



**Handleiding:
Werken bij website.**

Inleiding

Om te beginnen, een werken-bij pagina is de standaard benaming voor een pagina waar de vacatures (en meer) getoond worden.

Het hoeft alleen niet altijd een werken bij pagina te heten. Het kan ook een werken met pagina zijn of een werken voor pagina. Een beetje creativiteit in de benaming kan geen kwaad.

Ons advies is vooral te werken vanuit een vooraf opgezette strategie arbeidsmarktcommunicatie.

De naam van de pagina, teksten, communicatiemiddelen, etc. moeten kloppen met de waardes en 'tone of voice' die van tevoren is bepaald.

“Een werken-bij website is misschien wel het meest belangrijke communicatie middel in arbeidsmarkt-communicatie”

Bekijk de werken-bij website die wij hebben gerealiseerd voor ICT-BT

Voordelen van een werken bij pagina

Het opzetten van een werken bij webpagina heeft een aantal voordelen. In de eerste plaats is het belangrijk om te vermelden dat het communiceren met kandidaten wezenlijk anders is dan het communiceren met je klanten.

Kandidaten zijn op zoek naar diepgaande informatie over hun volgende werkomgeving. Met een 'Werken bij'-website benut u deze kans en geeft u antwoord op hun vragen.

Daarnaast is er een duidelijke focus op een doelgroep. Zie onderstaande tekstballon voor nog meer voordelen!

Durf te investeren

Recruitment is marketing. Zodoende is ons advies aan bedrijven. Durf te investeren in een werken bij webpagina. Onderschat niet de waarde van goede communicatie.

Probeer je ROI te meten door na te gaan hoeveel sollicitanten via je werken bij pagina komen. Sneller werven door je pagina betekent ook een besparing van kosten. Oftewel, het terugverdienen van je pagina is redelijk eenvoudig.

3



Verschillende partijen

Wat tevens belangrijk te vermelden is zijn de verschillende partijen waarmee je tegenwoordig moet samenwerken.

Afhankelijk van de omvang van de pagina is het verstandig een planning op te stellen. Bedenk in eerste instantie wat je op de pagina wil hebben en met welke middelen (zie strategie) en vervolgens welke partijen je daarvoor wil inschakelen. Denk aan partijen als: data specialisten, vormgevers, developers, tekstschrijvers, fotograven, etc. Deze partijen moeten uiteindelijk met elkaar gaan samenwerken. Wijs iemand aan binnen het bedrijf die projectleider is om dit in goede banen te leiden.

Contact

Hulp nodig bij je werken bij pagina?

Je kunt bellen met 010-3031913 of bezoek onze website www.fairsterk.nl voor meer whitepapers, webinars of businesscases over recruitment en arbeidsmarktcommunicatie.

Voordelen werken-bij-website:

- Makkelijker online te communiceren, ofwel je vermindert ruis
- Ruimte voor storytelling en beleving
- Onderscheidend vermogen in een concurrerende banenmarkt
- Duidelijkheid over een 'culturele fit'
- Een vast platform voor al uw wervingsactiviteiten
- Eenvoudiger analytics (data) te meten

De handleiding! Waar moet je allemaal op letten?

Doel:

Bepaal van tevoren wat je wilt bereiken met je werken-bij website (Informereren, zoveel mogelijk data ontvangen, zoveel mogelijk sollicitaties ontvangen, etc)

Technisch:

- ☐ Juiste server en hostingpartij, let op snelheid en datalimiet;
- ☐ Organisatie back-ups, zowel van de database als bestanden en functionaliteiten;
- ☐ Separate recruitmentsite met eigen url, dus bijv. werkenbijbedrijf.nl;
- ☐ Logische hoofd url (in ieder geval werken bij en bedrijfsnaam);
- ☐ Koppeling met de corporate website, zorg voor een duidelijke overgang;
- ☐ Check of er 301 redirects moeten worden ingesteld van de oude url's;
- ☐ Site geschikt voor verschillende browsers (bijv. Safari, Chrome, Firefox en Internet Explorer);
- ☐ Check ook de verschillende versie van de browsers;
- ☐ Snelle laadtijd van de website, ook voor mobiel;
- ☐ Adaptive website, beter dan responsive;
- ☐ Goede menustructuur en logische navigatie;
- ☐ Mogelijkheid om binnen 3 klikken bij de belangrijkste pagina's te komen;
- ☐ Aanwezigheid breadcrumbs die de bezoeker laat weten waar ze zijn op de website;
- ☐ Aanwezigheid van een xml sitemap en aanmelding ervan in de Google Search Console;
- ☐ Mogelijkheid voor Google om alle pagina's te indexeren;
- ☐ Aanwezigheid binnen de website van een robots.txt file;

- ☐ Website toont zich op gewenste en meest gebruikte taal, bijvoorbeeld Nederlands;
- ☐ Websites met een SSL-certificaat scoren beter in Google en het geeft bezoekers vertrouwen;
- ☐ Maak een goede 404 pagina;
- ☐ Zoekfunctie die naast de vacatures de hele site kan doorzoeken;
- ☐ Zorg dat aan de title bar een favicon is toegevoegd;
- ☐ Organisatie van de beveiliging en gebruiksrechten?;
- ☐ Geen iframes en flash;
- ☐ Gebruik koppelteken (-) en geen underscores (_) in de url's;
- ☐ Voorkom onnodig en te veel html- en css stylesheets gebruik;
- ☐ Verwijzing van de website met www en zonder www naar dezelfde site (i.v.m. duplicate content)?;
- ☐ Goede koppeling met een ATS of een geïntegreerd ATS (dus zeker geen vacatures in een i-frame);
- ☐ Goede aansluiting van de functionaliteiten in het ATS op de functionaliteiten
- ☐ Content eenvoudig zelf aanpasbaar door middel van een gebruiksvriendelijk CMS;
- ☐ Mogelijkheid om content en vacatures op basis van IP-adres variabel te presenteren;
- ☐ Koppeling met social media-kanalen: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus e.d.

Interactief en visueel design:

- ☐ Goede functionele wireframes en interactie design
- ☐ Design moet de functionaliteit volgen en niet omgekeerd
- ☐ Bepaling breakpoints, waar past de site (qua resolutie) zich aan qua formaat
- ☐ Uitstraling overeenkomstig/gerelateerd aan corporate huisstijl/image
- ☐ Homepage met (sfeer)beelden, goede call to actions en alleen de nodige tekst
- ☐ Mooie, grote en pakkende visuals die passen bij het bedrijf en de cultuur
- ☐ Beelden met echte personen (geen stockfoto's) i.p.v. producten, gebouwen, etc
- ☐ Afbeeldingen waar mogelijk comprimeren, zonder verlies van kwaliteit t.b.v. de snelheid van de website
- ☐ Veel conversiemogelijkheden: links of banners naar relevante vacature(s) of (open) sollicitatie(s)
- ☐ Sollicitatieknoppen altijd duidelijk in beeld (meescrollend of boven en onderaan de pagina)
- ☐ Testimonials of medewerkers aan het woord. Testimonials met (naast tekst) ook foto en/of video

**Meer over
content? Bekijk
onze video's!**

SEO (search engine optimization):

Het is belangrijk om veel en kwalitatief goede content op de website te plaatsen, waarin je focust op de zoektermen waar men (veel) in Google op zoekt. Belangrijk is dus om van tevoren goed te bepalen op welke zoekwoorden je gevonden wilt worden. Bekijk ter inspiratie ook hoe je concurrenten hiermee omgaan. Wanneer je deze hebt bepaald, houdt dan rekening met onderstaande SEO- en conversieaandachtspunten.

- ☐ Mogelijkheid om in de website metatags (title, description, keywords) in te vullen per pagina;
- ☐ Aanpasbare subkoppen in de website, H1, H2 en H3;
- ☐ H1 maar één keer op een pagina;
- ☐ Meta description met wervende tekst, is namelijk ook direct te lezen in Google;
- ☐ Unieke content en voorkom duplicate content;
- ☐ Gebruik naast de zoekwoorden ook synoniemen voor deze zoekwoorden in de teksten;
- ☐ Minimaal 150 (liefst meer) woorden per pagina, om Google de kans te geven te bepalen waar de pagina overgaat;
- ☐ Afbeeldingen met zoekwoorden in alt tekst en zoekwoorden in de bestandsnaam;
- ☐ Voeg het gekozen zoekwoord toe aan je pagina url;
- ☐ Schone code: onnodige scripts en stijlen verwijderen uit de website;
- ☐ Goede interne linkbuilding, verwijst relevante pagina's naar elkaar;
- ☐ Voeg naast tekst ook content toe in de vorm van bijvoorbeeld video's;
- ☐ Maak de social media kanalen: Facebook, LinkedIn, Google Plus e.d. aan en verwijst naar de website;
- ☐ Verzamel zoveel mogelijk linkjes vanaf andere (kwalitatief goede) websites naar jouw website.
- ☐ Ook de eerder genoemde technische punten zijn cruciaal om jouw website goed vindbaar te maken in de zoekmachines.

Content

- ☐ Zorg voor correcte spelling en schrijfstijl;
- ☐ Schrijf wervende, uitnodigende en informatieve vacatureteksten;
- ☐ Gebruik geen overbodig jargon en onnodig lange zinnen, schrijf in begrijpelijke taal;
- ☐ Maak gebruik van bullits en duidelijke (sub)koppen om de vacature gemakkelijk te kunnen scannen;
- ☐ Tekst en formuleringen aanpassen aan de doelgroep, eventueel per vacature verschillend maken;
- ☐ Uitstraling en teksten overeenkomstig/gerelateerd aan corporate huisstijl/image.
- ☐ Spreek de kandidaten in de vacature rechtstreeks aan;
- ☐ Zichtbare kernwaarden van de organisatie kenbaar maken;
- ☐ Toon informatie over afdelingen, bedrijfsonderdelen en collega's;
- ☐ Geef aan waarom de medewerkers graag bij je werken;
- ☐ Relevante vacatures onder informatie over bedrijfsonderdelen;
- ☐ Duidelijke employer story;
- ☐ Mogelijkheid bieden tot oriëntatiegesprek of rondleiding;
- ☐ Eventueel informatieve video (inzicht geven in werkomgeving en/of functie) toevoegen;
- ☐ Vacature aantrekkelijk maken door doelen van de functie te noemen;
- ☐ Steekwoorden en/of samenvatting van de belangrijkste vacature elementen;
- ☐ Contactgegevens recruiter met foto en social media profielen;
- ☐ Mogelijkheid om direct met medewerkers met vergelijkbare functie te communiceren;
- ☐ Bedrijfsinformatie (feiten als omvang, visie, geschiedenis, medewerkers);

- ☐ Carrière- en opleidingsmogelijkheden benoemen;
- ☐ Informatie geven over salaris en arbeidsvoorwaarden;
- ☐ Informatie over sollicitatieprocedure en ook over reactietermijnen;
- ☐ Gebruik selectieve knock-outvragen;
- ☐ Gericht privacy statement (niet algemeen) met informatie over bewaartermijn van gegevens;
- ☐ Houdt de eerder genoemde SEO-punten bij de hand bij het schrijven van de webteksten.



Vacaturepagina's:

- ☐ Dynamische en logische vacaturenavigatie met verschillende (filter)opties en met zicht op niet geselecteerde opties;
- ☐ Beknopte beschrijving vacatures in vacaturelijst;
- ☐ Vacature in dezelfde taal als de gehele site (eventueel link naar de vacature in een andere taal);
- ☐ Bij de vacature een landkaart met daarop aangegeven waar de functie(s) gelokaliseerd is/zijn;
- ☐ Vermeldt altijd duidelijk de locatie/standplaats van de functie.
- ☐ Mogelijkheid om vacature te delen via social media of mail;
- ☐ Relevante vacatures bij de testimonials vermelden;
- ☐ Bij vacatures altijd vergelijkbare/gerelateerde vacatures vermelden;
- ☐ Zorg ervoor dat de vacatures printvriendelijke pagina's zijn;
- ☐ Duidelijke en verschillende mogelijkheden en paden om te zoeken naar vacatures (o.a. landkaart, open zoek box, spotlight vacatures, relevante vacatures bij content);
- ☐ Mogelijkheid tot open sollicitaties en Job alerts;
- ☐ Mogelijkheid om zoekopdracht om te kunnen zetten naar Job alert;
- ☐ Bij selectie voor een bedrijfsonderdeel, altijd de overige opties tonen;
- ☐ Duidelijke zoekbox met 'vacatures bij mij in de buurt' of vergelijkbare tekst;
- ☐ Vacatures aantrekkelijk maken met filmpjes over de vacature.

Sollicitatieproces:

- ☐ Geen CV vragen bij functies waar dit niet nodig is;
- ☐ Goed (en relevant) sollicitatieformulier (aan)passen(d) bij functie;
- ☐ Mogelijkheid tot video pitching (i.p.v. of ter aanvulling op schriftelijke motivatie);
- ☐ Op het sollicitatieformulier geen informatie vragen die ook op CV staat;
- ☐ Zorg dat ieder type bestand kan worden toegevoegd bij het invullen van de sollicitatie;
- ☐ Mogelijkheid om via LinkedIn- (of Facebook)-profiel te solliciteren;
- ☐ Verschillende sollicitatieprocessen voor verschillende devices (mobiel, tablet en desktop);
- ☐ Solliciteren op mobiel met toevoegen van CV vanuit Dropbox of Google Drive;
- ☐ Mogelijkheid tot interactie met recruiters/medewerkers;
- ☐ Tonen van bedankpagina's met vervolgopties na afronding sollicitatie- of contactformulier;
- ☐ Beantwoord elke reactie direct met een bevestiging en contactgegevens;
- ☐ Volg elke sollicitatie concreet op tot het einde;
- ☐ (Automatische) melding bij vertraging van sollicitatieproces richting kandidaat (en alert naar recruiter);
- ☐ Mogelijkheid om concrete informatie toe te voegen over de reden van afwijzing;
- ☐ Correspondentie met kandidaten altijd gepersonifieerd en persoonlijk;
- ☐ Zorg voor een duidelijke vermelding van contactgegevens op de site;
- ☐ Opvolging posts op Facebook, Twitter, LinkedIn binnen 24 uur.
- ☐ Meten en Analyseren:
- ☐ Zorg voor een websiteanalyse programma, zoals Google Analytics;

- ☐ Stel spam filters in Google Analytics in;
- ☐ Sluit eigen verkeer en IP-adressen uit;
- ☐ Installeer ook Google Search Console;
- ☐ Stel trechters en conversiepaden in om het verkeer te analyseren;
- ☐ Zorg dat vanaf het eerste bezoek inclusief oorspronkelijke herkomst tot laatste fase in het sollicitatiefase kan worden doorgemeten;
- ☐ Richt goede meetdoelen in, denk aan:
- ☐ Het gedrag van de sollicitant, dus waar ze vandaan komen, welk apparaat ze gebruiken en wat ze bekijken op de site;
- ☐ Hoeveel mensen het sollicitatieformulier starten en afmaken;
- ☐ De lengte (duur) van het sollicitatieproces voor een kandidaat;
- ☐ De conversies van bezoeker tot aangenomen;
- ☐ De kwaliteit van de aangenomen mensen, dus hoe hoog is de uitstroom?;
- ☐ Wanneer je ook AdWords en/of andere advertising wilt gebruiken, koppel dit dan ook aan de website om optimaal inzicht te verkrijgen in de statistieken.

**Bekijk hier onze
podcasts vol kennis
van marketing en
recruitment!**

13

Implementatie en verbeterproces:

- ☐ Benoem een (externe) projectmanager of specialist arbeidsmarktcommunicatie met kennis van zaken die het gehele proces begeleidt;
- ☐ Zorg dat de disciplines van wie je binnen de organisatie input verwacht zijn ingelicht en gebriefd en hier tijd voor vrijgemaakt wordt (bijvoorbeeld Human Resources, Marketing, Communicatie of ICT);
- ☐ Zorg voor een duidelijk projectplan met oplever- en deadline momenten en gebruik goede projectsoftware;
- ☐ Maak een testkalender, wat wanneer testen? En door wie?;
- ☐ Test de site veelvuldig (ook tussendoor) en op elk mogelijke stap, zowel technisch als functioneel;
- ☐ Laat de site ook door meerdere gebruikers en niet-gebruikers testen;
- ☐ Vraag ook persoonlijk feedback aan je sollicitaten
- ☐ Houd in gedachten dat het een dynamisch proces met veel trial en error is. Evalueer en optimaliseer dus je content, website en proces voortdurend. Stem af op de doelgroep.

Interessant!

Klik en bekijk onze
samenwerkingen.

