


Ouderwetse media als kranten, televisie, radio en billboards zijn nog steeds te gebruiken om potentiële werknemers te bereiken. Een grote verandering hierbij is wel dat offline media tegenwoordig vaak gebruikt worden om geïnteresseerden naar de website van het bedrijf te leiden. Recruitment-Specialist Peer Goudsmit: “Denk hybride. Negen van de tien keer kijkt een sollicitant eerst op je website, of je nu offline adverteert of online. En dat geldt ook voor reageren. Het aantal sollicitaties per post is minimaal. Maar welke methode je ook gebruikt, de basisvraag blijft, waar is de doelgroep? Daarna bepaal je het medium of de media waarmee je de doelgroep wilt bereiken.” Bundelen Aan uitspraken als ‘print is dood’ moeten we volgens Goudsmit geen waarde hechten. Het zal wel nog minder worden dan het nu is, maar mensen blijven kranten en bladen lezen. “Nog altijd zijn recruitment agencies succesvol met het bundelen van hun vacatures en deze in vakbladen te plaatsen.” Bij het inzetten van bureaus kan het voordeel bieden om met een bureau n zee te gaan dat gespecialiseerd is in jouw branche. Een andere vorm van offline werving is via events. Dit kunnen carrièrebeurzen zijn waar verschillende bedrijven komen, maar ook open dagen inhouse of op locatie, zoals defensie die regelmatig houdt. “Het is een gelegenheid om in persoon een relatie op te bouwen met mogelijk nieuwe medewerkers, maar daarbij is de kwaliteit van de recruiter in de stand essentieel. Die is namelijk de verkoper van het bedrijf aan de arbeidsmarkt. Zorg ervoor dat je daar een aansprekend persoon hebt staan, makkelijk contact legt. Te vaak kijken medewerkers weg als iemand om informatie komt vragen.” Reputatie Ook werven via het eigen netwerk ook een veelgebruikt middel. Het niveau van kandidaten ligt veelal hoog, want we raden niet gauw iemand aan waar we geen vertrouwen in hebben. Dat schaadt onze eigen reputatie. Maar we kunnen er volgens Goudsmits nog meer profijt mee behalen. “Vaak weet iemand die dezelfde functie doet als waar je iemand voor zoekt het beste waar geschikte mensen zitten.” Zo is het aan te raden om te informeren naar alumni-netwerken en vakverenigingen. “Maar,” benadrukt Goudsmit, “het belangrijkste is dat je vooraf goed bedenkt wie je zoekt, a verder dan een plat functieprofiel. En baseer op een volledige intake met vacaturehouder en interne stakeholders wie en waar je gaat zoeken.”

Peer Goudsmit



 +31 6 28566610

 goudsmit@peersearch.nl

 www.peersearch.nl www.peersearch.com

 www.linkedin.com/in/toprecruiter

 www.twitter.com/peergoudsmit

 www.facebook.com/peergoudsmit

 www.peerrecruitment.com