

9. EFFICIENT ZOEKEN OP DE ARBEIDSMARKT

WAAROVER GAAT DIT ? WELKE UITDAGINGEN KOMEN OP U AF ?

De arbeidsmarkt is een ingewikkeld en steeds wisselend forum waar talrijke en zeer uiteenlopende “spelers” actief zijn: van de overheid (VDAB) over internationale head hunter organisaties tot selectiebureautjes van één man. Ook de gebruikte media zijn talrijk en evolueren snel: printmedia, jobsites, e-recruitment, SMSjes...

Er kan heel veel energie en tijd verloren gaan wanneer u ongeordend of ondoelmatig omgaat met die arbeidsmarkt. Uw zoekcampagne zal veel efficiënter verlopen en u minder frustraties opleveren wanneer u op de juiste manier omgaat met die verschillende “spelers” en media.

De gekende en de “verborgen” arbeidsmarkt

De vacatures die bekend gemaakt worden in personeelsadvertenties vertegenwoordigen ongeveer 60% van de aanwervingen. Dit is de gekende arbeidsmarkt.

Daarnaast werven bedrijven regelmatig medewerkers aan zonder een vacature bekend te maken, dus zonder advertentie in de media. Die aanwervingen lopen bijv. via de bestaande medewerkers (al dan niet met een premie voor het aanbrengen van goede kandidaten), of vanuit de eigen werfreserve van het bedrijf, of via directe contacten (bijv. een manager die is overgestapt naar een ander bedrijf vraagt rechtstreeks aan één of meer van zijn vroegere medewerkers om ook over te stappen)...

Deze “verborgen” arbeidsmarkt is goed voor ongeveer 40% van de beschikbare jobs! Het is daarom meer dan nuttig dat u deze verborgen vacatures opspoort en dat u zich bekend maakt zodat u kunt gecontacteerd worden. Dit kan door contacten met head hunters en andere “arbeidsbemiddelaars”, door spontane sollicitaties naar zorgvuldig uitgekozen bedrijven en door gebruik te maken van uw netwerk. Hieronder en in het volgende hoofdstuk vindt u daarover meer informatie.

HOE PAK IK HET AAN ?

Een uitgebalanceerde aanpak werkt met drie “sollicitatiekanalen” namelijk:

- antwoorden op jobadvertenties
- solliciteren via (arbeids)bemiddelaars: selectiekantoren, uitzendkantoren...
- spontane sollicitaties naar bedrijven.

Antwoorden op personeelsadvertenties

Waar?

Personeelsadvertenties of jobadvertenties zijn te vinden

- in de job-bijlage van verschillende kranten: Jobat, Vacature...
- in gespecialiseerde tijdschriften: Datanews...
- op de job-sites op het internet: Monster, Stepstone...
- op de websites van vele bedrijven is een rubriek te vinden met “jobs” of “vacatures”...
- op de websites van de selectiebureaus

Hoe reageren?

In de advertenties staat vermeld op welke manier u kunt reageren: via e-mail, via de website, per brief...

Het is zeker aan te bevelen om naast uw CV ook een persoonlijke sollicitatiebrief mee te sturen. In die begeleidende brief kunt u duidelijk maken waarom die specifieke functie en dat bedrijf u interesseren, m.a.w. wat u aantrekt en motiveert. U kunt ook iets schrijven over uw ambities en over de richting die u wilt geven aan uw loopbaan. Tenslotte is dit de beste manier om uw belangrijkste troeven voor die vacature uit te spelen: trek de aandacht op die aspecten van uw ervaring en uw profiel die voor het bedrijf belangrijk en aantrekkelijk zijn. Om te weten te komen welke dat zijn, leest u aandachtig de advertentie. U kunt enkele woorden of uitdrukkingen van de advertentie overnemen in uw brief.

Het spreekt voor zich dat elke sollicitatiebrief enkele unieke elementen bevat: geen standaardbrief voor alle advertenties. Zoek naar een eigen stijl en tracht elke brief te personaliseren: houdt rekening met de eigenheid en de speciale eigenschappen van het bedrijf en/of de afdeling.

Solliciteren via “(arbeids)bemiddelaars”: selectiekantoren, uitzendkantoren, VDAB, detachering, interim management, head hunters...

Inschrijven als **vrijwillig werkzoekende bij de VDAB**. De voordelen hiervan hebben we al besproken in hoofdstuk 2 : Documenten en formaliteiten bij ontslag.

Uitzendkantoren (interim-kantoren) zoeken voor hun opdrachtgevers medewerkers voor tijdelijk werk, hoofdzakelijk voor arbeiders en uitvoerende bedienden. De uitzendconsulent(e) stuurt een aantal CV's naar de opdrachtgever. Deze maakt een selectie tussen die CV's. Het uitzendkantoor nodigt de geselecteerde kandidaten uit voor een gesprek en testen. Vervolgens nodigt de opdrachtgever de beste kandidaat of kandidaten uit voor een gesprek in het bedrijf en maakt dan een keuze. De uitgekozen kandidaat tekent een arbeidsovereenkomst met het uitzendkantoor; dit is dus zijn werkgever. De uitzendkracht presteert zijn werk bij de opdrachtgevende firma. De contracten worden opgesteld per week.

Uitzendkantoren rekruteren in bepaalde gevallen ook voor vast werk. De uitgekozen medewerker staat dan gedurende enkele maanden onder contract bij het uitzendbedrijf en krijgt daarna – op voorwaarde dat de opdrachtgever tevreden is - een contract van die opdrachtgever. Op die manier kan tijdelijk werk de aanloop zijn naar een vaste tewerkstelling.

Selectiekantoren zoeken voor hun opdrachtgevers medewerkers voor vaste tewerkstelling, meestal voor gespecialiseerde medewerkers en voor kaderfuncties. Zij zoeken kandidaten door het plaatsen van personeelsadvertenties en/of uit hun eigen werfreserve. De uitgekozen kandidaat (na gesprekken en testen) krijgt van bij de start een contract met de opdrachtgevende firma, meestal voor onbepaalde duur.

Head hunters rekruteren hogere profielen, meestal door directe benadering (direct search).

Detachering Deze kantoren rekruteren voor min of meer langdurige opdrachten, dus niet met weekcontracten. Deze formule wordt meestal toegepast voor specialisten zoals ingenieurs, informatici, HRM, financiële specialisten, CRA... De medewerker staat op de loonlijst van het detacheringkantoor maar presteert bij de opdrachtgever.

Interim management Hier gaat het over hogere leidinggevende profielen voor managers met het statuut van zelfstandige. Het bemiddelende kantoor factureert aan het opdrachtgevende bedrijf. De zelfstandige manager factureert aan het bemiddelende kantoor.

Spontaan solliciteren naar bedrijven

Waarom zijn bepaalde bedrijven geïnteresseerd in spontane sollicitaties?

- Personeelsadvertenties in de pers kosten vrij veel geld.
- Het plaatsen, updaten en verwijderen van advertenties op websites vereist nauwkeurige opvolging.
- Het voeren van een volledige selectieprocedure is vaak een trage, omslachtige en dus dure aangelegenheid: advertentie opstellen en publiceren, sollicitatiebrieven lezen, schiften en beantwoorden, preselectie-gesprekken voeren, de beste kandidaten testen en interviewen in tweede en/of derde ronde enz...
- Het uitbesteden van zulke selectieprocedure aan een selectiekantoor is duur en duurt soms lang...
- Een manager op zoek naar een medewerker kan veel van die tussenstappen overslaan wanneer hij iemand kent met de nodige competenties en in wie hij vertrouwen heeft.
- Het komt soms ook voor dat de ontmoeting met een interessante persoon aanleiding geeft tot het creëren van een nieuwe functie en/of het starten van een nieuw project.

Om al die redenen kan het interessant zijn om u bekend te maken bij een aantal bedrijven zonder dat er een voor u passende job-advertentie is geplaatst. Dat vraagt van u *enerzijds* zorgvuldig researchwerk om een inventaris te maken van de bedrijven die potentieel interesse kunnen hebben in uw profiel en *anderzijds* het gepast gebruik maken van uw netwerk (zie volgend hoofdstuk).

Hoe dit in praktijk brengen?

Om uw kansen op de arbeidsmarkt optimaal te benutten moet u gebruik maken van de drie besproken kanalen! Voorzie in uw actieplan de nodige tijd om de drie kanalen te gebruiken. Maak ook drie overzichten van uw sollicitaties: één voor elk van de drie kanalen. Hier volgen voorbeelden die u daarbij kunnen helpen en inspireren.