

Verbeter je wervingsstrategie


Hoe (digitale) volwassenheid binnen Recruitment
Marketing Echt Goed Talent Aantrekt



Jorne Struiksma
Marketing strateeg

Robbert Postma
Recruitment
specialist

Inhoudsopgave

- 
- 03** Uitdagingen
 - 04** Kansen
 - 05** Maturity model
 - 07** Employer Branding
 - 08** Job marketing
 - 09** Conversie
 - 11** Randvoorwaarden
 - 12** Data & Technologie
 - 13** Team
 - 14** Proces

Moeite met aantrekken van toptalent?

Hoe je met de optimalisatie van jouw
aanpak betere talenten werft!

Het aantrekken van talent is een van de grootste uitdagingen voor organisaties van vandaag. De tijd van een vacature plaatsen op een job board en wachten tot de reacties binnenstromen is voorbij. Het gaat om het vinden van de juiste persoon voor de juiste functie en ervoor zorgen dat ze passen bij de cultuur en waarden van de organisatie. Het is een uitdaging die constant verandert en zich aanpast aan de economische en technologische ontwikkelingen in de wereld.

Organisaties die voorop willen blijven lopen in het aantrekken van toptalent moeten zich bewust zijn van hun (digitale) volwassenheid in het recruitmentproces.

In deze whitepaper gaan we dieper in op de verschillende aspecten van digitale volwassenheid in recruitment marketing. We geven inzicht hoe organisaties hun recruitment aanpak kunnen optimaliseren om de beste kandidaten aan te trekken. Bepaal aan de hand van de informatie waar jij met jouw organisatie staat, waar je naar toe wilt en welke stappen je moet zetten om daar te komen.

Succes!

Jorne Struikma & Robbert Postma
Founders Placework





Zet uitdagingen om in kansen!

Hoe zorg je ervoor dat kandidaten voor jouw organisatie kiezen in deze ultra competitieve markt waarin potentiële kandidaten keuze te over hebben?

Doe je wat je deed, dan krijg je wat je kreeg! Het is tijd om uitdagingen om te zetten in kansen. Met ons recruitment maturity model helpen we je bewust te maken van de huidige aanpak binnen jouw organisatie en geven we je een richtlijn welke stappen je kan nemen om het juiste talent te bereiken, betrokken te maken en te werven.

Recruitment maturity model

Level 1

Basis



Level 2

In ontwikkeling



Level 3

Professioneel



Level 4

Geoptimaliseerd

Er zijn 1001 verschillende aspecten binnen recruitment die allemaal belangrijk zijn. Echter, wij houden van simpel! We focussen op de 3 belangrijkste punten om talent aan te trekken en 3 randvoorwaarden die nodig zijn om dat mogelijk te maken.

Thema's

Onze 3 thema's op de maturity meetlat zijn:

- Employer branding: hoe zorg je ervoor dat jouw ideale kandidaat bij jou wilt werken?
- Job Marketing: ben je in staat om je doelgroep op een effectieve manier te bereiken?
- Conversie: hoe zorg je er voor dat je in contact komt met je potentiële kandidaten?

Randvoorwaarden

De 3 randvoorwaarden zijn:

- Data & Technologie: welke inzichten heb je om maximaal resultaat te behalen en welke tooling gebruik je hiervoor?
- Team: welke vaardigheden heb je nodig binnen de organisatie?
- Proces: in hoeverre is het recruitment proces geoptimaliseerd?

Levels

Per thema en per randvoorwaarde maken we onderscheid in 4 levels:

- Level 1: Basis
- Level 2: In ontwikkeling
- Level 3: Professioneel
- Level 4: Geoptimaliseerd

Nog een beetje vaag allemaal? Dat kunnen we ons voorstellen. We hebben het hopelijk in een overzichtelijk schema voor je gezet!

Placework

Recruitment Maturity Model

Waar staat jouw organisatie?

Aan de hand van onderstaand schema bieden wij jou inzicht in waar je op dit moment staat. Vaak willen organisaties al op level 3 of 4 zijn, terwijl het proces, het team of de interne vaardigheden nog onvoldoende aanwezig zijn. Door goed bewust te zijn van de diverse fases in volwassenheid van de recruitment aanpak zorg je ervoor dat je stapsgewijs jouw recruitment aanpak optimaliseert.

Gebruik dit model als hulpmiddel om per thema of randvoorwaarde te bepalen waar jouw organisatie staat. We gaan hier op de volgende pagina's nog iets dieper op in.

	Level 1 Basis	Level 2 In ontwikkeling	Level 3 Professioneel	Level 4 Geoptimaliseerd
Employer branding	Geen actieve employer branding	Ontwikkeling van waardepropositie en candidate persona	Employer branding strategie gedefinieerd	Brand engagement werknemers en talent
Job marketing	Post & pray	Vacatures op job boards en social media	Doelgroepgerichte campagnes om kwalitatieve kandidaten aan te trekken.	Experiment gedreven, gesegmenteerde campagnes
Conversie	Geen werken-bij site of carrière pagina	Carrière pagina aanwezig. Geen optimalisatie	Werken-bij site aanwezig. Beperkte optimalisatie	Geoptimaliseerde werken-bij site

Randvoorwaarden

Data & technologie	Geen inzicht in data Geen ATS	Data collectie, beperkte sturing op KPI's	Sturen op KPI's Koppeling met ATS	Datagedreven besluitvorming en forecasting
Team	Geen recruitment of marketing kennis aanwezig	Ontwikkeling interne vaardigheden om talent aan te trekken en te behouden.	Optimalisatie van de effectiviteit	Talent recruitment geïntegreerd in de organisatie
Proces	Inefficiënte wervingsmethode Geen talentpool opbouw	Candidate experience in kaart	Candidate experience en onboarding ingericht	Lange termijn resource planning en talent management

Recruitment maturity model

Level 1

Basis



Level 2

In ontwikkeling



Level 3

Professioneel



Level 4

Geoptimaliseerd

Employer branding

De afgelopen jaren heeft employer branding zich ontwikkeld tot een volwassen en belangrijk onderdeel van talentacquisitie. Steeds meer werkgevers beseffen dat een sterke employer brand niet alleen kan helpen bij het aantrekken van nieuwe talenten, maar ook bij het behouden van bestaande medewerkers.

Level 1 - Geen actieve employer branding

Op level 1, is er geen aandacht voor employer branding. Werkgevers hebben geen strategie ontwikkeld om hun werkgeversmerk te promoten en er wordt weinig tot geen inspanning geleverd om een positieve indruk te maken op potentiële kandidaten.

Level 2 - Ontwikkeling waardepropositie en candidate persona

Op level 2 zijn werkgevers zich bewust van het belang van employer branding en werken ze aan de ontwikkeling van hun waardepropositie en candidate personas. Er wordt echter nog niet actief gebruik gemaakt van deze inzichten en er is nog geen strategie ontwikkeld om deze inzichten toe te passen in de employer branding campagnes.

Level 3 - Employer branding strategie gedefinieerd

Op level 3 hebben werkgevers een duidelijke employer branding strategie ontwikkeld. Hierin is de korte en lange termijn resource planning bepaald en zijn de candidate personas per functiegroep vastgesteld. Werkgevers hebben een actieve employer branding campagne strategie ontwikkeld waarbij de juiste boodschap aan de juiste kandidaat op het juiste moment wordt gepresenteerd.

Level 4 - Brand engagement werknemers en talent

Op level 4 wordt er op structurele In ontwikkeling aandacht besteed aan het verhogen van de betrokkenheid met het werkgeversmerk. Werkgevers zorgen ervoor dat de cultuur van de organisatie daadwerkelijk wordt gevoeld door de huidige medewerkers. Zij zijn immers de grootste ambassadeurs van de organisatie. Werkgevers investeren in het versterken van de interne communicatie en zorgen ervoor dat de externe communicatie in lijn is met de ervaringen van de medewerkers.

Job marketing

Job marketing is een cruciaal proces voor werkgevers die de beste kandidaten willen aantrekken. Het verbeteren van de aanpak is van essentieel belang voor werkgevers die effectiever willen worden in het aantrekken van de juiste kandidaten.

Level 1 - Post & Pray

Post and pray is een passieve methode om personeel te werven, waarbij alleen een vacature op een jobboard wordt geplaatst zonder enige marketinginspanning. In deze tijd is de succesratio met deze aanpak laag.

Level 2 - Vacatures op job boards en social media

Op level 2 worden vacatures weliswaar op verschillende kanalen geplaatst, maar ontbreekt er nog een duidelijke opvolging of doordachte strategie. Communicatie zoals vacature teksten zijn gericht op het bedrijf i.p.v. de kandidaat.

Level 3 - Doelgroepgerichte campagnes

Om de juiste kandidaten te bereiken en aan te trekken is het van belang dat de organisatie een dieper begrip heeft van de doelgroep, hun interesses en de kanalen waarop ze actief zijn. Deze inzichten worden verworven uit kwantitatief en kwalitatief onderzoek. De output wordt gebruikt om targeting, boodschap, uitingen en kanalen af te stemmen op de potentiële kandidaat.

Level 4 - Experiment gedreven, gesegmenteerde campagnes

Welke uiting levert de meeste interactie op? Welke targeting zorgt voor een hoger uitkijkratio? Welk biedstrategie levert de laagste Cost per Hire op? Op level 4 wordt er uitvoerig getest om de prestaties te verbeteren. In deze fase wordt ook vaak gebruik gemaakt van hypothesen om te valideren of een aanname die je doet klopt of niet. Deze experiment-gedreven en gesegmenteerde campagneaanpak leidt tot het verhogen van de conversie en het verbeteren van de algehele prestaties van de wervingsstrategie.

Recruitment maturity model

Level 1

Basis



Level 2

In ontwikkeling



Level 3

Professioneel



Level 4

Geoptimaliseerd

Recruitment maturity model

Level 1

Basis



Level 2

In ontwikkeling



Level 3

Professioneel



Level 4

Geoptimaliseerd

Conversie

Een slechte conversie leidt tot een verhoogde time-to-hire, hogere kosten en uiteindelijk tot een tekort aan gekwalificeerde medewerkers. Het is daarom essentieel om niet alleen te werken aan je bereik en interactie met je doelgroep, maar vooral de optimalisatie van je doel: in contact komen met je ideale kandidaat.

Level 1 - Geen werken-bij site of carrière pagina

Op level 1 heeft de organisatie geen werken-bij site of carrièrepagina. Hierdoor missen ze een belangrijk middel om geïnteresseerde kandidaten te informeren over de organisatie als werkgever en eventuele vacatures.

Level 2 - Carrière pagina aanwezig. Geen optimalisatie

Op level 2 heeft de organisatie een carrièrepagina, maar deze is nog niet geoptimaliseerd. Dit betekent dat de pagina wel aanwezig is, maar er nog geen specifieke acties worden ondernomen om de conversie te verhogen.

Level 3 - Werken-bij site aanwezig. Beperkte optimalisatie

Op level 3 heeft de organisatie een werken-bij site en wordt er beperkt aan optimalisatie gedaan. Dit betekent dat er bijvoorbeeld wel Analytics software aanwezig is, maar het gebruik is beperkt. Daarnaast wordt er wel enige aandacht besteed aan de gebruikerservaring en de vindbaarheid van de site, maar er worden nog geen specifieke acties ondernomen om de conversie te verhogen.

Level 4 - Geoptimaliseerde werken-bij site

Op level 4 heeft de organisatie een geoptimaliseerde werken-bij site. De site is specifiek ontworpen om geïnteresseerde kandidaten te overtuigen van de meerwaarde van de organisatie als werkgever en hen aan te moedigen om te solliciteren. Er wordt veel aandacht besteed aan de gebruiksvriendelijkheid door het gebruik van aantrekkelijke visuals, overzichtelijke pagina's, relevante content en het bieden van diverse contactmogelijkheden. data en A/B testing wordt de site continue geoptimaliseerd.



Zonder fundament, geen organisatie vol talent

Je kan wel een top notch experiment gedreven wervingsaanpak willen, maar hoe ga je dit doen? En wie gaat dit doen? Met welke inzichten?

De uitkomst van jouw recruitment inspanningen is het product van de professionaliteit van jouw organisatie. Zonder goed fundament, geen stevig kantoor om jouw talenten in onder te brengen. Wil jij de juiste kandidaten aantrekken en een dijk van een team bouwen, vergroot dan ook de volwassenheid van je recruitment organisatie.

Recruitment maturity model

Level 1

Basis



Level 2

In ontwikkeling



Level 3

Professioneel



Level 4

Geoptimaliseerd

Data & technologie

In deze tijd kan je niet meer om het gebruik van Data & technologie heen! Zonder inzicht ben je als een kapitein zonder roer. En zonder het gebruik van technologie gaat er veel waardevolle tijd verloren.

De keuze voor de juiste tooling leidt tot een hogere kwaliteit van kandidaten, een hogere conversie, een betere candidate experience en een efficiënter wervingsproces.

Level 1 - Geen inzicht in data, geen ATS

Op level 1 wordt er geen gebruik wordt gemaakt van data en er is geen Applicant Tracking System (ATS) aanwezig. Hierdoor hebben recruiters geen inzicht in wat er gebeurt en verloopt het sollicitatieproces vaak nog handmatig, wat inefficiënt is.

Level 2 - Data collectie, beperkte sturing op KPI's

Op level 2 wordt er wel data verzameld, maar er wordt zelden naar gekeken. Key Performance Indicators (KPI's) worden nauwelijks gebruikt als ze al gedefinieerd zijn.

Level 3 - Sturen op KPI's, koppeling met ATS

Op level 3 zijn de KPI's, zoals bereik, conversie of maximale Cost per Hire, gedefinieerd en wordt er gedeeltelijk op gestuurd. Er is een koppeling met een ATS, waardoor automation in het wervingsproces mogelijk is. Denk aan bepaalde interne opvolgacties of communicatie met de kandidaten.

Level 4 - Datagedreven besluitvorming en forecasting

Op level 4 worden inzichten actief gebruikt om campagnes bij te sturen, de conversie te verhogen, te communiceren met sollicitanten en nieuwe hires te onboarden. Data wordt ook gebruikt om actief de personeelswerving te forecasten.

Team

In het huidige competitieve recruitment landschap spelen vaardigheden een cruciale rol. Een effectief recruitmentbeleid vereist een volwassen en goed samengesteld team dat in staat is om de juiste mensen aan te trekken en te selecteren voor de organisatie.

Level 1 - Geen recruitment expertise in huis

Op level 1 is er geen of beperkte kennis van recruitment aanwezig, om effectieve selectiebeslissingen te nemen of om kandidaten op een professionele manier te benaderen. Taken worden neergelegd bij HR en/ of hiring managers. Daarom is er geen grip op het proces.

Level 2 - Interne kennisontwikkeling

Een aangewezen persoon/ team focust maakt gebruik van enkele basiswervingsinstrumenten en -systemen om het proces te ondersteunen. Er worden stappen gezet om gestandaardiseerde processen op te zetten, maar er is nog ruimte voor verbetering. Het team begint te begrijpen welke uitdagingen er zijn en werkt aan het implementeren van oplossingen.

Level 3 - Optimalisatie van de effectiviteit

Het team is goed uitgerust om effectief te opereren. De teamleden hebben uitgebreide ervaring en expertise opgebouwd in het wervingsvak. Ze hebben toegang tot geavanceerde tools en technologieën, hebben gestandaardiseerde processen, hebben effectieve wervingskanalen en werken intern nauw samen met belanghebbenden.

Level 4 - Expertise aan boord en talentmanagement

Op level 4 zijn er ervaren recruiters die bekend zijn met de specifieke eisen en uitdagingen van het wervingsproces. Ze hebben diepgaande kennis van de arbeidsmarkt en begrijpen hoe ze talent kunnen aantrekken en behouden. Ze zijn in staat om effectief te communiceren met kandidaten, de organisatie te vertegenwoordigen en een positieve kandidaatervaring te bieden.

Recruitment maturity model

Level 1
Basis



Level 2
In ontwikkeling



Level 3
Professioneel



Level 4
Geoptimaliseerd

Recruitment maturity model

Level 1

Basis



Level 2

In ontwikkeling



Level 3

Professioneel



Level 4

Geoptimaliseerd

Proces

Het recruitmentproces speelt een essentiële rol in het aantrekken en selecteren van gekwalificeerde kandidaten voor een organisatie. Om een effectief recruitmentbeleid te voeren, is het belangrijk dat het recruitmentteam een bepaald niveau van volwassenheid bereikt.

Level 1 - Geen proces en overzicht.

Op level 1 is er geen duidelijk en inzichtelijk recruitment proces. Vacatures worden Ad-hoc geopend, op willekeurige manieren uitgezet en er is geen duidelijke verantwoordelijkheid. Hierdoor is het proces inefficiënt en gaan kostbare Euro's en kandidaten verloren.

Level 2 - Gewenste candidate experience in kaart.

Op level 2 heeft het recruitmentproces al meer structuur. Er worden functieprofielen opgesteld en er wordt actief gezocht naar kandidaten via diverse kanalen. Er worden basisinstrumenten zoals een Applicant Tracking System (ATS) gebruikt om het proces te ondersteunen. Er is aandacht voor het verbeteren van de kandidaatervaring, maar er is nog ruimte voor verdere optimalisatie.

Level 3 - Candidate experience en onboarding ingericht.

Op level 3 is het recruitmentproces professioneel en goed gestructureerd. Er zijn duidelijke stappen gedefinieerd, zoals het screenen van cv's, het afnemen van gestructureerde interviews en het uitvoeren van referentiecontroles. Geavanceerde tools en technologieën, zoals data-analyse, worden ingezet om het proces efficiënter te maken. Er zijn meetbare KPI's vastgesteld om de effectiviteit te beoordelen.

Level 4 - Een schaalbaar proces en resource planning mogelijk.

Op level 4 wordt recruitment beschouwd als een strategische functie binnen de organisatie. Het proces is gestandaardiseerd en geautomatiseerd met behulp van geavanceerde technologieën. Het recruitmentteam werkt nauw samen met andere afdelingen om de personeelsbehoeften te begrijpen en proactief talentpools op te bouwen. Er wordt continu geëxperimenteerd met nieuwe wervingsmethoden en er is een sterke focus op het bevorderen van een positieve werkgeversmerk en het opbouwen van talentrelaties.

Over Placework

Betrokken, ambitieus, kennis van zaken en een tikkeltje rebels. Dat is Placework. Hét recruitment marketing agency als je het net even slimmer wilt.



Het recept van slimme recruitment marketing bestaat uit een combinatie van ingrediënten. Een persoonlijke aanpak gecombineerd met uitgebreide kennis van (online) marketing, content en data & technologie. Gooi daar nog een sausje creativiteit overheen en tadaa!

Met een klein inhouse team en een uitgebreid netwerk aan partner bureaus zorgen we er voor dat het juiste talent, op het juiste moment, met de juiste boodschap wordt benaderd. Wij zorgen er voor dat latent werkzoekenden uiteindelijk staan te springen om bij jouw organisatie aan de slag te gaan!



Wil je meer weten?
Plan een vrijblijvend gesprek in!

Vragen? Neem contact met ons op.



www.placework.nl
hallo@placework.nl

Jorne: 06 - 41 31 02 13
Robbert: 06 - 51 42 07 83

