

TOOLKIT VACATURES SCHRIJVEN & PLAATSEN



Inhoud

Algemeen

1. Zo schrijf je de perfecte vacaturetekst
2. Zo plaats je een vacature

Interieurvakman m/v

3. Erkend leerbedrijf: zo vind je leerlingen voor een stageplek
4. Zij-instromers: zo vind je geschikte kandidaten

1. Zó schrijf je de perfecte vacaturetekst

Het werven van nieuwe medewerkers is een intensief proces. De eerste stap is een goede vacaturetekst. De gemiddelde vacaturetekst wordt vaak door 20% van de sollicitanten niet goed begrepen. Terwijl je met een treffende functieomschrijving raak je precies de juiste doelgroep. Zie het als een filter, waardoor alleen geschikte kandidaten achterblijven en derhalve een uitnodiging ontvangen voor een gesprek.

Zo schrijf je een goede vacaturetekst:

1. **Breng de doelgroep in kaart.** Wat is het beoogde publiek? Aan wie is de tekst gericht? Een startende junior vraagt om een andere benaderingswijze dan een doorgewinterde senior. Wie een vacature heeft, heeft er baat bij om zich in de doelgroep te verdiepen.
2. **Onderzoek de 'triggers' van de doelgroep.** Ga eens in gesprek met medewerkers met een soortgelijke functies. Wat zou hen aanspreken aan een vacature? Wat vinden zij belangrijk in hun werk? Vergeet niet: een lezer heeft 50 seconden nodig om te bedenken of een vacature interessant is voor hem/haar.
3. **Bekijk andere vacatures.** Het is zinvol om te kijken hoe collega-bedrijven werknemers rekruteren. Struin zelf eens vacaturesites af, en bekijk ze door de ogen van de kandidaat. Welke springen in het oog en spreken je aan? Noteer de meest opvallende en inspirerende punten die hieruit naar voren komen en verwerk ze in je eigen tekst.
4. **Bepaal de precieze naam van de functie.** De titel van de vacature is het eerste waar een potentiële kandidaat naar kijkt. De functietitel moet een duidelijke en herkenbare titel zijn die mensen herkennen en waar ze op zoeken. Hou de titel zo kort mogelijk en voeg geen onnodige adjectieven toe als 'ervaren', 'enthousiaste', 'communicatieve'. Werkzoekenden zullen nooit op deze woorden zoeken.
5. **Start met pluspunten.** Begin direct met het beste dat de baan te bieden heeft. Ofwel, wat maakt deze job zo aantrekkelijk. Die voordelen kunnen van alles zijn. Veel uitdaging? Een open en informele werksfeer? Elke dag weer anders? Doorgroeimogelijkheden? De waardering van eigen inbreng en creativiteit? In een paar korte zinnen vertel je waarom dit de ideale baan is voor jouw doelgroep en waarom het voor hen verstandig is om verder te lezen.
6. **Zorg voor een heldere functieomschrijving.** Functieomschrijvingen zijn vaak te algemeen of bevatten te veel bedrijfsjargon. Hoe concreter hoe beter. Tip: Beschrijf een gemiddelde werkdag. Wat kan de nieuwe werknemer van de functie verwachten? Is dat een hoge mate van zelfstandigheid of werk je in teamverband. Kom je vooral bij particulieren over de vloer, of meer bij grote projecten? Een werkdagbeschrijving kan helpen om het takenpakket evenals de werksfeer helder in kaart te brengen. Ben je erkend leerbedrijf en op zoek naar een leerling voor de invulling van een stage/leerplek? Leg dan wat werkend leren inhoudt en wat je de praktijk leert en doet.
7. **Wees concreet over functie-eisen.** 'Affiniteit hebben met' betekent iets heel anders dan 'ervaring hebben met...' Als het belangrijk is dat een medewerker al drie jaar in de branche heeft gewerkt, vermeld dit. Het is immers zonde als er personen worden geactiveerd die in feite niet de juiste bagage hebben qua achtergrond.

8. **Zet de voorwaarden op een rij, en noem vooral wél het salaris.** Laat zien wat je als bedrijf te bieden hebt, en zorg dat die voorwaarden passen bij de wensen van de doelgroep. Vinden die salaris belangrijk, noem het dan. Ook het vooruitzicht op een vast contract of 100% baangarantie bij een stageplek kan mensen extra motiveren om te solliciteren. Bied jij die mogelijkheid, vergeet het dan niet te benadrukken. En vergeet ook niet de secundaire arbeidsvoorwaarden niet (goede pensioenregeling, bus van de zaak).
9. **Omschrijf je bedrijf.** Maak duidelijk wat het bedrijf doet en waar het is gevestigd. Maar vooral: waarom zou iemand hier willen werken? Wat maakt jouw bedrijf zo interessant? Heeft het een lange historie, is het innovatief, duurzaam of een uniek familiebedrijf? Of maakt het net een grote groei door?
10. **Maak de tekst actief.** Dus niet: "Voor vervoer wordt verzorgd", maar: "Bij deze functie krijg je een bedrijfsbusje tot je beschikking.". Dus niet: "Overuren worden gecompenseerd", maar wel: "Extra vakantiedagen? Die spaar je bij elkaar in de uren dat je overwerkt."
11. **Vermijd zo veel mogelijk clichématige termen.** Immers, 31% van de sollicitanten stoort zich aan veelvoorkomende, weinig zeggende termen. Denk hierbij aan woorden zoals 'flexibel', 'marktconform salaris', of 'duizendpoot'.
12. **Durf te verrassen.** Een onverwachte wending in de tekst heeft een intrigerende werking. Betreft het een zoektocht naar een ervaren parketteur? Gebruik een originele zin als: "Wij zoeken een medewerker die moeiteloos al kilometers parket heeft gelegd, en niet te stoppen is op deze snelweg!"
13. **Maak een leesbare vacature.** Gebruik voldoende alinea's en witregels en zo nodig bullet points. Een grote lap tekst kan afschrikken. Onderzoek wijst uit dat de ideale vacaturetekst tussen de 600 en 700 woorden bedraagt. Vermeld tevens de belangrijkste dingen als aan het begin van de tekst – om te voorkomen dat een lezer in de laatste alinea pas voor verrassingen komt te staan met betrekking tot speciale vaardigheden.
14. **Verwijs naar aanvullende informatie.** Er zijn allerlei wetenswaardigheden die relevant kunnen zijn voor de sollicitant. Denk aan bedrijfsvideo's, een 'werken bij'-pagina op je site, gepubliceerde artikelen of blogs. Verwijs ernaar in je vacaturetekst.
15. **Zorg dat je gevonden wordt door Google.** Hoog scoren met je vacature in Google is in de praktijk voor een gemiddeld bedrijf lastig. Natuurlijk wil je zorgen dat vacature zo goed mogelijk vindbaar is. Enkele tips:
 - Noem altijd de functietitel, de naam van het bedrijf, de locatie en de datum van de vacatureplaatsing.
 - Kies een goede functietitel, zonder extra informatie, zoals plaats of afdeling. Gebruik gewoon de meest gangbare term omdat daar het meest op gezocht zal worden.
 - laat de functietitel en andere mogelijke zoekwoorden terugkomen in de eerste alinea en in tussenkoppen
 - Neem de functietitel tevens op in de url-link
16. **Let op de regelgeving.** Er zijn bepaalde eisen die wettelijk niet zijn toegestaan. Deze wensen mag je niet stellen in een vacaturetekst.
 - Afkomst, ras, nationaliteit
 - Godsdienst of levensovertuiging
 - Geslacht
 - Zwanger- of moederschap
 - Seksuele geaardheid
 - Leeftijd
 - Handicap of chronische ziekte
 - Burgerlijke staat
 - Politieke voorkeuren

Als je werknemers wilt selecteren op basis van de hierboven beschreven criteria, is er sprake van discriminatie. Verder mogen alleen zogeheten geslachtsneutrale woorden worden gebruikt, zoals persoon of kandidaat. Een leeftijdsgrens mag alleen worden opgenomen als hiervoor een goede reden is. Die reden moet duidelijk in de tekst staan.

17. **Check of alle belangrijke informatie staat vermeld.** Zoals:
 - a. De bedrijfsnaam
 - b. De locatie
 - c. De datum van de vacatureplaatsing (bij veel vacaturesites wordt de plaatsingsdatum automatisch toegevoegd).
 - d. Per wanneer de functie beschikbaar is
 - e. Het dienstverband: gaat het hier om een fulltimebaan, of valt het aantal dagen te overleggen? Of is het een werkend-leren functie/stageplek?
 - f. Tot welke datum kunnen geïnteresseerden reageren?
18. **Gebruik een naam, e-mail en mogelijkheid tot vragen.** Dat nodigt uit. Niet alleen is dit een tactische manier om op voorhand relevante zaken te weten te komen over bepaalde sollicitanten. Maar de vragen die eruit voortvloeien, geven bovendien inzicht over eventuele onduidelijkheden van de vacature.
19. **Voeg een bedrijfslogo toe.** Vooral als het gaat om externe vacaturesites. Dit maakt een professionele indruk namens de organisatie.
20. **Sluit af met een call-to-action.** Denk hierbij aan oproepen zoals: "Sluit deze vacature aan op jouw capaciteiten en je wensen? Neem contact op."
21. **Laat de vacaturetekst controleren.** Deze fungeert immers als visitekaartje van het bedrijf.

2. Zo plaats je een vacature

Na het schrijven van de perfecte vacaturetekst komt de volgende uitdaging. Waar, wanneer en hoe plaats je deze om de ideale kandidaat te vinden voor de functie?

Tips voor het plaatsen van de vacature:

1. **Plaats de vacature op de eigen website.** Op deze manier is de kans groot dat je sollicitanten aantrekt die gemotiveerd zijn om bij jouw bedrijf te werken en gericht op zoek gaan naar een vacature. Deze 'werken-bij'-pagina is hét visitekaartje van je bedrijf; hier kun je laten zien wie je als bedrijf bent, wat je doet, en welke sfeer nieuwe medewerkers kunnen verwachten. Je kunt dit laten zien met foto, filmpjes en links naar social media. Plaats je je vacatures ook op andere plekken, dan kun je naar deze webpagina verwijzen/linken voor meer informatie.

Voorbeelden uit de branche:

[DB Keukengroep](#)

[De Mandemakersgroep](#)

[Carpetright](#)

[De Keuken Groep \(DKG\)](#)

[Leenbakker](#)

2. **Plaats de vacature op social media-kanalen.** Zoals LinkedIn, Facebook, Instagram of Twitter. Social media is een effectieve en moderne manier om veel personen te bereiken. Afhankelijk van de doelgroep kun je de juiste kanalen selecteren. Je kunt je de vacature gratis delen vanuit je eigen account, daarnaast kun je ook kiezen voor een betaalde advertentie waardoor je het bereik kunt vergroten.

Voorbeelden uit de branche, o.a.:

[TMC Wonen](#)

[Knulst Wonen](#)

[zie ook de bijlage met voorbeelden]

3. **Vraag aan medewerkers of ze de vacature willen delen.** Informeer medewerkers over de vacature(s) en vraag ze om deze te delen. Dat kan op hun eigen Facebook-, LinkedIn-pagina's, bijvoorbeeld. Maar het kan ook door te vertellen aan vrienden familie, burens etc dat er een vacature is. Werk je met intranet, een afgesloten Facebook-groep van het bedrijf of een WhatsApp-groep? Zet daar in dat je op zoek bent naar talent voor op de werkvloer. Het zal niet de eerste keer zijn dat er van binnenuit een geschikte medewerker wordt gevonden. Wil je medewerkers extra motiveren om op zoek te gaan naar een nieuwe collega, stel dan een mooie bonus in het vooruitzicht.

[zie voorbeeld op de volgende pagina]

 De Mandemakers Groep
19 oktober om 09:49 · 🌐

Als echt familiebedrijf zijn wij altijd erg blij wanneer onze eigen medewerkers nieuwe collega's aandragen. In dit geval heeft Jack ons versterkt als bezorger 🙌! In Juni is hij begonnen en hij heeft zijn certificaat gehaald onder begeleiding van ambassadeur Joris!

Door wie hij aangedragen is? Zijn vriendin die op de afdeling orderverwerking werkt!

#Transport #Bezorger #Familiebedrijf #Keukens #Meubelen
#Sanitair #MedewerkerWerftMedewerker #Waalwijk
#WerkenbijDMG



4. **Gebruik de eigen nieuwsbrief.** Ook in je nieuwsbrief aan klanten -kort- noemen dat er een functie beschikbaar is. Op deze manier komt de vacature weer in een netwerk terecht.
5. **Plaats de functie op landelijke vacaturebanken.** Er zijn tal van vacaturesites waar je vacatures kunt plaatsen. Populaire zijn Indeed, Nationale Vacaturebank, Vacaturebank Nederland, Monsterboard, Jobbird etc. Informeer zo nodig bij medewerkers welke zij relevant vinden.
6. **Plaats de vacature op Vacaturesite Wonen.** De woonbranche heeft nu ook een eigen vacaturesite. Bedrijven kunnen hier gratis alle mogelijke functies in de woonbranche plaatsen. De vacaturesite is gekoppeld aan platform [Werk in de winkel](#) dat zich richt op medewerkers in de retail en [interieur-vakman.nl](#). Zo kunnen vacatures gericht bij deze specifieke doelgroepen onder de aandacht worden gebracht. Ben je erkend leerbedrijf dan kun je dit aangeven bij het plaatsen aangeven. Leerlingen die een stageplek zoeken, kunnen op BBL/werkend leren selecteren.
Vacatures op de Vacaturesite Wonen kunnen doorgeplaatst worden naar Indeed.
www.vacaturesitewonen.nl

7. **Plaats een advertentie in een vakblad/online vakmedium.** Zo is de kans groter dat deze bij geïnteresseerden uit het de branche terecht komt.
8. **Plaats de vacature in een regionaal magazine of huis-aan-huis-blad.** Plaatselijke krant zijn nog altijd populair. Hiermee tref je het publiek in je eigen regio.
9. **Plaats de vacature op de website van een lokaal/regionaal uitzendbureau.** Lokale uitzendbureaus kennen de mensen, de markt en de bedrijven en zo voor een match zorgen. Voor het vinden van vakmensen voor de ambachtelijke beroepen kunnen uitzendbureaus gericht op de bouwsector pas komen. Mensen met klus- en bouwervaring kunnen een geschikte kandidaat zijn voor deze functies.
10. **Schakel het UWV in.** Regionale UWV's hebben goed inzicht op beschikbare kandidaten. Met een goed profiel kunnen ze vrij snel een match maken. INretail kan hierbij hulp bieden via contacten bij het UWV.
11. **Schakel een werving- en selectiebureau in.** Geen tijd, of laat je het zoeken liever aan een experts over? Je kunt het hele proces ook uit te besteden aan een werving- en selectiebureau. Of schakel bureau in dat je kan adviseren op het gebied van vacatureplaatsing.



3. Erkend leerbedrijf: zo vind je leerlingen voor een leerbaan

In de woonbranche is dringend behoefte aan goed opgeleide interieurvakmannen- en vrouwen. De sector zet actief in om de BBL- opleiding voor interieurvakman/vrouw te promoten. Als erkend leerbedrijf biedt je leerlingen de kans om gedurende de opleiding het vak in de praktijk te leren. Maar hoe vind je een geschikte leerling?

1. Laat weten dat je een leerplek hebt. Dit kan op de volgende manieren:

- Bij een school in de regio ([zie opleidingen](#))
- Op [Leerbanenmarkt.nl](#). Dit is het officiële platform waar alle relevante vacatures voor MBO-leerlingen worden verzameld.
- Voor stages is er de website [Stagemarkt.nl](#).
- Geef het door aan INretail. Er melden zich regelmatig kandidaten interesse hebben in het vak van interieurvakman/vrouw.

2. Plaats een vacature. Het is handig om voor een stageplek een vacature te plaatsen. Leg uit wat werkend leren inhoudt en wat ze bij jou gaan leren. En noem alle voordelen de opleiding, zoals 100% baangarantie!

Vacatures kunnen gecommuniceerd worden, via:

- je eigen website
- social media
- medewerkers, relaties, eigen netwerk
- landelijke vacaturesites
- plaats je vacature op [Vacaturesite Wonen](#). Bij de vacature kun je aangeven dat het om een stageplek gaat. Leerlingen kunnen op BBL/werkend leren selecteren.

3. Wees actief in de regio

Potentiële kandidaten voor een stageplek komen vaak vanuit VMBO- scholen in de regio:

- Zorg dat je zichtbaar wordt bij ROC, door bijvoorbeeld actief contact te leggen met decanen. Je kunt aangeven dat je vacature hebt voor leerlingen, je kunt ze een (snuffel) stage bieden en informatie over het bedrijf achterlaten.
- Informeer naar stagemarkten en studiekeuzebeurzen om je bedrijf te presenteren
- Organiseer met de school een open dag in jouw winkel.

4. Zij-instromers: zo vind je geschikte kandidaten

Ook “handige” vakmensen, die werkervaring hebben opgedaan als klussers of in de bouw kunnen interessante kandidaten zijn om in de woonbranche aan de slag te gaan als interieurvakman/vrouw. Je kunt ze zelf opleiden, of zij laten omscholen door de BBL-opleiding voor interieurvakman m/v te doen. Voor de selectie van zij-instromers is een goede profielomschrijving om van belang. INretail kan hierbij helpen (checklist, belangrijke beoordelingsfactoren e.d.).

Tips om een zij-instromer te vinden:

- Zet je eigen netwerk in.
- Plaats vacatures in lokale media.
- Plaats de vacature in een regionaal magazine of huis-aan-huis-blad. Plaatselijke krant zijn nog altijd populair. Hiermee tref je het publiek in je eigen regio.
- Plaats de vacature op de website van een lokaal/regionaal uitzendbureau. Lokale uitzendbureaus kennen de mensen, de markt en de bedrijven en zo voor een match zorgen. Voor het vinden van vakmensen voor de ambachtelijke beroepen kunnen uitzendbureaus gericht op de bouwsector pas komen. Mensen met klus- en bouwervaring kunnen een geschikte kandidaat zijn voor deze functies.
- Schakel het UWV in. Regionale UWV's hebben goed inzicht op beschikbare kandidaten. Met een goed profiel kunnen ze vrij snel een match maken. INretail kan hierbij hulp bieden via contacten bij het UWV