

The logo for 'DE KOP WERKT!' features the text in a bold, blue, sans-serif font. The word 'KOP' is larger and more prominent, with a stylized globe icon integrated into the letter 'O'.The logo for 'Match2020' consists of the text 'Match2020' in a blue, sans-serif font. To the right of the text is a stylized icon of a flower or a four-petaled star with a red center.The logo for 'OP KOP' features the text in a green, sans-serif font. The word 'OP' is positioned above 'KOP', and the letter 'O' in 'KOP' is stylized with a circular cutout.The logo for 'gemeente DEN HELDER' includes a small crown icon above a shield with a blue and white pattern. Below the shield, the text 'gemeente DEN HELDER' is written in a blue, sans-serif font.The logo for 'gemeente Hollands Kroon' features a stylized flower icon with green and blue petals. To the right, the text 'gemeente Hollands Kroon' is written in a blue, sans-serif font.The logo for 'GEMEENTE Schagen' includes a green shield with a white 'S' and a red triangle on top. To the right, the text 'GEMEENTE Schagen' is written in a blue, sans-serif font.The logo for 'Gemeente Texel .txl' features the text 'Gemeente Texel' in a blue, sans-serif font, followed by '.txl' in a large, bold, red, sans-serif font.

Raadsinformatiebrief

Geachte leden van de raad,

Op Kop is het platform voor arbeidsmarktcommunicatie dat laat zien welke kansen er zijn in de Kop van Noord-Holland, op het gebied van werken, leren en wonen. Het platform is in januari 2020 gelanceerd en is in het afgelopen jaar al meteen doorontwikkeld. Wij willen u graag meenemen in de ontwikkelingen.

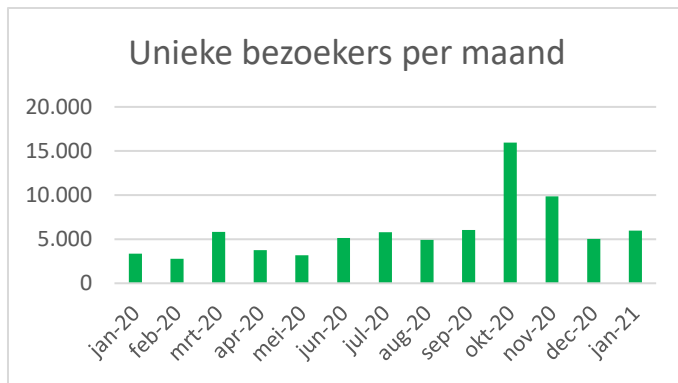
Achtergrond

Op Kop is ontstaan als project van het regionaal samenwerkingsprogramma De Kop Werkt!. Hierin werken de gemeenten Texel, Hollands Kroon, Den Helder en Schagen samen met de provincie Noord-Holland. Een van de programma's is Match2020 (Arbeidsmarkt en Onderwijs), dat zich onder meer richt op een betere aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt. Dat doet het op vier speerpuntsectoren: techniek, agribusiness, zorg en welzijn, en toerisme en recreatie. Daarbij werken we samen met partijen als Tech@Connect, GreenPort NHN en Sigr/ZW-Plus.

Een van de opdrachten van Match 2020 is daarnaast het onder de aandacht brengen van de kansen die hier in de regio liggen. We hoeven het u haast niet uit te leggen, maar denk daarbij aan het verdedigen van het landsbelang vanuit de Koninklijke Marine, de wereld van voedsel voorzien met onze zaad- en teeltbedrijven, een belangrijke rol spelen in de energietransitie, bijdragen aan de wereldgezondheid en de unieke recreatieve mogelijkheden in de regio. Na een aanbesteding is de opdracht voor het project gegund aan het bureau Just, die het concept voor Op Kop hebben uitgedacht. Op Kop blijft in ieder geval live tot eind 2024.

Website

Op Kop valt te scheiden in een platform (website) en een campagne (waarover later meer). Het platform heeft het afgelopen jaar gemiddeld bijna zesduizend unieke bezoekers per maand gehad.



Op de website kunnen de bezoekers onder andere het Kansenkompas vinden -waarbij je in een aantal stappen een bedrijf en vacature naar jouw wens vindt. Ook is er een zogeheten Kansenskaart, die vacatures bij aangesloten bedrijven in beeld brengt. De kaart laat daarnaast ook stageplekken, leerwerkplekken en opleidingen zien. Inmiddels zijn er al meer dan tweehonderd bedrijven aangesloten die hun kansen delen via het platform. Dat aantal is nog altijd groeiende; gemiddeld zo'n tien per maand in het afgelopen halfjaar. We streven ernaar om eind 2021 meer dan driehonderd organisaties aan te haken.

Om dit aantal te bereiken, hebben we verschillende acties ingesteld voor de komende tijd. Zo gaat er een campagne lopen waarin we actief bedrijven benaderen om zich aan te melden. Ook hopen we meer organisaties aan ons te binden door onze scouts in te zetten. Deze scouts hebben enerzijds een ambassadeursfunctie en schrijven anderzijds artikelen over bijzondere aspecten van de Kop op het gebied van werken, leren of wonen.

Deze artikelen worden ook gedeeld via de socialemediakanalen van Op Kop. In een jaar tijd is het aantal volgers via deze media fors gestegen. Dat komt enerzijds door de campagne, maar ook door succesvolle acties. Zo hebben we bemiddeld

Op Kop · 25 juni 2020

! TECHNISCHE BEDRIJVEN GEZOCHT VOOR BBL-STUDENTEN !

Zo'n 10 BBL-studenten van Tetricx Techniekopleidingen zoeken nog een leerbedrijf voor het komende schooljaar. Een nieuwe generatie technische vakmensen kan hierdoor mogelijk niet beginnen aan de opleiding mechatronica of constructie. [Oostwouder Tank & Silobouw BV](#), [Jongejans Luchttechniek B.V.](#) en [HGG Group](#) benadrukken het belang om studenten aan een leerwerkplek te helpen.

Gaat jouw technische bedrijf Op Kop en in gesprek m... [Meer weergeven](#)

OPKOP.NL
Meld jouw bedrijf aan voor een leerwerkplek! [Meer bekijken](#)

11.943 Bereikte mensen 1.105 Betrokkenheidsacties [Bericht promoten](#)

16 Leuk 16 keer gedeeld

[Leuk](#) [Opmerking plaatsen](#) [Delen](#)

Op Kop · 30 oktober 2020

Horecatijgers opgelet!

Zit je momenteel thuis en kun je niet wachten om je handen weer uit de mouwen te steken? Dan ligt er een kans voor je om tijdelijk zorgvold te worden!

Jij kunt de zorg in de Kop namelijk tijdelijk versterken. Bij [Woonzorggroep Samen](#) kan horecapersoneel op detachingsbasis aan de slag als facilitair medewerker, medewerker huishouding of gastheer/gastvrouw. De detachering eindigt in principe weer als de horeca hun deuren weer mogen openen van de overh... [Meer weergeven](#)

11.655 Bereikte mensen 1.415 Betrokkenheidsacties [Bericht promoten](#)

12 Leuk 1 opmerking 80 keer gedeeld

[Leuk](#) [Opmerking plaatsen](#) [Delen](#)

Op Kop · 27 maart 2020

Wie komt de tomaten en komkommers oogsten? 150 fulltime medewerkers zijn er per direct nodig bij een groot bedrijf op Agriport in Middenmeer om de rijpe groenten in de winkels te krijgen.

Martin van Klinken van het [WerkgeversServicepunt Noord-Holland Noord](#) vertelt alles over deze werkkanen op <https://opkop.nl/.../wie-komt-de-tomaten-en-komkommers...>

40.941 Bereikte mensen 7.468 Betrokkenheidsacties [Bericht promoten](#)

33 Leuk 102 opmerkingen 305 keer gedeeld

[Leuk](#) [Opmerking plaatsen](#) [Delen](#)

toen een tomaten- en komkommerteler medewerkers nodig had, geholpen bij het vinden van leerwerkplekken voor mbo'ers in de technieksector en zijn we ingesprongen bij het zoeken van extra handen voor de zorg in de coronatijd. Daarvoor hebben we onder andere de succesvolle actie "Van horecatijger tot zorgheld" opgezet. In een week tijd meldden zich meer dan zeventig mensen aan, uiteindelijk zijn er 25 horecamedewerkers geplaatst: twaalf horecamedewerkers op oproepbasis in dienst van november 2020- mei 2021 en elf medewerkers via detacherings-overeenkomsten.

Daarnaast worden de kansen op het platform wekelijks uitgelicht in het "Kansensalarm", waardoor een organisatie extra aandacht krijgt voor deze vacature, stageplek of opleiding onder de volgers.

Campagne

De campagne maakt gebruik van zogeheten Koplopers. Dit zijn mensen die al werken/leren en wonen in de Kop. Vanuit hun eigen ervaringen vertellen zij hun verhaal en wat het voor hen betekent om in de Kop te leven. Zij spelen de hoofdrol in onze campagnes en zijn te zien in de video's, de fotografie en op billboards.



We zetten in op zowel online als offline adverteren. Dat wil zeggen dat er op sociale media als Facebook, Instagram en YouTube wordt geadverteerd, als via Google. Offline gaat het om afbeeldingen op abri's en andere buitenreclame, en reclameboodschappen in bioscopen. In het afgelopen jaar hebben we twee campagnemomenten gehad: maart 2020 (alleen online) en september tot november (on- en offline). Tijdens campagneperiodes was er een stijging zichtbaar van het aantal unieke bezoekers, met name tijdens de grootschalige online en offline campagne. De campagne in maart 2020 bleef wat achter bij de verwachte impact; dit heeft waarschijnlijk te maken gehad met de eerste coronalockdown.

	Impressies gemiddeld per maand	Clicks gemiddeld per maand	CTR gemiddeld per maand
Social always on	215.685	789,50	0,38%
Social retargetting	42.586	337,91	0,90%
Displat retargetting	137.917	295,17	0,27
Search always on	60.589	4232,33	8,05%
Corona campagne lokaal (mei-jul)	128.485	598	0,50%

Voor de derde campagnereeks zetten we in op online. In het najaar volgt weer een campagne met buitenreclame. De online campagne is overigens tot ver buiten de Kop en Noord-Holland zichtbaar. De provincies Friesland, Utrecht en Zuid-Holland worden hierin namelijk ook meegenomen. De offline campagne wordt vooral in Noord-Holland Noord gevoerd.

Nabije toekomst

De ontwikkeling van Op Kop staat niet stil. Het platform wordt bijvoorbeeld geoptimaliseerd voor gebruikersgemak. Maar er gebeurt meer. Op Kop werkt mee aan de doorontwikkeling van het initiatief Helder Zicht op Werk. En een van de grootste stappen is het maken van een loopbaanoriëntatieprogramma (LOB) samen met scholengemeenschappen uit het voortgezet onderwijs in de Noordkop. Hierin laten we zien welke leer- en werkkansen er in de regio mogelijk zijn voor jongeren. Dit heeft als doel dat ze ofwel hun opleiding genieten in de Kop van Noord-Holland, ofwel terugkeren voor hun stage of nadat ze hun studie hebben afgerond. Dat doen we onder andere aan de hand van een online en offline magazine. In de ontwikkeling nemen we scholieren en docenten mee.