

Digitale personeelsvijvers

Een brief sturen of bellen is niet meer genoeg om een baan te vinden. Het belang van sociale netwerken op het internet groeit snel.

door **Stefan Vermeulen**

Omdat hij een tijdje een interim-functie had bekleed, moest de 35-jarige it'er Rico van der Kooij in het najaar op zoek naar een nieuwe baan. Hij besloot te gaan zoeken via zijn sociale netwerk op internet, want dat leverde volgens hem meer op dan solliciteren op openstaande vacatures. Die inschatting was juist. Softwareproducent Backbase zocht via netwerk-site LinkedIn een nieuwe werknemer en Van der Kooij bleek de ideale kandidaat.

„Een vriend van mij kreeg via LinkedIn een oproepje en zei dat het voor mij geschikt zou kunnen zijn. Ik kende het bedrijf helemaal niet, dus ging ik eerst eens naar hun website. Het zag er inderdaad wel interessant uit. Toen heb ik via LinkedIn contact gelegd met de persoon die de oproep had geplaatst en een paar keer met hem gebeld. Ik kreeg er een goed gevoel van, en nu werk ik er.”

Brieven sturen had volgens Van der Kooij weinig zin meer, maar ook het zoeken naar vacatures via sites als Monsterboard leverde weinig op. „Op die sites keek ik wel, maar daar reageren heel veel mensen op elke vacature. Je bent er één van de velen, contact via LinkedIn is meteen veel persoonlijker.” Twitter, Hyves, Facebook en vooral LinkedIn zijn volgens deskundigen onmisbaar geworden bij de zoektocht naar een nieuwe baan. Volgens loopbaanbegeleider en LinkedIn-specialist Aaltje Vincent wordt tegenwoordig al 70 procent van de vacatures opnieuw ingevuld zonder ooit in een vacaturebank zichtbaar te zijn geweest. Andere deskundigen schatten dat het om de helft van de vacatures gaat. Vincent: „Die worden nu allemaal via



It'er Rico van der Kooij vond een

via ingevuld. Zonder LinkedIn loop je een heel groot deel van de kansen mis.” Gebruikers van LinkedIn maken een profiel aan, waarin ze hun werkgeschiedenis op een rij zetten en aangeven waarin ze geïnteresseerd zijn. Van vrijwel alle gebruikers is ook een mailadres zichtbaar, sommigen publiceren hun telefoonnummer. Ook kunnen de deelnemers groepen vormen met mensen uit eenzelfde interessegebied, beroepsgroep of verleden aan dezelfde universiteit.

„Het belangrijkste zijn de informele contacten”, zegt Iris Dorreboom, consultant en schrijfster van het

nieuwe baan dankzij de netwerksite LinkedIn.

boek 'De droombaan veroverd'. „Het werkt twee kanten op. Door een profiel te maken, word je gedwongen om na te denken: wie ben ik, wat is mijn achtergrond, wat heb ik te bieden? Dan zoek je gericht. Daarnaast leer je nieuwe mensen kennen door deel te nemen aan discussies met mensen uit je netwerk en ben je zichtbaar voor bedrijven die personeel zoeken.” Omdat van alle contactpersonen ook hun contacten zichtbaar zijn, ontstaat bij elk netwerk een honingraat aan contacten. „Je kunt mensen snel online benaderen als je een gemeenschappelijke kennis of interessegebied hebt”, legt head-

hunter en online rekruteerder Bas Westland uit. „Als je mensen via een bekende benadert, reageert 80 procent daar positief op.” Westland adviseert contact te leggen via zakelijke netwerken als LinkedIn of Xing. De meer privé gebruikte netwerken Hyves en Facebook zijn minder geschikt. „Over het algemeen vinden mensen het niet prettig om professioneel benaderd te worden via een netwerk dat ze privé gebruiken. Je kunt de informatie die je via Hyves hebt - bijvoorbeeld wanneer je hebt gezien dat iemand van auto's houdt - wel gebruiken als je die persoon zakelijk benadert.” Inmiddels hebben ook be-

drijven de sociale netwerken ontdekt als een vijver vol toekomstige werknemers. De crisis speelt daarbij ook een rol: bedrijven besparen flink in de kosten door hun personeel te zoeken via de gratis sociale netwerken. Werving- en selectiebureaus - van nature vaak wat doortastender op zoek naar kandidaten - zochten al langer actief via netwerken. Ook zij besparen flink, omdat ze geen fysieke database met cv's meer hoeven bijhouden. Vincent: „Het afgelopen jaar is daarin echt een doorbraak geweest. Als werkzoekende ga je nu niet meer op zoek naar vacatures, je moet zor-

gen dat je online goed gevonden wordt.” Een goed voorbeeld geeft adviesbureau Deloitte. Alle leden van de afdeling recruitment van Deloitte hebben zich aangemeld op LinkedIn, Hyves, Facebook en Twitter en leggen via die netwerken allerlei contacten, om op die manier talenten te spotten en mensen voor het bedrijf te interesseren. „Wat Deloitte doet, is de standaard aan het worden voor het zoeken naar personeel via sociale media”, zegt headhunter Westland. „Bedrijven vinden het lang raar om mensen direct via internet te benaderen, maar dat wordt steeds normaler.”

foto GPD