

Voorwoord

Miljoenen mensen in Nederland maken gebruik van Facebook, Twitter en LinkedIn om met elkaar in contact te zijn. Professioneel gebruik van deze social media maakt dat je sneller nieuw werk vindt! *Werk vind je met social media* is een ‘must read’ voor nieuw werk, het neemt je stap-voor-stap mee en toont hoe je alle social media ten volle benut.

Bedrijven en organisaties maken volop gebruik van de mogelijkheden die social media bieden om nieuwe collega’s te vinden. Zij doen dit bij voorkeur via de contacten van hun eigen medewerkers. Social media worden daarbij op alle mogelijke manieren ingezet.

In dit boek delen twaalf kleine en grote bedrijven en organisaties hoe zij social media inzetten bij het werven van nieuwe collega’s. In gesprekken wordt gezegd: ‘Neem contact met je vakcollega’s en recruiters op, we zitten er – juist op social media – allemaal klaar voor.’ Zij willen graag in contact zijn met jou, jouw vragen beantwoorden over het werken bij hen en jou op het juiste moment benaderen voor een vacature.

Dit boek leert je hoe jij daar slim gebruik van maakt. Vele praktijkvoorbeelden en onmisbare tips vormen daarbij een geweldige aanvulling. Je merkt hoe je met een paar klikken op social media je vakcollega’s en relevante recruiters vindt; hoe jij hen daar kunt gaan volgen, laagdrempelig een vraag stellen, kennis delen en afspreken om elkaar te ontmoeten op een conferentie of afspreken voor een kop koffie.

Het eerste hoofdstuk neemt jou in vogelvucht mee en toont hoe bedrijven social media inzetten om nieuwe medewerkers te werven. Daarna ga je met behulp van LinkedIn de bedrijven vinden waar jij wilt werken. Hoofdstuk drie gaat over de ideale inrichting van jouw LinkedIn-profiel om ge-

vonden te worden voor nieuw werk. En vervolgens tref je in 'Solliciteren met LinkedIn, Twitter en Facebook' de talloze slimme manieren aan waarop jij deze social media kunt inzetten. Hoe je goed gebruik kunt maken van Google en de extra mogelijkheden om jezelf te profileren in social media lees je in de laatste hoofdstukken.

Tijdens de zomer van 2013 is *Werk vind je met social media* helemaal geactualiseerd. Met name LinkedIn kent veranderingen in functionaliteit en deze zijn hier geheel in verwerkt. De afbeeldingen van alle social media zijn, ondanks enige veranderingen in lay-out, gehandhaafd, behalve op p. 66. Dit is mogelijk omdat de afbeeldingen nog steeds krachtig het onderwerp weergeven.

De grootste verandering in het social medialandschap is dat Hyves niet meer wordt ingezet voor recruitment via social media en dit hoofdstuk is dan ook in z'n geheel weggelaten. Daarnaast bereikte LinkedIn in het voorjaar van 2015 de mijlpaal dat meer dan 66% van de werkende bevolking nu gebruikmaakt van dit professionele netwerk!

Recruitment en solliciteren met social media heeft een grote groei door- gemaakt sinds 2011. Er is veel ervaring in opgedaan en ook de valkuilen zijn bekend, want die zijn er natuurlijk ook. Aan deze valkuilen, gedrag op social media waarmee je je kansen verspeelt, is hoofdstuk 7 gewijd.

Zomer 2015 heb ik met veel plezier het boek geactualiseerd met de nieuwste ontwikkelingen en cijfers. De vele, vele voorbeelden in de tekst en in de afbeeldingen spreken ook nu nog steeds voor zich. De kracht van werven en solliciteren via social media staat in 2015 als een huis en is niet meer weg te denken!

Graag attendeer ik je op mijn blog op mijn site www.aaltjevincent.nl waar met grote regelmaat cases worden gedeeld in hoe werk vinden met social media werkt.

Ik wens je veel succes en plezier in *Werk vind je met social media*!

Aaltje Vincent

Almere, voorjaar 2015

Inhoud

1. Recruitment via social media 11
2. De arbeidsmarkt in kaart brengen met LinkedIn 39
3. LinkedIn, jouw professionele brandpunt 47
4. Solliciteren met LinkedIn 66
5. Solliciteren met Twitter 95
6. Solliciteren met Facebook 111
7. Solliciteren met social media, de valkuilen 125
8. Google en solliciteren met social media 129
9. Extra profileren met social media 138

Verklarende woordenlijst 143

Woordenlijst Engels/Nederlands 145

Dankwoord 149

Literatuurlijst 151

Over de auteur 153

1. Recruitment via social media

Nieuw werk en social media als LinkedIn, Twitter en Facebook horen bij elkaar. In dit boek neem ik je mee om te laten zien hoe werkgevers social media gebruiken om nieuw personeel te vinden. Je ontdekt hoe jij daar als werknemer gebruik van maakt om gevonden te worden voor nieuw werk.

Vroeger plaatsten bedrijven en organisaties vacatures in de dagbladen omdat iedereen deze las. Sinds eind jaren negentig namen vacaturesites (jobboards), zoals Monsterboard, deze plaats in voor alle uiteenlopende doelgroepen. Nu vele mensen actief zijn op social media als Facebook en LinkedIn, zijn de bedrijven en organisaties daar ook; zij volgen immers de kandidaat. Social media worden ingezet als wervingskanaal: enerzijds als gratis, grote, actuele en openbare cv-database, anderzijds om de dialoog met potentiële sollicitanten aan te gaan. Deze ontwikkeling biedt jou alle kans om heel persoonlijk contact te leggen met de arbeidsmarkt die jij voor jezelf kiest. Meer daarover vind je bij 'De arbeidsmarkt in kaart brengen met LinkedIn' op p. 39.

Waarom social media?

Werkgevers zetten social media om de volgende redenen in:

- Om jou te vinden.
- Om zichzelf te profileren als aantrekkelijke werkgever.
- Om groepen (communities) op te bouwen met potentiële werknemers.
- Om hun werknemers te laten delen over het dagelijks werk.
- Om hun recruiters er rechtstreeks te benaderen.
- Om werknemers direct te benaderen.

Jij, als werknemer, kunt social media uitmuntend inzetten om:

- Jezelf te profileren.
- Werkgevers te vinden en te volgen.
- Je met hun werknemers te verbinden en hen te volgen.
- Gevonden te worden door recruiters.
- Via je eigen netwerk gevonden te worden voor werk.

De vele cases in dit boek komen rechtstreeks uit de praktijk van kleine en grote bedrijven. Ze geven je een beeld van hoe bedrijven social media inzetten in de zoektocht naar werknemers en hoe mensen via social media aan nieuw werk zijn gekomen. Je zult snel zien hoe jij hieruit voordeel kunt halen.

Het gebruik van social media kent jargon; je zult veel nieuwe begrippen tegenkomen. Dat is onontkoombaar, maar hopelijk ervaar je dit als verrijkend. Waar mogelijk zal ik nieuwe begrippen meteen in de tekst toelichten. Op p. 143 staat een verklarende woordenlijst.

Nieuw werk

Het ‘werven’ van een aantal goede kandidaten is de eerste stap bij het invullen van een vacature. Daarna volgt de selectie. Dit boek neemt je mee in de wereld van werving via social media en vertelt hoe jij daar goed gebruik van maakt.

Tip

Vergeet niet dat het beeld van jou op social media ertoe dient om potentiële werkgevers te interesseren om een gesprek aan te gaan. Het sollicitatiegesprek geeft de doorslag!

Tijdens het voorjaar van 2015 kent Nederland drie grote social-mediasites, namelijk LinkedIn, Facebook en Twitter, die effectief worden ingezet voor nieuw werk.

Er is één uitgesproken professioneel netwerk: LinkedIn.

- LinkedIn heeft ruim 5,5 miljoen gebruikers. Dat is meer dan 68 procent van de werkende bevolking en LinkedIn ‘groeit stug door’.

De andere twee social media zijn:

- Facebook, met 9 miljoen gebruikers per maand.
- Twitter, met 3 miljoen actieve gebruikers.

De cijfers zijn ontleend aan www.marketingfacts.nl, zij publiceren met regelmaat nieuwe onderzoekscijfers.

Ik ga ervan uit dat je bekend bent met LinkedIn en wellicht ook met Twitter of Facebook. LinkedIn is voor je professionele profilering absoluut cruciaal, Twitter onmisbaar; Facebook zie ik als aanvullend. Naast LinkedIn zul je zelf keuzes gaan maken welke social media bij jou passen en bij het nieuwe werk dat je wilt.

Privacy

Een aspect van social media waar je je bewust van moet zijn, is openbaarheid versus privacy. Er zijn twee soorten social media: de kanalen die geheel openbaar zijn en die waarbij jij zelf kunt instellen voor wie je zichtbaar bent.

LinkedIn en Twitter zijn absoluut openbaar: iedereen die dat wenst, kan jouw profiel en je tweets zien. Op Facebook bestaat de mogelijkheid in te stellen wie je berichten kunnen zien; dit is echter niet helemaal 100 procent waterdicht. Jij bepaalt zelf wat je wilt delen en wat je voor jezelf houdt op het internet, iedere keer opnieuw.

Weten wat je wilt

Bij nieuw werk hoort weten wat je wilt vinden. Als je weet wat je zoekt, kun je alle social media effectief inzetten. Social media gebruikers hebben maar enkele seconden (bij Twitter) tot max. 8 seconden¹ (bij LinkedIn) nodig om een eerste indruk van je te krijgen.

Hoe scherper je voor ogen hebt wat je wilt, hoe beter. Dat betekent dat je weet hoe het werk dat je zoekt wordt genoemd; bijvoorbeeld teamleider pro-

¹ Uit onderzoek blijkt dat de gemiddelde bezoeker 8 seconden neemt om een webpagina te lezen. Bron: *De studentcoach*, Inge van Erkel & Simone Levie.

ductie, manager operations, operational manager of productieleider. Om dit voor jezelf scherp te krijgen, kun je praten met mensen die jou goed kennen – vooral mensen uit je werkomgeving. Vraag hun om advies: welk werk zien zij jou doen en waarom? Daarnaast kun je (zelfhulp)boeken² raadplegen en tests doen, of een geregistreerde loopbaancoach in de arm nemen. Op de site van de beroepsvereniging voor loopbaanprofessionals in Nederland, www.noloc.nl, kun je een ervaren adviseur vinden.

In dit boek ga ik er dus van uit dat je weet welk werk je wenst, en dat je uitstraalt: ‘U moet mij hebben voor die klus’ – in al je uitingen op social media, zowel privé als professioneel. Hoe je dat doet, komt uitgebreid in alle hoofdstukken, vanaf hoofdstuk 2. aan de orde.

Bij het invullen van vacatures zijn de volgende partijen betrokken:

- Degene die de nieuwe medewerker nodig heeft binnen het bedrijf (of de opdrachtgever bij uitzend-, detachering- of werving- & selectiebureaus) wordt ook wel de vacaturehouder of de ‘hiring manager’ genoemd, in dit boek hanteer ik het begrip hiring manager
- Degene die goede kandidaten werft en selecteert kan de hiring manager zelf zijn, of de HRM Businesspartner, de P&O Adviseur, de directie, consultants van bemiddelingsbureaus zoals uitzend-, detachering- of werving- & selectie-bureaus. In dit boek hanteer ik hiervoor het begrip recruiter.
- Degene die nieuw werk zoekt noem ik de sollicitant.

Social media, de online arbeidsmarkt

Elgna een kwart van de werknemers zet social media in om zichzelf als werknemer te profileren. Een meerderheid van de werknemers ziet ook (arbeids)kansen binnen social media. ‘Social media kunnen mij helpen bij het vinden van een baan,’ aldus ruim de helft van de werknemers.

Een minderheid binnen de werknemers durft op één paard te wedden bij de zoektocht naar een baan en zou zich alleen nog maar richten op social media om vacatures te vinden in plaats van traditionele vacaturesites.

Bron: Randstad Werkmonitor: sociale media (werknemer perspectief), april 2011

2 *Ontdek je sterke punten en Ontdek wie je bent* van Marcus Buckingham.

Social media en via-via-recruitment

In 2013 zijn er volgens officiële CBS-metingen 624.000 vacatures te vervullen, en in 2014 is de verwachting 700.000³. Dat betekent dat bedrijven, groot en klein, alles op alles zetten om zo goed en betaalbaar mogelijk aan nieuw personeel te komen.

Het vervullen van vacatures via de eigen medewerkers, het zogenaamde 'via-via-recruitment' (of in het vakjargon van recruiters: referral recruitment) is de meest gewenste manier, zo blijkt uit de bevindingen van het UWV⁴. Via-via-recruitment houdt in: goede kandidaten werven op aanbeveling van je medewerkers. Dit wordt door grote bedrijven steeds vaker ondersteund met 'referral programma's', waarin de medewerker die een goede kandidaat aanbrengt wordt beloond, denk daarbij aan een bedrag van rond de duizend euro. En via-via-recruitment gaat heel efficiënt met social media.

Recente cijfers hierover zijn beschikbaar uit een wereldwijd onderzoek door LinkedIn en een tweede onderzoek in de USA door Jobvite⁵.

Uit onderzoek van LinkedIn bij de introductie van de

Apply with **LinkedIn** 

button (solliciteren met je LinkedIn-profiel in plaats van je cv, zie p. 66) in juli 2011 blijkt dat 66 procent van alle nieuwe medewerkers als kandidaat zijn voorgesteld door medewerkers van de organisatie.

3 CBS en UWV.

4 Bron: *Netwerken werkt; op weg naar de baan die je wilt*, Rob van Eeden & Els Nijssen, Spectrum 2011.

5 Jobvite 2012 Social Recruiting Survey Results.

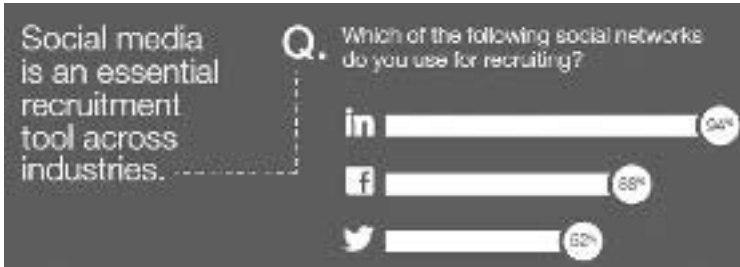


Een tweede onderzoek is in de zomer van 2014 gedaan door Jobvite⁶, een leverancier van een ATS-systeem. Het ATS-systeem staat voor Applicant Tracking System, speciale software waarmee grote bedrijven hun stroom van sollicitanten op de vele vacatures www.werkenbijxyz.nl site intern kunnen sturen.



6 Jobvite 2014 Social Recruiting Survey Results.

LinkedIn is het meest gebruikte kanaal, op enige afstand gevolgd door Facebook en Twitter. LinkedIn wint nog steeds aan belang. Nu geeft 93 procent van de recruiters en HR-professionals aan LinkedIn in te zetten. Facebook was voor 66 procent de bron voor een nieuwe collega en Twitter voor 52 procent.



Social media hebben met succes een plaats weten te bemachtigen in de totale wervingsactiviteiten van organisaties. Vooral de combinatie social media en via-via-recruitment levert goede resultaten op.

Er zijn vijf redenen waarom bedrijven hun vacatures bij voorkeur door middel van via-via-recruitment en social media vervullen:

1. De kwaliteit van de kandidaten die via dit kanaal worden geworven, is beter.
2. Medewerkers die via-via zijn aangenomen, zijn tevredener.⁷
3. Het proces verloopt snel.
4. Het is goedkoper dan adverteren in kranten en op jobboards.
5. Het is goedkoper dan heel veel reacties op een advertentie behandelen.

7 Bron: *Angami White Paper*, 2000