

# SMA Peergroup



# Krapte op de Arbeidsmarkt



## Vinden, Verleiden & Vasthouden

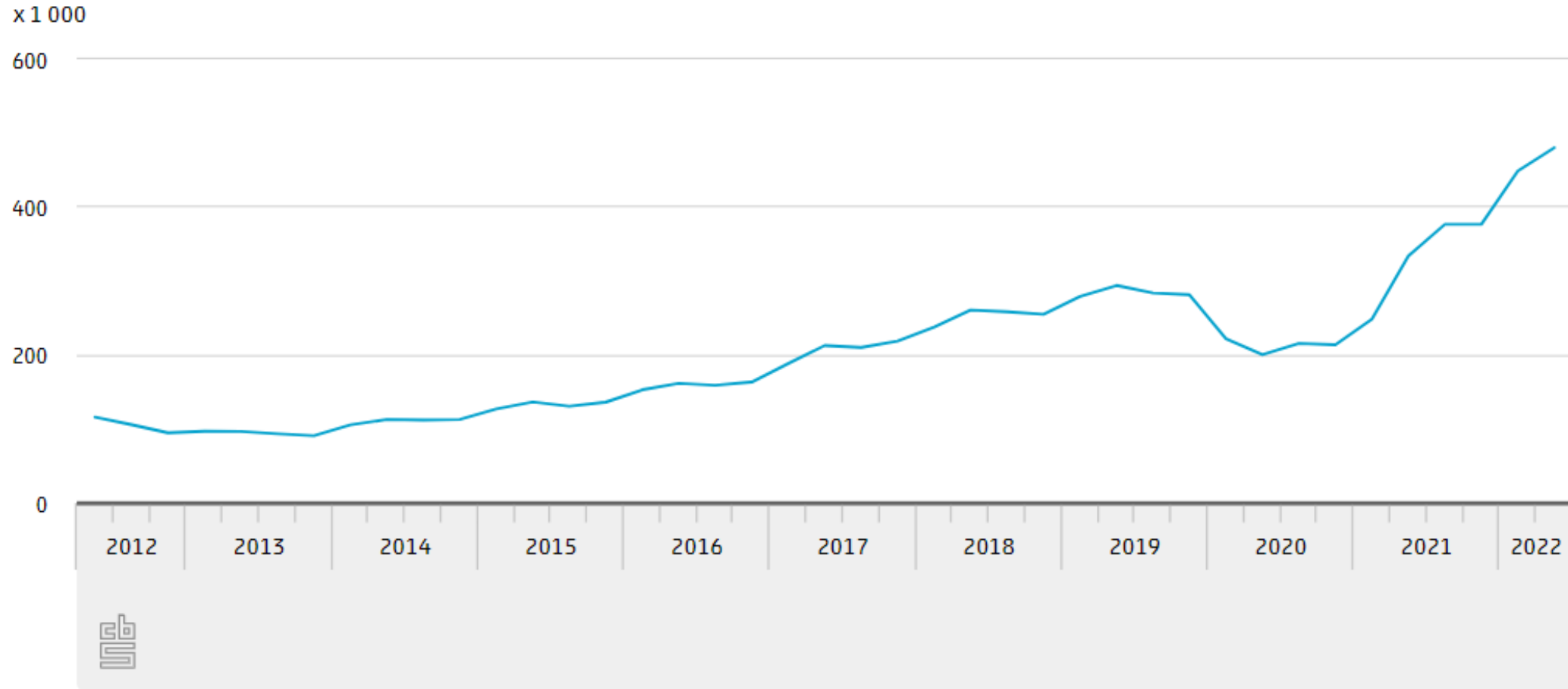


# Agenda

- 1** Arbeidsmarkt
- 2** Strategie ladder
- 3** Vinden, verleiden en vasthouden

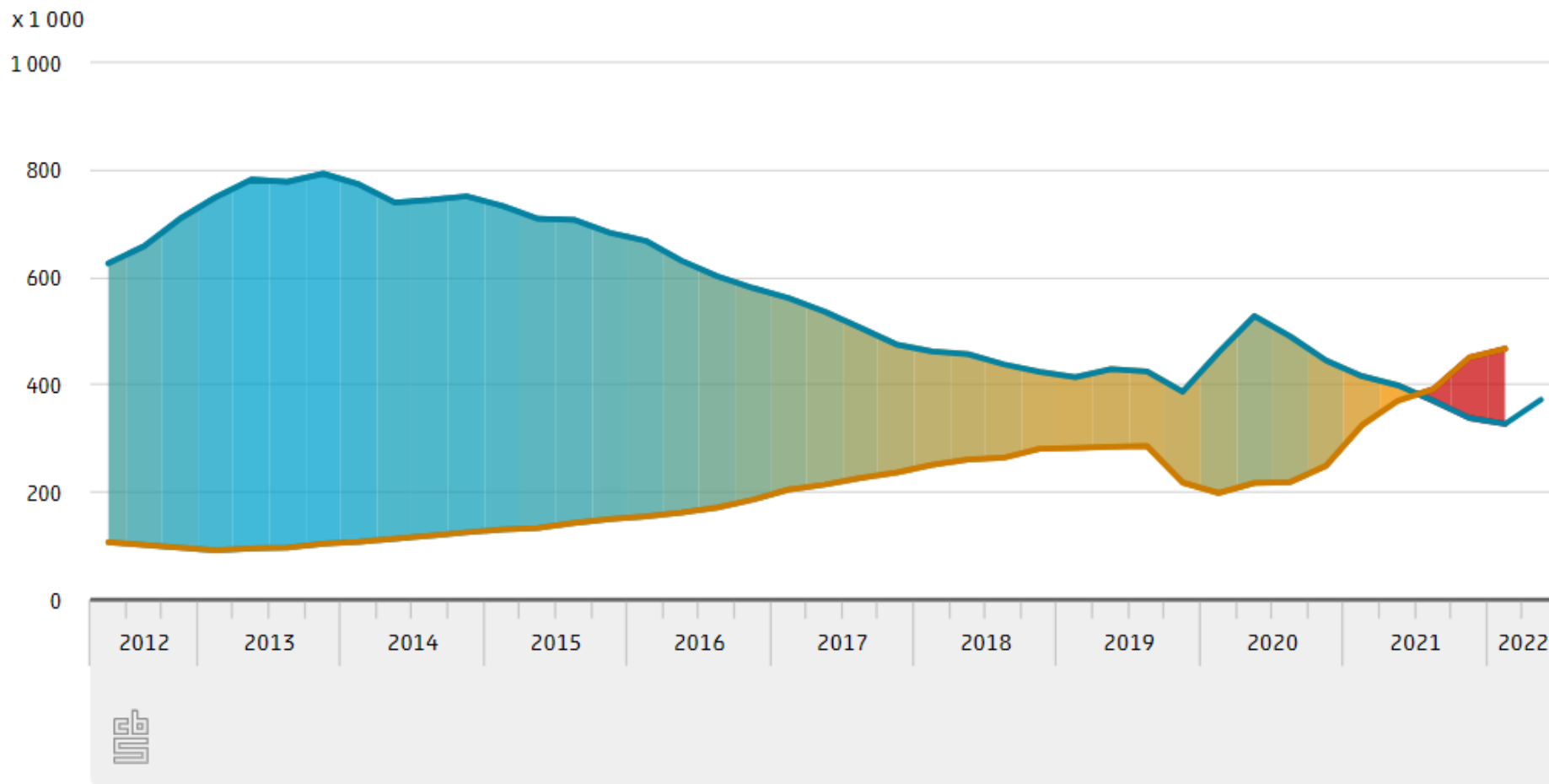


# Openstaande vacatures



Bron: CBS, Cijfers 2022 Q2

# Spanning op de arbeidsmarkt

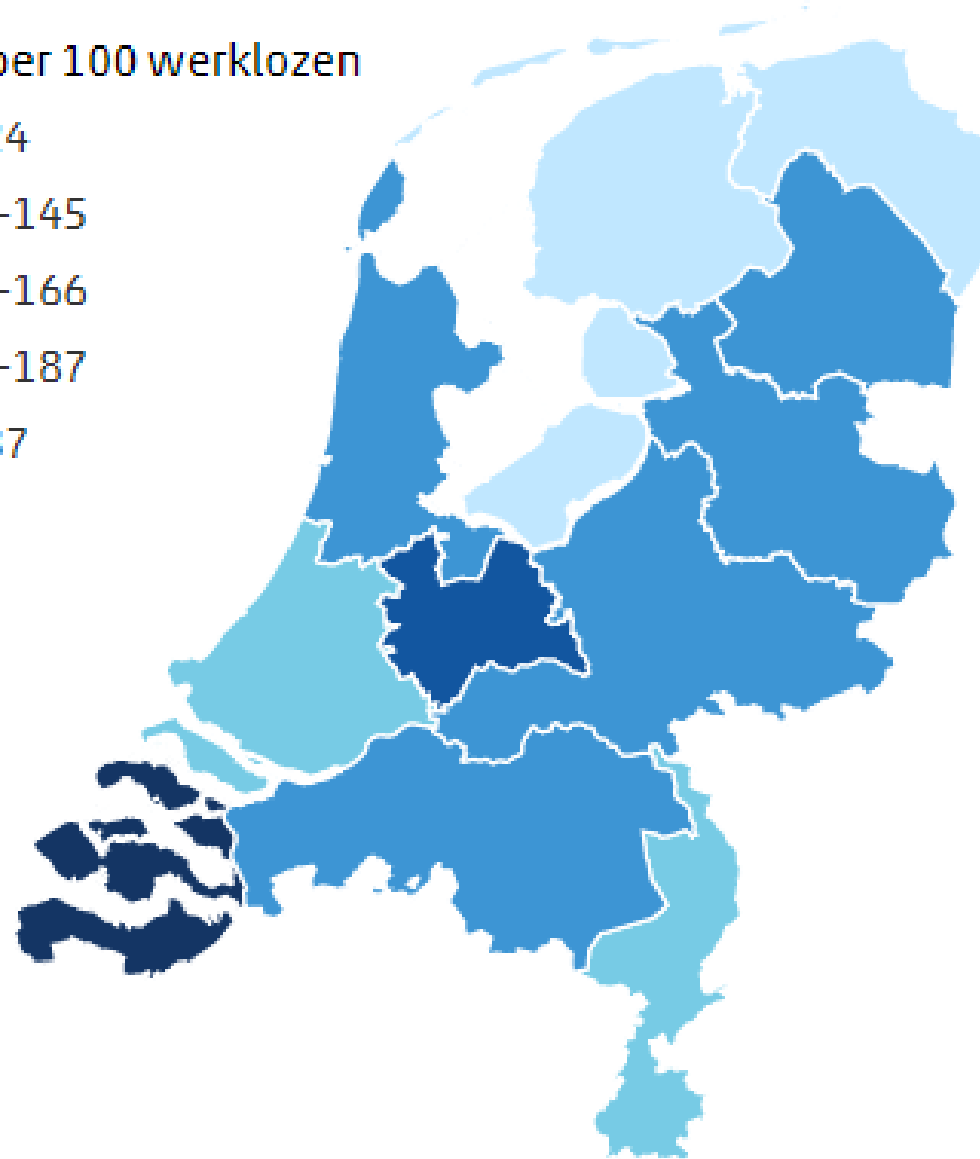
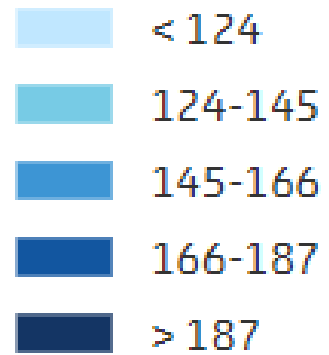


- Lage - hoge spanning
- Meer vacatures dan werklozen
- Werkloze beroepsbevolking (seizoengecorrigeerd)
- Openstaande vacatures (seizoengecorrigeerd)

Bron: CBS, Cijfers 2022 q2

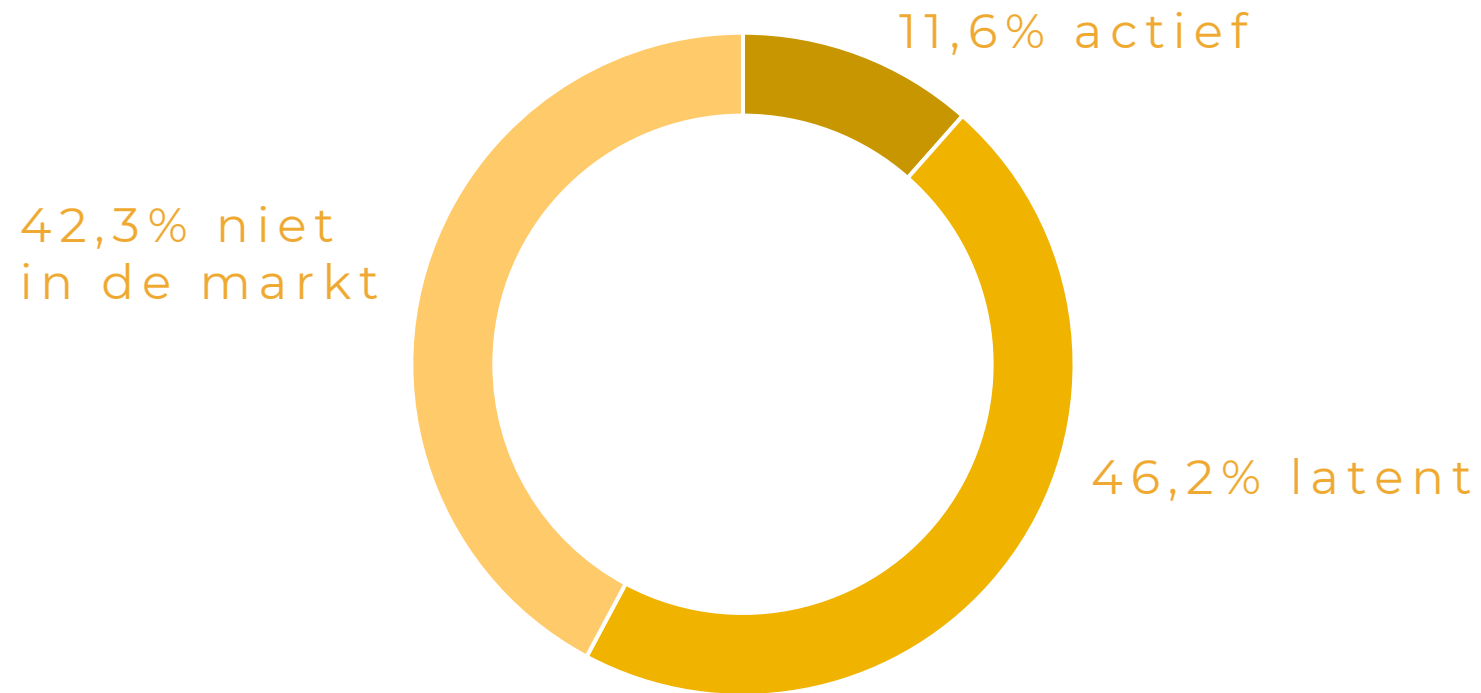
# Arbeidsmarktspanning per regio

vacatures per 100 werklozen

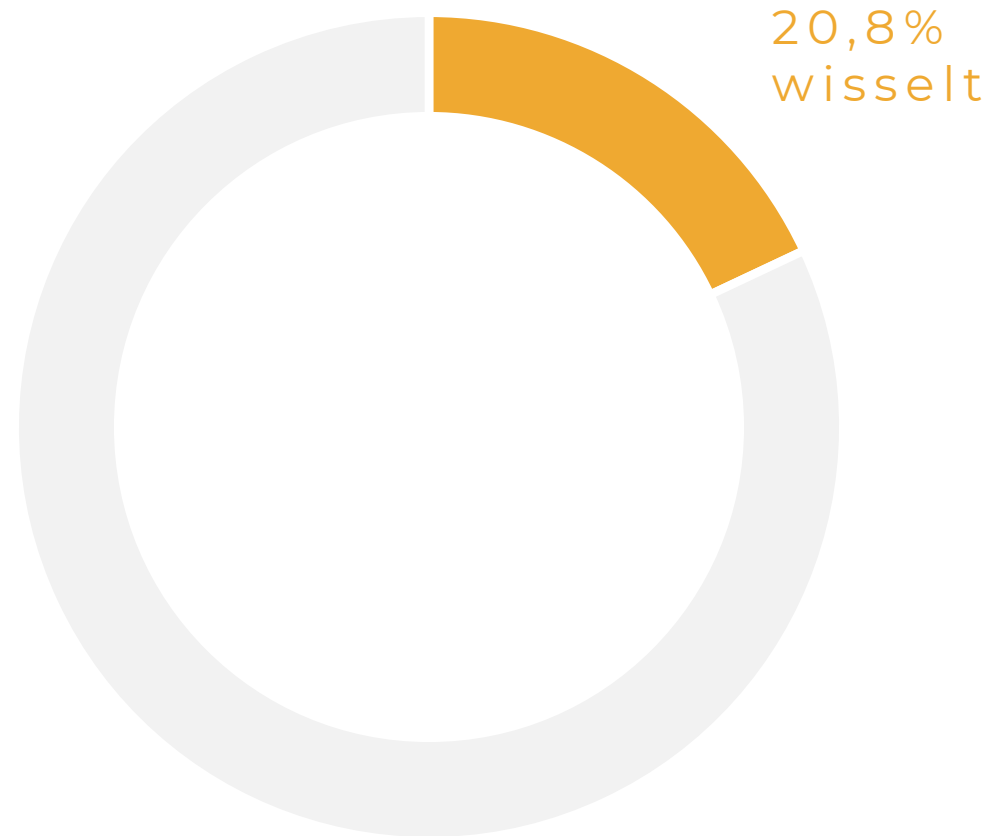


Bron: CBS, Cijfers 2022 q2

# Arbeidsmarktactiviteit

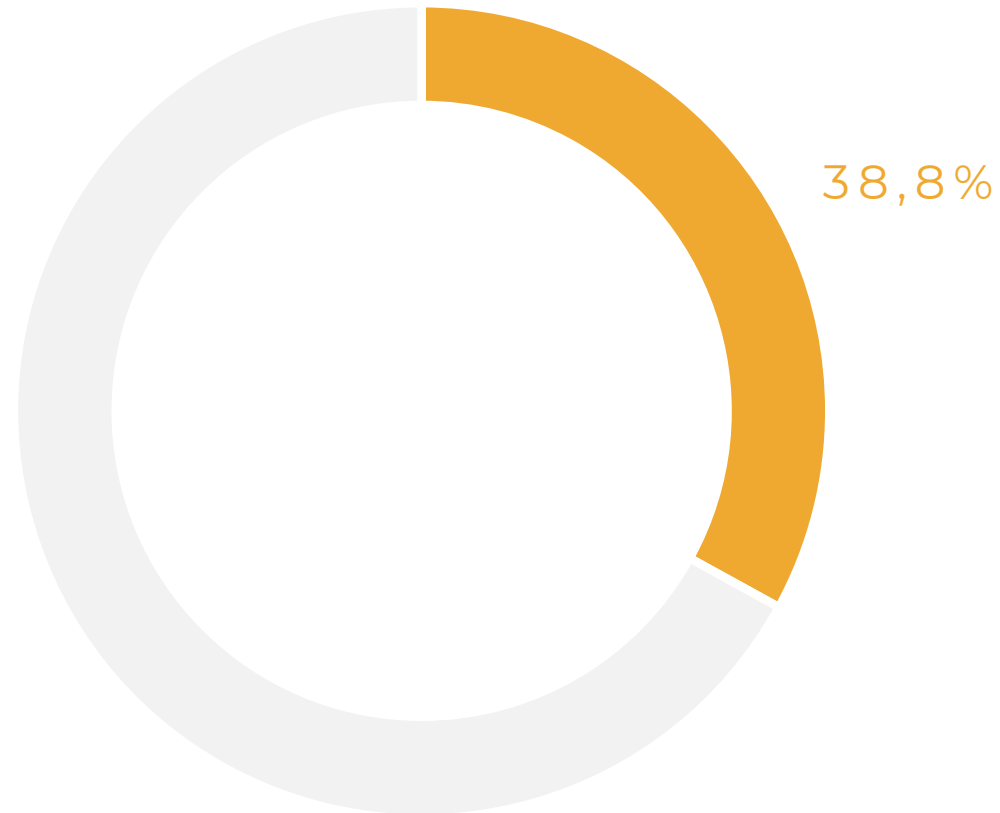


# Baanwisselingen



Bron: Arbeidsmarktcijfers Intelligence Group, Cijfers 2022 q3

# Sourcingsdruk



Bijna 4 op de 10 wordt minimaal 1x per kwartaal benaderd



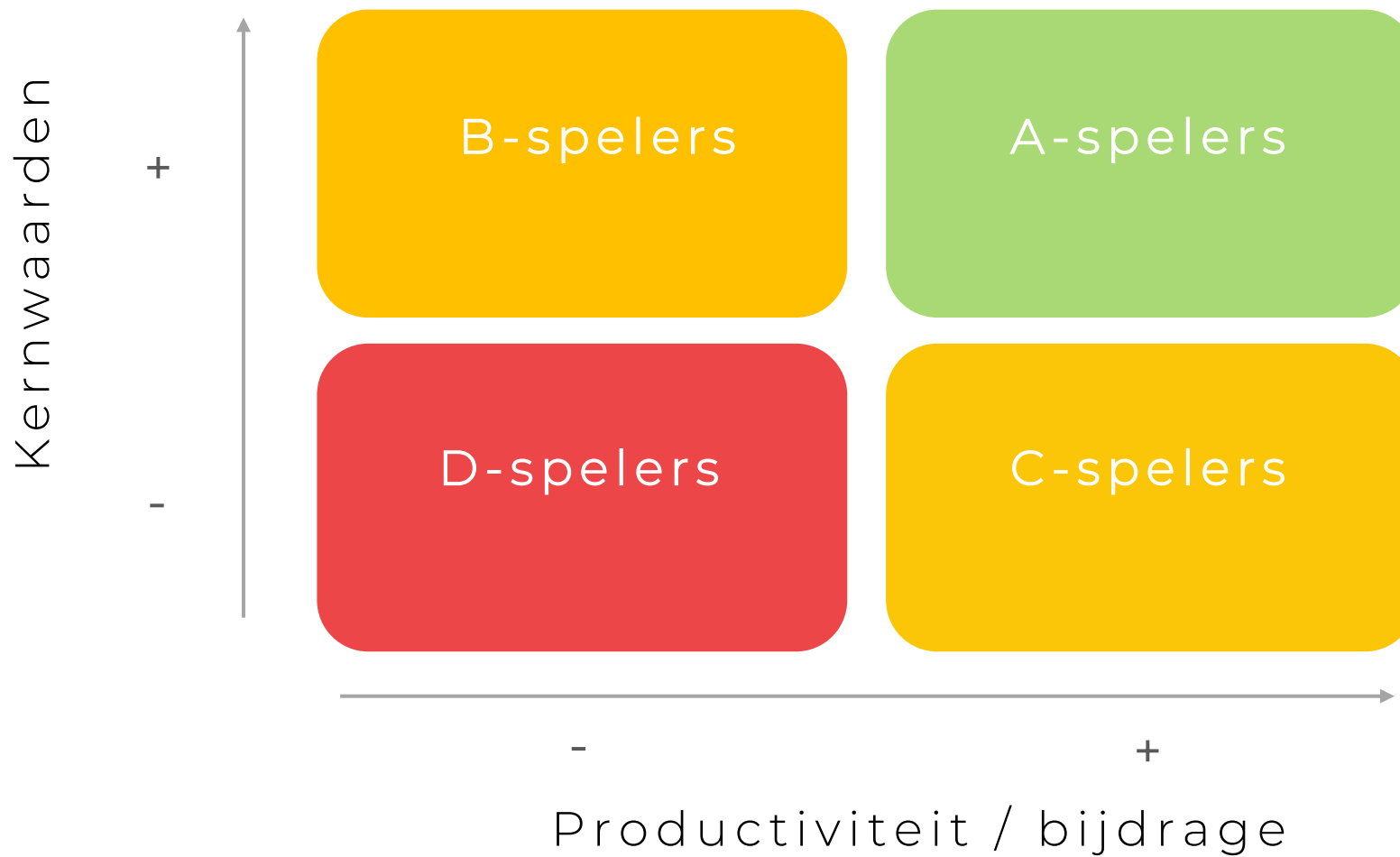
# Strategie ladder



# Vragen bij strategie ladder

- Wat is de missie van jullie organisatie?
- Wat zijn de belangrijkste 3 goals?
- Welke activiteiten zijn daarvoor nodig?
- Welke competenties zijn daarvoor nodig?
- Welke mensen heb je daarvoor nodig?  
Aantal en specificatie kennis, kunde, karakter
- Wat heb je in huis en wat moet je werven en ontwikkelen.

# Werf A-spelers



Vinden begint met weten wat je zoekt en waar je moet zoeken.

Vinden gaat om het bereiken van je doelgroep en met hen in contact komen.

## **Vinden:**

Jij vindt en benadert kandidaten

Actieve werving. Jij benadert.

Toverwoorden : searchen & benaderen!

## **Gevonden worden:**

Kandidaten vinden de vacature en benaderen jou.

Passieve werving. Initiatief ligt bij de ander.

Toverwoord: bereiken & vacaturemarketing.

# Vinden -> benader actief kandidaten

---

- 1** Netwerk
- 2** Talentpool
- 3** Referral
- 4** Externe bronnen en databases
- 5** Search via LinkedIn



# Gevonden worden -> vacaturemarketing

---

- 1** Online posten
- 2** Organisch (o.a. via Google for jobs en Indeed)
- 3** Content: vacaturetekst, podcast en video
- 4** Target advertising
- 5** Social media



# Synergie tussen search en vacaturemarketing

---

## **Vacaturemarketing na search:**

Je targetten onder search / database kandidaten  
Je weet beter wat je doelgroep beweegt  
Je valt meer bij kandidaten die je al kennen

## **Search na vacaturemarketing**

Je bent al op positieve wijze bekend  
Je kan kandidaten benaderen met interesse  
Je hebt waardevolle content om te delen  
Je hebt doelgroep kennis



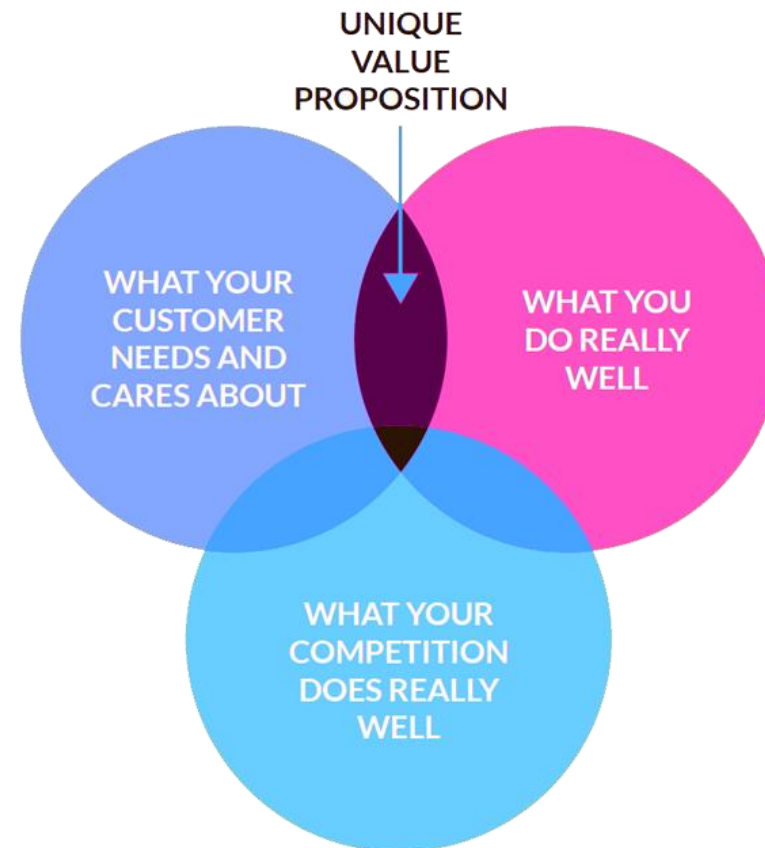
# Verleiden-> Apply Value Proposition

---

Wat hebben jullie de doelgroep te bieden wat onderscheidend is en voor de doelgroep van waarde?

Ezelsbruggetje voor AVP

- Authentiek
- Vooruitgang
- Persoonlijk



# Belangrijkste pullfactoren

---

## 1. Goed salaris

> Variabel en vast salaris

*'Salaris is belangrijk, dus benoem dat ook!'*

## 2. Werksfeer

> Omgang met collega's

## 3. Vast contract

> Tijd krijgen om iets op te bouwen

## 4. Inhoud van het werk

> Acquisitie versus relatiebeheer

## 5. Dichtbij huis/acceptabele reistijd

> Verhouding kantoor, thuis en klant



# Belangrijkste pullfactoren

---

## 6. Uitdaging van het werk

> Waar kun je het verschil maken

## 7. Zelfstandigheid in de functie

*'Hoe concreter hoe beter'*

## 8. Acceptabele werkdruk

> Prestatie vs plezier cultuur

## 9. Afwisseling van het werk

> Hoe ziet een week eruit?

## 10. Goede secundaire arbeidsvoorwaarden

> Auto van de zaak en bonusregeling



# Tips vinden, verleiden & vasthouden

- 1** Wer(f)k vanuit een plan en team met heldere rolverdeling
- 2** Werk vanuit jullie uniekheid en authenticiteit ->AVP
- 3** Maak het 'top prio' en iets gezamenlijks
- 4** Word een talentmagneet



VINDEN, VERLEIDEN  
&  
VASTHOUDEN

wij werven, selecteren  
trainen, coachen,  
inspiren, ontwikkelen,  
vinden  
& verbinden.



**empowering people**

Werving & selectie

Executive search

Recruitment Services

Assessments

Interim

Development