

Op welke manieren kunnen advocatenkantoren Generatie Z aantrekken door het inzetten van passende marketing en communicatietools binnen hun employer branding?

DOEL & AANLEIDING



METHODIEK

119 RESPONDENTEN Online enquête rechtenstudenten	5 INTERVIEWS 4 stagiairs + 1 HR-verantw.	3 UNIVERSITEITEN UA UHasselt KU Leuven	2 METHODEN Kwantitatief + kwalitatief
---	---	--	--

RESULTATEN

VIA WELKE KANALEN ZOEKEN & VOLGEN STUDENTEN KANTOREN?

STARTPUNT BIJ ZOEKEN NAAR STAGE/JOB

LinkedIn	80%
Aanbevelingen (netwerk)	70%
Fysieke jobbeurzen	60%
Google	30%
Instagram	10%

INFORMATIE VERZAMELEN & SFEER ONTDEKKEN

Website kantoor	80%
Korte video's	60%
Brochure	40%
Lezingen & events	30%
Instagram volgen voor sfeer	20%

Studenten komen vaak via LinkedIn en hun netwerk in aanraking met het kantoor, maar gaan daarna vooral naar de **website** om informatie te verzamelen en naar **Instagram** om de sfeer te ervaren. De website speelt hierin voor hen de belangrijkste rol, omdat daar de meeste en **meest betrouwbare inhoudelijke informatie** te vinden is.

FLEXIBILITEITSVERWACHTINGEN IN DE ADVOCATUUR

44 GLIJDENDE UREN	38 HYBRIDE WERKEN	12 VASTE KANTOOR- UREN
-------------------------	-------------------------	---------------------------------

Glijdend Hybride Vast

Flexibiliteit is geen extra luxe meer maar een **standaard verwachting** bij de nieuwe generatie juristen.

WAT IS ER PRIORITAIR IN HET SOLLICITATIEPROCES?

Transparantie over salaris	80%
Authenticiteit kantoor	70%
Snel proces	40%
Videocall mogelijkheid	20%

Studenten willen geen gepolijst imago, maar een **transparant, eerlijk verhaal** over de werkelijkheid op het kantoor.

KAN EEN PROFESSIONELE UITSTRALING OP SOCIALE MEDIA?

49% positief

Lichte meerderheid ervaart sociale media als **positief** voor het professionele imago, terwijl de overige studenten dit vooral **neutraal** beoordelen.

HOE WORDT DE COMMUNICATIE VAN ADVOCATENKANTOREN ERVAREN?

Authentiek & professioneel	80%
Onduidelijk over jobinhoud	60%
Te formeel / juridisch jargon	40%
Spreekt ons écht aan	30%

De communicatie wordt wel als **authentiek en professioneel** ervaren, maar het gebruik van **formeel juridisch vakjargon** zorgt voor onduidelijkheid over de jobinhoud.

AANBEVELINGEN

01 Eerlijkheid in de gesprekken

Eerlijk communiceren om vertrouwen, duidelijkheid en wederzijds begrip te versterken.

02 Buddy-systeem bij onboarding

Koppel elke nieuwe starter aan een junior collega voor praktische vragen en interne inwijding.

03 Transparantie

Communiceer direct en transparant over verloning en arbeidsvoorwaarden.

Kantoren die inzetten op een warme cultuur, eerlijke en open communicatie hebben de beste papieren bij de nieuwe instroom.