

Whitepaper

7 TIPS

Om een hit te maken van
jouw vacaturevideo

 vormats



Probeer jij (nog) kandidaten binnen te hengelen met vacatureteksten?



Bijna iedere organisatie heeft moeite mensen te vinden en aan zich te binden.

Talentacquisitie is zelfs een van de grootste uitdagingen voor HR-managers van 2022. Tijd om je recruitmentstrategie eens over een andere boeg te gooien.

Heb je al aan een vacaturevideo maken gedacht? Waarschijnlijk wel. Hoe je hier echt een succes van gaat maken en daarmee op gaat vallen bij de kandidaten die je wil lees je in deze whitepaper.

Deel de basis info uit de vacaturetekst

Tip 1

Een gemiddelde vacaturetekst bevat in elk geval de volgende onderdelen:

- Korte introductie
- Uitleg over de functie
- Functie-eisen
- Jouw aanbod
- Uitleg hoe de sollicitant kan solliciteren
- Aanname-proces

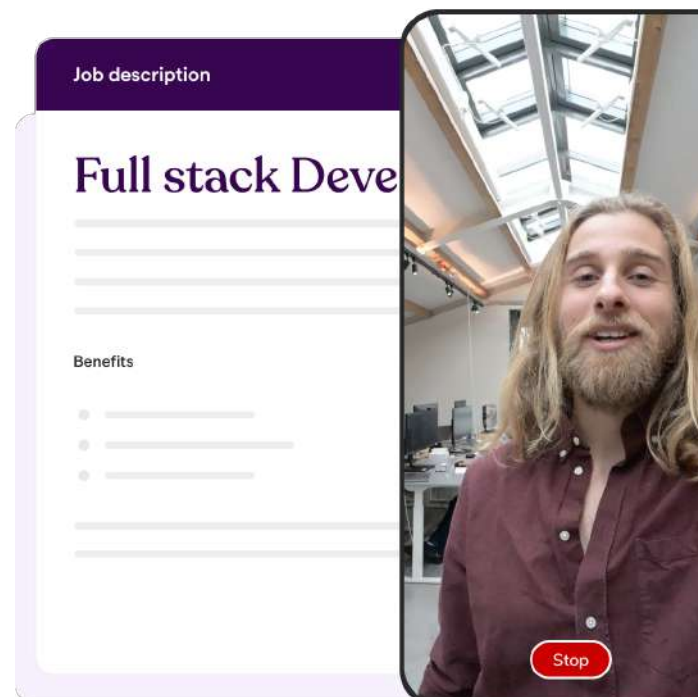
Deze onderdelen wil je op zijn minst benoemd hebben in de video, of in de begeleidende tekst.

Het leuke aan het maken van visuele content is dat je alle informatie niet alleen kunt benoemen,

maar ook kunt laten zien. Zo gaat de functie en jullie bedrijf veel meer leven bij de kandidaat en kan hij of zij op basis daarvan inschatten of jullie een goede match met elkaar zijn.

Stel, je zegt in je vacaturetekst altijd dat je een heel gezellig team hebt en een mooi kantoor, dan wil je dat liever met beelden kunnen laten zien dan dat je het onder woorden brengt.

Het brengt niet alleen een beter gevoel over, het bewijst ook dat wat je zegt daadwerkelijk het geval is. Het is niet voor niets dat een beeld meer zegt dan duizend woorden.



Beantwoord alle vragen die een kandidaat kan hebben

Tip 2

Heeft jullie organisatie al een sollicitatie-FAQ? Zeker als je recruitment op grote schaal doet, zijn er vragen die vaak al meermaals door kandidaten gesteld zijn.

Door deze vragen direct in de opname te behandelen, kun je eventuele twijfels bij talent wegnemen, zodat ze eerder hun sollicitatie bij je indienen.

Zijn het te veel vragen om binnen een video te beantwoorden? Focus je dan alleen op de vragen die specifiek voor deze functie gelden. De rest kun je op een FAQ-pagina op je site beschikbaar maken, of bespreken binnen de vacaturetekst. Als je deze complementair maakt aan de video, dan geef je de kandidaat het complete beeld dat hij of zij nodig heeft om de knoop door te hakken.



Bespreek welzijn en werkgeluk

Tip 3

Uit onderzoek van Deloitte naar HR-bedrijven in de EU bleek dat medewerkers en kandidaten twee onderwerpen steeds belangrijker vinden bij het vinden en houden van een baan: welzijn en werkgeluk. Zolang daar een goede balans in aangeboden wordt, zijn kandidaten eerder geneigd te solliciteren, en aangenomen kandidaten eerder blij met hun baan.

Hoe zorgen jullie voor het welzijn van jullie medewerkers?

We raden daarom zeker aan beide onderwerpen te bespreken in jullie video. Welke mogelijkheden krijgt personeel om hun baan en taken op eigen wijze in te vullen? En werken jullie thuis, op kantoor of in hybride vorm? Bespreek ook eens met huidige medewerkers wat zij zo waarderen aan een baan bij jullie organisatie en verwerk deze feedback in jullie verhaal. De kandidaat wil het weten, dus doe er je voordeel mee!



Maak het oprecht en leuk

Tip 4

Een organisatie valt snel door de mand als de video te gescript en te gekunsteld overkomt.

Werk daarom met een topiclijst en zorg dat momenten spontaan tot stand komen. In dit soort gevallen wil je zo min mogelijk een script uitwerken, maar juist ruimte openlaten voor creativiteit en invulling vanuit de mensen die in de video voorkomen.

Natuurlijk kun je van tevoren wel met het team bespreken wat er tenminste in de video te zien moet zijn. Maar hoe authentieker de medewerkers in de video zijn, hoe beter de boodschap wordt overgebracht. Je wil je kandidaat de échte organisatie laten zien, en niet de versie die er picture perfect uit ziet. Dit kan juist afschrikken omdat de kandidaat het idee krijgt zelf ook perfect te moeten zijn om in jullie organisatie te passen.



Zet de juiste mensen in de spotlight

Tip 5

Het succes van een video is volledig afhankelijk van de mensen die je in de spotlight zet.

Spontane, vrolijke persoonlijkheden spatten immers sneller van het beeldscherm af dan collega's die eigenlijk niet heel erg op hun moment of fame zitten te wachten. Zorg dat er medewerkers in de video te zien zijn waarmee de kandidaat straks ook daadwerkelijk te maken krijgt.

Op die manier weet de sollicitant ook of de landing zacht zal zijn. Wees niet bang om takes opnieuw op te nemen of verschillende persoonlijkheden hiervoor te gebruiken. Zo kom je tot het beste materiaal wat je alleen maar zal helpen bij het professionaliseren van je video.



Houd het kort

Tip 6

Tussen twee en vijf minuten is lang genoeg om een goed beeld van je organisatie en de functie te krijgen.

Misschien kun je in de verleiding kan komen content van tien minuten te maken, raden we je toch aan om je video voor recruitment zo kort mogelijk te houden.

Op die manier blijft de kijker voldoende geprikkeld om de video uit te kijken. Een langdradige video kan juist weer afschrikken, omdat je niet snel genoeg to the point komt. En dat gevoel wil je jouw toekomstige kandidaat natuurlijk niet meegeven.



Promoot de video op de juiste manier

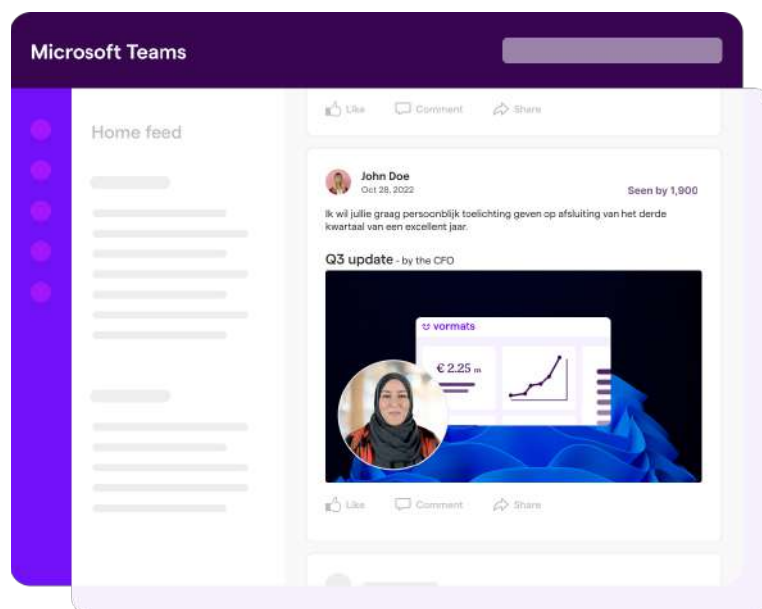
Tip 7

Jullie video is het waard om gezien te worden. Verspreid hem daarom op alle mogelijke manieren.

Deel de video op jullie social kanalen, zowel die van het bedrijf als ook die van de collega's. Zet de video in de vacaturetekst op de eigen site, en deel hem als de tekst op vacaturewebsites verspreid wordt.

Ook kun je de tekst op YouTube voorzien van SEO-copy. Door een begeleidende tekst toe te voegen van 500 tot 1.000 woorden, gefocust op de belangrijkste zoekwoorden van de vacature, vergroot je de kans dat de video te vinden is als iemand binnen Google zoekt op een specifieke functie.

Als laatste kun je er ook voor kiezen de video met budget te sponsoren. Dit kan bijvoorbeeld door de video betaald op LinkedIn, YouTube, Facebook of Google te zetten. Je bereik is dan direct groter, en de kans dat er een geschikte kandidaat tussen zit, daarmee ook. Hoe meer kanalen je inzet, hoe meer je video immers gezien wordt.



Tijd om aan de slag te gaan

Met de tips uit deze blog kun jij ongetwijfeld een hele goede vacaturevideo neerzetten. Waarschijnlijk sta je op dit moment te springen om talent, dus start vooral vandaag nog.

Neem mee dat je de basisinfo bespreekt, vragen beantwoordt, welzijn en werkgeluk benoemt, de video leuk en authentiek maakt, de juiste mensen in de spotlight zet, het kort houdt en dat je de video op de juiste manier promoot. Dan zit er binnen de kortste keren een leuke kandidaat bij jullie op kantoor.

Heb je een kandidaat aangenomen? Werk je medewerkers dan effectief in met een onboarding video

Onboarding video

 **vormats**



Vacaturevideo's maken met Vormats

Kun je niet wachten om ijzersterke vacaturevideo's te maken, maar kun je wel wat hulp gebruiken? Ontdek wat wij voor jouw bedrijf kunnen betekenen en vraag de gratis demo aan!