

# 5 TIPS VOOR EEN EFFICIËNTE PERSONEELSWERVENING AAN HET MKB

## 1 Maak een volledig functieprofiel

Een goed begin is het halve werk. Dit is uiteraard ook zo bij het werven van personeel. Zorg er altijd voor dat je vooraf goed in kaart hebt wie je zoekt en maak van diegene een uitgebreid functieprofiel. Als je niet veel ervaring hebt met het werven van personeel, rijst natuurlijk al snel de vraag: wat moet ik allemaal in een functieprofiel vermelden?

Het begint allemaal bij een aansprekende maar vooral duidelijke titel. Vervolgens ga je kijken naar de structuur. Doorgaans wordt gestart met een functieomschrijving, hierin vermeld je de taken en verantwoordelijkheden die de toekomstige medewerker zal krijgen. Daarna vervolg je met de functie-eisen: over welke diploma's, vaardigheden en competenties dient de kandidaat te beschikken? Er zijn meer kapers op de kust, daarom is het belangrijk dat men zich onderscheidt van de rest. Omschrijf de unieke bedrijfscultuur en arbeidsvoorwaarden. Waarom zou een kandidaat juist voor jouw organisatie moeten kiezen?

## 2 Stel een plan van aanpak op

Als MKB'er heb je het bij tijd en wijle erg druk. De werving is een bijkomstigheid naast jouw oorspronkelijke taken. Het is daarom van groot belang dat je een plan van aanpak en tijdsduur opstelt voor de werving. Als voorbeeld kijken we naar een tijdspanne van één maand.

- Week 1: Vacature publiceren
- Week 2: Functie naam veranderen en eventueel opnieuw plaatsen
- Week 3: Selectie maken en gesprekken plannen
- Week 4: Gesprekken en keuzes maken



Wil je meer informatie over online werving ontvangen? Neem dan vrijblijvend contact met ons op via 043-3560106 of stuur een E-mail naar: [vacature@banenrijklimburg.nl](mailto:vacature@banenrijklimburg.nl)

De indeling is uiteraard afhankelijk van de situatie. Wel is het goed om duidelijk te hebben wanneer de nieuwe medewerker uiterlijk in dienst moet zijn. Hiermee wordt ook voorkomen dat er te lang wordt gezocht naar de 'perfecte' kandidaat. Verder is het handig om afspraken te maken wie als aanspreekpunt fungeert voor sollicitanten, wie de ontvangstbevestiging stuurt, wie de gesprekken inplant en wie de gesprekken afneemt.

### 3 Zet de juiste wervingskanalen in

Wanneer je een vacature uitzet wil je graag de juiste doelgroep bereiken. Tegenwoordig zijn er tal van mogelijkheden om een vacature onder de aandacht te brengen. Een veel gebruikte methode onder het MKB blijft het gebruik maken van de eigen connecties. Verder kun je kiezen uit adverteren in de krant of online promotie via bijvoorbeeld een vacature website. De jeugd kun je echter niet bereiken met de krant, deze lezen zij nauwelijks. Voor snelle kostenefficiënte respons is online werving een gedegen methode. Een waardevolle tip hierbij is: wed op meerdere paarden. Meer bereik staat vaak namelijk inherent aan meer respons.

### 4 Stuur een ontvangstbevestiging

Kandidaten nemen moeite om te solliciteren op de functie. Om deze reden wordt het sterk aangeraden om een ontvangstbevestiging te sturen. Geef hierin aan dat de sollicitatie in goede orde is ontvangen en binnen hoeveel dagen je er op terugkomt. Op deze manier hebben sollicitanten het gevoel dat ze serieus genomen worden. Wanneer je niet reageert op een sollicitatie, kan dit als gevolg hebben dat jouw imago negatief beïnvloed wordt.

### 5 Evalueer de werving

In de evaluatiefase wordt teruggekeken op het verloop van het wervingsproces. In de praktijk wordt dit veelal overgeslagen, waardoor er achteraf vaak weinig bekend is van wat het proces heeft opgeleverd. Wat ging goed en wat ging mis? Wat was de respons en hoeveel ervan was bruikbaar. Daarnaast is het ook verstandig om bij te houden via welke kanalen de sollicitanten hebben gereageerd. Door te evalueren zorg je dat een goede werving wordt gewaarborgd en dat mindere punten in de toekomst verbeterd kunnen worden.

