

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Salina Stubbe



Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Module 1: Company Setup

Doel van deze module

Personeel aanwerven is een vak apart. Het vraagt creativiteit, een groot netwerk, anders durven zijn, inzicht en organisatie. De tijd waarin sollicitanten zich moesten bewijzen tov een toekomstige werkgever en bijna op hun blote knietjes om een job kwamen smeken, is voorbij.

De arbeidsmarkt ziet er heel versplinterd uit en waar we voor verschillende profielen enorme tekorten zien, zien we voor andere een te groot aanbod. Personeel aanwerven is niet meer een oppervlakkige vacature uitschrijven en hopen dat kandidaten 'en masse' gaan solliciteren. Rekrutering gaat in twee richtingen en als bedrijf moet je eigenlijk ook 'solliciteren'. Je moet kandidaten ervan overtuigen dat jouw bedrijf de beste werksfeer heeft, realistische doorgroeimogelijkheden in de aanbieding heeft en een meerwaarde kan zijn in de loopbaan van de sollicitant.

In deze module bekijken we eerst hoe je de opstart maakt in het rekruteringsproces. Welk profiel zoek je, hoe ga je dat verwoorden en hoe schrijf je dan die vacature uit? Dit is onze interne setup.

Uiteraard is het dan de bedoeling om deze informatie naar buiten te krijgen. Welke kanalen gebruik je voor welke vacature. Hoe wil ik mij als bedrijf gaan profileren? Dit wordt onze externe setup.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Interne setup

1. De betekenis van een vacature:

Waarom?

Stel jezelf eens eerst de vraag waarom je bedrijf een vacature wil openstellen? Hiervoor zijn namelijk verschillende redenen, die een invloed kunnen hebben op het eigenlijke proces. - Uitbreiding (door groei) - Ter vervanging (ziekte, ontslag, ...) - Ontstaan nieuwe functie - Herstructurering - Financiële redenen Naargelang de reden van de vacature, zal je je soms op andere profielen richten. Om financiële redenen kan het interessanter om eerder een junior aan te werven, omdat de loonkost lager is. Bij een vervanging kan het belangrijk zijn om duidelijk de doorgroeimogelijkheden te schetsen in deze functie. Mensen zijn immers op zoek naar bedrijven in groei. Bij een herstructurering kan het interessant zijn om ook intern je vacature te delen.

Wat zegt je vacature naar de buitenwereld?

Het is natuurlijk niet alleen voor jezelf belangrijk om te weten waarom er een vacature is. Een opengestelde vacature heeft ook naar de buitenwereld een boodschap: 'dat bedrijf groeit' of 'zou het misschien niet leuk werken zijn daar?'. Je zal dus de boodschap in je vacature moeten aanpassen, naargelang de reden voor het ontstaan ervan.

Interne rekrutering

Indien je er van overtuigd bent dat interne rekrutering een mogelijkheid is, hou je dit in eerste instantie ook intern. Er is niets zo verschrikkelijk om als sollicitant te moeten horen, dat de job in ronde 3 uiteindelijk naar een interne medewerker is gegaan. Dit is niet efficiënt voor het bedrijf en ook niet positief voor het imago.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Enkele tips:

Ik wil hier graag even bij stil staan, omdat dit te vaak door bedrijven over het hoofd wordt gezien. Het kan echter zeer efficiënt en kostenverlagend zijn om eerst af te toetsen of er geen interne verschuivingen mogelijk zijn en dit vraagt ook om een andere aanpak.

- Deel de vacature via een intern systeem, via mail, hang ze omhoog in de keuken,...
- Maak duidelijk in je communicatie dat je je medewerkers als eerste een kans wil geven om te solliciteren en dat deze dus nog niet openbaar mag gemaakt worden.
- Hou hier rekening met een timeframe. Bepaal bijvoorbeeld dat men zich kandidaat dient te stellen voor een bepaalde datum, zodat de efficiëntie niet verloren gaat.
- Geef aan dat kandidaturen discreet behandeld zullen worden en spreek je medewerkers hier dus niet publiek over aan.
- In dit geval zullen de interviews ook iets anders ingevuld worden. Dit wordt meer belicht in Module 2.
- Indien er iemand intern gekozen wordt, licht je het andere personeel in als alles officieel is.

Functieprofiel opstellen

Er zijn voldoende instanties, kantoren, HR consultants of andere bronnen die je kunnen helpen bij het opstellen van een functieprofiel. Hier alvast een overzicht van de belangrijkste onderdelen.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Functietitel

Bij een nieuwe functie is het verstandig om meteen een goede naam te bedenken. Je gebruikt die namelijk ook in de jobadvertentie. Zorg er daarom voor dat de functietitel opvallend genoeg is en sollicitanten zich erin kunnen herkennen. Ook moet de vacature vindbaar zijn voor mensen die gebruikmaken van een zoekmachine of vacaturesite.

Voor we aan de vacature kunnen beginnen, is het natuurlijk belangrijk om te weten wie je zoekt. Dat is niet alleen handig voor het schrijven van je vacature, maar kan ook als leidraad dienen tijdens de selectie en daarna bij functioneringsgesprekken.

Bedrijfscultuur

Voor een goede match is het van belang dat iemand past bij de cultuur van jouw bedrijf. Beschrijf daarom de heersende bedrijfscultuur. Wat zijn belangrijke waarden in jouw bedrijf? Met welke termen kun je de werksfeer omschrijven?

Positie van de functie

Waar binnen het bedrijf bevindt deze functie zich? Om welke afdeling gaat het? Wie is de leidinggevende? Wie zijn de directe collega's? En aan hoeveel werknemers wordt eventueel leidinggegeven? Neem eventueel een organigram op, dat antwoord geeft op deze vragen.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Taken en verantwoordelijkheden

Geef een duidelijk overzicht van de taken en verantwoordelijkheden die bij de functie horen. Wat zijn de belangrijkste werkzaamheden? Hoeveel tijd nemen ze in beslag? En welke resultaten moeten ze opleveren voor een goede beoordeling? Beschrijf dit op zo'n manier dat hier later geen misverstanden over kunnen ontstaan.

Competenties

De competenties vallen uiteen in kennis, vaardigheden en eigenschappen. Welke kennis is vereist? Is een bepaalde opleiding of werk- en denkniveau nodig? Zijn specifieke vaardigheden essentieel, zoals het vermogen om problemen op te lossen? Wordt om eigenschappen als resultaatgerichtheid gevraagd?

Waar binnen het bedrijf bevindt deze functie zich? Om welke afdeling gaat het? Wie is de leidinggevende? Wie zijn de directe collega's? En aan hoeveel werknemers wordt eventueel leidinggegeven? Neem eventueel een organigram op, dat antwoord geeft op deze vragen.

Aanbod

De interesse van veel sollicitanten gaat uit naar de aanbod van een functie. Besteed hier dan ook altijd aandacht aan. Welke primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden kun je bieden? Om welke salarisschaal gaat het? Geldt bij jou een pensioenregeling? Is er een dertiende maand?

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Contractduur

De contractduur is eveneens een onderdeel dat je niet mag missen. Is er bij goed functioneren kans op een contract voor onbepaalde tijd? Of gaat het om de vervanging van een collega die met zwangerschapsverlof is?

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

3. De ideale vacature

Doelpubliek bepalen

Nu we weten waarom er een vacature is en wat de functie inhoudt, gaan we bepalen wie we vooral willen bereiken. Zonder discriminerend te zijn, heb je wel een bepaald profiel voor ogen dat je graag in huis wilt halen. Is je vacature eerder gericht naar schoolverlaters, zal je tekst er anders uitzien dan wanneer je een ervaren persoon zoekt.

In onderstaand kader geven we enkele verschillen weer tussen bijvoorbeeld young potentials en ervaren professionals. Dit is louter een leidraad. Het is belangrijk dat je dicht bij jezelf blijft als bedrijf.

<u>Young Potentials</u>	<u>Experienced Professionals</u>
<ul style="list-style-type: none">- Geef een duidelijk beeld van de bedrijfscultuur.- Denk ook aan bedrijfsfeesten, 'Fat Friday', drinks op vrijdag,...- Als reizen voor de job van toepassing is, vermeld dit dan duidelijk.- Focus qua extralegale voordelen op tastbare zaken: auto, gsm,...- Beklemtoon doorgroeimogelijkheden en opleiding, maak dat concreet.- Andere manieren van solliciteren aanbieden: videosollicitatie, <u>case-study</u>,...	<ul style="list-style-type: none">- Goede beschrijving van <u>jobinhoud/project</u>.- Minder focus op niet-werk gerelateerde onderwerpen.- Focus op bijscholing, ontwikkeling,...- Extralegale voordelen zoals verzekeringen, hospitalisatie zijn minder belangrijk.- Beklemtoon alternatieve werkmanieren: 4/5^{de}, tijdskrediet,...- Gebruik hier de klassieke manier van solliciteren, maar heb oog voor de <u>creatievelingen!</u>

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Niet enkel het zoeken naar een al dan niet ervaren profiel is van belang. Ook de functie brengt verschillende benaderingen met zich.

Een gesloten IT'er zal misschien minder geïnteresseerd zijn in 'drinks on Friday', maar wel in technische opleidingen. Een jong salespersoon zal trips naar het buitenland erg kunnen smaken, terwijl een administratief bediende hier geen behoefte aan zal hebben.

Je kan best met beide parameters rekening houden en niet zo maar alle informatie in je vacature steken.

Onderdelen van de ideale vacature

Aantrekkelijke functietitel + (m/v)

Plaats ook steeds (m/v) achter de titel. We zijn bij wet verplicht om aan te geven dat de functie voor beide geslachten open staat. Schrijf dus zeker niet 'secretaresse' of 'poetsvrouw'.

Voorstelling van het bedrijf

Vertel kort wie/wat je bedrijf, welke producten jullie hebben, op welke markt jullie actief zijn, hoe lang jullie al bestaan en wat voor bedrijfscultuur jullie hebben. Niets zo verschrikkelijk dan bedrijven die een salesprofiel zoeken, maar dan niet vermelden wat die persoon zou gaan verkopen.

Duidelijke functiebeschrijving

Bij het opmaken van een functieprofiel (zie 2a.), heb je al duidelijk omschreven welke taken en verantwoordelijkheden deze persoon zal hebben. Probeer dit, indien mogelijk, zo ludiek mogelijk neer te schrijven en maak er geen saaie opsomming van. Een copywriter kan je hier ook bij helpen.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Gewenst profiel

Zoek je echter een IT profiel, dan kan je best niet te streng zijn. Maak een shortlist van de skills die echt noodzakelijk zijn. Na diploma en aantal jaren ervaring, beperk je de andere vereisten tot maximum 5. Drie die echt **noodzakelijk** zijn en 2 die 'nice to have' zijn.

Gebruik een functietitel die gekend is bij de profielen die je zoekt. Gebruik dan ook bijv. poetshulp, poetsvrouw/man en niet floor hostess. Geen enkele poetshulp zal op die titel zoeken.

Ik wil even verder ingaan op deze vereisten. Mannelijke sollicitanten gaan solliciteren voor een job als ze minstens voor 70% matchen met de gevraagde skills. Bij vrouwen ligt dat percentage op 60%. Hoe strikter je dus de vereisten formuleert, hoe meer kans je loopt, dat men niet solliciteert op je vacature. Beperk je dus tot de echt noodzakelijke competenties en wees hierbij ook **kritisch** voor jezelf als bedrijf.

Het is altijd leuk om een tweetalige kandidaat te kunnen aanwerven. Maar als je slechts 2 Franstalige klanten hebt, hoe noodzakelijk is die tweetaligheid dan?

Het kan een groot pluspunt zijn als een salesprofiel reeds een mooi netwerk heeft opgebouwd binnen een bepaalde sector, maar als je eigenlijk op zoek bent naar een junior, hoe waardevol kan zijn netwerk dan zijn?

Bepaal ook voor jezelf als bedrijf wat elke vereiste juist **inhoudt**. We willen allemaal flexibele werknemers, maar wat betekent dat in jouw bedrijf? Moeten mensen bereid zijn om standaard overuren te doen en in te springen wanneer nodig? Of wil je gewoon samenwerken met mensen die goed presteren in een veranderende wereld, maar die wel gewoon tussen 9h en 17h komen werken?

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Zoals je merkt besteed je best wat tijd aan het formuleren van die vereisten. Deze bepalen immers voor een groot stuk of een kandidaat al dan niet zal solliciteren op je vacature.

Aanbod

Zoals al eerder aangegeven solliciteer jij als bedrijf ook. Probeer dus de standaard 'aanbod'teksten (marktconform salaris en extralegale voordelen,...) te vermijden. Formuleer concreet welke extralegale voordelen aanwezig zijn, welke opleidings - en/of doorgroeimogelijkheden er zijn, vermeld eventueel bedrijfsactiviteiten of wat jullie als bedrijf zo bijzonder maakt. Indien je flexibele werkmogelijkheden aanbiedt, vermeld je dit ook.

Locatie

Maak hier een duidelijk onderscheid tussen de locatie van het bedrijf en de plaats van tewerkstelling. Zeker voor het adverteren van de vacature op jobsites, is dit een belangrijk verschil.

Je bedrijf is bijv. gevestigd in Antwerpen, maar je zoekt een accountmanager voor de regio Limburg. Dan is Antwerpen de locatie, maar Limburg de plaats van tewerkstelling. Geef dit tijdens het adverteren ook duidelijk mee in de gebruikte systemen. Kandidaten uit Limburg zullen niet zoeken op Antwerpen en dan missen zij jouw vacature.

Sollicitatie mogelijkheden

Geef weer hoe jij het liefst sollicitaties wil ontvangen: een CV via een centraal emailadres, via jullie recruitmentsysteem of misschien wel via een videosollicitatie of andere originele manieren.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Solliciteren per brief, doen we NIET meer, tenzij je verwacht dat kandidaten op een ludieke manier hun CV versturen, maar dat is een andere kwestie. Ook sollicitaties in persoon, doen we enkel nog als jobstudent bij de lokale bakker.

Probeer het solliciteer proces zo simpel mogelijk te houden. Stuur kandidaten niet via verschillende links en websites naar jullie bedrijfspagina, maar hou deze route zo kort mogelijk. Kies voor elke website en elke vacature voor **dezelfde manier** van solliciteren.

Gebruik je een recruitmentsysteem, kies dan voor een systeem waarbij kandidaten enkel met het uploaden van hun CV en misschien het beantwoorden van enkele vragen, kunnen solliciteren. Heb je een systeem waarbij kandidaten alle informatie, die eigenlijk al in hun CV staat, nog eens opnieuw moeten gaan ingeven, schaf dan meteen een nieuw systeem in. Uit onderzoek blijkt dat kandidaten sneller afhaken wanneer ze zich door dergelijk sollicitatieproces moeten sleuren. **De boodschap is dus: hou het aanmeldproces zo kort mogelijk!**

Contactgegevens

Geef duidelijk weer wie verantwoordelijk is voor de desbetreffende vacature en geef alle nodige informatie weer. Geef ook een telefoonnummer door waarop kandidaten de verantwoordelijke kunnen bereiken met eventuele vragen.

De verantwoordelijke heeft dit misschien liever niet, maar het is toch belangrijk dat sollicitanten nog bijkomende vragen kunnen stellen. Wil je dit wat beperken? Vermeld dan eventueel bepaalde tijdslots waarop de verantwoordelijke telefonisch bereikbaar is en wijs erop dat dit contact enkel dient tot het stellen van vragen en niet tot solliciteren.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

3. Wie-doet-wat-setup:

Flow van het rekruteringsproces

Om het ganse rekruteringsproces in goed banen te leiden, is het belangrijk dat vooraf bepaald wordt wie wat voor zijn/haar rekening neemt.

- Schrijven de vacature: deze taak wordt best opgenomen door een manager, verantwoordelijke of zaakvoerder die de job kent en weet wat voor profiel in het team nodig is. Een externe partij kan hier eventueel bij helpen, door de juiste vragen te stellen en de informatie in een goede vacaturetekst te gieten.
- Adverteren van de vacature: deze taak is een vrij administratieve aangelegenheid en dus door verschillende mensen uitgevoerd. Het is wel van uiterst belang dat deze persoon alle correcte informatie heeft en eventueel mogelijkheid tot het uitvoeren van betalingen bij het betalend posten van vacatures.
- Verwerken van inkomende sollicitaties: hier kies je best iemand binnen je bedrijf die op de hoogte is van het gezochte profiel en die de tijd heeft om de inkomende sollicitaties te behandelen. Idealiter is deze persoon deze als diegene die ook de CV screent en de eerste gesprekken voert, maar binnen een KMO is dit natuurlijk niet altijd mogelijk. Prioritair is hier iemand die de tijd heeft om kandidaten snel van feedback te voorzien en de CV kan doorgeven aan de juiste persoon.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

- Screenen van CV's: Zoals gezegd is het beter om zo weinig mogelijk verschillende mensen te laten deel uitmaken van dit proces. De persoon die de CV's screent en het 1^{ste} gesprek doet is best iemand van HR, een verantwoordelijke, de manager van de toekomstige werknemer of de zaakvoerder.
- Telefonische screening: een tijdrovende taak die gerust door iemand anders kan uitgevoerd worden, indien deze persoon grondig werd gebriefd over het gezochte profiel, welke vragen er standaard gesteld moeten worden en welke vragen 'de CV-screener' nog heeft na het bekijken van het CV. Idealiter uitgevoerd door de persoon die de CV's screent.
- Eerste gesprek: naargelang de grootte van het bedrijf kan dit gedaan worden door iemand van HR, een manager of de zaakvoerder (indien de laatste, kan deze best een tweede gesprek inplannen met een directe collega van de toekomstige werknemer). Idealiter diegene die de CV's heeft gescreend.
- Tweede gesprek: afhankelijk van wie het eerste gesprek heeft gedaan. De directe manager of zaakvoerder moet bij minstens 1 van de twee gesprekken aanwezig zijn geweest. Directe collega's kunnen ook ingeschakeld worden.
- Voorstel/af rondingsgesprek: een contractvoorstel kan je gerust telefonisch doen en via mail nog eens bevestigen. Een manager of zaakvoerder is hier het meest geschikt. De administratieve afhandeling kan gebeuren door iemand van HR of administratie, indien men alles op voorhand transparant gecommuniceerd heeft.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Probeer een derde gesprek te vermijden. Dit maakt het sollicitatieproces veel te langdradig, waardoor kandidaten zullen afhaken. Zeker in de KMO sfeer is het niet gebruikelijk om meer dan twee gesprekken te verwachten. Een derde gesprek vindt dan meestal plaats indien de geschikte kandidaat gevonden is en om een contract te ondertekenen.

Bepaal op voorhand wie welke taken zal uitvoeren en zorg voor voldoende **communicatie** tussen alle betrokken partijen, zodat er geen essentiële informatie kan verloren gaan.

De persoon die op de vacature als **contactpersoon** wordt opgegeven is de persoon die de inkomende sollicitaties zal verwerken.

Rendabel Rekruteren: hoofdstuk 1

Wil jij ook rendabel rekruteren?

Wil jij met je bedrijf kwaliteitsvolle kandidaten aantrekken,
rendabel en efficiënt rekruteren?

Bestel dan vandaag nog het volledige e-book van Rendabel Rekruteren!
Ik geef ook trainingen en workshops.

[Learn more](#)