



ZO WERF JE IN
2021 SCHAARS
TALENT VOOR
JOUW BEDRIJF

Inleiding

Voor veel bedrijven is het lastig om de juiste medewerkers aan te trekken. Sommige vacatures staan maanden open of worden zelfs helemaal niet ingevuld. Ondanks de coronacrisis is de vraag naar specialisten op het gebied van bijvoorbeeld IT, Finance en techniek nog steeds hoog. Daarnaast hebben digitale ontwikkelingen ervoor gezorgd dat het werven van nieuwe medewerkers is getransformeerd.

Een recruitmentstrategie is essentieel om te zorgen dat je de juiste professionals voor openstaande vacatures weet te bereiken. Echter ontbreekt binnen veel organisaties een passende strategie voor het werven van nieuw personeel.

In deze whitepaper krijg je concrete ideeën aangereikt om het wervingsproces van jouw organisatie te verbeteren en ervoor te zorgen dat je de ideale kandidaten weet aan te trekken voor jouw vacatures.

De valkuilen en tips die worden genoemd zijn van toepassing voor MKB-bedrijven maar ook voor corporate organisaties. Het biedt je nieuwe inzichten om als vacaturehouder of HR-medewerker tot een eigen recruitmentstrategie te komen waarmee je specialisten kan vinden en overtuigen.

7 inzichten voor een succesvolle recruitment strategie in 2021

1. **Recruitment als onderdeel van de bedrijfsstrategie**
2. **Vergroot de aantrekkingskracht van je bedrijf**
3. **Zet traditionele kanalen in maar vergeet nieuwe marketingtechnieken niet**
4. **Maak solliciteren eenvoudig voor de kandidaat**
5. **Vacatures vervullen moet een bedrijfsbrede prioriteit zijn**
6. **Presenteer een waardevol aanbod aan je doelgroep**
7. **Data driven recruitment voor betere resultaten**

01

Recruitment als onderdeel van de bedrijfsstrategie

De kwaliteit van het personeel bepaalt het succes van de onderneming. Te vaak wordt het werven van nieuwe collega's als een losstaande taak gezien terwijl het onderdeel zou moeten zijn van de bedrijfsstrategie.

Welke groei-doelstelling heeft de organisatie het komende jaar? En welke functies zijn daarbij nodig? De bouwstenen en de randvoorwaarden voor groei, zoals gekwalificeerde medewerkers behoren tot de basis waarop bedrijfsdoelstellingen kunnen worden gerealiseerd. Door het opstellen van 'kernprofielen' op sleutelposities binnen het bedrijf kan je al gericht voorbereiden op de groei van de onderneming en inspelen op de vacatures die als gevolg daarvan ontstaan.

Succesvol werven begint bij het hebben van een heldere visie en een recruitmentstrategie die aansluit bij de bedrijfsstrategie. Wanneer een aparte HR-afdeling verantwoordelijk is voor de werving van nieuw personeel dan moet de HR-manager of recruiter ook proactief te werk gaan. Dat betekent onder andere het plannen van de werving, inrichten van een wervingsproces en het maken van afspraken met leidinggevend.

Voor elke onderneming met ambitie is het hebben van een goede recruitmentstrategie onmisbaar.

Vergroot de aantrekkingskracht van je bedrijf

Er zijn veel spelers op de arbeidsmarkt, waardoor het moeilijk kan zijn om de aandacht van kandidaten te trekken. Hierdoor ontstaat vaak een grote afstand tussen werkgever en kandidaat en is er geen sprake van echt persoonlijk contact.

Veel werkgevers of afdelingsmanagers vullen ad-hoc vacatures in, wanneer 'het probleem' zich voordoet. Terwijl het plaatsen van een functiebeschrijving op een jobboard allang niet meer automatisch leidt tot kwalitatief goede sollicitanten. 70% van de potentiële kandidaten is passief op zoek naar een nieuwe baan en is dus niet op een vacature website te vinden.

Een oplossing hiervoor is het bouwen van een sterk werkgeversmerk waardoor goede kandidaten jouw bedrijf benaderen, in plaats van andersom.

Er zijn veel manieren om van jouw onderneming of organisatie een merk met aantrekkingskracht te maken. Van het delen van de verhalen van echte werknemers op sociale media, het ontwikkelen van vacature video's tot het maken van opvallende 'werkenbij' websites of carrière pagina's.

Daarmee toon je hoe jouw bedrijf aan de start kan staan van hun toekomst en carrière. Het laat zien wat jouw bedrijf uniek maakt en nodigt potentiële sollicitanten uit tot het insturen van een sollicitatie.

Talent pool

Wanneer je inzicht hebt in welke functies cruciaal zijn voor je onderneming, en weet welke vacatures er mogelijk zullen ontstaan, zal je niet meer snel voor verrassingen komen te staan. Voor deze cruciale functies of kernprofielen is het raadzaam om kandidaten pools op te bouwen. Een talent pool is een unieke manier van proactief werven.

In plaats van ad hoc inspringen op een vacature die ontstaat, bouw je gericht relaties op met groepen kandidaten. Zo bereik je meer kandidaten en kom je in contact met werkzoekenden die bij jou willen werken. Een unieke kans!



Zet traditionele kanalen in maar vergeet nieuwe marketingtechnieken niet

Het aantrekken van de meest geschikte kandidaat is een belangrijk doel voor elke organisatie. Hoewel er tal van manieren zijn om kandidaten aan te trekken en er vaak nieuwe methoden worden geïntroduceerd, heeft het plaatsen van een vacaturetekst op een jobboard ook nog steeds nut.

Als werkgever of recruiter besteed je natuurlijk energie aan sourcing en vaak maak je daarbij (uit gewoonte) gebruik van steeds weer dezelfde wervingskanalen. Het huidige wervingslandschap is gefragmenteerd en complex, en naarmate je bedrijf groeit is het van belang om ook nieuwe wervingsstrategieën toe te passen.

Social recruitment

Social recruitment is een trend die al langer in opkomst is en in de komende jaren zal de nadruk dan ook steeds meer komen te liggen op werving via sociale media. Om ook in de toekomst de beste talenten binnen te kunnen halen zullen bedrijven hun methode van werving en selectie moeten aanpassen aan de nieuwe trend.

Het is niet langer voldoende om gewoon een functie te adverteren. Het is essentieel geworden om slimme persoonlijke relaties aan te gaan. Daarnaast zijn de waarden waar jouw bedrijf voor staat zijn tegenwoordig belangrijker dan ooit. Steeds meer mensen willen voor het juiste bedrijf werken, zonder een compromis te doen op het vlak van ethiek en/of overtuigingen.

Voor het vinden van de beste professionals, is de inzet van social media onmisbaar. Daar presenteer je jouw bedrijfswaarden en adverteer je de vacatures voor jouw doelgroep.

Inbound recruitment

Wanneer de employer branding en recruitment marketing op de juiste manier wordt ingezet zal dit in veel gevallen ook automatisch leiden tot het aantrekken van de juiste kandidaten die ook passen bij de organisatie, en de normen en waarde die je als organisatie nastreeft.

Door de manier waarop de organisatie bekend staat zullen kandidaten graag voor deze organisatie willen werken en zelf actie ondernemen om bij de organisatie te kunnen werken. Dit wordt ook wel inbound recruitment genoemd.

Als organisatie helpt het daarbij om een goed ambassadeurs (referral) programma voor werknemers op te zetten. Niets werkt namelijk beter dan een vriend die jou vol enthousiasme over een nieuwe vacature vertelt! Bij inzicht 5 lees je meer over de inzet van de wervingskracht van medewerkers.

Maak solliciteren eenvoudig voor de kandidaat

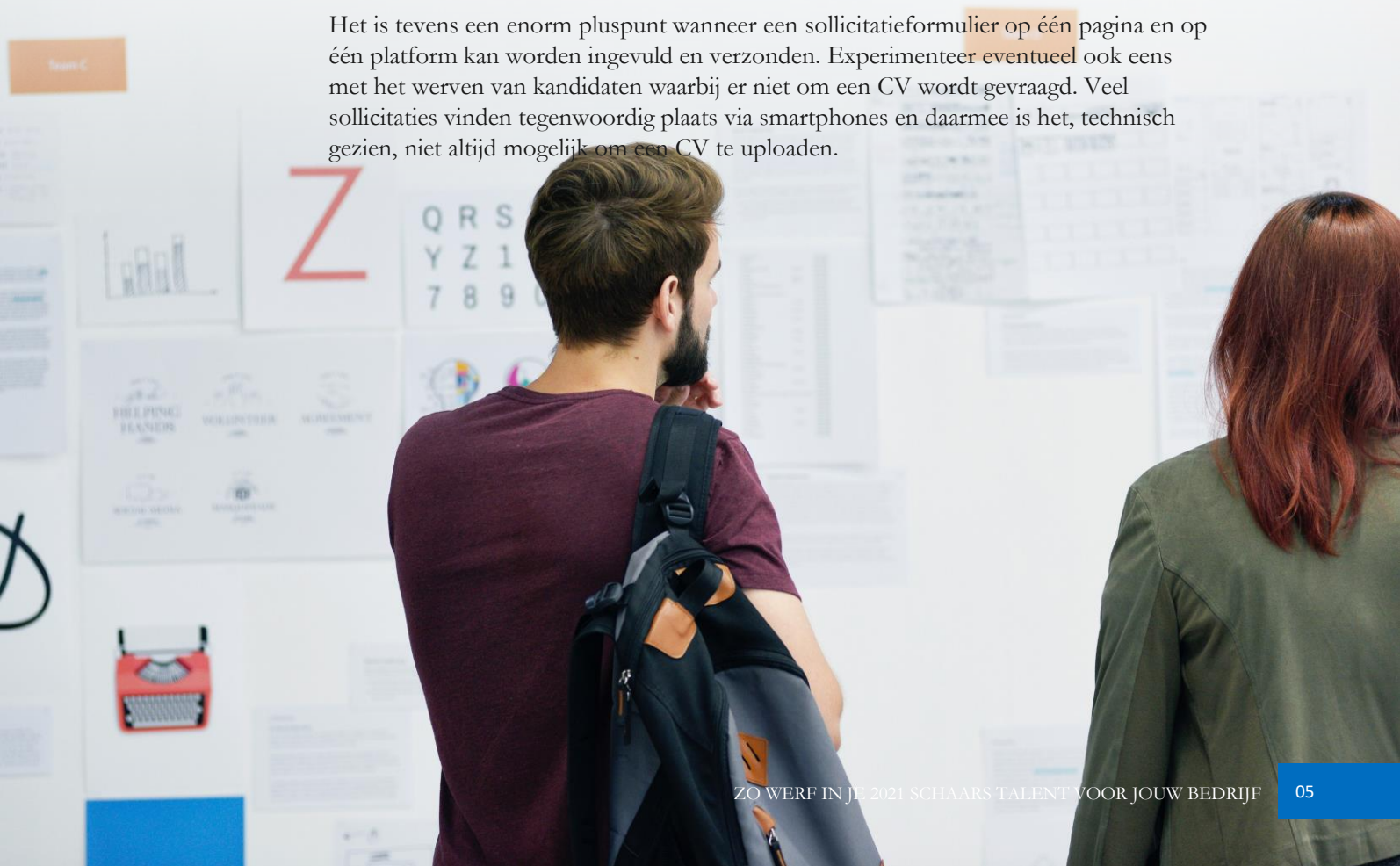
Om het leven van de sollicitanten vóór, tijdens, en na het sollicitatieproces gemakkelijker te maken zijn geen grote hoeveelheden tijd of enorme investeringen nodig. Wanneer je zorgt voor een prettige online gebruikerservaring, duidelijk communiceert, en zorgt voor een persoonlijke benadering en feedback, creëer je de basis voor een aangename sollicitatie-ervaring.

Cruciaal onderdeel van de recruitmentstrategie is het maken van interne afspraken over planning, doorlooptijden, interviews, gesprekken en terugkoppeling. Je moet ervan uitgaan dat schaarse professionals kunnen kiezen uit verschillende werkgevers. Dan is het essentieel om pro-actief en voorbereid te communiceren met een potentiële kandidaat, zodat er nooit onnodig lang op een reactie of feedback hoeft te worden gewacht.

Transparantie en snelheid zijn de sleutelwoorden. Het geven van snelle feedback is dus cruciaal in het succesvol werven van schaars talent.

Communiceer snel en laat duidelijk weten hoe het wervingsproces eruitziet. Informeer de sollicitant tijdig over de termijn waarop je contact opneemt en hoe je dit doet. Zorg daarnaast voor een kort en eenvoudig sollicitatieproces. Zo maak je de drempel om te solliciteren lager. Een lang sollicitatieformulier verhoogt de kans op fouten en kan leiden tot een vermindering van het aantal sollicitanten.

Het is tevens een enorm pluspunt wanneer een sollicitatieformulier op één pagina en op één platform kan worden ingevuld en verzonden. Experimenteer eventueel ook eens met het werven van kandidaten waarbij er niet om een CV wordt gevraagd. Veel sollicitaties vinden tegenwoordig plaats via smartphones en daarmee is het, technisch gezien, niet altijd mogelijk om een CV te uploaden.



Vacatures vervullen moet een bedrijfsbrede prioriteit zijn

Binnen een onderneming kan het voorkomen dat niemand verantwoordelijkheid voelt voor het vinden van nieuwe medewerkers, of dat elke afdeling de verantwoordelijkheid elders legt. Vooral in technische branches en kleine niches waar krapte heerst in de arbeidsmarkt, ontstaat soms, binnen de onderneming, de tendens dat recruitment geen prioriteit heeft. Het werven wordt tijdrovend en kostbaar gevonden maar mede daardoor kan het lang duren voordat vacatures worden ingevuld.

Uit een onderzoek van Deloitte is gebleken dat interne samenwerking een belangrijke factor is bij het werven van nieuwe medewerkers. Het voeren van intakegesprekken met verschillende medewerkers is van groot belang voordat een vacature wordt uitgezet. Alle informatie over de ideale toekomstige collega moet worden verzameld en afgestemd met de betrokkenen. Iedereen moet er zeker van zijn dat de functie-eisen goed zijn opgesteld en de verwachtingen moeten worden afgestemd. Wees niet té kieskeurig en zoek niet naar het spreekwoordelijke schaap met de 5 poten maar kijk ook naar het groeipotentieel van een kandidaat.

Door middel van een goede samenwerking worden de krachten gebundeld om het doel, het vinden van de ideale kandidaat, te bereiken. Een sterk instrument wat hierbij kan worden ingezet is referral recruitment.

Referral recruitment

‘Via via’ recruitment is vaak benoemd als effectieve methode vanwege de lage kosten en de hoge kwaliteit kandidaten die het oplevert. Door het opzetten van een referral recruitment strategie kan de wervingskracht van werknemers worden gebruikt. Doordat medewerkers hun netwerk inzetten om goede kandidaten te vinden kunnen vacatures relatief goedkoop en snel worden ingevuld. Het geeft je toegang tot professionals in een specifieke niche.

Referral recruitment is succesvol als er duidelijke regels en communicatie binnen de organisatie zijn. Daarnaast is het gebruikelijk dat er een beloningsstructuur aanwezig is voor werknemers die een kandidaat aandragen. Ook is het belangrijk dat er draagvlak onder de werknemers is en dat zij betrokken zijn en zich medeverantwoordelijk voelen voor het hebben van goede en prettige collega’s.

Presenteer een waardevol aanbod aan je doelgroep

Uit een recent arbeidsmarkt onderzoek blijkt dat voor 55% van de Nederlandse Beroepsbevolking een goed salaris één van de belangrijkste redenen zijn om voor een werkgever te kiezen. Maar er is nog een aanzienlijk gat tussen dat wat werknemers aantrekt, en wat werkgevers presenteren in hun vacatureteksten. Van alle vacatures die geplaatst worden staat in 26% van de gevallen ook daadwerkelijk een salaris vermeld. In een groot deel van de vacatures ontbreekt dus juist dé belangrijkste pullfactor: het salaris. Door een Job Value Proposition (JVP) op te stellen zorg je ervoor dat je aanbod aansluit bij de behoeften van je doelgroep.

Job Value Proposition (JVP)

Een Job Value Proposition (JVP) is het aanbod aan je toekomstige werknemer. Belangrijk is dan ook dat een JVP aansluit bij wát een kandidaat zoekt in een baan. In een JVP smelten de wensen en behoeften van de kandidaat samen met jouw aanbod. Dat kan over de inhoud van het werk gaan maar ook over de bedrijfscultuur. Een middel om een geloofwaardige en onderscheidende JVP neer te zetten is social proof. Maak een korte video van medewerkers waarin je ze zelf laat vertellen waarom ze ervoor gekozen hebben om bij jouw bedrijf te gaan werken. Door deze video op je social media en de website van je onderneming te plaatsen creëer je social proof.

Naast salaris mag het belang van diversiteit en zelfontplooiing niet worden onderschat, want medewerkers worden ook hierdoor aangetrokken tot een werkgever. In verschillende niches is er een tekort aan professionals op de arbeidsmarkt, waardoor bedrijven proberen om binnen alle groepen in de samenleving talent te werven. Vaak zijn mensen nog niet bekend met het bedrijf en daarom is het extra van belang om goed en duidelijk te communiceren over de bedrijfswaarden en de diversiteit op de werkvloer.



Data driven recruitment voor betere resultaten

Technologie is altijd belangrijk geweest in recruitment maar er is op dit moment een versnelling gaande. De automatisering van processen zorgt ervoor dat taken en workflows die anders handmatig zouden zijn uitgevoerd nu door techniek worden overgenomen. Door middel van marketing automation kun je middels een geautomatiseerd systeem via je website of advertentie gegevens van kandidaten verzamelen. Door op het juiste moment relevante informatie te delen en contact te onderhouden met deze potentiële longlist aan kandidaten, ontwikkel je een inbound stroom van sollicitanten.

Op basis van rapportages kan je te weten komen hoe effectief je advertenties zijn. Als je weet welke kanalen het beste presteren kan je vervolgens budget verstandiger toewijzen. Het meten van de ervaring van sollicitanten is daarnaast van belang om het recruitmentproces te verbeteren. Door feedback te vragen en de doorlooptijden te meten wordt duidelijk waar ruimte voor verbetering is. Laat data dus niet zomaar een modewoord zijn, maar gebruik het in je voordeel.

Succesvol werven met **agile recruitment**

Bij optimalisatie van de wervingsmethodiek draait het echter niet alleen om technologie. Een nieuw wervingslandschap vraagt ook om een nieuwe manier van werken. Veel grote organisaties in Nederland zijn al overgestapt op agile werken. Ook bij MKB-bedrijven wordt deze methodiek steeds meer omarmt. De kern van agile werken is samenwerking en flexibiliteit. Het vernieuwen en verbeteren van recruitment vraagt dus om een agile recruitment strategie.

Er is geen snelle oplossing voor het werven van schaars talent maar de inzichten en principes die in dit whitepaper worden beschreven bieden een basis om jouw bedrijf te laten groeien met behulp van een recruitmentstrategie die past bij de onderneming.

De volgende vacature dient zich al weer aan, zorg dat je er klaar voor bent, veel succes!





www.agile-recruitment.nl