

HET SCHRIJVEN VAN EEN VACATURETEKST

Sparkling 
People

WORK WITH A SMILE!





INHOUD

Inleiding	Pagina 3
Vacatures vs Werkzoekenden	Pagina 4
Pullfactoren voor Sollicitanten	Pagina 5
De Voorbereiding	Pagina 6
De Ideale Indeling	Pagina 8
Zes Sprankelende Tips	Pagina 9
Succes!	Pagina 10



WORK WITH A SMILE!





INLEIDING

Wist je dat Sparkling People ongeveer 85% van de kandidaten plaatst door middel van binnenkomende sollicitaties?

Elke week plaatsen wij circa 7 nieuwe vacatures en doen we er alles aan om mensen op onze website te laten solliciteren. Recruitment is zoveel meer dan mensen benaderen. Het is het gemakkelijkste wanneer mensen naar j ou toekomen. Dat bereik je door goede vacatureteksten te schrijven!

Momenteel werk ik ongeveer 4 maanden als Marketeer bij Sparkling People en gedurende deze periode heb ik onze recruiters al een hoop hoofdpijn bespaard. Want er was één ding dat ik al snel leerde: veel mensen kijken op tegen het schrijven van teksten.

Dit is helemaal niet nodig. In deze whitepaper geven wij jou wat handvatten, zodat ook jij een goede vacature tekst kan schrijven. Je krijgt antwoorden op vragen als: hoe bouw je een vacaturetekst op? En wat moet er allemaal in een vacature staan?

Gebruik deze whitepaper om goede vacatureteksten te schrijven en daarmee het conversiepercentage van jouw vacatures te verhogen! Twijfel je over jouw vacaturetekst? Doe dan de Vacature Check op onze website en ontvang persoonlijke feedback op jouw vacaturetekst!



/SPARKLINGPEOPLENL



@SPARKLINGPEOPLE.NL



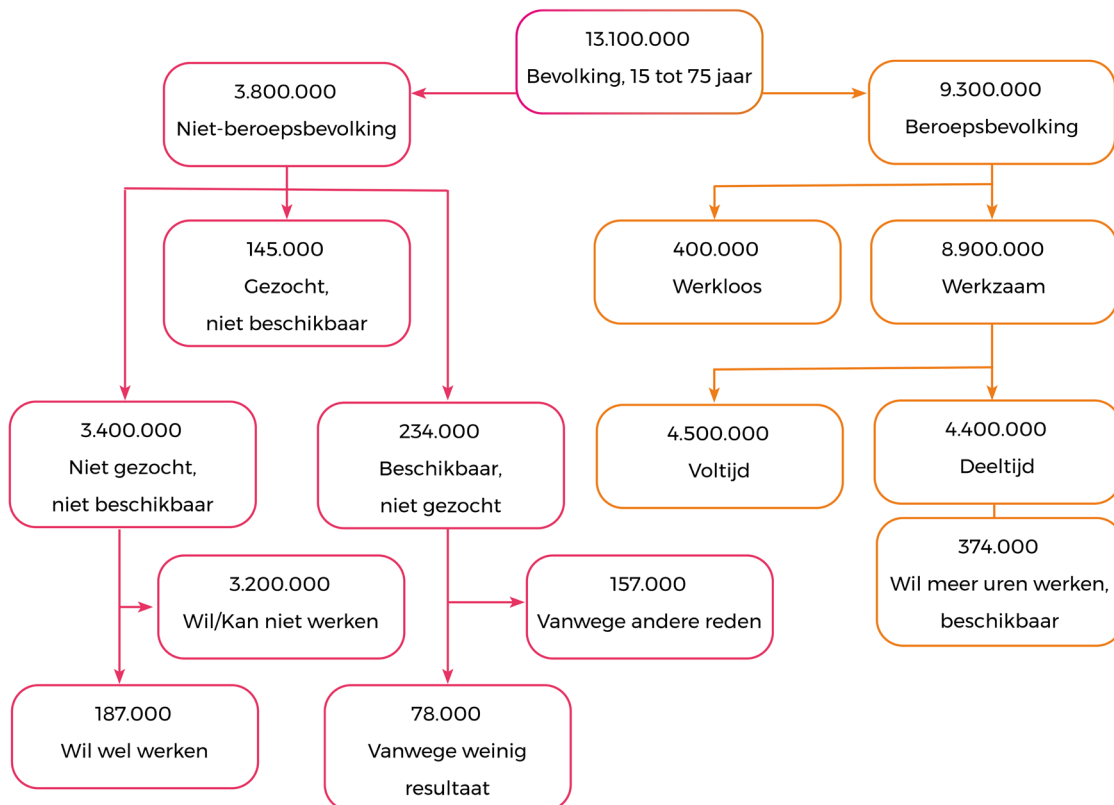
/SPARKLING-PEOPLE

VOLG ONS OOK OP SOCIAL MEDIA

VACATURES VS WERKZOEKENDEN

2020 was een gek jaar. Eind 2019 was er een record aantal openstaande functies, maar liefst 286.000. Dit betekende dat er gemiddeld 93 openstaande functies per 100 werklozen waren. Vanaf het moment dat Covid-19 zijn intrede deed, zien we drastische veranderingen op de arbeidsmarkt. Het aantal openstaande vacatures daalde met maar liefst 30% en de werkloosheid steeg van 305.000 (eind 2019) naar 419.000 werklozen in het derde kwartaal van 2020. In het derde kwartaal van 2020 nam het aantal openstaande functies toe tot 216.000. Dit betekent dat er gemiddeld 51 openstaande functies per 100 werklozen zijn.

Samenstelling beroepsbevolking
3e kwartaal 2020, niet-seizoensgecorrigeerd



Bron: CBS, 2020

Dit houdt in dat er een grote pool van werkzoekenden beschikbaar is om uit te selecteren. Dit klinkt ideaal, omdat dit betekent dat er keuze is. Vélle keuze. Dit maakt het echter ook moeilijk om een werknemer te vinden die goed bij jouw bedrijf past, omdat deze verloren kan gaan in deze grote pool van werkzoekenden. Hoe zorg je er nu voor dat je juist deze mensen bereikt?

Het is aan jou om een pakkende vacaturetekst te schrijven, waarmee je de juiste persoon voor jouw bedrijf weet te vangen.



PULLFACTOREN VOOR SOLLICITANTEN

Om de juiste persoon voor jouw bedrijf te vinden, is het belangrijk om te kijken naar pullfactoren. Pullfactoren zijn redenen om voor een werkgever te kiezen en zijn van groot belang bij de werving van kandidaten. De Intelligence Group doet ieder jaar onderzoek naar de belangrijkste pullfactoren voor de Nederlandse beroepsbevolking, en ook dit jaar zijn een goed salaris en de werksfeer de belangrijkste factoren om te kiezen voor een baan.

Belangrijkste pullfactoren Nederlandse beroepsbevolking Ranking 2020

Goed salaris	1
Werksfeer	2
Vast contract	3
Inhoud van het werk	4
Dichtbij huis / acceptabele reistijd	5
Uitdaging in het werk	6
Zelfstandigheid in de functie	7
Acceptabele werkdruk	8
Afwisseling van het werk	9
Goede secundaire arbeidsvoorwaarden / CAO	10

Bron: Intelligence Group, 2020

Wat belangrijk is om te vermelden, is dat deze pullfactoren verschillen per doelgroep. Een starter bijvoorbeeld, kan het belangrijk vinden dat er interessante doorgroeimogelijkheden zijn, terwijl iemand in een senior positie meer geeft om zelfstandigheid. Het is dus van belang dat jij jouw doelgroep identificeert en achterhaalt wat voor hen belangrijk is.

Als schrijver van een vacaturetekst zijn deze pullfactoren erg belangrijk: hiermee kan je iemand overhalen om op jouw vacature te reageren. Bekijk deze punten daarom goed en kijk of je ze in jouw vacaturetekst kunt verwerken!





DE VOORBEREIDING

Het schrijven van een vacaturetekst kan voor een bedrijf waar je zelf werkt, of voor een bedrijf waarvoor je werft. In het tweede geval, heb je naar alle waarschijnlijkheid een gesprek met de opdrachtgever én is het aan te raden om bij het desbetreffende bedrijf langs te gaan. Wanneer je als recruiter kennismaakt met het bedrijf waarvoor je gaat werven, houd je altijd 3 vragen in je hoofd:

1. Wie zoekt het bedrijf?
2. Wat houdt de functie in?
3. Waarom zou de kandidaat hier willen werken?



Wie zoekt het bedrijf?

Probeer in een gesprek te achterhalen waar iemand naar op zoek is. Vragen die hierbij horen, zijn opleidingsniveau, maar ook werkmentaliteit. Zoeken ze iemand die graag zijn eigen weg gaat, of willen ze een teamplayer die zich makkelijk aanpast naar de rest? Heeft de werknemer bepaalde competenties nodig? Zoals het beheersen van bepaalde talen. En hoe zit het met werkervaring? Willen ze een starter die ze zelf nog kunnen vormen, of juist iemand die al geruime tijd meegaat en veel kennis met zich meebrengt?

Dit zijn vragen die je in het gesprek moet achterhalen. Wanneer iemand een profiel leest waarin hij of zij zichzelf herkent, is diegene sneller geneigd om te reageren. En zo sluit je meerdere niet-relevante reacties uit.



DE VOORBEREIDING

Wat houdt de functie in?

Leuk, het bedrijf zoekt een online marketeer! Maar eh, hoe breed is de functie eigenlijk? Willen ze iemand die zich bezighoudt met SEA of SEO? Of juist met de customer journey? Hoe beter het beeld is dat jij van de functie hebt, hoe gemakkelijker het is om te verkopen. Vraag daarom eens hoe een dag van een online marketeer eruitziet. Óf bel een online marketeer van het bedrijf op om te vragen wat hij of zij zo leuk vindt aan de functie.

Waarom zou een kandidaat hier willen werken?

Vraag jezelf af wáárom iemand bij dit bedrijf wil werken. Let op hoe de bedrijfscultuur is (formeel of juist informeel?). Hoe groot is het bedrijf? Wat is de locatie, zijn er doorgroeimogelijkheden en is het bedrijf goed bereikbaar?

Tot slot vraag je altijd naar het salaris. In slechts 16% van de vacatureteksten staat het salaris vermeld. En dit terwijl 40% van de mensen wegkijkt wanneer ze niet gemakkelijk kunnen zien wat de functie hen qua salaris oplevert.

WORK WITH A SMILE!





DE IDEALE INDELING

We hebben hiervoor besproken wat er allemaal in een vacaturetekst zou moeten staan, maar hoe deel je deze tekst vervolgens in? Hieronder vertellen we wat wij zien als de ideale indeling.

Intro

Een vacaturetekst begint met een korte introductie waarin je de aandacht van de lezer probeert te trekken. In ongeveer vier zinnen trigger je de aandacht van de lezer en nodig je hem of haar uit om verder te lezen. Wij gebruiken graag vragen, zoals bijvoorbeeld: 'Heb jij een servicegerichte instelling en geef jij net dat beetje extra om een klant tevreden te maken?'.

Inhoud functie

Dit is misschien wel het belangrijkste onderdeel van de vacaturetekst: wat gaat de kandidaat doen in deze rol? Probeer een goede omschrijving te creëren, waarmee je de lezer echt een kijkje in deze functie geeft.

Wat brengt de kandidaat met zich mee?

Hier zoom je in op de functie eisen, zoals opleidingsniveau en certificaten. Wij maken hier altijd gebruik van bulletpoints om overzicht te creëren.

Wat krijgt de kandidaat hiervoor terug?

Ook dit onderdeel is heel belangrijk: wat krijgt de kandidaat in ruil voor zijn inzet? Hier benoem je onder andere het salaris, secundaire arbeidsvoorwaarden en bijvoorbeeld andere leuke uitjes.

Contactpersoon

Sluit af met een trigger zoals: 'Wil jij aan de slag als Marketeer?' en benoem de contactpersoon voor deze vacature, plus zijn of haar contactgegevens.





ZES SPRANKELENDE TIPS

1. Schrijf zoals je praat

Via een tekst kun je al aardig wat meekrijgen over hoe het er in een organisatie aan toe gaat en hoe er in een organisatie gecommuniceerd wordt. Gebruik dus een tone of voice die bij jouw organisatie past.

2. Wees eerlijk

Maak het bedrijf en de functie niet mooier dan het is. Ja, je krijgt misschien meer sollicitaties, maar door het vertekende beeld kunnen de verwachtingen afwijken van de realiteit. Focus je op die goede match!

3. Gebruik een standaard functietitel

Heel leuk, al die moderne functietitels zoals 'sales tijger' en 'creatieve duizendpoot'. Maar wist je dat Google dit afstraft? Omschrijf de functie dus zo goed mogelijk in de titel. Gebruik Google Trends om te kijken op welke functietitel het meest gezocht wordt.

4. Maak de eisenlijst niet te lang

Dit schrikt mensen af. Schrap de 'geen 9 tot 5 mentaliteit' dus maar meteen. Benoem alleen de echte eisen, zoals vereiste opleiding en beschikbaarheid.

5. Benoem het salaris

Voor veel bedrijven is dit toch nog een taboe, maar het benoemen van het salaris helpt onwijs met het scheppen van verwachtingen en kan zo latere teleurstellingen voorkomen. Ook waarderen kandidaten het heel erg, omdat ze weten waar ze aan toe zijn.

6. Lees de tekst na en voorkom spelfouten

Er is geen grotere afknapper denkbaar dan spelfouten in een vacaturetekst. Haal de spellingcheck van Word eroverheen - een kleine moeite, maar zo voorkom je onnodige fouten.





SUCCEES!

Deze whitepaper heeft je hopelijk wat handvatten gegeven voor het schrijven van een vacaturetekst. Pas onze tips en tricks toe op jouw vacatures en kijk of je zo het conversiepercentage kunt verhogen. Heel veel succes!

Twijfel je over jouw vacature tekst? En wil je dat onze marketing expert jouw tekst voorziet van persoonlijke feedback? Doe dan de Vacature Check op onze website en ontvang gratis terugkoppeling op jouw vacature tekst!

NOG VRAGEN?

Neem gerust contact met ons op!



Jeroen Tenhaeff
Directeur

jeroen@sparklingpeople.nl
023 744 05 04



Tessa Sintenie
Marketeer

tessa@sparklingpeople.nl
023 744 05 04



www.sparklingpeople.nl

info@sparklingpeople.nl

VOLG ONS OOK OP



W**ORK**
WITH
A
SMILE