help!



Stuur een berichtje naar
larissa@lefmedia.nl

Op zoek naar meer inspiratie?
Volg ons via [@lefmedia](#) (op alle social kanalen!)



lefmedia.nl