

Een vacature: zo veel meer dan een zoekertje

Het vinden van het juiste personeel is voor steeds meer bedrijven een uitdaging. Het uitschrijven van een goede vacature kan in de 'strijd om talent' zeker een verschil maken. Waar moet je op letten?

Ellen Vos, Innovatiesteunpunt



WEET WIE JE ZELF BENT

Het is essentieel dat medewerkers weten aan welk 'groot verhaal' ze bijdragen. Dat kunnen potentiële werknemers halen uit de waarden (wat vind je echt belangrijk), de missie (wat is je bestaansreden), de strategie (wat is je plan), en de visie (waar werk je naartoe) van het bedrijf. Veelal blijkt dit uit het werk van alledag, en is dit voor de bedrijfsleider duidelijk. Maar uiteraard wil je dit ook naar (potentiële) medewerkers overbrengen.

WEET WIE JE NODIG HEBT

Als je iemand wil aanwerven, moet je duidelijk weten op welke momenten in het jaar je iemand nodig hebt en wat je die persoon wil laten doen. Welke verantwoordelijkheden wil je bij die persoon leggen? Bij een bepaalde verantwoordelijkheid horen bepaalde kennis en vaardigheden. Bijna even vaak is de attitude die je verwacht cruciaal.

Nuttige links

Een sociaal secretariaat zoals Acerta kan heel wat vragen beantwoorden rond de modaliteiten waarin je iemand tewerkstelt. Maar je kan ook zelf heel wat info vergaren.

- Uitzendarbeid (www.werk.belgie.be)
- Seizoenarbeid (www.vdab.be/seizoenarbeid)
- Vast in dienst (deeltijds/voltijds en bepaalde/onbepaalde duur) (www.vlaanderen.be/personeel-aanwerven)
- Medewerker op zelfstandige basis (let wel op voor schijnzelfstandigheid). (www.vlaanderen.be/economie-en-ondernemen/een-eigen-zaak-starten/wat-is-schijnzelfstandigheid).

“ Geef een lijstje van maximaal vijf noodzakelijke competenties.

7 AANDACHTSPUNTEN

Zodra je weet welke medewerker je zoekt voor welke opdrachten, is het zaak om dat ook om te zetten in een aantrekkelijk vacaturebericht. Volgende zeven punten zijn de sleutel tot een goede vacature.

1. Inleiding

Vermeld hier zeker de naam van je bedrijf, de kernactiviteit, je visie... Zo weten sollicitanten bij welk bedrijf ze terechtkomen. De plaats van tewerkstelling is een ander basisgegeven dat je hier moet vermelden.

2. Functietitel

Onderschat niet hoe belangrijk een geschikte functietitel is. Gebruik een verstaanbare titel die de lading dekt. Denk ook aan zoekmachines: het helpt als de functietitel vaker voorkomt en dus herkenbaar is. Je kan gerust ook inspiratie opdoen bij collega's in de sector.

3. Functieomschrijving

Een functieomschrijving bevat een duidelijke opsomming van de taken en verantwoordelijkheden die horen bij de functie. Formuleer dit zo helder en concreet mogelijk in de



taal van de medewerker die je voor ogen hebt. Hou het wel haalbaar en formuleer het aantrekkelijk, zodat je geen kandidaten afschrikt. Als je dat belangrijk vindt, vermeld je hier ook welk diploma je verwacht.

dat af op je bedrijf. Zorg ervoor dat de kleuren en de lay-out een sfeer uitstralen die past bij jou en je onderneming. Gebruik leuke foto's of beelden. ■

4. Profielomschrijving

Geef een lijstje van maximaal vijf noodzakelijke competenties. Durf dus keuzes te maken in wat echt essentieel is en vermijd tegenstrijdigheden (zelfstandig werken en team-speler).

5. Aanbod van je organisatie

Vermeld de eigenheden en troeven van zowel de functie als de organisatie. Werkzoekenden hechten belang aan de functie-inhoud, maar ook aan het loon, de arbeidsvoorwaarden, de arbeidsomstandigheden, de werkzekerheid, de werklocatie en de bedrijfscultuur. Daarin spelen (door-) groei- en leermogelijkheden een grote rol, net als de balans werk/privé. Wees zo specifiek mogelijk.

6. Sollicitatiegegevens

Geef tot slot informatie over de sollicitatieprocedure. Wat verwacht je van de kandidaten? Uit welke stappen bestaat de sollicitatieprocedure? Vermeld één contactpersoon bij wie sollicitanten terecht kunnen met vragen en aan wie ze hun cv en motivatiebrief bezorgen.

7. Vormgeving

Ook de vormgeving van je vacature vertelt de kandidaten iets over je organisatie. Ze krijgen meteen een idee van de sfeer die er heerst en de waarden die belangrijk zijn. Wanneer je vacaturebericht vol taal- of tikfouten staat, straalt



- Onderzoek toont aan dat foto's van mensen doorgaans meer aanspreken dan foto's van bijvoorbeeld gebouwen.
- Ga voor herkenbaarheid en gebruik steeds eenzelfde sjabloon voor je vacatures, ook als die verspreid in de tijd gepubliceerd worden. Tip: Je hoeft het warm water niet zelf uit te vinden. Bekijk vacatures in kranten of magazines. Wat spreekt jou aan? Gebruik goede voorbeelden om je eigen vacature op te bouwen.

Dit artikel is gebaseerd op de brochure 'Professioneel met personeel.' Komende edities halen we nog een aantal aspecten uit deze brochure aan.

Je kan de brochure downloaden op <http://bit.ly/Professioneelmetpersoneel>. Deze tool werd ontwikkeld door het Innovatiesteunpunt en Boerenbond in het kader van het LIONS-project (Limburgs Agrarisch Ondernemerschap Stimuleren) en is mogelijk gemaakt met de financiële steun van de Provincie Limburg, het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) en het Agentschap Innoveren en Ondernemen.

