

Cheat sheet: Recruitment marketing

Start direct met recruitment marketing

Recruitment marketing is een belangrijk onderdeel van het recruitment proces. Je zorgt er met recruitment marketing namelijk voor dat je jouw ideale kandidaat kunt bereiken en verleiden. Essentieel dus om jouw nieuwe collega's te vinden. Deze cheat sheet zet alle belangrijke informatie en actiepunten voor je op een rij.

Wat is recruitment marketing?

Recruitment marketing is het proces van het vinden, aantrekken en verbinden van nieuw talent aan jouw organisatie. Alles binnen recruitment marketing is erop gericht om bekendheid, betrokkenheid en conversie (solliciteren) onder potentiële kandidaten te verhogen. Met recruitment marketing zorg jij er als recruiter voor dat je de juiste kandidaat vindt en verleidt voor de functie die je bij jouw organisatie moet vervullen.

Een recruitment marketing strategie in 4 stappen

Stap 1: stel doelen op

Zonder concrete doelen geen gedegen strategie. Dus denk er eens over na wat je precies wil bereiken met je campagne.

☐ Ik heb heldere doelen opgesteld voor recruitment marketing



Voorbeelden van doelen voor recruitment marketing:

- Kwalitatieve kandidaten aantrekken
- Het aantal sollicitaties verhogen
- Het aantal kandidaten in jouw database vergroten
- Time-to-hire verlagen
- Cost-per-hire verlagen

Stap 2: definieer de functie(s) waar je kandidaten voor zoekt

Precies weten hoe de rol eruit ziet waarvoor je werft verfijnt je recruitment marketing proces. Daarnaast wordt het veel makkelijker om een vacaturetekst te schrijven als je in detail weet hoe je openstaande functie eruit ziet.

- ☐ Ik heb een overzicht van de functie(s) waarvoor ik kandidaten zoek
- ☐ Ik zit op één lijn over de invulling van deze functie(s)
- ☐ De kwalificatieniveaus zijn bekend per functie
- ☐ De verwachtingen zijn helder per functie
- ☐ Er is een Employer Value Proposition opgesteld
- ☐ Ik weet wat mijn organisatie sollicitanten te bieden heeft

Stap 3: Ontwikkel voorbeeldpersonen (persona's)

Je weet nu wat de functie is waarvoor je een kandidaat zoekt. Nu is het óók prettig als je al voor ogen hebt wat voor soort persoonlijkheid daarin past.

- ☐ Ik heb helder wie past binnen het team
- ☐ Ik zit op één lijn met het team over wie we zoeken
- ☐ Ik weet welke eigenschappen de ideale kandidaat bezit
- ☐ Ik heb persona's ontwikkeld die ik voor recruitment kan inzetten



Stap 4: Kies je (social media) kanalen

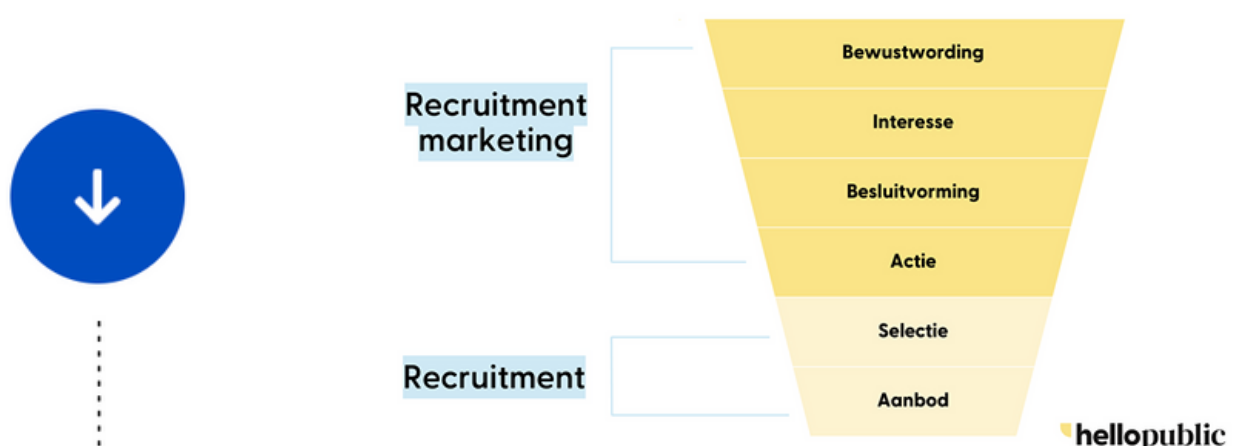
Met je persona's achter de hand weet je wie je ideale kandidaten zijn en wat ze belangrijk vinden. Zo bepaal je ook waar je deze kandidaten online kunt vinden en aantrekken.

- ☐ Ik heb onderzoek gedaan naar de verschillende achtergronden, ervaring en demografie van mijn potentiële kandidaat
- ☐ Ik weet hoe deze persoon de vrije tijd online en offline besteedt
- ☐ Ik weet welke (online en offline) kanalen ik kan inzetten om deze kandidaat te bereiken

Aan de slag!

Je hebt nu een gedegen strategie opgesteld en hebt een helder beeld van de kandidaten die je zoekt. Tijd om aan de slag te gaan met de uitvoering van jouw strategie.

Laten we dat recruitment marketing proces eens een stukje kleiner maken. Er bestaan namelijk vier fasen die een kandidaat doorloopt binnen het recruitmentproces. Je kandidaat bevindt zich opeenvolgend in de fasen bewustwording, interesse, besluitvorming en actie (solliciteren). Een aantal elementen zijn belangrijk om jouw kandidaat door de fases heen te begeleiden.



Fase 1: bewustwording - Creëer het visitekaartje van de organisatie

Om ervoor te zorgen dat kandidaten weten wie jouw organisatie is en daar een goed beeld bij kunnen vormen, is het belangrijk dat het visitekaartje klopt.

- ☐ Ik heb voldoende authentiek beeldmateriaal van mijn organisatie
- ☐ Ik heb voldoende authentiek beeldmateriaal van de medewerkers
- ☐ Ik heb een werken-bij-site die ik kan inzetten voor employer branding en recruitment
- ☐ Alle uitingen voldoen aan de branding van de organisatie
- ☐ Mijn communicatiemiddelen geven een authentiek en kloppend beeld van de organisatie

Fase 2: Interesse vergroten - content plan

Als het visitekaartje klopt, is het tijd om content in te zetten om interesse bij de potentiële kandidaat te vergroten. Dit doe je bijvoorbeeld door verschillende typen content in te zetten en het verhaal van jouw organisatie te vertellen.

- ☐ Ik heb een consistent content plan, waarmee ik potentiële kandidaten gedurende een langere periode met gevarieerde content kan bereiken
- ☐ Ik heb foto's, video's, podcasts en/of artikelen die ik kan inzetten om potentiële kandidaten mee te nemen in het verhaal van mijn organisatie
- ☐ Ik heb content waarin medewerkers van mijn organisatie aan het woord zijn over hoe zij hun werk ervaren



Fase 3: besluitvorming - inhoudelijke informatie over de functie

Je hebt de interesse van de potentiële kandidaat gewekt. Tijd om de kandidaat dieper mee te nemen in een openstaande functie.

- ☐ Ik heb de sterke punten vanuit de Employer Value Proposition verwerkt in mijn vacaturetekst(en)
- ☐ Mijn vacatureteksten zijn inclusief
- ☐ Ik heb mijn vacaturetekst(en) laten checken
- ☐ De vacature geeft een goed beeld van alle arbeidsvoorwaarden
- ☐ De voordelen en extra's worden benoemd in mijn vacaturetekst
- ☐ Onnodige kwalificaties en eisen zijn geschrapt uit de vacature
- ☐ De salarisindicatie is bekend

Fase 4: Actie! Jouw ideale kandidaat laten solliciteren

Solliciteren kan veel tijd kosten voor een kandidaat. Zeker als deze kandidaat al een baan heeft, kan het lonen om de drempel tot solliciteren te verlagen.

- ☐ Mijn sollicitatieproces is gemakkelijk voor de kandidaat
- ☐ Ik vraag geen onnodige informatie uit
- ☐ Ik ben beschikbaar om de kandidaat tijdens het sollicitatieproces te begeleiden
- ☐ Ik heb alle tools beschikbaar om het sollicitatieproces gemakkelijk, snel en efficiënt voor de kandidaat af te handelen (ATS)

Ben jij klaar om jouw ideale kandidaat te verleiden tot solliciteren? Onze experts staan voor je klaar om je te begeleiden. Heb jij een prangende wervingsvraag of heb je hulp nodig bij één van de bovenstaande elementen? Neem vrijblijvend contact met ons op. We kijken graag met je mee!



De lokale overheid als beste werkplek

Dat doen we samen met jou!

Hellopublic heeft ruim twintig jaar ervaring op het gebied van werving voor de lokale overheid. Daarom weten we dat lokale overheden fantastische werkgevers zijn. Ons doel is dan ook: de lokale overheid de populairste werkgever van Nederland maken.

Meer weten?

Zin om aan de slag te gaan en jouw gemeente neer te zetten als de tofste werkplek? Neem dan gerust contact met ons op, dan lopen we samen door de opties heen.



020-2611260



info@hellopublic.nl



www.hellopublic.nl



**Koningin Wilhelminaplein 1, 5e etage
1062 HG, Amsterdam**