

35 Online werving van personeel

Jacco Valkenburg

Vrijwel iedereen is tegenwoordig online, maar het online landschap is zeer divers en aan sterke verandering onderhevig. Wat vandaag een populaire website is waar je je doelgroep kunt vinden, kan morgen alweer passé zijn. Onderstaande checklist helpt je om zo effectief en efficiënt mogelijk te werven. De basis van het recruitmentproces is het volgen van een professionele verkoopstrategie.

✓ Informatie verzamelen

Intern gericht: leer het bedrijf van binnen en van buiten kennen – van de bedrijfscultuur tot de producten – door veel te praten met collega's en de bedrijfsinformatie te bestuderen. Analyseer en beschrijf alle details van de vacature en werkomgeving zoals het team (visie, strategie, samenstelling), typische projecten, uitdagingen, top performers, carrièrepad, potentiële kandidaten of concurrenten.

Extern gericht: analyseer de doelgroep(en) op demografische gegevens, zoekgedrag, motivatie, concurrentie, perceptie van je eigen werkgeversmerk in de markt etc. Sociale media kunnen hierbij een prima hulpmiddel zijn.

Vervolgens kun je een goede planning en een echte propositie maken. Gebruik alle informatie om een paar unieke eigenschappen te definiëren voor zowel de functie als je bedrijf. Het onderscheid kan in veel dingen zitten, zelfs in saaie functies. Denk aan salaris, secundaire arbeidsvoorwaarden, zwaardere functie, opleidingen en trainingen, goede bereikbaarheid, doorgroeimogelijkheden, flexibel/parttime/thuiswerken, werk-privébalans etc.

✓ Doelgroep identificeren

Strategie 1: vinden (het opsporen van potentieel talent)

Deze strategie wordt steeds belangrijker door de grotere concurrentie voor (top)kandidaten. Internet, en sociale media in het bijzonder, is een ideaal middel om snel potentiële kandidaten te identificeren. Met alle huidige middelen is dat eenvoudiger dan je denkt. Bekwaam je in zoekmethoden via internet om talenten en specialisten te vinden. Hoe specialistischer of zwaarder de functie, hoe makkelijker vaak de zoektocht naar een geschikte kandidaat, aangezien die man of vrouw boven het maaiveld uitsteekt.

Strategie 2: Via-via-werving

Vergeet niet de eigen organisatie en medewerkers

te betrekken in het wervingsproces, want mensen zijn nog altijd de beste zoekmachine! Een bonus-regeling voor mensen die nieuwe medewerkers aandragen (Employee Referral Program) kan hierin ondersteunen. Het is een betrouwbare, goedkope en snelle bron die aantoonbaar de beste kandidaten oplevert.

Strategie 3: Gevonden worden (vacaturemarketing) Adverteren is de meest gebruikte strategie en nog steeds effectief voor de werving van studenten, interim-professionals of lager geschoold personeel. Investeer in een sterk werkgeversmerk en richt je marketingacties op de specifieke doelgroep en bij voorkeur met crossmediale campagnes. Goed weten waar je potentiële kandidaten zich online bevinden is wel een voorwaarde.

Deze strategieën kun je prima naast elkaar inzetten. Maak hierin wel een bewuste keuze. Niet adverteren is soms krachtiger!

✓ Kwalificeren

Veel professionele informatie van kandidaten ligt voor het oprapen via sociale netwerksites, zoekmachines, zoals Google en Wieowie, en vacaturebanken. Achterhaal de motieven van de kandidaat in een vroeg stadium, zoals beweegredenen, zwakke en sterke punten, en ambitie. Met deze informatie kun je ongeschikte kandidaten eruit filteren of juist een constructief gesprek plannen.

✓ Presenteren

Een effectieve functiebeschrijving heeft als doel geschikte kandidaten te interesseren en niet geschikte kandidaten te weren. Gebruik geen saai functieprofiel, besteed aandacht aan een wervende tekst, maak het visueel aantrekkelijk door een goede lay-out en plaats de informatie in context. Leg de nadruk op kansen en uitdagingen en minder

op de eisen van de functie. Dit kun je verder ondersteunen door een boeiende en goed ingerichte recruitmentsite met testimonials, filmpjes, arbeidsvoorwaarden, beschrijving selectieproces, routebeschrijving etc. Vergeet niet dat 98 procent van de sollicitanten de recruitmentsite zal bezoeken om zich verder te informeren.

✓ **Contact leggen**

Actieve banenzoekers, passieve kandidaten en alle variaties hierop hebben elk een andere benadering nodig. De zeer gewilde professional die besluit om actief op zoek te gaan moet je snel binnenhalen, anders is de concurrentie je voor. Overweeg om de directeur of een vakspecialist in het bedrijf erbij te betrekken als je geselecteerde kandidaten proactief wilt benaderen. Een topkandidaat zal eerder een gesprek aangaan met iemand van eigen of hoger niveau, om informatie op professioneel vlak te kunnen uitwisselen.

✓ **Omgaan met bezwaren**

Vraag welke criteria iemand hanteert voor het accepteren van een aanbod. Met deze informatie kun je kandidaten eruit filteren, de deal sluiten of de functie aanpassen. Hoe eerder je deze vraag stelt in het proces, des te beter. Kom professioneel over en heb aandacht voor details. Generatie Y vraagt 'waarom zou ik voor jou gaan werken?' Heb je antwoord hierop klaar door jezelf in de schoenen van de kandidaat te plaatsen.

Met het talent dat tevreden is bij zijn huidige werkgever, zal je een relatie op de lange termijn moeten opbouwen tot hij of zij wil overstappen. Plan dan hoe je contact gaat houden met de persoon en geef het gevoel dat hij of zij belangrijk is. Zo versterk je het imago en houd je de deur open voor toekomstige kansen. Overdrijf het echter niet, te veel aandacht wordt zelden op prijs gesteld.

Wees integer en oprecht. Stel de juiste vragen, spreek niet te veel en luister aandachtig.

Verder lezen

J. Valkenburg, *Recruitment via LinkedIn*. amc Media, 2011.

✓ **De deal sluiten**

Probeer geen ijs aan Eskimo's te verkopen. In zo'n geval verkoop je om te verkopen, niet om de persoon van dienst te zijn: het werkelijke doel ontbreekt. Focus op het voordeel van de kandidaat en maak van elke onderhandeling een win-winsituatie. Het doel is hen helpen vooruit te komen. Een goed begrip van de interesses en behoeften van de kandidaat is hierin essentieel, net als snel handelen met een aanbod. En als je in de positioneringsfase stelt dat je als werkgever een 'uitstekend salaris' en 'veel opleidingsmogelijkheden' biedt, zal je dat nu al moeten waarmaken.

✓ **Nazorg**

Een goede begeleiding tot de eerste werkdag en tijdens het instroomproces is een belangrijke, gezamenlijke verantwoordelijkheid van HR/Recruitment en de manager. Niet alleen voor een snel productieve medewerker, maar vooral voor het binden en behouden van de nieuwe medewerker. Geef hem of haar tijdig de gegevens door met betrekking tot de eerste werkdag en/of het inwerkprogramma. Geef ook wat meer informatie over het bedrijf voor de start, plan nog een lunchmeeting in met het team of laat de manager hem of haar feliciteren met de nieuwe baan. Kortom, geef de kandidaat het gevoel uniek te zijn en zet voort wat je hebt beloofd.

✓ **Meten is weten**

Leg alle informatie vast in een digitaal systeem. Alleen op deze manier kun je het proces van werving en selectie analyseren, knelpunten identificeren om de volgende keer nog effectiever en efficiënter te werven.

✓ **Ten slotte**

Met deze verkoopgerichte aanpak ben je in staat om de beste talenten uit de markt te halen. Zo maak je je eigen organisatie sterker en dit werkt weer als een magneet op ander talent.