



Werving en selectie

Hoe springt u eruit als rekruteerder ?



Werving en selectie

Hoe springt u eruit als rekruteerder?

Inspiratie en tips voor uw actieplan

Digitalisering, ligt u er ook wakker van? Bent u professioneel bezig met werving en selectie en vreest u soms dat u overbodig zult worden? Of bent u eerder het type dat zich niet van zijn melk laat brengen en vooral probeert mee te bewegen op de golven van verandering?

Uit onderzoek dat we samen met Tempera deden, blijkt dat u de belangrijkste schakel blijft. Het is vooral de uitdaging om in te spelen op veranderingen, over het muurtje te kijken en nieuwe dingen uit te proberen.

Dit zijn de zaken die u absoluut moet meenemen uit het onderzoek:

- **Talent is wél vindbaar**
- **Digitaal biedt heel wat mogelijkheden**
- **U bent nog steeds dé spil in werving en selectie**

Lees meer op pagina

- 2
- 5
- 8

Talent is wél vindbaar. Leer nieuwe spelregels hanteren.

‘Er zijn veel jobs, maar we krijgen ze niet ingevuld’, daarover klaagt u waarschijnlijk vaak met uw collega’s aan de lunchtafel. De krapte op de arbeidsmarkt dwingt u om uit de comfortzone te komen, om bestaande spelregels te herschrijven. Maak de mentale shift:

1. De kandidaten zijn aan zet. Niet u, als toekomstige werkgever. De kandidaat leidt de dans in het wervings- en selectieproces. U bepaalt niet langer op uw eentje de voorwaarden van de toekomstige samenwerking.
2. De goede kandidaat is niet langer degene waarvoor de meeste competenties aangevinkt werden, maar degene met het meeste potentieel.
3. Functies zijn niet langer statisch, ze zijn kneedbaar naar wat de kandidaat te bieden heeft.



Wat kunt u concreet doen? Inspiratie uit andere bedrijven

1. Maak werk van een merk

Verwoord heel expliciet waar uw bedrijf het verschil maakt met andere bedrijven. Wat maakt werken voor uw bedrijf anders?

Het Universitair Ziekenhuis van Brussel deed het zo ...

Het UZ bouwde een campagne op rond de vraag: “Hoe maak jij het verschil?”.

In een bevraging bij personeel stelden ze vast dat de meeste collega’s voor het ziekenhuis werken omdat ze ‘echt iets kunnen betekenen voor patiënten’. Het is met die boodschap dat zij kandidaten aantrekken en overtuigen. De campagne heeft heel wat positieve gevolgen gehad.

- De match met de mensen die zich kandidaat stelden was beter, want ze spraken hen aan op waarden
- Ze bereikten kandidaten die voorheen nooit een ziekenhuis als werkgever overwogen hadden
- Het zittend personeel was meer gemotiveerd, want voor hen werd nog eens duidelijk waar zij als medewerker het verschil maken voor patiënten



2. Val op bij de kandidaten die u wilt bereiken

Raak een gevoelige snaar bij potentiële kandidaten, waardoor u opvalt tussen de rest en blijft nazinderen. Maak indruk. Om dat goed te doen, focust u best op één doelgroep die u goed leert kennen.

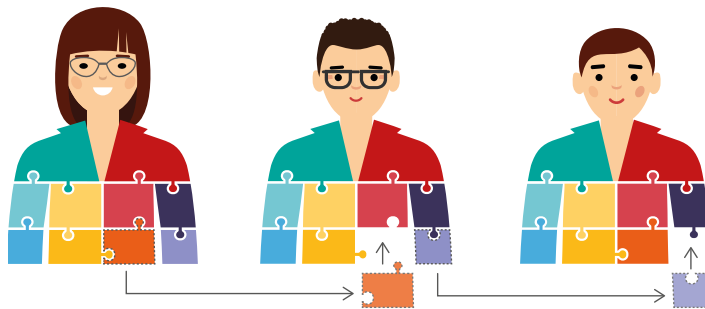
Groep Willemen deed het zo ...

Dit bouwbedrijf zet hard in op het bereiken van pas afgestudeerde jongeren en is daarom aanwezig op jobbeurzen. In 2016 maakten ze gebruik van een VR-bril, waarmee jongeren beleefden hoe het is om op een werf rond te lopen. De acties uitwerken gebeurt samen met jongere collega's, want zij weten best waar hun generatiegenoten van wakker liggen.



3. Herteken jobs zodat ze aansluiten bij de kandidaten die u vindt

Sleutel aan de huidige jobs zodat ze beter aansluiten bij wat u wèl vindt op de arbeidsmarkt. Welke kenmerken mist u vaak bij kandidaten? Welke taken kunt u afsplitsen van een functie om ze te geven aan een collega die er talent voor heeft? Doet u dit, dan bent u – met een duur woord – aan het *jobcraften* of *jobcarven*. U verandert de vijver waaruit u kandidaten vist én u erkent talenten van interne medewerkers door hen taken te geven waar ze goed in zijn.



Aan de slag ... Welke tip neemt u mee om kandidaten nog beter te bereiken ?

Uit het onderzoek destilleerden we de volgende tips.

Welke is haalbaar binnen uw bedrijf?

Welke pakt u vast om verder uit te werken?

Kies uw opleiding



Vul de titel of de opleidingscode in via de zoekfunctie op www.cevora.be



Maak werk van een sterk merk.
Verwoord voor de kandidaat waarom hij bij u zou komen werken en niet bij de concurrent.

De vacature als marketingtool
WS195N



Maak het voor kandidaten heel eenvoudig om te solliciteren. Zorg voor een optimale candidate experience.

Workshop 'candidate experience'
WS1530N



Zoek naar manieren om op te vallen bij de groep kandidaten die u wilt bereiken.



Geef kandidaten duidelijke informatie over de functie , het proces, de loopbaanmogelijkheden, de cultuur van het bedrijf.

Functieprofielen
194N



Focus niet te hard op aanwezige competenties , zoek naar manieren om potentieel, talenten en waarden en normen te 'meten'.

Assessment
1529N

Gratis selectietesten
1528N



Herontwerp functies zodat de vereisten beter matchen met wat interne (en externe) kandidaten te bieden hebben.



Denk ook aan uw interne medewerkers, doe moeite om hen bij u te houden, hun talenten te erkennen en in te zetten én stimuleer hen om levenslang te leren.

Functioneringsgesprekken
211NA

Talent- en competentie management
204N

"Het rekruteringsproces verloopt niet per se anders. We besteden gewoon meer aandacht aan details, de manier waarop we het proces uitvoeren en hoe dit overkomt bij de kandidaat."

Recruiter in een groot bedrijf

Digitaal biedt heel wat mogelijkheden. Probeer ze uit.

Digitaal is het nieuwe normaal, zo heet het boek van Peter Hinssen. LinkedIn zet u ongetwijfeld al in. Maar er zijn nog heel wat andere tools die u het leven gemakkelijker maken.

Wat kunt u concreet doen? Inspiratie uit andere bedrijven

Bekijk hier drie digitale oplossingen die u efficiënter maken in wat u nu al heel goed doet. Zijn ze te Amerikaans, te duur of vertrouwt u het niet? Laat u dan alvast inspireren door de principes die zij hanteren om efficiënter te werken.

1. Gebruik een filmpje om een job te beschrijven, u krijgt het gemakkelijker uitgelegd

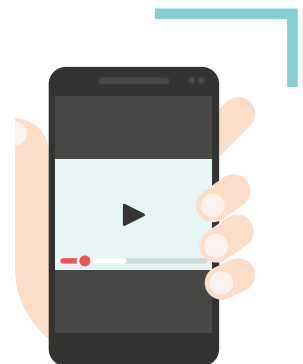
Worstelt u ook telkens met woorden om aan kandidaten uit te leggen wat de job inhoudt? En hoe verwoordt u de cultuur die er leeft in uw bedrijf? [Doe zoals Nike](#) en laat collega's in een filmpje getuigen. En het moet helemaal niet moeilijk zijn.

Bij Nike staken twee HR-medewerkers het filmpje in elkaar.

Zin om aan de slag te gaan? Movavi, Magisto, Magix, Quik (app), maar ook de meer traditionele Windows Movie Maker zetten u al een heel eind op weg.

U filmt een aantal situaties in uw bedrijf en bewerkt ze nadien:

- Video's splitsen en ongewenste stukken eruit knippen
- Vloeiende overgangen leggen tussen de video's
- Titels en tekst toevoegen
- Een soundtrack toevoegen
- ...





2. Gebruik een serious game om kandidaten in te schatten

Vinden kandidaten uw screeningstesten saai? Hebt u zo al creatieve talenten mislopen? Overweeg eens [een serious game](#). Kandidaten spelen een spel en daaruit leidt u een aantal typerende kenmerken af. Uw voordeel? Kandidaten zijn gemotiveerd om de test te doorlopen, ze vergeten zelfs dat ze in een testsituatie zitten. Start u er nu mee, dan komt u als bedrijf ook heel vooruitstrevend over.

Interesse? Laat u inspireren door Knack-games ...

Kandidaten spelen 4 spelletjes. De app schetst een beeld van iemands talenten en competenties. En dat door te kijken naar het gedrag van de spelers: Hoelang aarzelen ze voordat ze beslissen, welke soort beslissingen nemen ze, enzovoort. De beperking? De betrouwbaarheid van de games is nog niet altijd wetenschappelijke onderbouwd.

Benieuwd? De [Knack-app](#) is er voor Android en iOS.



3. Doe een eerste matching online

Digitalisering, dat betekent databases. U geeft aan wat u zoekt, het systeem zoekt in de database kandidaten die daarmee matchen. Dat is inderdaad wat selectiebureaus al jaren doen. Maar u hebt ook als werkgever toegang tot zulke bestanden.

Online match

In '[Mijn VDAB](#)' plaatst u uw vacature en het systeem vindt voor u een aantal interessante kandidaten. Bij [Cevora](#) geeft u aan dat u een vacature hebt en wij leiden kandidaten uit de werkzoekendenopleidingen naar u toe. Werkt u voor een horeca-bedrijf? Zoek dan eens naar Ploy. Dat is een app die snel een match vindt tussen uw opdracht en een geschikte kandidaat. En wie weet vindt u in de toekomst uw kandidaten op Google, want ook zij werken aan zo een systeem.



Aan de slag ...

Welke digitale stap zet u om efficiënter te werken ?

Digitale mogelijkheden openen heel wat deuren om efficiënter te werken. Welke van volgende tips neemt u vast?



Maak gebruik van sociale media om kandidaten te vinden.



Maak gebruik van filmpjes om functies te beschrijven en de cultuur van het bedrijf te tonen.



Doe een eerste kennismaking met kandidaten via online en directe kanalen zoals chat, Skype, ...



Maak gebruik van **serious games** om competenties en soft skills van kandidaten in te schatten.



Verken 'Mijn VDAB' en zie wat het voor uw bedrijf kan betekenen. Ga ook op zoek naar andere efficiënte matchingsystemen .



Maak gebruik van **instrumenten** om het verloop van het selectieproces van verschillende kandidaten op te volgen.



Maak gebruik van een platform om alle informatie die u en uw collega's over een kandidaat verzameld hebben samen te brengen : (vb. **Hello Talent**).

Kies uw opleiding



Vul de titel of de opleidingscode in via de zoekfunctie op www.cevora.be

Waar online kandidaten vinden?

196N

Rekruteren met LinkedIn (Webinar)

DL196N

Aan de slag met video

1389N

CV- en telefoonscreening

1527N

CV- en telefoonscreening

1527N

"Facebook en Google vormen inderdaad een bedreiging, maar ze zijn tegelijk een krachtige aansporing tot versnelling van de innovatie om jobsites gebruiksvriendelijk te maken. "

Marc Maldeghem van de jobsite Jobat, in De Standaard



Speel uw menselijke kwaliteiten uit, u bent nog steeds de spil

Werving en selectie is meer dan de mathematisch juiste match te vinden tussen vereiste en aanwezige competenties. Digitalisering stuit dus op zijn grenzen en u blijft met uw menselijke kwaliteiten de spil van het proces. Speel uw rol voluit. Laat u inspireren door de laatste nieuwe trends.

Wat kunt u concreet doen? Inspiratie uit andere bedrijven

1. Maak gebruik van interviewtechnieken om potentieel bloot te leggen

U zoekt steeds meer naar kandidaten die 'groeipotentieel' hebben binnen uw organisatie. De traditionele interviewtechnieken en testen helpen u onvoldoende om dat in te schatten. De principes van gedragsgericht interviewen en van de waarderende benadering doen dat wel. Probeer volgende vragen eens uit ...

Voorbeelden van interviewvragen

- Wat zijn werksituaties waarin jij volledig de tijd uit het oog verliest?
- Beschrijf een project dat dankzij jouw inspanningen gerealiseerd werd.
- Wat was jouw rol en wat was het resultaat?
- Beschrijf een opdracht die je in moeilijke omstandigheden tot een goed einde moest brengen. Hoe heb je dit aangepakt en wat was het resultaat?
- Als je zelf een functie zou mogen samenstellen voor jou, wat zou je dan doen binnen een bedrijf? Welke taken zou je doen? Met wie zou je samenwerken? Waar zit je in het organigram van het bedrijf?

Zet u de stap, doe het dan ook voluit. U komt pas echt geloofwaardig over als u deze benadering ook nadien doortrekt in bijvoorbeeld uw functioneringsgesprekken. Want met de waarderende benadering kijkt u anders naar mensen die in uw bedrijf (komen) werken.



"Momenteel fungeert de recruiter nog vaak als een doorgeefluik. Dat aspect gaan we zo veel mogelijk automatiseren. Het menselijk aspect aan het rekruteringsproces zal daarentegen altijd blijven bestaan. "

2. Analyseer data, ze hebben u heel wat te leren

Data zijn beschikbaar, ze juist analyseren is de kunst. Alles begint met de juiste vragen te stellen. Welke van volgende vragen wilt u beantwoord zien voor uw bedrijf?

- Welke kanalen leveren ons de beste kandidaten op?
- Welke soort sollicitatiegesprekken en welke interviewvragen hebben de meeste voorspellende waarde?
- Welke soort kandidaten bereiken we onvoldoende?
- Hoe loopt het onboardingproces? Wat is de impact ervan?



Is de vraag helder? Dan is de analyse nog maar een laatste stap.

3. Doe aan storytelling en draag de cultuur van uw bedrijf uit

Meer en meer wordt u uitgedaagd om goede kandidaten te overtuigen om voor uw bedrijf te komen werken. En dan gaat het vaak over waarden, missie, groeipotentieel, enz. Dingen die moeilijk in lijstjes te verwoorden zijn. Storytelling helpt u om het verhaal van uw merk en uw bedrijf tot leven te brengen. Of u dat nu doet door geschreven getuigenissen te verzamelen, door een filmpje samen te stellen met getuigenissen van collega's of op nog een andere manier, het antwoord op één vraag is essentieel: Welke boodschap wilt u uitdragen?

Potentiële kandidaten willen weten:

- Wat de functie inhoudt
- Welk soort mensen er in uw bedrijf werkt
- Waarom collega's graag werken voor uw bedrijf
- Hoe mensen met elkaar omgaan in uw bedrijf
- Welke groeimogelijkheden er zijn in uw bedrijf
- Hoe leidinggevenden en medewerkers met elkaar omgaan
- Hoe de eerste dagen in het bedrijf verlopen
- Welk gedrag beloond wordt
- Wie de klanten zijn en waarom ze naar u komen
- ...

Inspiratie nodig? Bekijk de volgende voorbeelden.

[UZ Brussel:](#)

Patiënten vertellen hoe medewerkers het verschil maken voor hen



Aan de slag ... Hoe maakt u als mens het verschil ?

Er zijn nog steeds heel wat aspecten waarin u als mens de computer overtreft. Wilt u het verschil maken, maak dan zeker werk van de volgende tips. Welke neemt u de komende maanden vast?



Leer uw netwerk uit te bouwen en sociale media daarin optimaal te gebruiken.



Leer goede interviewtechnieken om talenten en potentieel helder te krijgen.



Leer "het merk" van uw bedrijf mee te nemen in uw selectie-activiteiten.



Leer opbouwende feedback geven aan niet weerhouden kandidaten.



Leer de brug te maken tussen selectie en on-boarding.



Leer data te verzamelen over het selectieproces en doe dat op zo een manier dat u kunt leren uit uw ervaringen ... en beter te doen in de toekomst.



Leer realistische vacatures opstellen en zoek eventueel naar alternatieve pistes voor aanwerving.

Kies uw opleiding



Vul de titel of de opleidingscode in via de zoekfunctie op www.cevora.be

Waar online kandidaten vinden?

196N

Rekruteren met LinkedIn (Webinar)

DL196N

Het selectiegesprek (dag 1)

197NA

Het selectiegesprek (dag 2)

197NB

De vacature als marketingtool

WS195N

Workshop 'candidate experience'

WS1530N

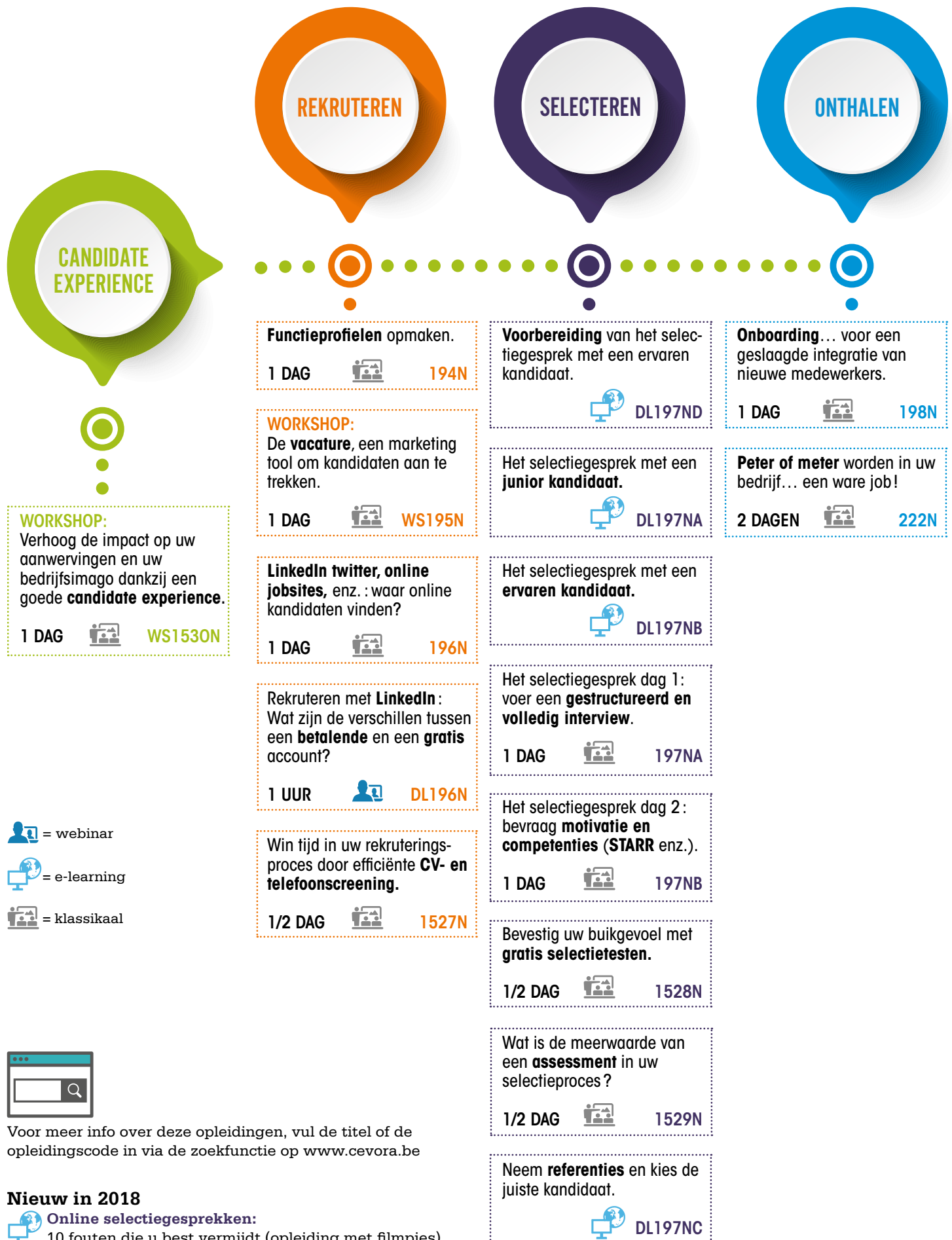
Onboarding

198N

"We moeten de technologie omarmen, maar ook opnieuw tijd maken voor kwalitatieve contacten en diepe gesprekken. Werving en selectie gaat ook over chemie, over het psychologische contract, over respect, aandacht en ambitie. Dát moet de trend zijn."

Lou Van Beirendonck, in jobat

Stel uw eigen opleidingstraject samen met ons nieuw aanbod rekruteren en selecteren.





Waarom deze white paper ?

Weerbaar zijn voor de toekomst : welke keuzes maakt u als bedrijf best? Om die beslissing te nemen steunt u idealiter op :

- Inzichten uit (wetenschappelijke) studies;
- Ervaringen van andere bedrijven;
- Adviezen van experts.

Zo maakt u een goed geïnformeerde keuze voor die oplossingen die het best aansluiten bij uw bedrijf. Maar dat vraagt tijd. Laat u informeren en inspireren door deze white paper. We brengen conclusies uit onderzoek en ervaringen van bedrijven en experts samen. Ons opzet is geslaagd als u, na het lezen, ideeën hebt gekregen om eens iets nieuws te proberen bij de werving en selectie van uw toekomstige collega's

Waarom werving en selectie ?

Als u verantwoordelijk bent voor werving en selectie in uw bedrijf, dan kunt u deze vraag zelf beantwoorden. De juiste mensen voor een bedrijf vinden is momenteel een uitdagende opdracht. De economie trekt aan, bedrijven hebben medewerkers nodig. Tegelijkertijd evolueert de omgeving van bedrijven zo snel.

Dat maakt het heel moeilijk om de passende match te maken, om mensen te vinden met de juiste kennis en bekwaamheden. Steeds meer zien bedrijven zich voor de uitdaging gesteld om hun traditionele recepten voor werving en selectie te herzien. Samen met Tempera ging Cevora op zoek naar de uitdagingen en de innovatieve praktijken rond werving en selectie.

Wat is Cevora ?

Cevora is het Centrum voor Vorming van het Aanvullend paritair comité voor bedienden, PC200. PC200 overkoepelt 55.000 bedrijven. Die storten elk een jaarlijkse bijdrage. Daarmee kunnen de 404.000 bedienden uit deze bedrijven gratis opleiding volgen bij Cevora. Zo stimuleren werkgevers- en werknemersorganisaties de kennis en vaardigheden van de medewerkers. Want als medewerkers leren en zich ontplooien, worden óók bedrijven wendbaar en gezond. Daarom vindt u bij Cevora een uitgebreid aanbod aan opleidingen.

Daarnaast zijn er nog tig andere manieren om kennis, inzichten en ervaringsuitwisselingen te verwerven en te delen. Kennis verwerven, dat doet Cevora in de vorm van interviews en enquêtes bij bedrijven van het APCB. De resultaten krijgen een vertaalslag in white papers en andere relevante tools.

Vind opleidingen en lees meer op www.cevora.be.

CE^{VO}FORA LEER BIJ
ga vooruit

Cevora vzw wordt paritair beheerd door de sociale partners van het APCB :
ACLBV-CGSLB, BBTK-SETCa, LBC-NVK, CNE, VBO-FEB en de hierbij aangesloten federaties, UNIZO en UCM.

CE^{VO}FORA

jobber
by CEFRA



**VIND UW OPLEIDING,
EVENEMENT OF STUDIE**

www.cevora.be

Cevora vzw - V.U.: Toon Declodt, E.Plaskyalaan 144 - 1030 Brussel - 20171007