

LinkedIn als wervingskanaal

Langzaam maar zeker beginnen de social media in de installatiebranche door te dringen. In het boek 'Werk vinden met Social Media' geeft auteur Aaltje Vincent voorbeelden van bedrijven die die 'nieuwerwetse' media inzetten op het gebied van werving en selectie. Eén van die bedrijven is Croon Elektrotechniek.

Tekst Marion de Graaff

Bij Croon Elektrotechniek werken 2000 mensen. In 2011 nam het bedrijf zo'n 225 nieuwe medewerkers aan, vijf procent van hen kwam herleidbaar binnen via LinkedIn. Vandaar dat Croon figureert in het boek 'Werk vinden met Social Media' van auteur Aaltje Vincent.

Belang

"Persoonlijk vind ik het belang van LinkedIn al een paar jaar heel groot", zegt Jan-Willem Weijers, manager recruitment bij Croon Elektrotechniek. "De doelgroep die wij willen bereiken, is steeds beter op LinkedIn vertegenwoordigd. We maken een verschuiving door van realisatie-bedrijf naar een ontwerp-realisatie-maintenance-bedrijf en dan kom je in andere functies terecht. Een aanzienlijk percentage van de hbo'ers zit op LinkedIn, dus vandaar dat wij ook onze vacatures via dat kanaal onder de aandacht brengen. Het was al zo dat een derde deel van onze nieuwe medewerkers via eigen Croon-mensen binnen komt. Dus als je het netwerk achter die Croon-mensen ook kunt inzetten voor de werving, dan verhoog je je kansen enorm. We hebben een aantal mensen binnen ons bedrijf getraind om met LinkedIn om te gaan. Hoe 'pimp' je je profiel en maak je jezelf goed vindbaar voor vakgenoten, oud-klasgenoten, oud-collega's en noem maar op. We maken mensen wegwijs en

geven tips over hoe je LinkedIn kunt gebruiken. Zo'n tip is bijvoorbeeld: verstuur niet alleen zelf maar reageer ook op berichten van anderen. De medewerkers met een profiel stellen dat als het ware ten dienste van het bedrijf. Het is trouwens wel nadrukkelijk hun profiel: wij gaan dat niet controleren of zo. We adviseren mensen om eens per twee weken een update te plaatsen. We willen dat zij inzage geven in waar ze op hun werkgebied mee bezig zijn. Ook

"Om te vermenigvuldigen, moet je eerst delen"

leveren ze een actieve bijdrage in de technisch inhoudelijke discussies in fora op LinkedIn. Het is halen en brengen, anders gaat het tegen je werken."

Groepen

Weijers heeft op LinkedIn een aantal groepen opgezet. Door middel van de groep Croon Elektrotechniek kunnen (oud-)Croonmedewerkers elkaar op de hoogte houden. Weijers: "De 'algemene' groep Elektrotechniek is voor elektrotechnici van allerlei bedrijven om kennis en ervaringen met elkaar te delen. We willen hen vanuit kennis en inhoud met elkaar in contact laten komen, hen enthousiasmeren en

ze aan ons binden. Dat is een besloten groep met een stevig 'deurbeleid'. Iemand moet iets te bieden hebben. We kijken bij nieuwe 'leden' ook of het profiel geschikt is om iemand te zijner tijd te benaderen voor een interessante positie bij ons. Ik zeg altijd: om te vermenigvuldigen moet je eerst delen, en dat is de insteek."

Traditioneel

Het gebruik van social media is nog geen gemeengoed in de installatiebranche. Croon is echt één van de koplopers. Weijers: "De installatiebranche is over het algemeen erg traditioneel, dus het duurt een tijd voordat 'nieuwe' dingen zoals social media doordringen. Wij zijn early adapters. Er zijn wel grote bedrijven die proberen om ons bij te houden, en we worden door de branche zeker in de gaten gehouden. Ik geloof heel erg in de kracht van de persoonlijke contacten. Als een Croon-medewerker iemand uit zijn eigen netwerk benadert, heeft dat meer kans van slagen dan als een recruiter iemand benadert. Zo deden we het ook al op beurzen, naast een of twee recruiters namen we 'gewone' werknemers mee. Als zij een enthousiast verhaal vertellen over Croon, dan doet dat heel veel. Zo gaan we LinkedIn ook gebruiken, met wervende tekstjes op de profielen. Het moet natuurlijk geen commercieel verhaal worden,



Aaltje Vincent: "Via LinkedIn nieuwe medewerkers zoeken, gaat echt een heel stuk sneller."

maar zie het als een testimonial over werkplezier. Het is ook de bedoeling dat werknemers vacatures via hun profiel online zetten. Als iemand op de update met de vacature reageert met een 'like' of een 'comment', dan bekijken we het profiel van die persoon en nemen we contact op."

Volgens Aaltje Vincent is het idee dat de installatiebranche traditioneel is inmiddels een beetje achterhaald. "Voor mijn boek heb ik met iemand van Alliander gesproken", vertelt ze. "Dat bedrijf traint zijn monteurs bijvoorbeeld in

het gebruik van Hyves en heeft er een eigen pagina: een hyve. Daar staan onder andere vacatures op, en op die manier bereiken ze heel veel mensen, want tien miljoen Nederlanders zitten op Hyves. Echt, de verschillende social media beginnen ook in de traditionele installatiebranche door te dringen."

Focus verleggen

"Wie LinkedIn wil gaan gebruiken als wervingskanaal, moet zich goed voorbereiden", zegt Weijers. "Een klassieke fout die wordt gemaakt

is dat men zomaar begint, met als enige reden dat andere bedrijven het ook doen. Naar mijn mening is de eerste stap: bedenken waarom en hoe je LinkedIn wilt inzetten. Bereid je goed voor en creëer draagvlak."

Weijers ziet dat LinkedIn binnen Croon al een stevige basis heeft. "In het afgelopen jaar is zo'n vijf procent van onze nieuwe medewerkers rechtstreeks via LinkedIn binnen gekomen. Dat wordt natuurlijk alleen maar meer in de toekomst, maar andere kanalen als jobboards en beurzen blijven ook belangrijk. We zijn de

"Het is halen en brengen, anders gaat het tegen je werken"

focus heel duidelijk aan het verleggen. Adverteren, dus de meer traditionele manier van werven, doen we eigenlijk nauwelijks meer. Op onze 'werken bij'-site staat bij iedere vacature een LinkedIn-knop, daarmee kun je in een oogopslag zien wie jij al kent bij Croon. Ik adviseer iedereen om te 'connecten' met de mensen die de functie nu uitoefenen, dan heb je een goede entree."

Werk zoeken

"Bedrijven kunnen LinkedIn gebruiken als wervingskanaal", zegt Aaltje Vincent. "Bedrijven sporen hun werknemers aan om contacten in hun vakgebied via LinkedIn bij te houden, zodat binnen die contacten gezocht kan worden naar goede nieuwe collega's. Recruiters bekijken die contacten en zoeken ook op trefwoorden naar geschikte kandidaten. Het lijkt een beetje op headhunting: de kandidaat zoekt niet, hij wordt gevonden. Maar LinkedIn werkt ook voor mensen die op zoek zijn naar een (nieuwe) baan. Er zijn veel handige zoekmogelijkheden. Door connected te zijn met een groep, blijf je via updates vanzelf op de hoogte. Door mee te doen aan discussies en door regelmatig zelf nieuwtjes te delen, kom je vaak langs bij recruiters. Zo zet je jezelf nog eens extra op de kaart. Wie werk zoekt, moet een goed profiel aanmaken, een netwerk opbouwen. LinkedIn is eigenlijk je openbare cv, en als je recommendations (aanbevelingen) hebt fungeert het ook als je openbare getuigschrift. Dat is heel waardevol." Wie werk zoekt of gewoon geïnteresseerd is, kan in een algemene groep gaan zitten. Bijvoorbeeld de groep Elektrotechniek

(opgericht door Weijers), Elektrisch Rijden, Elektrotechnici, Federatie Elektrotechniek (Fedet) en ga zo maar door.

“Meld je als werkzoekende zowel op een ‘persoonlijk’ netwerk zoals Facebook of Hyves als op het meer zakelijke LinkedIn aan”, raadt Vincent aan. “Verwijs dan wel via je persoonlijke netwerk naar je zakelijke, zodat mensen je cv en eventueel getuigschrift in een muisklik te pakken hebben. Als je via Facebook of Hyves aan je vrienden laat weten dat je op zoek bent naar een baan en een kratje bier of een fles wijn uitlooft voor de gouden tip, dan kunnen daar mooie dingen uitkomen. Dat moet je natuurlijk niet elke dag doen, maar je kunt je vrienden best eens voor dat karretje spannen. Je vergroot je kansen er enorm mee en zij helpen je graag.”

Zakelijke markt

Gijs Sars van G. Sars Installatiebedrijf in Roermond had binnen een week zo'n 150 connecties op LinkedIn. Is hij zo actief bezig met dit sociale medium? Sars: “Nou, eigenlijk is er iets fout gegaan toen ik mijn profiel aanmaakte. Ik klikte een verkeerde knop aan en toen nodigde ik in één klap iedereen uit mijn adresboek uit voor LinkedIn. Dat was niet mijn bedoeling! Waarom ik een profiel heb aangemaakt? Ik kom uit een ondernemersfamilie en zowel mijn broer als mijn zus vonden dat ik me aan moest melden. Voor hen loont het omdat ze voor de zakelijke markt werken. Ik doe juist veel voor particulieren, dus ik verwacht eigenlijk niet dat LinkedIn mij werk op zal leveren.”

Sars vindt het interessant wat Croon doet, maar ziet zichzelf niet op die manier bezig. “Ik zie LinkedIn als iets wat zich in de bedrijven-sfeer afspeelt. Voor een grote speler als Croon kan dat werken, maar voor mij gaat dat niet op. Dat alles op LinkedIn Engelstalig is, vind ik ook niet prettig, en ik denk dat meer mensen daar problemen mee hebben. Die bereik je dan dus niet. Als ik een vacature had, dan zou ik die wel op LinkedIn zetten, maar ik zou er niet zoveel van verwachten. Dan is het meer: niet geschoten is altijd mis. Omdat particulieren en jeugd meer op Facebook zitten, heb ik me daar ook aangemeld. Maar dat is meer ‘spielerei’.” “Het is inderdaad zo dat alle knoppen en kopjes in het Engels zijn”, zegt Aaltje Vincent op de opmerking van Gijs Sars over de Engelse taal. “Dat is ook niet aan te passen”, legt Vincent uit.



Het boek van Aaltje Vincent geeft voorbeelden van bedrijven die social media inzetten op het gebied van werving en selectie.



“Als je via Facebook of Hyves een kratje bier of een fles wijn uitlooft voor de gouden tip, dan kunnen daar mooie dingen uitkomen.”



Steeds meer bedrijven waarderen de mogelijkheden van LinkedIn.

“LinkedIn heeft ervoor gekozen om niet te investeren in zo'n klein taalgebied als Nederlands. LinkedIn is al heel succesvol en wordt volop gebruikt, bewijs dat het ook zo kan. De invulling van de profielen is wel vaak in het Nederlands en dat raad ik mensen ook aan. Wie in Nederland een baan zoekt kan zijn profiel het beste in het Nederlands formuleren, daar is niks mis mee.”

Nog niet

“Zakelijk gezien gebruiken wij LinkedIn nog niet”, zegt Frank Groen van Groen Installatietechniek in Ommen. “Ik heb een persoonlijk account. Vacatures zouden wij niet op LinkedIn zetten, daar gebruiken wij regionale kranten voor. Wij zoeken hier in de buurt, dus LinkedIn is dan zoiets als met een kanon op een mug schieten. Als ik zelf op zoek zou zijn naar een nieuwe baan, dan zou ik LinkedIn wel gebruiken.”

Aaltje Vincent reageert op Groen's verhaal met: “Het leuke van LinkedIn is juist dat er enorm veel manieren zijn om te selecteren. Dus als je alleen in de regio Overijssel wilt zoeken, dan geef je dat bij ‘zoeken, advanced’ aan.” Een andere installateur gebruikt LinkedIn niet omdat hij denkt dat het hem veel tijd kost. Ook dat weerlegt Aaltje Vincent: “Je bent juist

sneller klaar. Als je een advertentie moet schrijven, laten plaats in een gedrukt medium, wachten tot de brieven binnenkomen, selecteren, merendeel direct afwijzen, klein deel uitnodigen, gesprek, in commissie bespreken... : dat kost pas veel tijd! Als een bedrijf een vacature op LinkedIn meldt, of zelf kandidaten via LinkedIn opspoort, dan gaat dat echt een heel stuk sneller!”

Groot en goedkoop

LinkedIn wordt steeds belangrijker voor de arbeidsmarkt. Het is oneindig groot, het is snel, relatief goedkoop en to-the-point. De kwaliteit van de kandidaten gaat enorm omhoog omdat een recruiter gericht zoekt en niet afwacht wie er op de vacature gaan solliciteren. Vincent: “Croon is een heel goed voorbeeld van wat je met LinkedIn kunt doen. Ik heb afgelopen zomer voor het boek met allerlei bedrijven gesproken, en in de zakelijke dienstverlening is Deloitte toonaangevend. Het grappige is dat Deloitte zegt dat Croon binnen hun branche de beste is. Ik kan dat, na mijn gesprek met Jan-Willem Weijers, volmondig beamen.” ■

Voor meer informatie: www.aaltjevincent.nl