

E-book

Talentpools bouwen met
Recruitment Marketing



Inhoud

- 1. Wat zijn talentpools?**
- 2. Waarom talentpools bouwen?**
- 3. Hoe bouw ik talentpools?**
- 4. Wanneer ben ik succesvol?**
- 5. Volgend E-book**



Wat zijn talentpools

Als je recruiter bent of met recruitment te maken hebt binnen jouw organisatie, ben je ongetwijfeld bekend met talentpools. Het is een term die al lange tijd de ronde doet in recruitmentland, maar niet altijd even duidelijk gedefinieerd is. In dit e-book zetten we de verschillende soorten talentpools binnen recruitment uiteen, nemen we je mee in de voor- en nadelen én geven we je handvaten voor het zelf effectief opbouwen én benutten van deze talentpools.

In dit ebook spreken we van een talentpool wanneer:

1. De talentpool bestaat uit een groep mensen die interesse heeft getoond in jou als werkgever.
2. Je de mogelijkheid hebt om deze mensen als groep of individueel opnieuw te bereiken.

Soorten talentpools binnen recruitment marketing

De traditionele recruitment talentpool bestaat uit mensen die hebben gesolliciteerd, maar niet aangenomen zijn. Een term die je hiervoor steeds vaker hoort zijn de “silver medallists”. De meeste ATS'en en CRM's geven je de mogelijkheid om als recruiter met deze mensen in contact te blijven. Deze post-sollicitatie talentpools zijn daarom van grote waarde en zorgen ervoor dat je niet voor iedere functie vanaf 0 begint.

Echter zullen wij ons in dit Ebook richten op de pré-sollicitatie talentpools. Dit zijn pools van mensen die interesse tonen in je bedrijf, maar nog niet over zijn gegaan tot sollicitatie. Deze vorm van talentpools is relatief nieuw en valt binnen het recruitment marketing domein. Op de volgende slide is uiteengezet welke 2 soorten pré-sollicitatie talentpools we onderscheiden.



Verschillende soorten pré-sollicitatie talentpools

1

Advertising Talentpools

Op de Social Media netwerken kun je advertising talentpools bouwen. Deze bestaan uit mensen die geïnteracteed hebben met je content door te klikken op je advertentie of een video te bekijken.

De mensen die deze actie ondernomen hebben kun je in je talentpool of “audiences” opnemen om ze op een later moment met nieuwe content te retargeten.

2

Lead generatie talentpool

Lead generatie is een nieuw concept binnen recruitment marketing. Binnen online marketing is dit al langer een essentieel onderdeel van de meeste strategieën.

Met lead generatie zorg je ervoor dat mensen vóóordat ze een eventuele sollicitatie afronden, al uit de anonimiteit komen door iets te downloaden of een formulier in te vullen.

Deze talentpools kunnen zowel op de Social Media netwerken als via je werken-bij website worden opgebouwd.

3 redenen om talentpools te bouwen



Eerder toegang tot talent dan de concurrentie

Zodra kandidaten gaan solliciteren, zullen ze dit vaak bij meerdere werkgevers doen en heb je te maken met concurrentie. Door een persoonlijke band met kandidaten op te bouwen als bedrijf vóóordat ze actief gaan solliciteren, heb je als eerste toegang tot dit talent.



Fluctuaties in vraag naar sollicitanten kunnen worden opgevangen

Vaak heb je als recruitment team te maken met ad-hoc recruitment vragen vanuit de organisatie. De vraag naar personeel kan sterk fluctueren. Met het bouwen van talentpools zorg je ervoor dat je makkelijker aan plotselinge vraag kunt voldoen. Je hebt immers een groep aan geïnteresseerde kandidaten klaarstaan die je op ieder gewenst moment kunt aanspreken.



Verkorte time to hire én lagere cost per hire

Door voortdurend je doelgroepen te interesseren voor je onderneming zal het steeds minder tijd en geld kosten om nieuwe medewerkers te vinden. Hoe beter je je talentpools opgebouwd hebt, hoe makkelijker je je volgende medewerker kunt vinden.



Statistieken om rekening mee te houden



68% reductie in Cost Per Hire

De investering die bedrijven bij MrWork doen in het opbouwen van hun talentpools leidt tot een lagere cost per hire. De inzet van recruitmentbureau's wordt overbodig waardoor je autonoom in staat bent om ook schaarse doelgroepen te werven.



Slechts 14% van de doelgroep is actief op zoek naar een nieuwe baan

Slechts 14% van de arbeidsmarkt is actief op zoek naar een nieuwe baan. Bovendien wordt talent in schaarse doelgroepen regelmatig benaderd voor een functie. Daarom kun je je als bedrijf het beste richten op het bereiken en verleiden van de latent werkzoekenden binnen de doelgroep. Het bouwen van talentpools staat in deze aanpak centraal.

Advertising Talentpools

De informatie op deze slide is vrij technisch van aard. Mocht je hier meer over willen weten of hulp bij nodig hebben, neem dan contact op met MrWork (010-7371521). Dan brengen wij je met één van onze online marketeers in contact.

Facebook, Instagram en LinkedIn

Talentpools worden op deze netwerken op 2 manieren opgebouwd:

1. Op basis van een website bezoek na het ‘afvuren’ van de tracking pixel. Deze pixel is een stukje code dat simpel op je website te zetten is via Google Tag Manager. Deze pixels worden door de netwerken beschikbaar gesteld via hun advertising omgevingen. Zodra een websitebezoeker tracking cookies heeft geaccepteerd, kan deze persoon in een audience worden opgenomen om op een later moment geretarget te worden met nieuwe content.
2. Op basis van interactie binnen het netwerk zelf. Voorbeelden hiervan zijn het deels afkijken van een video (bijv: bij 95% afkijkpercentage wordt de persoon geretarget in een volgende fase), het openen van een lead formulier of interesse tonen in een event.

Google

Binnen dit netwerk worden audiences op een vergelijkbare manier opgebouwd. Door middel van een retargeting pixel op een website kun je je doelgroep opnieuw bereiken, maar je kunt ook gebruik maken van retargeting op basis van interactie met je YouTube video's of video's binnen Google Display.

Daarnaast zijn er nog extra opties waarin je kunt werken met interactie op je applicatie of een offline customer list waardoor je mensen kunt retargeten op basis van hun persoonsgegevens.

1 Facebook / Instagram

Voor het adverteren en dus opbouwen van audiences op deze netwerken, gebruik je de Facebook Business Manager voor zowel Facebook als Instagram.

2 LinkedIn

Als je een bedrijfspagina hebt, kun je simpel een LinkedIn campaign manager aanmaken. Hierin kun je je advertenties en dus ook je audiences beheren.

3 Google Display

Via ads.google.com maak je eenvoudig een advertentieaccount aan en kun je na installatie van de pixel beginnen met het bouwen van je audiences.

Lead generatie talentpools

Soorten lead-generatie	Gebruik	Tips
Conversational ads In plaats van een landingspagina als eindpunt na een klik op je advertentie is het ook mogelijk om mensen direct naar een chat app zoals Facebook Messenger of WhatsApp te leiden. Zo kunnen kandidaten bijvoorbeeld direct op hun mobiel met een recruiter chatten om vragen te stellen.	Er zijn 2 laagdrempelige opties om deze manier van adverteren in zetten. Je kunt eenvoudig een WhatsApp url (https://create.wa.link) aanmaken en die als eindpunt van je advertenties inzetten. Je kunt er ook voor kiezen om Facebook Messenger te gebruiken i.p.v. WhatsApp. In dat geval kun je deze selecteren binnen de Facebook business manager bij het opzetten van een campagne.	We raden aan deze optie alleen in te zetten binnen retargeting campagnes van bezoekers die al eerder de website hebben bezocht. Zo voorkom je dat er irrelevante leads binnenkomen.
Social Media lead-ads Dit zijn advertenties waarbij mensen ervoor kunnen kiezen om hun gegevens achter te laten in een formulier binnen de advertentie. Hiervoor hoeven ze het social media netwerk waarop ze zich bevinden dus niet te verlaten. Deze ads zijn beschikbaar op Facebook, Instagram en LinkedIn.	Lead-ads kunnen ingezet worden als aanmelding voor een event, terugkerende mailing zoals een nieuwsbrief, maar ook als sollicitatieformulier. Als je een schaarse doelgroep wilt werven die moeilijk uit zichzelf solliciteert (zoals IT'ers of monteurs) kunnen lead-ads een uitkomst bieden. We zien in sollicitatiedata dat de sollicitatiebereidheid bij veel doelgroepen terugloopt. Met lead-ads kun je het solliciteren bij jouw onderneming laagdrempelig maken.	Heeft jouw onderneming een sourcing team dat kandidaten actief benadert? Met lead-ads zorg je dat de sourcers binnenkomende leads ontvangen in plaats van dat ze zelf voortdurend mensen moeten benaderen.
Website chat Op je werken-bij website kun je op verschillende pagina's een chatfunctie opnemen zodat kandidaten die de website bezoeken direct kunnen chatten met medewerkers. Dit kan o.a. met WhatsApp. Afhankelijk van de tooling die je kiest (MrWork biedt deze ook aan), kun je per pagina of vacature zelf een contactpersoon kiezen die de binnenkomende chats ontvangt.	Je kunt als bedrijf onmogelijk alle vragen in je marketing- en website content afvangen die kandidaten hebben over het werken bij jouw onderneming. Daarom kan het opnemen van een chatmogelijkheid op jouw website je conversie naar sollicitatie aanmerkelijk verhogen. Kandidaten kunnen vragen stellen die ze weerhouden van een sollicitatie. Daarnaast is het voor kandidaten een mogelijkheid om een gevoel te krijgen bij hoe mensen met elkaar omgaan binnen jouw onderneming.	Als je WhatsApp als chat app implementeert op je website, hoef je niet direct te reageren op het moment dat een kandidaat zich op de werken-bij website bevindt. Als je op een later moment reageert, komt het bericht alsnog binnen bij de kandidaat via zijn/haar WhatsApp. Dit kan zowel met WhatsApp For Business of een persoonlijk WhatsApp nummer. Met die eerste heb je meer mogelijkheden voor het plaatsen van automatische reacties.
Website forms Op je werken-bij website kun je ook formulieren opnemen die kandidaten kunnen invullen wanneer ze meer informatie over jou als werkgever willen of als ze bijvoorbeeld willen deelnemen aan een event.	Website forms kunnen op verschillende manieren worden ingezet. Zo kun je deze gebruiken om mensen te laten aanmelden voor recruitment gerelateerde evenementen of vacature- en content alerts. Iedere kandidaat die hier gebruik van maakt, is een nieuwe lead in je talentpool.	Welke content mensen interessant vinden, verschilt sterk per doelgroep. Een webinar over hun vakgebied kan voor een schaarse IT'er erg interessant zijn, terwijl een whitepaper over de energietransitie misschien weer interessant is voor engineers. Hoe relevanter de content voor jouw doelgroep, hoe eerder talent geneigd zal zijn om een formulier in te vullen.

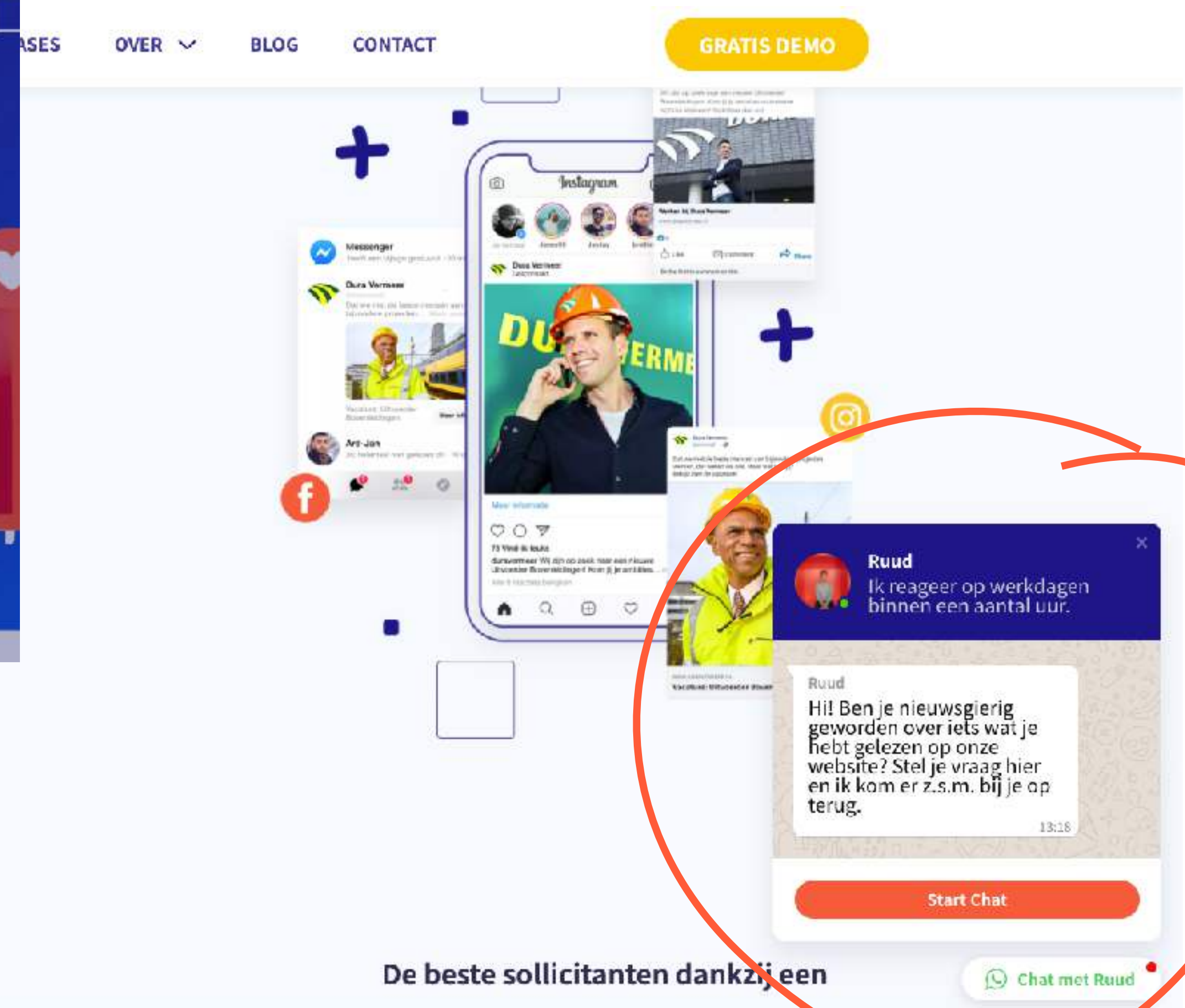
Voorbeelden lead generatie

Website form

The image shows a website form for MrWork. The header includes the MrWork logo and navigation links: TECH, TEAM, CASES, OVER, BLOG, and CONTACT. A 'GRATIS DEMO' button is in the top right. The main content area features a large red heart icon and a woman sitting in a red box. To the right, the text reads: 'Boek een gratis demo met een Recruitment Marketing expert van MrWork'. Below this, a paragraph explains that in a few minutes, they will guide the user through their technology to optimize their recruitment marketing strategy. The form includes four input fields: 'E-mailadres*', 'Volledige naam*', 'Organisatie*', and 'Telefoonnummer'. At the bottom, there are two buttons: 'Plan een tijd' and 'Verstuur'.

=

Website chat

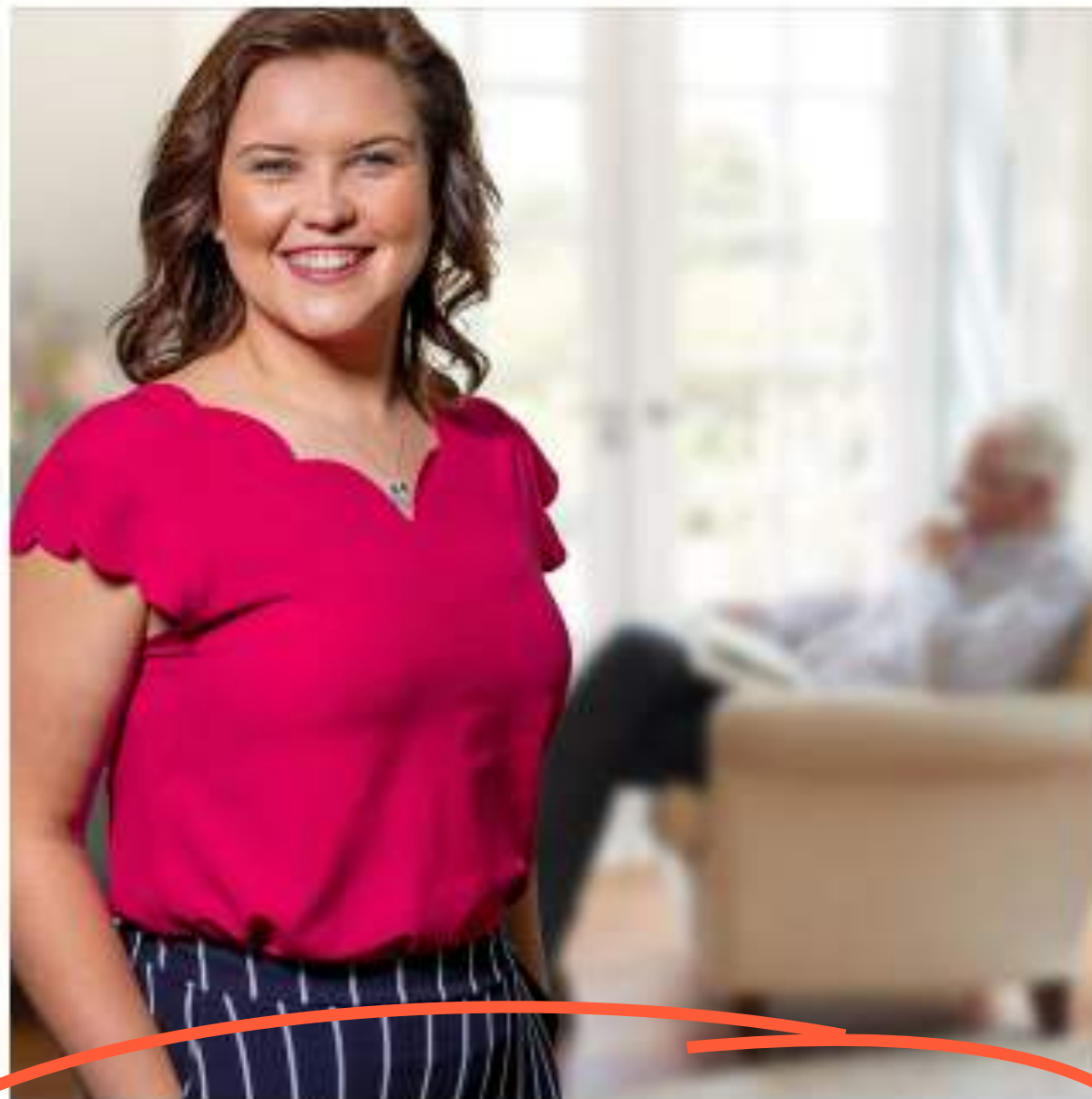


Voorbeelden lead generatie

Conversational ads



ViVa! Zorggroep biedt veel kansen om jezelf te ontwikkelen. Ben jij een Helpende, Verzorgende-IG of Verpleegkundige? Stuur ons een whatsapp bericht!



WERKENBIJ.VIVAZORGGROEP.NL
Whatsapp met een van onze
recruiters

LEARN MORE

Like Comment Share

Lead-ads



Kom werken in een woonzorglocatie bij ViVa! Zorggroep

Heb jij een diploma als Helpende, verzorgende IG of Verpleegkundige? En wil jij het verschil maken voor onze cliënten? Dan is ViVa! Zorggroep op zoek naar jou!

Als zorgmedewerker binnen een van onze woonzorglocaties in Noord- en Zuid-Kennemerland, maak jij het verschil voor onze cliënten. Jouw werk is onmisbaar.

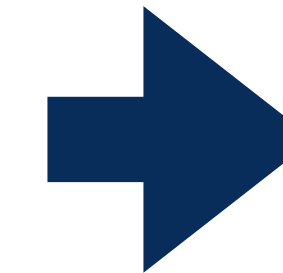
Dit zeggen je collega's over werken in een woonzorglocatie van ViVa!:

"Je kunt hier altijd je ei kwijt. Iedereen voelt zich veilig en niemand is bang om zich uit te spreken."

"Als je onderling goed met elkaar omgaat, kun je het juiste doen voor de bewoners."

"Soms is het echt puzzelen. Ik geniet ervan als we met zijn

Next



Dit zeggen je collega's over werken in een woonzorglocatie van ViVa!:

"Je kunt hier altijd je ei kwijt. Iedereen voelt zich veilig en niemand is bang om zich uit te spreken."

"Als je onderling goed met elkaar omgaat, kun je het juiste doen voor de bewoners."

"Soms is het echt puzzelen. Ik geniet ervan als we met zijn alleen een oplossing vinden."

Laat hieronder je gegevens achter en dan word je snel gebeld door één van onze recruiters Sandy of Vasoula.

ViVa! Zorggroep neemt de bescherming van persoonsgegevens zeer serieus en gaat zorgvuldig om met persoonlijke gegevens.

Over welk diploma beschik je?

ViVa! Zorggroep is gevestigd in Noord- en Zuid-Kennem...

Full name
Roxanne Pieterse

NL+31

Phone number

Next

Volgend E-book

Framework voor succesvolle recruitment marketing

Hou me op de hoogte

Ontdek de recruitment marketing technologie van MrWork

Boek een demo



