

VACATURE:

TIME

VACATURE:

KRAANMACHINIST

FULLTIME

CONTACT:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

VACATURE:

LEERKRACHT ENGELS

12 U P. WK

CONTACT:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# Je ziet ze niet, maar ze zijn er wel

Voor lang niet alle banen wordt een advertentie geplaatst. Hoe kom je erachter waar die banen zitten?

ENZO VAN STEENBERGEN

De tel was hij al lang kwijtgeraakt. Talloze sollicitatiebrieven verstuurd. Thijs Wolters (39) nadat hij begin dit jaar ontslag nam bij zijn oude werkgever. Hij werd maar één keer uitgenodigd voor een gesprek. En toen, ineens, lukte het via via wél. Via Twitter en Google Talk raakte Wolters met een zakelijke kennis aan de praat, over een vacature die ze allebei hadden bezocht. Wolters vertelde dat hij een baan zocht. De kennis zei: mijn werkgever heeft wel wat. Twee weken later kon Wolters op gesprek komen. Weer twee weken later had hij een baan als eindredacteur bij de gratis ochtendkrant *Spits*. De vacature was nooit gepubliceerd.

Experts schatten dat voor 50 tot 70 procent van de banen die vrijkomen nooit een openbare sollicitatieprocedure wordt gestart. Hoewel exacte cijfers daarover niet te berekenen zijn; deze vacante posities zijn tenslotte verborgen. Uit Amerikaans onderzoek van het bureau Jobvite blijkt dat 90 procent van de Amerikaanse bedrijven rekruteert via sociale media

in plaats van op banenwebsites of in kranten.

„De klassieke advertentie in de krant of op banenwebsites raakt in onmin”, vertelt Aaltje Vincent. Ze schreef het boek *Job Marketing: Werk vinden: zo pak je het aan* en heeft een coachingsbedrijf waarin ze mensen helpt werk te vinden. Voor bedrijven is adverteren helemaal niet meer zo aantrekkelijk. Het kost geld, en levert volgens Aaltje Vincent „minder goede kandidaten” op, omdat deze mensen minder gericht zoeken en daarom vaak minder enthousiast zijn.

Dat bedrijven minder vacatures plaatsen blijkt uit de Monster Employment Index, die wordt bijgehouden door vacaturewebsite Monsterboard. In de index worden alle vacatures op alle banenwebsites in ons land meegenomen. Sinds het begin van de index in 2007 is het aantal online vacatures met bijna zeventig procent gedaald en alleen al dit jaar werden 18 procent minder vacatures geplaatst dan in 2011. De index werkt niet met absolute cijfers, omdat vacatures vaak dubbel worden geplaatst op verschillende websites.

Volgens het CBS stonden er eind september in Nederland 108.000 vacatures open, maar dat is volgens Aaltje Vincent het topje van de ijsberg, omdat de ‘verborgen vacatures’ niet worden meegeteld. Uit het jaarrapport van uitkeringsinstantie UWV blijkt dat dit jaar gemiddeld 535.000 mensen werkzoekend waren. Een woordvoerder van Monsterboard: „Er zijn tijdens de crisis veel werkzoekenden, dus is het voor bedrijven vaak voldoende om intern te zoeken of via de eigen werknemers een kandidaat te vinden.” Aaltje Vincent: „Je moet daarom een ambassadeur krijgen binnen het bedrijf waar je wil werken.

Iemand die je naam laat vallen en zijn best voor je doet. Dat maakt een goede indruk op een baas die een nieuwe kracht nodig heeft.”

„Helemaal mee eens”, zegt Raf Seymus. De Vlaming rekruteert namens Digit4 mensen voor een groot aantal Belgische it-bedrijven en werkt aan een boek voor de Belgische en Nederlandse markt over carrièrekansen voor jonge hoogopgeleide werknemers. Seymus stelt dat bedrijven alleen nog adverteren als ze de wanhoop nabij zijn: „Anders heeft het voor bedrijven alleen nadelen om te adverteren.” Volgens Seymus kost ad-

**Mensen hebben te weinig besef van hun eigen netwerk**

Recruiter Raf Seymus

verteren op banenwebsites zo'n 1.000 euro. Tel daar advertenties in kranten bij op en het bedrag kan oplopen tot 10.000 euro. Dat geld kun je beter aan je eigen mensen geven: „Het is in bedrijven standaardprocedure geworden om eigen krachten te belonen die nieuwe mensen werven via hun netwerk”, zegt Seymus. Een werknemer die een collega werft, kan rekenen op geldbedragen, laptops, iPads, reischeques. Zo biedt het Nederlandse elektrotechniekbedrijf Croon werknemers een geldbedrag als zij via hun eigen netwerk een nieuwe kracht werven. Ook het Arnhemse bedrijf Allander heeft een beloningssysteem.

Maar hoe kom je aan een verborgen baan? Vera Bartels (31) werkte drie jaar bij Museum Boerhaave – waar ze ook via via terecht

was gekomen – en had in haar netwerk wel eens een balletje opgegooid dat ze nieuw werk zocht. Ze werd benaderd door het Museum voor Communicatie in Den Haag, waar ze nu coördinator pr en marketing is. Bartels: „Ik was namens Boerhaave erg actief op sociale media en dat was het Museum voor Communicatie opgevallen. Toen ben ik door hen benaderd. Het was hen blijkbaar ook ter ore gekomen dat ik ander werk zocht. De vacature voor die functie is nooit extern uitgezet.”

„Het is absurd dat werkzoekenden zo weinig gebruik maken van hun netwerk en sociale media”, vertelt Geerhard Bolte. Hij schreef een aantal jaar geleden het boek *Functie: sollicitant* en heeft nu een uitgeverij voor managementboeken. Bolte: „Als uitgever heb ik illustratoren, eindredacteurs en fotografen nodig. Ik vind het hartstikke leuk als mensen me bellen die zich goed hebben ingeleefd in mijn bedrijf en hier graag willen werken. Nou, ik word maximaal drie keer per jaar gebeld. Waarom bellen die werkzoekenden niet?”

Netwerken, dat is het toverwoord volgens de experts. Seymus: „Mensen hebben veel te weinig besef van hun eigen netwerk.” Stap één is volgens hem een goed LinkedIn-profiel opstellen. Scherm gekke Facebook-foto's af en bel gewoon eens met bedrijven waar je graag zou werken. Aaltje Vincent stelt dat het belangrijkste is dat je in contact komt met mensen die het werk doen dat jij graag wilt doen: „Zij weten als eerste wanneer er een baan vrij komt bij hun bedrijf en zij hebben de invloed om jou aan te raden bij de baas. Maar dan moeten ze je wel kennen.”

De telefoon pakken om letterlijk een ‘netwerkafpraak’ te maken, is

## HELFT KIEST VACATURESITE

- De vacaturewebsite blijft de eerste ingang voor werkzoekenden, zo blijkt uit de meest recente resultaten van het Arbeidsmarkt GedragsOnderzoek (AGO) dat de Intelligence Group continu uitvoert.

- 52 procent van de respondenten geeft de vacaturewebsite aan als eerste oriëntatiebron bij het zoeken naar een baan.

- 32 procent spreekt bekenden of het eigen netwerk aan, en 29 procent plaatst een cv in de databank van een vacaturesite.

- 39 procent van de werkzoekenden maakt gebruik van een open vacature.

- Vakbladen en tijdschriften zijn niet populair bij het zoeken naar werk: 14 procent van de respondenten richt zich hier op.

een goed idee, vinden Vincent en Seymus. Zorg dat mensen je kennen en je onthouden, door je in te leven in een bedrijf en vakkennis te tonen. Dat werpt later vruchten af, ook al is er niet direct een baan beschikbaar. Als je een sollicitatiebrief stuurt, ben je één van de tweehonderd kandidaten. Als je mensen persoonlijk kent, kun je ze raken. Vincent: „Als mensen werkloos raken, verstijven ze vaak van angst. Ze kijken alleen nog in de krant en gaan zitten hopen. Dan kom je nooit aan een baan.”

VACATURE  
MANAGER ZORGINSTELLING

VACATURE:

AMBULANT BEGELEIDER

VACATURE:

ANMACHINIST

FULLTIME