

Zelf werven? Zo vergroot je de kans dat het werkt

Wat organisaties vaak onderschatten en waar je het verschil kunt maken



Moore
& Partners

Introductie

De meeste organisaties starten hetzelfde wanneer er een vacature ontstaat.

"We proberen het eerst zelf."

Dat is logisch.

Je kent de rol. Je kent het team.

En soms werkt het ook.

Maar vaak kost zelf werven meer tijd, energie en onrust dan vooraf werd ingeschat.

Deze download is bedoeld als praktische gids voor organisaties die zelf willen werven en hun kans op een goede match serieus willen vergroten.

Niet om je te overtuigen het uit te besteden.

Wel om te laten zien waar het vaak misgaat en hoe het beter kan.

Begin niet bij de vacaturetekst

Veel trajecten starten met schrijven.
Maar het echte werk begint eerder.

De belangrijkste vraag is niet:

Wie zoeken we?

Maar:

Wat moet deze rol in deze fase werkelijk toevoegen?

Zonder helder antwoord hierop:

- wordt de tekst generiek
- spreken reacties elkaar tegen
- en wordt selectie vooral vergelijken

Goede werving begint bij rolontwerp, niet bij taal.

Onderschat de fase van je organisatie niet

Dezelfde rol vraagt iets anders in een andere fase.

- groei vs stabilisatie
- opbouw vs professionalisering
- pionieren v. optimaliseren

Veel mismatches ontstaan
doordat het profiel los wordt gezien van de fase.

Vraag jezelf af:

- wat moet deze persoon *nu* brengen?
- wat mag nog ontbreken?
- en wat moet juist *wél* aanwezig zijn?

Dit onderscheid voorkomt veel ruis later.

Actieve kandidaten zijn zelden de beste indicator

Wie reageert, is zichtbaar.

Maar zichtbaarheid zegt weinig over geschiktheid.

Actieve kandidaten:

- zijn vaak beschikbaar
- maar niet altijd passend

Sterke professionals:

- zijn meestal niet actief zoekend
- maar wél benaderbaar mits het verhaal klopt

Zelf werven betekent dus ook:

- actiever benaderen
- scherper positioneren
- en beter uitleggen waarom deze rol ertoe doet

Niet harder werven.

Maar gericht.

Selecteer niet op cv, maar op contextfit

Cv's maken vergelijken makkelijk.

Maar ze zeggen weinig over landing.

Let in gesprekken vooral op:

- hoe iemand resultaten heeft behaald
- onder welke omstandigheden
- met welk mandaat
- en met welke vorm van leiderschap

Dat vertelt meer dan titels of jaartallen.

De vraag is niet:

Is dit een sterke professional?

Maar:

Is dit een sterke professional hier en nu?

Wees eerlijk over wat de rol niet is

Veel wervingstrajecten falen door optimisme.

De rol wordt aantrekkelijker gemaakt dan hij is.

Spanningen worden verzacht.

Beperkingen worden weggelaten.

Dat helpt bij instroom.

Maar schaadt bij landing.

Eerlijkheid aan de voorkant:

- schrikt minder af dan gedacht
- trekt betere matches aan
- en voorkomt vroeg verloop

Goede kandidaten haken niet af op realisme.

Ze haken af op vaagheid.

Tempo is belangrijk, maar richting belangrijker

Tijd speelt bijna altijd een rol.

Maar snelheid zonder richting vergroot het risico.

Veel organisaties:

- versnellen bij twijfel
- terwijl vertragen vooraf juist helpt

Een extra gesprek,

een scherpere vraag,

of het herijken van het profiel

kost minder tijd dan een verkeerde hire.

Tempo is een middel.

Geen doel.

Betrek de omgeving bewust

Wie allemaal mag meepraten,
moet ook helder zijn.

Onuitgesproken belangen zorgen voor:

- tegenstrijdige signalen
- twijfel in de eindfase
- en afhakende kandidaten

Maak expliciet:

- wie beslist
- wie adviseert
- en waar op wordt geselecteerd

Dat creëert rust
voor de organisatie én voor de kandidaat.

Wanneer zelf werven verstandig is en wanneer niet

Zelf werven kan goed werken wanneer:

- de rol helder is
- de doelgroep bereikbaar
- en de fase stabiel

Het wordt lastiger wanneer:

- de rol nieuw of veranderend is
- de impact groot
- of de markt krap

Weten wanneer je zelf werft
is net zo belangrijk als weten *hoe*.

Hoe Moore & Partners naar werving kijkt

Bij Moore & Partners zien we werving niet als een standaardproces, maar als een strategische keuze.

Wij helpen organisaties:

- scherper te kijken naar rol en fase
- betere vragen te stellen in selectie
- en bewuster te kiezen: zelf of samen

Soms begeleiden we het hele proces.
Soms versterken we alleen waar nodig.

Altijd met hetzelfde doel:
een keuze die landt en blijft werken.

Slot

Zelf werven is geen probleem.
Onbewust werven wel.

Organisaties die investeren in scherpste,
maken betere keuzes
ook wanneer ze het zelf doen.

Deze download is geen handleiding om alles perfect te doen.
Wel een uitnodiging om bewuster te kijken
naar wat een goede hire werkelijk vraagt.

Niet harder werven.
Maar beter kiezen.

Moore & Partners

Waar sales, leiderschap en performance tot hun recht komen

www.moore-partners.nl