



www.bureauvet.nl

INBOUND RECRUITMENT

LAAT PERSONEEL JÓU VINDEN IN PLAATS VAN JIJ HEN



INHOUD

Recruitment en Inbound Marketing, twee totaal verschillende werelden. Of toch niet? Wat als je de Inbound Marketing-methode nou eens toe zou passen op het werven van kandidaten? Dát is Inbound Recruitment: jouw potentiële kandidaten jouw bedrijf laten

vinden in plaats van dat jij op zoek moet gaan naar de juiste kandidaat. In deze whitepaper leggen we je uit wat Inbound Recruitment is en hoe jij het toe kunt passen in jouw bedrijf.

- 1 Inbound Recruitment
- 2 Wat is Inbound Recruitment
- 3 Inbound Recruitment vs. traditionele Recruitment
- 4 De Inbound Recruitment-strategie
- 5 De eerste Inbound Recruitment Campagne

INBOUND RECRUITMENT

Voor bedrijven binnen elke branche is het een herkenbare uitdaging: het juiste personeel binnenhalen. Want met jou, zijn er tig andere bedrijven die op zoek zijn naar de juiste kandidaat. Hoe val je op tussen alle andere vacatures? En hoe zorg je er dan ook nog voor dat de ideale kandidaat bij jou solliciteert?

Bij de meeste bedrijven werkt het zo, dat er pas een vacature wordt uitgezet als er meer werk ligt dan het personeel aan kan: de korte termijn strategie. Je zit dan met een tekort, en dat tekort moet zo snel mogelijk aangevuld worden. De vacature die wordt uitgezet moet zo snel mogelijk bij zoveel mogelijk potentiële kandidaten onder de aandacht gebracht worden. Met andere woorden: je 'pusht' de vacature de wijde wereld in. Grote kans dat jouw ideale kandidaat op dat moment helemaal niet op zoek is naar de vacature die jij aanbiedt. Misschien was jouw ideale kandidaat 2 maanden geleden wél op zoek naar de vacature die jij op dat moment nog niet uit had staan. Omdat deze kandidaat jou op dat moment niet heeft kunnen vinden, heb je een kans gemist. Wat nou als je die kandidaat toen al had kunnen bereiken en je 2 maanden later zélf contact op kan nemen met de kandidaat om aan te geven dat er een passende vacature voor hem of haar beschikbaar is binnen jouw bedrijf?

Dat is nou precies wat je met Inbound Recruitment doet: in plaats van personeel werven op korte termijn, werf je personeel op de lange termijn.



"in plaats van personeel werven op korte termijn, werf je personeel op de lange termijn."

WAT IS INBOUND RECRUITMENT?

Waar tegenwoordig steeds meer mensen bekend zijn met de term Inbound Marketing, is nog lang niet iedereen dat met Inbound Recruitment. Bij Inbound Marketing wordt de doelgroep (of buyer persona) en zijn klantreis centraal gesteld en niet het eigen product. Wanneer je zorgt dat je relevante content online hebt staan die antwoord geeft op de vragen van je prospect, vindt hij jou op het moment dat hij er behoefte aan heeft. Inbound Recruitment volgt hetzelfde principe: waar het bij Inbound Marketing draait om klanten, draait het bij Inbound Recruitment om personeel. Dat betekent dat Inbound Recruitment draait om het creëren en delen van waardevolle content voor potentiële medewerkers. De achterliggende gedachte van deze content is dat jouw ideale medewerker met jou in contact komt, zonder dat je zelf naar ze op zoek hoeft te gaan. Op deze manier bind je potentiële medewerkers al vroegtijdig met jouw bedrijf, met als doel om uiteindelijk de juiste sollicitaties binnen te krijgen.

70% van de werkzoekenden zegt dat ze waarschijnlijk de Facebook-pagina van een bedrijf bezoeken om gevoel te krijgen bij het bedrijf.

- **CareerArc**

76% van de kandidaten is nieuwsgierig: "Wat zouden mijn dagelijkse werkzaamheden zijn?"

- **CareerBuilder**

82% van de kandidaten vindt het belangrijk om meer van het team te zien.

- **Careerbuilder**

INBOUND RECRUITMENT VS. TRADITIONELE RECRUITMENT

We hebben onder 'Inbound Recruitment' al kort geschetst dat er vanuit de vraag van een bedrijf vacatures worden opgezet, die naar de buitenwereld 'gepusht' worden, omdat deze vacatures snel ingevuld moeten worden. Dit noemen we 'Traditionele Recruitment'. Met Traditionele Recruitment bedoelen we het werven van personeel door middel van bijvoorbeeld advertenties en berichten op LinkedIn. Het 'gevaar' is dat je hiermee mensen bereikt die op dat moment helemaal niet zitten te wachten op jouw vacature. Wanneer de mensen die je wel wilt bereiken actief op zoek zijn naar een vacature, ben je wellicht niet meer in beeld en loop je deze potentiële kandidaat mis wanneer je uitsluitend je vacatures pusht wanneer het voor jou urgent is. Een ander 'probleem' op de arbeids-

markt is dat er een overload is aan vacatures. Hoe val je dan nog op als bedrijf? Met Traditionele Recruitment alleen kom je er niet meer. 73% van de kandidaten start hun zoektocht op Google. Met Inbound Recruitment zorg je ervoor dat mensen bij jou uitkomen, doordat je de juiste content biedt die inhaakt op die zoekopdracht. Echter is dat pas het begin. Als de potentiële kandidaat jou gevonden heeft, is hij benieuwd wat voor 'vlees hij in de kuip heeft'. Wat heb je als bedrijf te bieden, welke cultuur is er en wat voor personen werken er? Met de juiste content en conversiepunten, zorg je ervoor dat de potentiële kandidaat zich kenbaar maakt naar jou in plaats van dat jij actief op zoek gaat naar hem.

TRADITIONEEL >>

JE DENKT VANUIT HET BEDRIJF, KORTE TERMIJN, KANDIDATEN WORDEN 'KOUD' BEREIKT VIA ADVERTENTIES, LINKEDIN-BERICHTEN

INBOUND >>

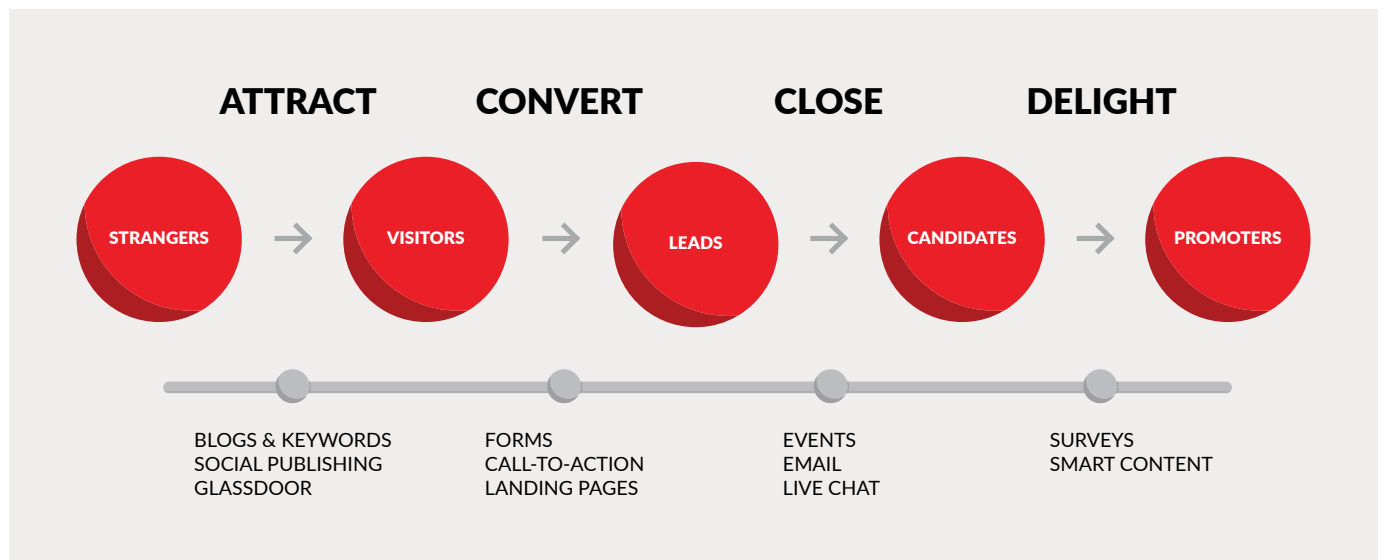
JE DENKT VANUIT DE IDEALE KANDIDAAT, LANGE TERMIJN, KANDIDATEN KLOPPEN ZELF BIJ JE AAN VIA ZOEKMACHINES, REFERRALS, SOCIAL MEDIA EN FORMULIEREN OP JE WEBSITE.

DE INBOUND RECRUITMENT-STRATEGIE

De Inbound Recruitment-strategie gaat verder dan slechts het creëren van content. Het is belangrijk om te bedenken waar jouw ideale medewerker naar op zoek is. Door de juiste content te maken en dit op de juiste plaatsen te publiceren, komen geïnteresseerde

werkzoekenden (soms onbewust) met jouw bedrijf in aanraking wanneer zij hiernaar op zoek zijn.

De inbound Recruitment-methode bestaat uit verschillende fases:



Fase 1: Trek bezoekers naar je website

Om een solide stroom aan potentiële kandidaten te krijgen, is het belangrijk dat je deze naar jouw bedrijf toe trekt. Dit doe je bijvoorbeeld met blogs die gericht zijn op het zoekgedrag van de potentiële kandidaat, met Social (LinkedIn) of door het publiceren van een vacature op de juiste vacaturesite.

Fase 2: Converteren van bezoekers naar leads

Wanneer de bezoekers via jouw content op je website terecht zijn gekomen, wil je weten wie deze bezoekers zijn. Je zorgt er met relevante content voor dat bezoekers hun gegevens willen achterlaten.

Fase 3: Van je leads kandidaten maken

Nu je weet wie je leads zijn, kun je er voor zorgen dat je leads ook daadwerkelijk kandidaten worden. Doordat ze direct kunnen solliciteren, of doordat jij ze laat weten wanneer er een geschikte vacature voor hen vrijkomt.

Fase 4: Maak promotors van je medewerkers

Je medewerkers kunnen het beste vertellen hoe het is om bij jouw bedrijf te werken. Als zij het naar hun zin hebben, vertellen ze dat door aan de buitenwereld. Dit kun je doen door middel van online content, die weer bijdraagt aan het aantrekken van nieuwe kandidaten.

DE EERSTE INBOUND RECRUITMENT-CAMPAGNE

In een Inbound Recruitment-campagne creëer je content die gericht is op de complete reis die je kandidaat aflegt: van het eerste bezoek aan je website tot aan het daadwerkelijk solliciteren. De Inbound Recruitment-methode pas je dus toe in iedere Inbound Recruitment-campagne. Om gerichte content te kunnen schrijven en de juiste potentiële kandidaten te bereiken, stel je doelstellingen en een klantprofiel (kandidaatprofiel) op. Daarna bepaal je welke content je creëert en op welke kanalen je deze uitzet.

Kort samengevat bestaat iedere campagne uit de zoals hiernaast aangegeven stappen

Met slechts één campagne ben je er niet. Inbound Recruitment is een langetermijnstrategie: hoe meer content campagnes je opzet, hoe beter je gevonden wordt.

STAP 1

Stel realistische doelstellingen op

STAP 2

Breng je ideale medewerker(s) in kaart

STAP 3

Creëer content voor iedere fase van de Inbound Recruitment-methodologie

STAP 4

Zet de content uit op de juiste kanalen.

CONCLUSIE

Inbound Recruitment is een langetermijnstrategie en heeft tijd nodig om te groeien. Hoe meer tijd en energie er wordt geïnvesteerd, hoe meer potentiële kandidaten er bereikt worden. Inbound Recruitment is een strategie die ingezet kan worden bij zowel uitzendbureaus, als bedrijven die op zoek zijn naar medewerkers om verder te kunnen groeien.

Aan de slag met inbound recruitment?

Heeft jouw bedrijf behoefte aan een solide stroom aan potentiële kandidaten? Dan kan Inbound Recruitment voor jou de uitkomst bieden. Meer weten? [Neem contact met ons op](#), of vraag direct een Workshop Inbound Recruitment aan.

WORKSHOP AANVRAGEN

**Bureau Vet - Amsterdam**

Rijnstraat 170
1079 HS Amsterdam

T 020 45 62 533

E info@bureauvet.nl

W www.bureauvet.nl

Openingstijden

Op afspraak.

Bureau Vet - Nijmegen

Keizer Karelplein 32E
6511 NH Nijmegen

T 024 21 22 099

E info@bureauvet.nl

W www.bureauvet.nl

Openingstijden

Maandag t/m vrijdag
08:30 - 17:00 uur

Afdelingen:

Marketing marketing@bureauvet.nl

Website support website@bureauvet.nl

Sales sales@bureauvet.nl

Facturen facturen@bureauvet.nl

Algemeen info@bureauvet.nl