

Wervingskanalen

Er zijn vele wervingskanalen beschikbaar. U kunt keuzes uit maken. Bij voorkeur een mix van meerdere kanalen. We geven daartoe nog wat praktische informatie.

1. Advertentie in kranten en weekbladen

Voor banen voor lager geschoolden kunt u het best adverteren in gratis huis-aan-huisbladen of in het plaatselijke katern van een regionale krant. Voor hogere functies maakt u gebruik van nationale kranten of vakbladen voor specifieke beroepsgroepen. Kijk of er in uw regio andere zinvolle publicaties zijn, die eenmalig of zeer plaatselijk verschijnen.

2. UWV

UWV Werkpleinen vormen het eerste loket voor werkzoekenden met of zonder baan en voor werkgevers met vacatures. Het UWV zal uw vacature plaatsen op hun vacaturesite www.werk.nl. Informeer bij het UWV in uw regio naar het totale ondersteuningsaanbod. Zorg dat u een contactpersoon binnen het UWV vindt die uw organisatie kent en die weet wat de vacature inhoudt.

3. Interne oproep in uw bedrijf of organisatie

Met het intern bekend maken van de vacature worden ook mogelijke contacten buiten de organisatie aangeboord. Maar ook uw eigen omgeving kan een nuttig netwerk zijn van informele contacten. Met collega-organisaties kunt u misschien een afspraak maken over informatie-uitwisseling inzake personeelsbehoeften.

4. Vacaturewebsites op internet

Vacaturesites zijn een groeiend rekruteringskanaal. Het UWV heeft een grote vacaturebank via www.werk.nl.

Verschillende websites bieden cv's aan of geven werkgevers de kans hun vacature te plaatsen. De meeste zijn gericht op hoger geschoolde functies. Zo'n 90 procent van de hooggeschoolde (hbo+) jongeren tussen 20 en 25 jaar raadpleegt online-vacaturebanken als zij op zoek zijn naar ander werk. De bekendste vacaturebanken zijn op dit moment:

- www.monsterboard.nl
- www.linkedin.nl
- www.jobnews.nl
- www.nationalevacaturebank.nl
- www.intermediair.nl
- www.stepstone.nl

Vergeet niet, als u een eigen website hebt, uw vacatures ook hierop kenbaar te maken.

5. Uitzendbureaus

- Uitzendbureaus zijn in elke regio volop te vinden.

- Kies een uitzendorganisatie met een divers bestand aan uitzendkrachten!
- Bespreek met de uitzendconsulent de voorwaarden om uitzendkrachten vast in dienst te nemen.
- Bespreek alle praktische kanten van een samenwerking: prijzen, wat te doen met goede en slechte uitzendkrachten, enzovoort.
- Ook de uitzendconsulent moet uw organisatie goed leren kennen: de werkvloer, de werksfeer, bijzonderheden in het werk.

6. Werving- en selectiebureaus

Ook deze vinden we volop in elke regio. Veel kantoren hebben zich gespecialiseerd in een bepaald segment van de arbeidsmarkt. Zij zijn meestal zeer goed vertrouwd met de marktsituatie. Zorg dat u de garantie krijgt dat het bureau waarmee u werkt in staat is om verschillende groepen kandidaten te bereiken!

7. Doelgroepspecifieke media

Interessante webadressen voor het bereiken van specifieke doelgroepen zijn:

- ANBO: www.anbo.nl
- COC Nederland: www.coc.nl
- Emancipatie-actualiteiten: www.emancipatie.nl
- E-Quality, experts in gender en etniciteit: www.e-quality.nl
- Expertisecentrum Gender, etniciteit en multiculturaliteit: www.let.uu.nl/gem
- Multicultureel plein: www.multicultureelplein.nl
- Older Women's Network: www.transiniet.com/own
- Roze Gids: www.rozegids.nl
- Seniorweb: www.seniorweb.nl
- Vereniging leeftijdsdiscriminatie: www.leeftijdsdiscriminatie.nl
- Vrouwenet: www.vrouwennet.nl
- Vrouwenplein: www.vrouwenplein.nl
- Databank Hoog Opgeleide Allochtonen van Forum: www.forum.nl

8. Minder voor de hand liggende contactmogelijkheden

Er zijn netwerkcontacten waar niet altijd aan gedacht wordt, maar die een groot potentieel bevatten. Ga na of in uw gemeente of regio de volgende mogelijkheden zijn.

- Hogescholen en universiteiten met studierichtingen die voor u interessant zijn.
- Scholen en vakopleidingen met richtingen die voor u interessant zijn.
- Opleidingsinitiatieven voor werkzoekenden. Zij organiseren opleidingen in zo goed als alle sectoren, ook op hbo- en w.o.-niveau.
- Organisaties in de sociale economie met activiteiten die in uw lijn liggen (bijvoorbeeld werkplaatsen, invoegbedrijven voor langdurig werklozen en bemiddelingsorganisaties speciaal voor langdurig werklozen).
- Belangen- en hulporganisaties die een bepaalde bevolkingsgroep bijeenbrengen: vrouwengroepen, werklozenorganisaties, hulporganisaties gericht op gehandicapten; migranten/vluchtelingenorganisaties, groepen kansarme jongeren, ex-gedetineerden.

- Veel afdelingen Welzijn van gemeenten beschikken over een goed overzicht van deze organisaties in de regio. Samenwerking tussen Personeelszaken en Welzijn kan in deze een meerwaarde opleveren.

Hoe worden deze contacten rekruteringskanalen?

- Bied vanuit uw organisatie stageplaatsen voor studenten of werkervaringsplekken.
- Maak vacatures direct en persoonlijk bekend via netwerkcontacten.
- Neem het vacatureprofiel door met docenten en begeleiders van opleidingen en vergelijk deze met de opleiding en de kwaliteit van de studenten/cursisten.
- Organiseer samen met een samenwerkingsrelatie activiteiten om uw organisatie te introduceren bij het publiek. Denk bijvoorbeeld aan mogelijkheden voor bezoek aan uw organisatie door groepen studenten of het organiseren van banenbeurzen.
- Creëer een win-winsituatie.
- Denk niet alleen aan de huidige vacature. Werken op lange termijn aan een vertrouwensrelatie betekent dat getracht wordt om positief in te spelen op vragen van samenwerkingsrelaties. Wat kan uw aanbod zijn voor deze partners? Onderhoud een goed contact met hen. Ook wanneer het niet gaat om direct openstaande functies.
- Stel u daartoe de volgende vragen:
 - Kunt u voldoen aan de verwachtingen die aan een stageplaats worden gesteld (= leersituatie in tegenstelling tot goedkope arbeidskracht of tijdelijke hulp)?
 - Kunt u een bijdrage leveren aan de doelstellingen van uw netwerkorganisatie (materiaal, inhoudelijk, knowhow)?
- Evalueer het functioneren van de nieuwe medewerker met de samenwerkingsrelatie die hem/haar heeft gebracht.

De wijze waarop u uw werving aanpakt, is een belangrijke beslissing waarbij ook de kostprijs een rol speelt. Realiseer u dat effectieve wervingskanalen niet altijd de duurste zijn!

Maak in ieder geval altijd gebruik van meerdere kanalen!