

ALS KLEINE OF ONBEKENDE ORGANISATIE NIEUW PERSONEEL AANTREKKEN

# Onbekend maakt onbemind?

**Voor grote organisaties als Ahold, Google of Heineken is het een eitje om potentiële sollicitanten aan te trekken. Met zo'n bekende naam bovenaan de vacature stromen de sollicitaties binnen. Voor startups of kleinere organisaties met minder naamsbekendheid kan het echter een behoorlijke uitdaging zijn om talent aan zich te binden. Werkt u bij een minder bekende organisatie, dan zult u creatief moeten zijn in het werven.**

Creativiteit in het wervingsproces kan op diverse manieren worden geuit. Dit artikel helpt u als wervende voor een (relatief) onbekende organisatie op weg, zodat u de gewenste versterkingen binnenhaalt.

## 1. Bedenk een duidelijke functietitel

Hoe een sollicitant het sollicitatieproces ervaart, is ontzettend belangrijk in de keuze voor een nieuwe werkgever. Vooral onbekende werkgevers moeten zich inzetten om een sollicitatie zo aangenaam en soepel mogelijk te laten verlopen. Het

eerste wat potentiële sollicitanten zien, is de functietitel. Sollicitanten moeten in één oogopslag kunnen zien wat de functie inhoudt. Daarom is het belangrijk om als start goed na te denken over de functietitel, en geen vakjargon of termen te gebruiken die tot verwarring kunnen leiden. Wees zo specifiek mogelijk.

## 2. Verkoop de organisatie

Als de functietitel eenmaal de aandacht van de sollicitant heeft getrokken, is de tweede stap het schrijven van een

aantrekkelijke introductie over de organisatie. In de krappe arbeidsmarkt van tegenwoordig moet u uw organisatie kunnen verkopen aan potentiële sollicitanten. Sollicitanten hebben veel keuze en willen alleen werken voor een organisatie waarvan de identiteit aansluit bij hun persoonlijke waarden en interesses. Zij willen weten waar de organisatie voor staat, wat de organisatie uniek maakt en hoe de sfeer op de werkvloer is, voordat ze überhaupt overwegen om te solliciteren. Start een vacaturetekst dan ook met een korte introductie van de organisatie en bedenk: 'Wat heeft de organisatie werknemers te bieden?'. Probeer hierbij standaardzinnen over 'de gezellige vrijdagmiddagborrel' en 'veel doorgroeimogelijkheden' te vermijden, en onder woorden te brengen wat uw organisatie uniek maakt en welk doel jullie gezamenlijk nastreven.

## 3. Omschrijf de functie aantrekkelijk

Na het verkopen van de organisatie, volgt de functieomschrijving. Als de naam van de organisatie geen belletje doet rinkelen bij een kandidaat, wordt de inhoud van de functie nog belangrijker. Een leuke vacaturetekst is niet meer genoeg. De eerste stap is om terug te keren naar de tekentafel en een interessante mix van taken samen te stellen, zodat de functieinhoud enthousiasme kan opwekken. Zie hiervoor ook het kader op deze pagina.

## 4. Stel duidelijke rolvereisten op

Heeft u de inhoud van de functie helder, dan volgt een lijstje met rolvereisten. Dit zijn de vaardigheden waar een sollicitant over moet beschikken om de functie suc-

## Sollicitant moet zich persoonlijk aangesproken voelen

Veel sollicitanten hechten waarde aan afwisseling. Ze willen niet de hele dag achter hun computer zitten, maar hebben graag contact met andere afdelingen en willen het gevoel hebben dat hun werk echt impact maakt op de organisatie. Probeer in de functieomschrijving naar voren te laten komen welke verantwoordelijkheden de functie omvat, en op welke manier de werkzaamheden bijdragen aan het

succes van de organisatie. Het is de bedoeling dat de lezer zich persoonlijk aangesproken voelt tijdens het lezen van de tekst. Probeer daarom zinnen in de derde persoon te vermijden, en spreek de sollicitant aan met u of jij. De potentiële sollicitant moet zich direct een voorstelling kunnen maken van de functie. Beschrijf de taken zo levendig en specifiek mogelijk en vermijd jargon.

cesvol te kunnen vervullen. Hieronder vallen alle specifieke vaardigheden die nodig zijn om de dagelijkse taken uit te voeren, zoals een bepaalde vooropleiding en specifieke talen- of systeemkennis. Maak een duidelijke, beknopte opsomming. De lezer kan dan snel zien of hij geschikt is voor de functie.

Naast absolute vereisten, zijn er misschien ook andere kwaliteiten die u graag zou willen zien in een sollicitant, zoals ervaring met een bepaald programma of leidinggevende ervaring. Die zogenoemde pre's of nice-to-have's kunt u het beste in een apart lijstje zetten. Door ze geen onderdeel te maken van de vereisten, voorkomt u dat u (geschikte) kandidaten uitsluit. Ook is het aan te raden niet meer dan vijf nice-to-have's te noemen, om te voorkomen dat de lijst intimiderend overkomt. Als u te veel punten noemt, zelfs al zijn het gewenste eigenschappen en geen eisen, kan dit sollicitanten onzeker maken en afschrikken – wat betekent dat u potentieel talent misloopt.

#### 5. Creëer een persoonlijke klik

Ook tijdens de volgende fase in het sollicitatieproces – het sollicitatiegesprek – moet de beleving van de sollicitant centraal staan. Denk goed na over wie u aan de andere kant van de tafel zet. Kies voor een interessante gesprekspartner met wie de sollicitant een inhoudelijk en persoonlijk gesprek kan voeren, zodat hij met een enthousiast gevoel huiswaarts keert. U kunt proberen de sollicitant bij de organisatie te betrekken. Laat hem een rondje lopen over de afdeling of laat het productieproces zien. Neem de tijd om toe te lichten hoe de organisatie eruitziet en hoe iedereen te werk gaat. Als u gepassioneerd vertelt over de business, zal dit ongetwijfeld het enthousiasme van de sollicitant aanwakkeren.

Als werkgever wilt u dat de sollicitant een positief gevoel overhoudt aan het sollicitatiegesprek. Stel de sollicitant niet alleen werkgerelateerde vragen, maar probeer hem echt te leren kennen. Hij verlaat zijn huidige werkgever met een reden. In die reden schuilt een kans voor nieuwe werkgevers. Sollicitanten zijn op zoek naar iets nieuws. Hun grootste



angst is om terecht te komen in eenzelfde situatie als bij hun vorige of huidige werkgever. Probeer te achterhalen waar de pijnpunten liggen, en laat zien dat het bij uw organisatie anders zal zijn.'

#### 6. Maak gebruik van technologie

Ook als kleine organisatie kunt u moderne technologische tools inzetten om het sollicitatieproces aantrekkelijker te maken voor sollicitanten. Maak bijvoorbeeld een filmpje dat potentiële sollicitanten een beeld geeft van de werkomgeving en de inhoud van de functie. Met behulp van één van de vele beschikbare video-apps is dit helemaal niet zo ingewikkeld of duur, en zorgt u ervoor dat uw organisatie zich onderscheidt van andere werkgevers.

Een ander idee waarmee u het sollicitatieproces leuker kunt maken voor sollicitanten, is door de kandidaten online assessments te laten maken. Op digitale platforms test u op een speelse manier de vaardigheden van sollicitanten en krijgen zij een beter idee van de functie.

#### 7. Selecteer op soft skills

Een laatste tip is om nieuwe werknemers te selecteren op 'soft skills', in plaats van op zaken als opleiding en ervaring. Vaak gebruiken organisaties relevante ervaring als één van de belangrijkste selectiecriteria. Dat is zonde, helemaal als u het talent niet voor het uitkiezen heeft. Selecteer nieuwe werknemers op persoonlijkheid en klik met de organisatie, de benodigde vaardigheden zijn met de juiste motivatie mogelijk nog aan te leren. Probeer niet eeuwig te wachten tot die ene perfecte sollicitant langskomt, maar kies voor iemand die goed binnen het team past en staat te springen om nieuwe kennis en vaardigheden op te doen. Missende ervaring voor sommige taken hoeft geen probleem te zijn. Bied coaching- en opleidingsmogelijkheden aan en durf de lat hoog te leggen. Hiermee trekt u ambitieuze mensen aan.

Joram Falkenburg, recruitment specialist bij Robert Walters, e-mail: [joram.falkenburg@robertwalters.com](mailto:joram.falkenburg@robertwalters.com), [robertwalters.nl](http://robertwalters.nl)