



RECRUITMENT MARKETING PLAYBOOK

Van Beginner Naar Professional In 5 Stappen.

VONQ.

PLAYBOOK
Mei 2018

Wil je meer weten?
Stuur een email naar
Hello@vonq.com - www.vonq.com/nl



RECRUITMENT MARKETING IS NIET LANGER DE TOEKOMST, HET IS NU.

“70% van de bedrijven willen het komende jaar investeren
in **Recruitment Marketing.**”



EEN GROTE VERSCHUIVING IN DE MANIER WAAROP WE RECRUITEN.

"86% van de HR professionals zijn het erover eens
dat recruitment veel meer **op marketing**
begint te lijken."

Gartner Customer 360 Summit

VOORHEEN:

VS

NU:

- Traditioneel mediagebruik
- Hoofdzakelijk vacaturesites
- Slechts één plek om je kandidaten op te targeten
- Vooraf geplande tijdsperiode online op mediakanalen
- Communicatie als éénrichtingsverkeer

BESLISSINGEN OP BASIS VAN EEN GUT FEELING!

- Oneindig veel mogelijkheden van het Internet
- Niche vacaturesites, online communities, social mediakanalen, etc.
- One size (doesn't!) fits all
- Talent is 24/7 online!
- Social Media vraagt volledige transparantie

BESLISSINGEN GEBASEERD OP DATA!

INHOUDSOPGAVE

p. 04 STAP 1: GA AAN DE SLAG MET RECRUITMENT MARKETING

p. 07 STAP 2: STEL DUIDELIJKE DOELEN

p. 09 STAP 3: BOUW AAN JE RECRUITMENT MARKETING STRATEGIE

Candidate journey stap 1: Creëer *awareness*

Candidate journey stap 2: Wek *interesse*

Candidate journey stap 3: Spoor aan tot *consideration*

Candidate journey stap 4: Zorg voor *conversies*

p. 16 STAP 4: MEET SUCCES

p. 19 STAP 5: LEER VAN DE BESTE

p. 24 READY, SET, GO!

STAP 1:

GA AAN DE SLAG MET RECRUITMENT MARKETING.

Voordat we je vertellen hoe je je strategie kunt bepalen, gaan we het eerst hebben over de definitie van Recruitment Marketing.

FIRST THINGS FIRST: RECRUITMENT MARKETING VANDAAG DE DAG.

In de **contentrijke** wereld van vandaag de dag, waar de concurrentie voor het aantrekken en behouden van talent zwaarder is dan ooit, biedt **inbound recruitment marketing** recruiters de mogelijkheid om hun **doelgroep** te bereiken op een efficiënte manier en om effectief interesse te wekken in het werkgeversmerk.”

Ben **Gledhill** - Head of Resourcing at **Yodel**

YODEL

WAT IS RECRUITMENT MARKETING_

Recruitment Marketing geeft een andere wending aan het hedendaagse recruitmentlandschap.

De vierde component van de recruitmentmix - Recruitment Marketing - gaat verder dan alleen simpelweg het juiste talent voor je huidige openstaande vacature vinden. In plaats daarvan zorgt het ook voor een boost van je employer brand om je te helpen gekwalificeerde kandidaten te targeten: sneller en goedkoper.



TIP_

We hebben ons verdiept in de voors en tegens van alle vier de componenten van de recruitmentmix - Employee referral programs, Sourcing, W&S-bureaus en Recruitment marketing - en hebben een volledig overzicht voor je samengesteld.

[DOWNLOAD DE GRATIS WHITEPAPER](#)

VONQ.



Employee Referral Programs
Recruitment = Netwerken

VONQ.

Smart Recruitment Marketing
Recruitment = Marketing



W&S- bureaus
Recruitment = Partnerships



Sourcing
Recruitment = Sales

A man with a beard, wearing a plaid shirt, is standing in profile and writing on a whiteboard with a marker. The background is a solid blue color.

STAP 2:

STEL DUIDELIJKE DOELEN.

Begin met het opstellen van duidelijke doelen.

SCHETS JE RECRUITMENT MARKETING STRATEGIE RONDOM JE BELANGRIJKSTE DOELEN_

Je doelen stellen aan de hand van je top KPI's, zoals je Quality of Hire, Cost per hire en Time to Hire, helpt je deze doelen gericht te bereiken. Er bestaat geen 1-size-fits-all oplossing In Recruitment Marketing. Terwijl de meeste recruitmenttechniek en slechts focussen op het vinden van een nieuwe hire in een korte tijd, kan Recruitment Marketing je ook helpen meer complexe recruitmentdoelen te bewerkstelligen, zoals het versterken van je employer brand.

Afhankelijk van de complexiteit van je recruitmentuitdaging, kan Recruitment Marketing je helpen op verschillende niveaus:

A. Organisatieniveau

Zorg dat meer potentiële kandidaten jouw bedrijf als werkgever willen.

B. Doelgroepniveau

Verhoog awareness binnen een specifieke doelgroep.

C. Vacatureniveau

Krijg een hoger aantal gekwalificeerde kandidaten.

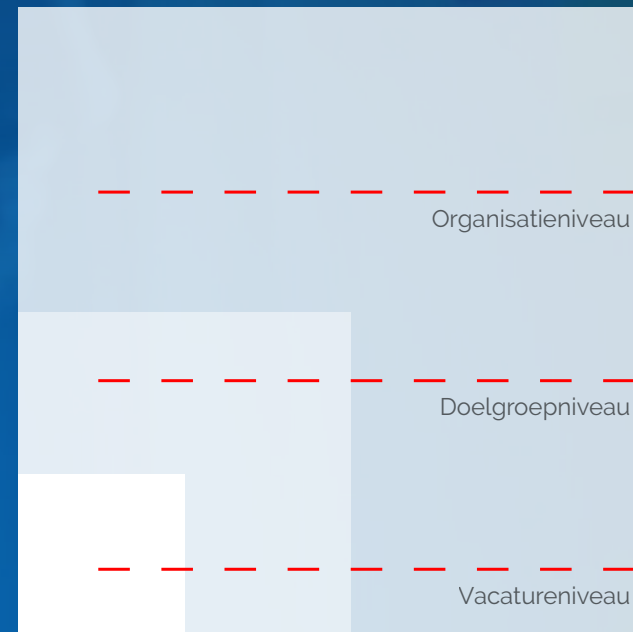


TIP_

Je kan besluiten om op een bepaald doel te focussen of om aan meerdere doelen tegelijk te werken. Vaak wanneer je focust op het versterken van je employer brand, verhoog je ook de awareness binnen een specifieke doelgroep en trek je meer *high qualified candidates* aan. Door het bereiken van (1 van) deze doelen, zullen ook jouw top 3 KPI's verbeteren, namelijk je *Quality-of-Hire*, *Cost-per-Hire* en *Time-to-Hire*. Meer weten?

[LEES MEER OVER HET VERBETEREN VAN JE 3 TOP KPI'S](#)

COMPLEXITEIT



INVESTMENT

*De **complexiteit** van de campagne en de **hoogte van de investering** neemt ieder niveau toe, met **organisatieniveau** als meest complexe met de hoogst benodigde investering.

The background image shows two people, a man and a woman, in a meeting. The man is on the left, wearing a plaid shirt, and the woman is on the right, wearing glasses and a light blue shirt. They are standing in front of a whiteboard with various diagrams and text. The entire image is covered with a semi-transparent blue overlay.

STAP 3:

BOUW AAN JE RECRUITMENT MARKETING STRATEGIE.

Het is tijd om te leren hoe je kandidaten zo goed mogelijk kan opwarmen.

VAN POTENTIËLE KANDIDAAT NAAR EEN GEKWALIFICEERDE SOLLICITANT

Wanneer je eenmaal duidelijke doelen hebt gesteld, kan je beginnen met het bouwen van je Recruitment Marketing campagne. Dit betekent dat je, dankzij verschillende recruitmenttechnieken, kunt schetsen hoe je je potentiële kandidaten zo goed mogelijk kan bewegen - van potentiële kandidaat tot gekwalificeerde sollicitant.

Afhankelijk van je belangrijkste recruitmentdoelen zijn er verschillende Recruitment Marketing tools die je kunnen helpen. Hier zullen we kijken naar het opwarmen, oftewel het nurturen, van kandidaten om ze uiteindelijk te laten converteren naar een sollicitant: de zogenoemde *candidate journey*.

Het doel van het nurturen van kandidaten is om ze door de **Candidate Journey** funnel te trekken, waardoor ze overgaan op de laatste stap: Solliciteren op jouw vacature. De volgende 4 stappen kunnen je helpen bij het nurturen van kandidaten:

STAP 1: Creëer *awareness*

STAP 2: Wek *interesse*

STAP 3: Spoor ze aan tot *consideration*

STAP 4: Zorg dat ze overgaan op *conversie* (sollicitatie)



MAAR EERST, JE DOELGROEP!

Talent kan de functie uitvoeren, maar alleen het juiste talent springt er echt in uit. Zorg daarom dat je een goed inzicht hebt in jouw ideale kandidaat door een **candidate persona te schetsen**. *Wat is het online gedrag van jouw ideale kandidaten?* en *Welke mediakanalen gebruiken ze het meest?* zijn slechts enkele vragen die je moet beantwoorden voordat je begint met het nuturen van deze kandidaten.

“In Recruitment Marketing is het van groot belang om je doelgroep zo goed mogelijk te begrijpen. Je begint bij onderzoek doen en het opstellen van een candidate persona waarna je vervolgens content creëert om die specifieke persona te engagen.”

Simon Rutter - Global Strategic Employer Brand & Communications Director bij Takeda.



TIP

Om een Candidate Persona op te stellen kun je beginnen met het **analyseren van je netwerk**. Platforms als LinkedIn zijn de perfecte manier om dit te doen. Check profielen van personen die soortgelijke functies vervullen. Zoek vervolgens gelijkenissen in werkervaring en opleiding, van welke groepen ze lid zijn, welke influencers ze volgen, wat voor type content ze delen en wat ze interessant vinden. Dit zorgt ervoor dat je soortgelijke potentiële kandidaten op de juiste manier kunt aanspreken wanneer je je vacature distribueert.

VONQ.

KANDIDATEN GEDRAGEN ZICH VERSCHILLEND ONLINE

IT DEVELOPER



reddit



stackoverflow
TALENT



GitHub



Technojobs

MARKETEER

Marketing Week



LinkedIn

Pinterest



we
are
social

Instagram

STAP 1

VAN DE CANDIDATE JOURNEY: CREËER AWARENESS

In de **awareness fase** wil je zorgen dat potentiële kandidaten je beginnen op te merken. Vertel ze daarom meer over waar jouw bedrijf voor staat en laat ze weten dat je op zoek bent naar talent.

"75% VAN DE WERKZOEKENDEN
BESTUDEERT EERST HET
EMPLOYER BRAND VOORDAT
ZE SOLLICITEREN OP EEN
VACATURE."

"62% VAN DE WERKZOEKENDEN
BEZOEKT EERST DE SOCIAL
MEDIAKANALEN VAN EEN
BEDRIJF OM ONDERZOEK TE DOEN
NAAR HET EMPLOYER BRAND"

STAP 2

VAN DE CANDIDATE JOURNEY: WEK INTERESSE

Hier is het belangrijk om een duidelijk antwoord te hebben op de vraag: *Waarom zouden potentiële kandidaten bij jouw bedrijf willen werken?* Met andere woorden, help potentiële kandidaten beslissen of jouw bedrijf de juiste keus is voor hen.

Vertel de wereld waar jouw bedrijf voor staat door je verhaal te vertellen op een manier die potentiële kandidaten aantrekt.

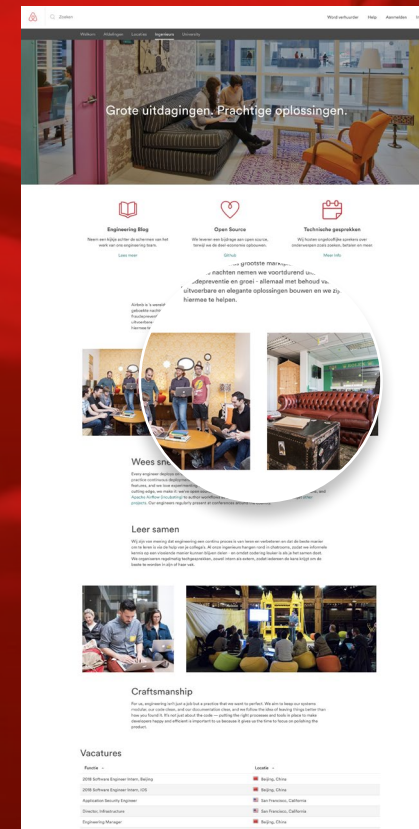
Hoe? Met behulp van relevante content over jouw bedrijf, het liefst verteld door collega's.

VONQ.

HOE AIRBNB SUCCESVOL INTERESSE WEKT

Laten we kijken naar 2 goede voorbeelden van AirBnB, die het voor elkaar kregen om talent aan te sporen om te solliciteren door verschillende landingspagina's aan te bieden met afdelingsspecifieke content.

Engineering afdeling



Data Science Analytics afdeling



STAP 3

VAN DE CANDIDATE JOURNEY: SPOOR ZE AAN TOT CONSIDERATION

Nu moet je tijd investeren in het **aanmoedigen van potentiële kandidaten om te solliciteren**.

Met andere woorden, je moet ze van de *consideration*-fase bewegen naar oprechte interesse in jouw vacatures. Om dit te bereiken moet je de volgende vragen beantwoorden: *Wat zijn de mogelijkheden bij je bedrijf? Naar wat voor soort mensen ben je op zoek? Target je de gewenste kandidaten met de content die je hebt verspreid?*



TIP_

Het is essentieel om ervoor te zorgen dat potentiële kandidaten gemakkelijk op een duidelijke landingspagina terecht kunnen komen waar ze meer informatie krijgen over de specifieke openstaande functie. Houd in gedachte dat de gewenste informatie per doelgroep verschilt: IT Engineers zijn meer geïnteresseerd in de projecten waar ze mee bezig zullen zijn, terwijl Sales Professionals waarschijnlijk meer willen weten over de impact die zij zullen hebben op de business development.

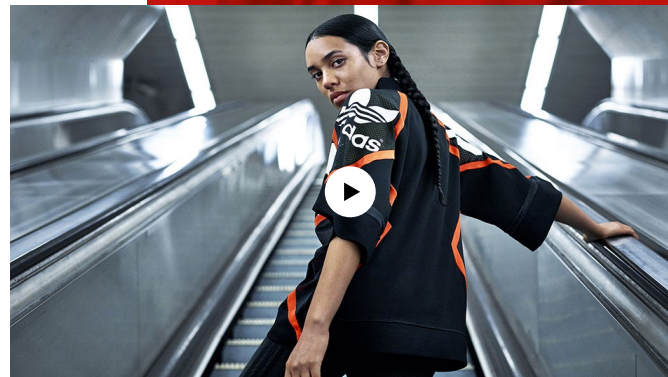
VONQ.

HOE ADIDAS SUCCESVOL AANSPOORT TOT CONSIDERATION

Laten we kijken naar twee goede voorbeelden van Adidas. Zij hebben het voor elkaar gekregen om hun company value proposition duidelijk te communiceren, terwijl ze ads creëren die specifiek gericht zijn op UX (ad #1) en Campaign Manager talent (ad #2).



Ad #1 UX designer



Ad #2 Campaign Manager talent

STAP 4

VAN DE CANDIDATE JOURNEY: ZORG DAT ZE OVERGAAN OP CONVERSIE.

Het is tijd voor de laatste stap om potentiële kandidaten te nurtureren tot sollicitanten. Ten eerste, zorg ervoor dat je content en Call-To-Action buttons allemaal op conversie afgestemd zijn en dat je een toegewijde landingspagina voor elke vacature hebt. Dan is het belangrijk dat je het aantal stappen die kandidaten moeten nemen om hun sollicitatie daadwerkelijk in te dienen vermindert tot een minimum. **Onderzoek** laat namelijk zien dat 75% van de potentiële kandidaten afvalt voordat ze hun sollicitatie daadwerkelijk hebben ingediend.



TIP_

Het aantal kandidaten dat het sollicitatieproces heeft voltooid versus het aantal dat halverwege is afgefallen is belangrijke data. Het aantal mensen dat is afgefallen en waar deze mensen zijn afgehaakt in het sollicitatieformulier zijn belangrijke indicatoren die je vertellen hoe effectief je sollicitatieformulier is. Afhankelijk van je bevindingen kan het nodig zijn om het aantal stappen te verminderen, technische problemen op te lossen, je mobiele weergave te optimaliseren, etc.

EEN CHECKLIST OM JE JOB VACATURE ADVERTENTIE OP TE STELLEN

	CTA BUTTON	AFBEELDINGEN	FUNCTIE TITEL
✓	Duidelijke boodschap die aanspoort tot actie (zoals 'Solliciteer nu!')	Foto's van bestaande werknemers	Makkelijk te lezen lettertype en grootte
✓	Zichtbaar genoeg (niet te klein, geen zwarte of witte button)	(Natuurlijk) lachende mensen	Prominente plaats in de ad



STAP 4:

MEET SUCCES

Je kan niet verbeteren wat je niet meet!

JE KAN NIET VERBETEREN WAT JE NIET MEET.

Nadat je duidelijke doelen hebt gesteld (zie Stap 2), een Recruitment Marketing strategie hebt opgebouwd (Stap 3) en bent begonnen met de implementatie, is het nodig om de resultaten regelmatig te analyseren en te optimaliseren waar nodig.



TIP

Er zijn een paar simpele stappen die je kunt nemen om je recruitmentproces te monitoren, analyseren en verbeteren. Dit zal je in staat stellen om de juiste kandidaat te vinden en tegelijkertijd de Time to Hire en Cost per Hire te verminderen.

Download nu het eBook *Smart Data om Toptalent te bereiken!*

[DOWNLOAD HIER](#)

VONG.



“JE BENT NIET IN STAAT OM HET SUCCES VAN JE RECRUITMENTUITINGEN EN METEN WANNEER JE NIET EERST **DUIDELIJKE DOELEN** HEBT GESTELD.

DOE JE DIT WEL, DAN BEN JE OOK IN STAAT OM JE VERSCHILLENDE RECRUITMENT CAMPAGNES TE VERGELIJKEN OM TE ZIEN WAT WERKT EN WAT NIET.”

Dustin Wilshire - Senior Manager Talent Acquisition
Global Operations bij Adidas



CAMPAGNE- RESULTATEN

Afhankelijk van de doelen die je hebt gesteld in stap 2, kan je zowel snelle resultaten verwachten (op vacatureniveau) als resultaten op de lange termijn (op organisatie niveau). Dit zijn voorbeelden van resultaten die je per niveau kunt verwachten:

Employer Branding & Zichtbaarheid

- Meer awareness binnen jouw specifieke doelgroep
- Een grotere voorkeur voor jouw bedrijf als werkgever

Recruitment

- Een verhoogde kwaliteit van je sollicitanten
- Meer verkeer naar jouw website
- Een hoger aantal sollicitanten

Impressies

Sessies

Job Advertentie views

Sollicitaties

STAP 5:

LEER VAN *BEST PRACTICES*

Laten we kijken waarom anderen Recruitment Marketing inzetten om hun doelen te bereiken.

BEKIJK HOE ANDEREN SUCCESSEN HEBBEN GEBOEKT MET RECRUITMENT MARKETING.

Met behulp van Recruitment Marketing besteed je je recruitmentbudget aan de meest relevante online mediakanalen voor jouw ideale doelgroep. Met als resultaat - gekwalificeerde kandidaten: sneller en goedkoper.

Bekijk wat klanten van VONQ te zeggen hebben over hun directe resultaten en voordelen voor de lange termijn!



Hoe Ennatuurlijk met 5 recruitmentkanalen het aantal sollicitaties met 387% verhoogt



Hoe Nature's Pride de cost per hire met 80% verlaagde.



GoodhabitZ: Internationale expansie met een minimale Time to Hire



Bouwen aan een sterk employer brand in de zorg en tegelijkertijd 3 x zoveel hires genereren!

BEKIJK HOE NATURE'S PRIDE HUN **COST-PER-HIRE MET >80% HEEFT VERMINDERD.**

UITDAGING:

- Behoeftte aan meer talent door exponentiële groei;
- Moeite om gekwalificeerde kandidaten te recruten voor de betreffende doelgroepen;
- De wens om recruitment zelf uit te voeren;

OPLOSSING:

- Job marketing campagne;
- Een recruitment marketing campagne voor een specifieke doelgroep;
- Bouwen aan het employer brand;

RESULTAAT:

- Kortere *Time-to-Hire*
- Lagere *Cost-per-Applicant*
- Genoeg kennis om recruitment zelf uit te kunnen voeren

“Onze grootste winst? - **Volledige controle** over ons recruitmentproces, de mogelijkheid om de **resultaten zelf door te meten** en dit **alles kunnen managen vanuit één plek** – VONQ's Job Marketing Platform”

Carolien **Molenaar** -
Recruiter bij Nature's Pride





BLIJF OP DE HOOGTE VAN DE TRENDS IN RECRUITMENT MARKETING.

Dit zijn de observaties van enkele recruitment gurus' over de ontwikkeling van Recruitment Marketing:

BLIJF OP DE HOOGTE VAN DE TRENDS IN RECRUITMENT MARKETING



"De verfijnde digitale marketingtechnieken die nu beschikbaar zijn maken het mogelijk om online ruis te vermijden en doelgroepen te targeten met enorm veel precisie - een paar jaar geleden leek dit nog totaal onmogelijk."

Matt **Alder**

Recruitment Marketing Expert & Auteur van 'Exceptional Talent'



"Er zijn slechts drie kernelementen in talent demand generation: recruitment marketing, technologie en sourcing. Je hebt recruitment marketeers nodig die weten hoe je potentiële hires kunt engagen door vacaturesites, zoekmachinemarketing, social media en de rest."

Adam **Gordon**

Co-founder & CEO van **Candidate.ID**



"Zelfs vandaag worstelen veel recruitmentteams nog met het meten van de bronnen waar kandidaten vandaan komen, hoeveel ze besteden aan adverteren, hoe effectief hun ingezette recruitmentkanalen zijn en vele andere KPI's die het succes van recruitment marketing bepalen."

Alan **Walker**

Co-founder van **TheTalentFinders**

VONG.



TIP

BLIJF OP DE HOOGTE VAN DE TRENDS IN RECRUITMENT MARKETING

Vond je de tips in dit Playbook handig? Ontvang nu elke week een (Engelstalige) recruitment marketing tip, direct in je inbox.

[KRIJG WEKELIJKSE TIPS](#)



READY, SET, GO!

Hier zijn een aantal tools die je helpen met het opstellen van je Recruitment Marketing Strategie!

HOE DOET JOUW ORGANISATIE HET WAT BETREFT RECRUITMENT MARKETING?

Nu je bekend bent met de 5 stappen ben je klaar om jouw Recruitment Marketing Strategie op te stellen.

VONQ.

RANK YOUR ORGANISATION ON RECRUITMENT MARKETING

NOVICE	BEGINNER	MATURE	ADVANCED
Reactive Gut feeling Manual	Reactive Gut feeling Manual	Reactive Gut feeling Manual	Reactive Gut feeling Manual
Strategic Predictive Automated	Strategic Predictive Automated	Strategic Predictive Automated	Strategic Predictive Automated

PREDICTIVE HIRING

RECRUITMENT MARKETING

EMPLOYER BRANDING

MACHINE LEARNING

PROGRAMMATIC ADVERTISING

CREËER EEN CANDIDATE PERSONA

Gebruik het template om jouw Candidate Persona op te stellen.



Interesses:
Denk aan social media kanalen, specifieke online platforms, enz..

Werkervaring op het gebied van:

Opleiding:
MBO
HBO
WO
Anders,

Aantal jaar ervaring:

Geslacht:

Opleidingsrichting:

Persoonlijkheid:
Social media enthousiast, probleemoplosser, digital native, enz.

Naam:

Leeftijd:

Regio:



Motivaties:
Denk aan salaris, interessante projecten, kans op promotie, erkenning van de manager, enz.

Gedrag:
Waar is je doelgroep aanwezig?
Denk bijvoorbeeld aan LinkedIn of aan specifieke online platformen.

Doelen:
Denk aan een leerzame baan, snelle doorgroeimogelijkheden, enz.

Pijnpunten:
Denk aan een hoge werkdruk, een slechte onboarding, enz.



VAN BEGINNER NAAR PROFESSIONAL

WHAT'S NEXT?

Nu je deze 5 stappen om een Recruitment Marketing Campagne op te stellen hebt doorlopen, kun je zelf aan de slag!

Wil je direct aan de slag maar vind je het lastig waar je moet beginnen? Onze experts helpen je graag! Vraag gratis en geheel vrijblijvend advies aan!

ONTVANG GRATIS ADVIES

VONQ.

PLAYBOOK
Mei 2018

Wil je meer weten?
Stuur een mail naar
Hello@vonq.com - www.vonq.com/nl

Follow us

