

HANDLEIDING **SOURCING**



INHOUDSOPGAVE

Inleiding	3
Wat is sourcing?	4
Definitie sourcing	4
Belang van sourcing	5
Sourcing & AI	6
Waar kan AI in ondersteunen?	6
Hoe ga je te werk?	6
Stappenplan	7
Hoe benader je een kandidaat?	8
AIDA methode inzetten	9
Boolean Search	10
Waar dient Boolean Search voor?	10
Waar komt de benaming vandaan?	10

INLEIDING

Sourcing is binnen recruitment een basiselement en tegelijkertijd één van de meest onderschatte onderdelen. Goede sourcing levert namelijk altijd resultaat op! Maar wanneer ben je goed aan het sourcen en wat houdt het eigenlijk in? Sourcen is namelijk meer dan cv's zoeken en berichten sturen. Daarbij is over de afgelopen jaren enorm veel veranderd in het prachtige recruitmentvak.

De arbeidskrachte is nog nooit zo hoog geweest. We zetten nu meer arbeidsmarktcommunicatie in en bouwen aan een sterk werkgeversmerk om kandidaten te boeien, vinden en te binden. Sourcing is daarbij de actieve vorm van arbeidsmarktcommunicatie en activeert je doelgroep. Het is nu belangrijker dan ooit om deze combinatie in te zetten!





WAT IS SOURCING?

Er zijn tal van manieren om de juiste kandidaat naar je toe te trekken. Toch blijft het sourcen daarin een van de belangrijkste. Zonder het contact tussen recruitment en de kandidaat, komt er niet veel van pas.

Definitie sourcing

Er zijn verschillende definities van sourcing online te vinden. Op wervingswoorden.nl staat de volgende definitie:

“Sourcing is het (pro)actief zoeken naar en identificeren van geschikte kandidaten (actief en latent) voor huidige en toekomstige vacatures, voor vaste en flex posities, met alle denkbare online en offline hulpmiddelen. Het doel van sourcing is relevante informatie van geschikte kandidaten verzamelen, zoals naam, werkgever(s), telefoonnummer, functietitel(s) en verantwoordelijkheden.”

Belangrijk om te weten

Nu we weten wat sourcing is, is de volgende vraag; waarom is sourcing zo belangrijk?

Hier zitten meerdere, uiteenlopende redenen achter, denk aan:

- Sourcen is meer dan searchen
- Iets wat je niet even doet of leert
- Binnen grote organisaties zijn er zelfs senior sourcing specialisten
- Werken vanuit een sourcingplan levert de beste resultaten op

Wij benaderen sourcing graag vanuit marketingperspectief. Wie is je doelgroep? Waar bevindt deze zich? En wat spreekt hen aan? Sourcing is dus eigenlijk op zoek gaan naar de bron (in het engels: ‘Source’). Zo kijk je voordat je start verder dan de standaardkanalen.

Vervolgens is het doel om de informatie te verzamelen en geschikte kandidaten te activeren. Dit is waar de combinatie met marketing en arbeidsmarktcommunicatie key is! De combinatie van push (actief) en pull (reactief) recruitment! Waarom is dit nu zo belangrijk?

Belang van sourcing

Er is veel veranderd! Waar vroeger één bericht met de vacature al snel voldoende was, zijn tegenwoordig meer contactmomenten noodzakelijk. In een wereld waar de arbeidskrapte nog wel even aan zou houden is het inrichten van een onderscheidende candidate journey erg belangrijk. Sourcing alleen is hierin onvoldoende.

Daarnaast kijken ‘nieuwe’ generaties op de arbeidsmarkt minder naar functies en meer naar de potentiële nieuwe werkgever. Wat is de purpose van de organisatie, waar draagt een organisatie aan bij als werkgever en waar draag jij aan bij als werknemer. Hoe ziet de bedrijfscultuur eruit, past het bij mij als persoon.

Eén bericht en vacature is niet meer voldoende om een kandidaat van al deze informatie te voorzien. Daarom is het belangrijk om sourcing te combineren met arbeidsmarktcommunicatie en recruitment marketing. Op deze manier verhoog je het rendement van je sourcing activiteiten.

Vroeger



Nu



SOURCING & AI

Recruitment is een tijdrovend principe. Van urenlang sourcen, cv's doorspitten, het afwijzen van kandidaten en het plannen van sollicitatiegesprekken. In het werven en selecteren van nieuwe collega's gaat veel werk zitten. Volgens LinkedIn is de gemiddelde duur van een wervingsproces 36 dagen.

Binnen recruitment wordt AI dan ook steeds vaker toegepast om processen te versnellen en te optimaliseren. Volgens diverse rapporten zal de wereldwijde omvang van AI op het gebied van recruitment richting de 900 miljoen dollar gaan in 2028. Met behulp van een AI-recruitmenttool kunnen diverse wervingsgerelateerde taken worden geautomatiseerd, waaronder sourcing.

Waar kan AI in ondersteunen?

AI-oplossingen maken het voor recruiters makkelijker om tijdens het sourcen sneller relevante contacten te vinden, hiermee contact te leggen en dit uit te bouwen. Zo zijn er AI tools die automatisch LinkedIn doorspitten, connectieverzoeken versturen en dit opvolgen met berichten. In combinatie met AI-chatbots kun die automatisch vragen beantwoorden. Zo kun je grote groepen potentiële kandidaten bereiken en opvolgen (in marketingtermen nureren).

Tools in sourcing:

Online

- Social media zoals LinkedIn
- LinkedIn Helper (AI)
- Duxsoup (AI)
- Phantom buster (AI)
- Boolean search
- Lusha
- Google

Offline

- Events
- Verjaardagen
- Referral recruitment



STAPPENPLAN

Start met een plan

Inventariseer goed wat je zoekt. Waar zit je doelgroep? Wat triggert hen? Welke kanalen en middelen ga je hiervoor inzetten? Gebruik van arbeidsmarktdata kan hier bij helpen. Hoe ga je de resultaten meten?

Optimaliseer je zoektocht

Maak gebruik van een boolean string. Zo bespaar je tijd in de toekomst. Vul deze constant aan met nieuwe zoektermen.

De benadering

Denk goed na over hoe je de persoon gaat benaderen. Houd het persoonlijk en maak het onderscheidend. Denk ook verder dan tekst! We nemen visuele informatie 600.000 keer sneller op! Best handig als de kandidaat even tussendoor een berichtje leest.

Nurture

Bouw aan een relatie! Laat het niet bij één bericht met een vacature. Deel ook leuke informatie over bv. de bedrijfscultuur, toffe projecten of verhalen van de werknemers. De fases per bericht kan je onderverdelen in onderdelen van het AIDA model.

Metten = weten

Evalueer altijd gedurende het proces of je aanpak werkt. Het helpt om vanaf het begin bepaalde KPI's te meten om de resultaten inzichtelijk te krijgen. Denk aan de responserate, aantal positieve reacties op je berichten, hoeveel kandidaten hiervan op gesprek? Zijn de resultaten niet naar wens, kijk dan naar waar je jouw proces kan verbeteren. Misschien dat een andere doelgroep ook geschikt is voor de functie of dat je beter andere zoektermen kan gebruiken.



Hoe benader je een kandidaat?

In de nurture fase ga je een kandidaat benaderen. Zoals eerder al besproken staat de relatie in deze fase centraal. Vind je het lastig om te beginnen met het schrijven van een bericht? Wij hebben de tips voor je!

Intro

Bedenk een goed onderwerp en schrijf op deze basis een introductie tekst. Introduceer jezelf, wat je doet en wat je wil van de kandidaat die je een bericht stuurt.

Uniek

Communiceer het onderscheidend vermogen van de organisatie en de functie waar je de kandidaat voor benaderd.

Persoonlijk

Een persoonlijke touch in een bericht trekt de aandacht beter. Vertel over jouw eigen ervaring, zoek naar de connectie met iemand. Kun je al iets vinden op het profiel van de kandidaat waar overeenkomsten zijn?

Positiviteit

Het delen van positiviteit wekt ook weer positiviteit op. Vind een haakje voor een leuk nieuwsbericht of reageer positief op een bijdrage van de kandidaat.

Kort & krachtig

De ideale tekst bestaat uit maximaal 500 tekens. Probeer er niet ver overheen of onder te zitten. Een tekst moet leesbaar blijven, maar de inhoud moet ook de kandidaat ook raken.

Clickable

Om de kandidaat te raken met de inhoud van je verhaal kun je nog linkjes of andere items toevoegen waar de kandidaat op kan klikken. Denk bijvoorbeeld aan medewerkersverhalen of video's van de organisatie die veel zeggen over hen als werkgever.

Afsluiting

Zorg voor een afsluiting die samenvattend is en alle belangrijke touchpoints aanraakt. Stel bijvoorbeeld een vraag aan de kandidaat, zodat je een conversatie kan starten.

AIDA methode inzetten

In het proces van het benaderen van een kandidaat hoeft je het niet bij één bericht te houden. Je begint met het versturen van een connectieverzoek en een eerste bericht. Daarna doorloopt de kandidaat een ingerichte funnel. Dit werkt overigens extra goed in combinatie met verschillende arbeidsmarktcommunicatie uitingen via bijv. socials, emailmarketing of events.



BOOLEAN SEARCH

Sourcing gaat veelal gepaard met boolean search. Boolean search is het gebruiken van kernwoorden om een bepaald zoekresultaat te genereren. Door het gebruik maken van koppelwoorden (AND, OR, NOT) kunnen bepaalde resultaten worden uitgesloten of worden toegevoegd aan de zoekopdracht.

Hiermee kan je makkelijker zoeken naar relevante kandidaten en heb je de mogelijkheid om kandidaten te vinden die je zonder deze techniek moeilijker zou vinden. Eigenlijk geef je een zoekmachine meer informatie over waar je wel en niet naar op zoek bent.

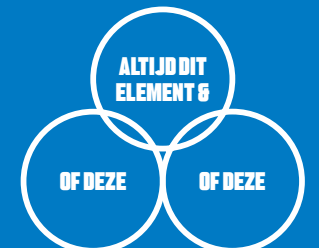
Waar dient Boolean Search voor?

Het doel van een boolean search is om de perfecte kandidaat te vinden die past bij een bepaald profiel. Hoe meer termen men gebruikt in de Boolean Search, hoe groter de kans dat er een geschikte kandidaat gevonden wordt door de zoekopdracht. Het is daarom de ideale zoekmethode voor recruiters.

Het doel van een boolean search is om de perfecte kandidaat te vinden die past bij een bepaald profiel. Hoe meer termen men gebruikt in de Boolean Search, hoe groter de kans dat er een geschikte kandidaat gevonden wordt door de zoekopdracht. Het is daarom de ideale zoekmethode voor recruiters.

Waar komt de benaming vandaan?

In de informatica is boolean een datatype met slechts twee mogelijke waarden, true (waar, ja) en false (onwaar, nee), bedoeld om de waarheidswaarde van logische expressies in computerprogramma's en boolealgebra's te representeren. Het type is genoemd naar George Boole, die als eerste een algebraïsch systeem voor logica ontwikkelde halverwege de 19e eeuw.

Boolean operator	Effect	Example	Visualised
AND	Alle elementen zijn waar.	Dit is handig voor het vinden van kandidaten met een bepaalde functie en ervaring in een bepaalde branche. ACCOUNT MANAGER AND ICT	
OR	Een van de elementen is waar.	Dit is handig voor synoniemen voor functietitels. ACCOUNT MANAGER OR SALES EXECUTIVE	
NOT	Een van de elementen is waar en de ander niet.	Dit is handig als je op zoek bent naar iets dat vaak met iets anders gecombineerd wordt, maar je slechts één van de opties wilt vinden. DEVELOPER NOT FRONT-END DEVELOPER	
()	Wijzig de volgorde en regels van de zoek opdracht. Zonder de haakjes werkt de zoekopdracht van links naar rechts.	Het laat resultaten zien van meerdere functies in een bepaalde branche. Als je de parentheses niet gebruikt, krijg je resultaat van alle functies in een bepaalde branche, ook als je daar niet naar op zoek bent. ACCOUNT MANAGER AND (ICT OR IT)	
" "	Door dit te gebruiken, vind je termen die uit meerdere woorden bestaan, zonder de woordenreeks te doorbreken.	Als je bijvoorbeeld op zoek bent naar alleen "Account Manager" dan krijg je alleen deze opties. "ACCOUNT MANAGER"	
*	Deze wordt gebruikt als jokerteken. Door dit te gebruiken vind je alle letter combinaties.	Als je bijvoorbeeld op zoek bent naar recruitment, recruiting en recruiter kun je recruit* gebruiken om alle functies met deze termen te vinden. RECRUIT *	

Dit document is u aangeboden door

