

Whitepaper

Waarom video eigenlijk onmisbaar is binnen je recruitment strategie.

 vormats



Waarom video onmisbaar is voor je recruitment strategie



Voor Human Resources bestaat er op dit moment geen grotere uitdaging dan het vinden van geschikte kandidaten voor openstaande vacatures

Onderzoek onder ruim 1.000 HR-professionals toont aan dat 46% het werven van gekwalificeerde medewerkers als grootste zorg en uitdaging ziet. Oude methoden werken niet meer en talent heeft de functies voor het uitzoeken. Hoe trek je dan nog de aandacht binnen de opdrogende pool van talent en zee van vacatures? Het antwoord ligt bij video. In deze whitepaper leggen we je uit hoe dat zit.

Jarenlang hebben bedrijven het makkelijk gehad: Vacatures werden snel weer gevuld en van een 'war on talent' want zeker nog geen sprake, er was eerder een overschot aan kandidaten. Maar sinds een jaar zijn de rollen omgedraaid. Steeds meer mensen hebben een baan, en steeds minder zoeken er eentje. Het [CBS](#) geeft aan dat het aantal werkloosheidsuitkeringen is gezakt tot onder de 145.000, en dat de beroepsbevolking een recordomvang bereikte van meer dan 10 miljoen. Dat betekent dat bedrijven intussen met een grote lading onvervulde vacatures blijven zitten. HR-professionals moeten alles uit de kast halen om nog enigszins kans te maken op een nieuwe kandidaat. Video is het perfecte middel om je hoofd alsnog boven het maaiveld uit te steken.

Wat zeggen de cijfers over video?

Als video platform zijn wij misschien niet geheel onpartijdig als het gaat om de argumentatie waarom juist video zo geschikt is voor recruitment. Laten we daarom beginnen met wat feiten die de werking van video ondersteunen:

70% van de bedrijven zegt dat video naamsbekendheid vergroot

78% van de bedrijven ziet een toename in het websiteverkeer sinds het gebruik van video

88% van de websitebezoekers spendeert meer tijd op een website met video's

74% van de bedrijven ziet meer engagement bij video's op social media

157% is de verhoging die video voor je SEO kan realiseren

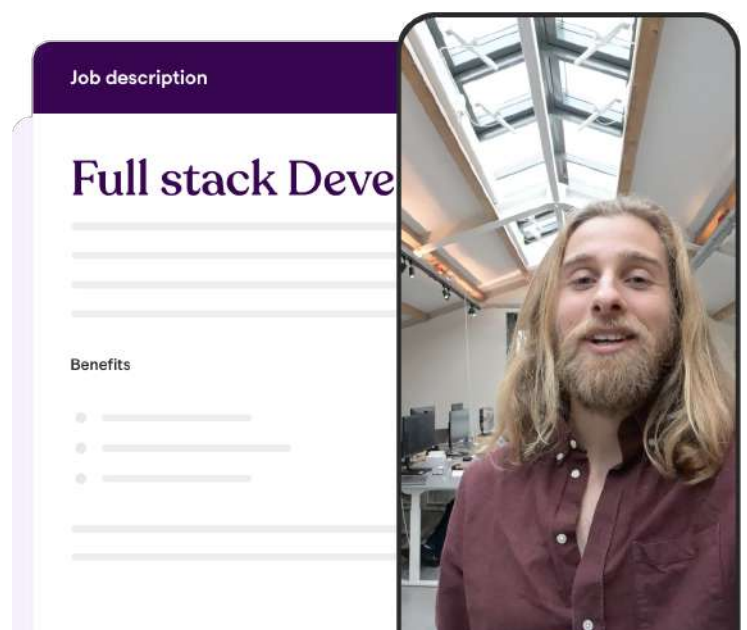
12% vaker worden vacatures met video bekeken dan de vacatures zonder

34% groter is de kans dat een sollicitant daadwerkelijk solliciteert na het lezen van een vacature met video.

Het maakt niet alleen je verhaal krachtiger in je vacaturetekst, het helpt je simpelweg ook om meer mensen te bereiken

Deze statistieken maken stuk voor stuk duidelijk dat je op alle vlakken meer resultaat ziet als je video inzet. Het maakt niet alleen je verhaal krachtiger in je vacaturetekst, het helpt je simpelweg ook om meer mensen te bereiken. Welke redenen zijn er dan nog meer om video in te zetten?

 **vormats**



Video valt op in een krappe markt

Momenteel zijn de mogelijkheden voor recruitment eindeloos. Je kunt vacaturebanken inzetten, je vacature onder de aandacht brengen via Google for Jobs of alle slimme methoden van LinkedIn gebruiken. Des te meer platforms je inzet, hoe groter de kans dat je er een kandidaat uit kan halen. Maar er kleeft ook een groot nadeel aan deze methodes: je bent niet de enige die op deze manier probeert nieuwe kandidaten te werven. Je springt er dus niet uit.



Denk er eens over na: hoeveel teksten, social posts en oproepen heb jij de afgelopen tijd voorbij zien komen van kandidaatzoekende bedrijven? Bijvoorbeeld via de LinkedIn tijdlijn, in de berichten van recruiters of in een vacaturetekst. En in welke mate word je nu getriggerd of leer je nu daadwerkelijk een bedrijf kennen op basis van hun tekstgevulde website en bedrijfsomschrijving in hun vacaturetekst? Ga je dit na, dan kom je al snel tot de conclusie dat weinig bedrijven er, wat dat betreft, echt uitspringen, op een enkeling na die een sterke tekstschrijver heeft ingeschakeld. Maar de rest communiceert als dertien in een dozijn en trekt een kandidaat niet over de streep om de sollicitatie in te dienen.

Natuurlijk wil je online zichtbaar zijn. Nieuwe medewerkers bevinden zich hier ook. Maar je wilt dan wel opvallen. Iets laten zien waardoor je niet precies zoals de anderen bent.

Met authentieke video's kun je een kandidaat laten proeven van de sfeer en werkomgeving en kun je je bedrijf daadwerkelijk laten zien door de ogen van je medewerkers

Een goede eerste indruk is hierbij cruciaal, en die maak je het beste door persoonlijk te zijn in de [vacaturevideo](#). Behandel deze content daarom niet (alleen) als een manier om je bedrijf te verkopen, maar als een warme hand die iemand welkom heet en zich thuis laat voelen bij jullie op de werkvloer. Wees jezelf, authentiek en open. Alleen zo kan iemand inschatten of hij of zij een goede match is voor jouw bedrijf.

Authenticiteit werkt perfect voor werving & selectie

Zeg nu zelf, wat zie je liever: beelden van een perfecte werksfeer op de perfecte werkplek en met perfecte collega's, of een realistische weergave van die drie? Kandidaten geven duidelijk de voorkeur aan het tweede. Ze willen geen gelikte beelden zien als het om een mogelijke nieuwe baan gaat, maar een kloppende weergave. Want schets je het perfecte beeld, dan is de kans aanzienlijk dat je geschikte kandidaat zich niet thuisvoelt in jouw bedrijf, en afschrikt voordat hij of zij überhaupt een sollicitatie indient.

Zet daarom liever medewerkers dan de CEO in de spotlight. Echte mensen, die daadwerkelijk voor het bedrijf werken, kunnen de ervaringen delen die ze op hebben gedaan op de werkvloer. Laat daarnaast beelden zien van een gemiddelde werkdag. Probeer in te spelen op de primaire, en de secundaire arbeidsvoorwaarden door deze visueel te maken. Wat kan iemand verwachten als hij of zij bij jullie komt werken? Toon dat met je vacature video.

Door juist in te zetten op authenticiteit, bespaar je alle partijen tijd

Je trekt met zo'n video veel sneller de juiste match aan voor jouw bedrijf en openstaande vacature, en voorkomt dat je kandidaten binnenhaalt die helemaal niet bij je bedrijf passen. Uiteindelijk betekent dat ook dat het je geld bespaart. Geen mismatches, of mismatch qua cultuur, maar de juiste kandidaat op de juiste plek die aangetrokken is door een authentieke, persoonlijke vacature video's.



Dankzij video bespaar je tijd en geld

Ruim 60% van alle mensen liever video ziet dan tekst. Zeker de jongere, toekomstige generatie doet steeds meer met beeld

We weten intussen dat video een positief verschil maakt bij het vinden van nieuw personeel. Dat zit hem in het feit dat ruim 60% van alle mensen liever video ziet dan tekst. Zeker de jongere, toekomstige generatie doet steeds meer met beeld. Op tijd overschakelen helpt daarom niet alleen op de korte termijn kandidaten vinden, maar doet dat ook op de lange termijn. Een investering nu, zorgt voor een resultaat dat zich nu en zeker ook later ruimschoots terugbetaalt.

Want hoe je het ook wendt of keert, werving en selectie is tijdrovend en daarmee vanzelfsprekend duur. Video helpt je die kosten te beperken. Zoals we in de vorige paragraaf bespraken, hoe eerder je het kaf van het koren kunt scheiden, hoe beter. Geef je in een vroeg stadium een goed beeld van je organisatie, dan komen hier eerder de juiste kandidaten op af.



Rituals raakt de juiste snaar



Een bedrijf dat met video de organische kracht van medewerkers inzet om vacatures te vervullen, is Rituals. Het bedrijf leidt hun global recruiters op om samen met medewerkers pakkende vacaturevideo's te maken. Bevlogen medewerkers vertellen hun echte verhaal en trekken vervolgens potentiële kandidaten aan via hun eigen social media kanalen.



Die 'short and snappy'-video's die door kunnen linken naar vacatures creëert Rituals met Vormats.

De resultaten liegen er niet om: de oproep voor hun Head of Retail-vacature werd dankzij dit soort video's meer dan 12.000 keer bekeken

Benieuwd hoe ze dat deden?

[Lees hier de Rituals case](#)

Geschikte kandidaten vinden? Start met video



Recruitment video's maken met Vormats

Kun jij niet wachten om te zien wat video kan doen voor het aantal sollicitaties op jouw openstaande vacatures? We helpen je graag de eerste stappen te zetten naar meer succes.

Ontdek wat wij voor jouw bedrijf kunnen betekenen

[Vraag de gratis demo aan](#)