

WE ARE HIRING



Succesvol werven met recruitment-marketing



WinWinWerkt.nl

talent verbinden met vacature

Waarom zou iemand bij jouw bedrijf willen werken?

In de werknemers-arbeidsmarkt van nu is het belangrijk om jezelf dit af te vragen. Gewilde kandidaten hebben veel keuze. Er is concurrentie van andere werkgevers. Hoe zorg je dat jouw vacature opvalt tussen de vele andere vacatures en dat mensen gaan solliciteren?

Een succesvolle match, het eindresultaat van een recruitmentproces, begint met helder inzicht bij de start.

Deze aspecten zijn belangrijk om goed over na te denken voordat je de wervingscampagne start.

- Wie is jouw organisatie als werkgever? Wat is de bedrijfsmissie? Wat kenmerkt de bedrijfscultuur en wat zijn de kernwaarden?
- Wat is de inhoud van de functie, de verantwoordelijkheden, de uitdaging et cetera?
- Wat is het profiel van de ideale werknemer voor deze functie?
- Wie zijn de mensen die jij wilt bereiken? Wat is jouw doelgroep ideale kandidaten?
- Waarom zou jouw ideale werknemer bij jouw bedrijf, in deze functie, willen werken?
- Welke boodschap communiceer je? Wat zal de interesse opwekken van jouw doelgroep?
- Hoe zorg je ervoor dat de vacature jouw doelgroep ideale kandidaten bereikt en gezien wordt? Welke jobboards en sociale media zet je daarvoor in?

Als je alle aspecten helder hebt, dan ben je in staat om een aansprekende en waarheidsgetrouwe vacaturetekst op te stellen en de wervingscampagne succesvol te doen. Je zal merken, als prettige bijkomstigheid, dat het selectieproces eenvoudiger wordt, minder tijd kost én een succesvol eindresultaat heeft. Je gaat bovendien veel tijd en geld besparen.

Voordat ik tips geef voor een wervende vacaturetekst, eerst nog een paar algemene tips die je zullen helpen in de krappe arbeidsmarkt waar we nu in zitten.

Recruitment-marketing is de arbeidsmarkt benaderen als een marketeer. Verplaats jezelf in je doelgroep ideale kandidaten. Wat kan je bieden dat interessant is voor jouw doelgroep?

Het is zonde als je mensen niet ziet die van waarde kunnen zijn voor jouw bedrijf. Je zet jezelf bovendien als werkgever buiten spel als je organisatie niet divers en inclusief is. Tip

Dit e-book 'Succesvol werven met recruitment-marketing' kan je gratis downloaden www.winwinwerkt.nl
Het e-book en de inhoud mag uitsluitend gedeeld worden als deze pdf. Op de inhoud rust copyright.

is dan ook bekijk de [Webinars en kennisdocumenten over 'divers' werven](#) van Amsterdam Divers en Inclusief.

Houd de functie-eisen minimaal. Benoem alleen het hoognodige. Mensen worden afgeschrikt als ze denken dat ze er niet aan voldoen. Je mist goede sollicitanten.

Zorg dat jouw doelgroep ideale kandidaten jouw vacature ziet. Realiseer een groot bereik van je vacature via jobboards (actieve werkzoekenden) en sociale media. Latente werkzoekenden zijn veruit de grootste groep. Via sociale media is schieten met hagel, echter door op een aansprekende manier zichtbaar te zijn, met een duidelijke boodschap en aanbod dat interessant is voor jouw ideale kandidaat, is dit een krachtig wervingsmiddel. Om dit te bereiken is de voorbereiding zo belangrijk.

Maak solliciteren laagdrempelig. Contact opnemen mogelijk maken telefonisch of via whatsapp. Maak een motivatiebrief niet verplicht (in 1e instantie).

Maak solliciteren een persoonlijke en fijne ervaring en reageer snel. Een goede sollicitant is zo weer weg. Vanaf het eerste contact moment bouw je aan de toekomstige werkgever-werknemer relatie.

Een wervende vacaturetekst die sollicitanten scoort

Arbeidsmarktcommunicatie en AIDA

Ben je bekend met de term arbeidsmarktcommunicatie? Het is een serieus vakgebied, onderdeel van marketingcommunicatie.

Binnenhalen van medewerker verschilt niet wezenlijk van het binnenhalen van een klant. AIDA is ook hier van toepassing. Als je Attention, Interest, Desire, Action toepast specifiek gericht op jouw doelgroep 'ideale kandidaten voor deze vacature' is de kans groot dat tussen de sollicitanten jouw toekomstige ideale medewerker zit.

Dit zijn een aantal tips om een wervende vacaturetekst te schrijven waarin AIDA goed wordt toegepast.

1. De functietitel is aansprekend en geeft in een paar woorden de inhoud van de functie weer.
2. Geef een volledig beeld van de functie zoals werkzaamheden, verantwoordelijkheden en andere relevante zaken.

Dit e-book 'Succesvol werven met recruitment-marketing' kan je gratis downloaden www.winwinwerkt.nl
Het e-book en de inhoud mag uitsluitend gedeeld worden als deze pdf. Op de inhoud rust copyright.

3. Gebruik niet de interne functiebeschrijving als vacaturetekst. Dit is een zakelijke tekst en heeft een ander doel. Het mist de warmte van een wervende vacaturetekst waarmee je jouw ideale kandidaten wilt overhalen om te solliciteren.
4. Hanteer een opbouw van de tekst zodat de lezer alle relevante informatie krijgt aangereikt in een logische volgorde. Je neemt de lezer mee in AIDA.
5. Maak goed gebruik van alinea's zodat aaneensluitende tekst niet te lang is. Korte zinnen dringen beter door bij de lezer. Gebruik opsommingstekens als het een opsomming betreft.
6. Verplaats je bij het schrijven van de tekst in de lezer. Bedrijfstermen of functietitels die intern worden gebruikt zijn vaak onbegrijpelijk voor buitenstaanders. Gebruik geen wollige taal of overbodige woorden.
7. Schrijf de tekst in de 2^e persoon (jij) in plaats van in de 3^e persoon (hij/zij/degene). Dit raakt het onderbewuste zodat de lezer zich persoonlijk aangesproken voelt en gemotiveerd wordt om te solliciteren. U is ouderwets en afstandelijk. We zijn een informeel volk, zeker op de werkvloer.
8. Herhaling van belangrijke aspecten van de functie in andere woorden kan functioneel zijn. Je wilt er extra de nadruk op leggen. Maar kijk ook uit dat je niet te veel in herhaling valt. Hoe korter en krachtiger de tekst, hoe beter het is.

Logische opbouw van een vacaturetekst

Wervende functietitel

Dit is Attention van AIDA. Of het nu op vacaturebanken is of sociale media, dit is het eerste wat de lezer ziet. Op basis van de functietitel besluit degene wel of niet verder te lezen. De functietitel bevat de zoekterm die sollicitanten gebruiken in Google en in vacature-databanken. De functietitel geeft in een paar krachtige woorden de functie-inhoud aan.

Omschrijving van de functie

Het is de kunst jouw ideale kandidaten te verleiden om te solliciteren. Begin met de belangrijkste informatie in de eerste alinea. Dit is Interest van AIDA. Je wilt bereiken dat jouw ideale kandidaat verder gaat lezen.

Vanaf dit punt kom je al snel in Desire van AIDA. De werkzaamheden, verantwoordelijkheden, omstandigheden die mede de functie bepalen



Dit e-book 'Succesvol werven met recruitment-marketing' kan je gratis downloaden www.winwinwerkt.nl
Het e-book en de inhoud mag uitsluitend gedeeld worden als deze pdf. Op de inhoud rust copyright.

zoals team, werkomstandigheden et cetera. Geef een duidelijk en volledig beeld en beschrijf het op een warme manier zodat jouw ideale kandidaat zich goed kan inleven. Maak het niet zakelijk (zie tip 3). Je kan met een hyperlink* verwijzen naar meer informatie. Bijvoorbeeld als er aan een bepaald project of product gewerkt wordt en er is informatie online. De sollicitant kan zich dan nog beter inleven in de vacature. Dit komt de motivatiebrief ten goede en dat maakt jouw beoordeling in de volgende fase van het selectieproces makkelijker.

* Maak altijd een ‘*nieuw blad*’ hyperlink aan zodat de kandidaat niet van de vacaturetekst afraakt.

Omschrijving van het bedrijf en de bedrijfscultuur

Dit valt onder Desire van AIDA. Het is voor een sollicitant belangrijke informatie. Bedenk dat je de ideale kandidaat wilt binnenhalen die op natuurlijke wijze aansluit op jouw bedrijfscultuur en zich daardoor aangesproken voelt. Maak een hyperlink naar je website naar informatie waarvan je graag wilt dat de sollicitant het leest. Bijvoorbeeld naar de visie en missie van je bedrijf. Op de homepage komt de kandidaat vanzelf.

Gewenst kandidaat profiel

Ik noem dit bewust geen functie-eisen omdat het meer is dan dat. Het zijn kwalificaties zoals opleiding en werkervaring en werk en denkniveau. Maak een onderscheid tussen eisen en pré en vermeld dit erbij. Beperk je tot de belangrijkste, bij teveel eisen haken mensen (vooral vrouwen) af omdat ze denken dat ze niet overal aan voldoen. Bij de omschrijving van de inhoud van de functie komt vaak al naar voren welke karaktereigenschappen en competenties belangrijk zijn. Hier zet je het met opsommingstekens nog een keer neer. Doe het in een logische geordende volgorde. De talenten vermeld je niet expliciet. Het komt terug in de benodigde competenties. Of de kandidaat talent (natuurlijke aanleg) heeft is iets waar je achter komt gedurende de verschillende beoordelingsstadia tijdens het selectieproces. Meer hierover in het e-book dat je ontvangt bij onze dienstverlening [Vacature Service Goud](#).

Duidelijke informatie hoe te solliciteren

Dit is de Action van AIDA. Maak het uitnodigend om te solliciteren en maak het simpel. Geef duidelijke informatie hoe ze kunnen solliciteren, bij wie en voor welke datum. Bied de gelegenheid, en maak het laagdrempelig, dat de kandidaat vooraf contact kan

Dit e-book ‘Succesvol werven met recruitment-marketing’ kan je gratis downloaden www.winwinwerkt.nl
Het e-book en de inhoud mag uitsluitend gedeeld worden als deze pdf. Op de inhoud rust copyright.

opnemen om vragen te stellen. Geef ook een indicatie wat de sollicitant kan verwachten, bijvoorbeeld binnen welke termijn je verwacht te reageren.

Bij WinWinWerkt leggen wij de nadruk op het belang van een goede motivatie. Wij verwijzen naar onze [loopbaantips](#) waarin wij uitleggen waaraan een goede motivatie voldoet. Waarom wij dat doen? Het maakt het beoordelen van sollicitaties veel makkelijker. Uit een goede motivatie kan je heel snel halen of iemand goed begrijpt wat de functie inhoudt en of de motivatie erop aansluit.

Echter in de huidige krappe arbeidsmarkt adviseren wij om solliciteren laagdrempelig te maken. Zorg dat je eerst contact krijgt met de kandidaat. Je kan dan altijd de afweging maken om iemand direct op gesprek te vragen of alsnog om een motivatiebrief en CV te vragen. Dit kan je doen door in de vacaturetekst een contactpersoon met telefoonnummer (whatsapp) te vermelden bij wie de kandidaat informatie kan inwinnen. Veel (jonge) mensen hebben schroom om te bellen, dan is een whatsapp handig en kan je hen bellen.

Vacature onder de aandacht brengen van je doelgroep

Met alleen een wervende vacaturetekst ben je er natuurlijk niet. Als de vacature niet gezien wordt zal er niemand solliciteren. Hoe groter het bereik van de vacature hoe groter de kans dat je jouw ideale kandidaat voor de vacature gaat binnenhalen.

Wil je tijd én geld besparen én een succesvol eindresultaat van je recruitmentcampagne? Hier lees je meer over onze [recruitment-marketing dienstverlening](#). [Vacature Service Zilver](#) vanaf €300 excl. BTW.

Wil je volledig ontzorgd worden met de werving en je ideale kandidaat voor de vacature binnenhalen? Dan is Vacature Service Goud de dienstverlening voor jou. Lees meer... [Vacature Service Goud](#).

Neem contact op met Michal 0611722938 of michal.van.dantzig@winwinwerkt.nl

Heel veel succes!



Dit e-book 'Succesvol werven met recruitment-marketing' kan je gratis downloaden www.winwinwerkt.nl
Het e-book en de inhoud mag uitsluitend gedeeld worden als deze pdf. Op de inhoud rust copyright.