

Zo schrijf je verleidelijke vacatureteksten



Grijze, nietszeggende vacatureteksten zijn er al genoeg. Schrijf teksten die jouw organisatie een gezicht geven én de kandidaat verleiden.

Val op tussen de grijze teksten

Veel vacatureteksten lijken op elkaar. Ze staan vol containerbegrippen en onpersoonlijke taal. Terwijl een vacature juist een spiegel moet zijn van je organisatie. Tip: lees je vacature nog eens na. Vervang de naam van je organisatie door de naam van een andere organisatie. Klopt de tekst nog steeds? Dan is het te weinig onderscheidend.

Begin wervend

Je intro moet meteen de aandacht trekken. Begin eens met een detail van de baan, een ander perspectief of een vraag.

- Niet** Voor onze groeiende, internationale organisatie zijn we op zoek naar:
- Maar** Wat als jij er niet zou zijn? Stank, rotzooi, volle straten, irritatie. Samen met collega's door heel Nederland haal jij bij 530.000 huishoudens en 80.000 bedrijven afval op. Afval dat we verwerken tot grondstoffen voor nieuwe producten. We zoeken een:

Vermijd deze woorden

Deze reeks nietszeggende woorden kun je ongetwijfeld aanvullen: proactief, spin in het web, geen 9-tot-5-mentaliteit, affiniteit met, snel schakelen, agile... Niemand zegt op een feestje: 'Ik ben op zoek naar een dynamische baan in een politiek-bestuurlijke omgeving waarin ik proactief en hands-on mijn ontwikkelde talenten in kan zetten.' Schrijf dat ook niet op! Tip: leg het uit. Waaróm is jullie organisatie dynamisch? Groeien jullie als kool? Of gooien jullie ieder jaar het roer om?

Val op tussen de grijze teksten

Een kandidaat wil weten: waarom moet ik daar werken? Je maakt lezers niet enthousiast met een stapel eisen. Vertel liever hoe een werkdag eruitziet, wat voor team het is, waarom jullie organisatie bijzonder is. Je probeert niets te verkopen, je verleidt.

Verzamel alle kaarten. Schrijf ook sprankelende offertes, blogs, overtuigende adviezen of vacatures en pakkende artikelen. www.klanq.nl of info@klanq.nl



Dit is een goede opbouw van je vacatureteksten

Intro

Dit is het belangrijkste onderdeel van je tekst. Met deze paar regels trek je de aandacht van de kandidaat. Pas op voor algemene, nietszeggende formuleringen. Tip: schrijf dit intro als laatste.

Functionaam

Kies voor een gangbare functienaam. Zo word je sneller gevonden door de juiste mensen. Liever geen creatieve uitspattingen als aqua host (badmeester). Denk ook aan toevoegingen: parttime / fulltime, junior/senior.

Functie-inhoud

Deze rubriek is als de achterkant van een boek. Je wilt de lezer verleiden. Kopieer daarom niet de functie-eisen uit je functieprofiel. Bedenk: wat maakt deze baan zo gaaf? Wat voor waarde voegt iemand toe?

Over de organisatie

De bedrijfscultuur is steeds belangrijker. Vertel wat voor sfeer er heerst. Daarnaast gaat het niet om wát je doet, maar

waaróm je het doet. Voor jongeren speelt maatschappelijke of ecologische impact een grote rol.

Functie-eisen

Het doel van deze rubriek is pre-selectie. Maak keuzes: waar moet de ideale kandidaat écht aan voldoen? Begin met je belangrijkste eisen. Ongeveer 7 punten is voldoende, minder mag.

Arbeidsvoorwaarden

Allereerst: benoem het salaris. 67% van de werkzoekenden vindt salaris doorslaggevend. Denk daarnaast aan andere voordelen: flexibiliteit, werktijden, reiskostenvergoeding, thuiswerken en pensioenregeling.

Arbeidsvoorwaarden

Heeft je lezer dit punt bereikt? Maak het hem dan zo makkelijk mogelijk:

- Hoe kan hij solliciteren?
- Tot wanneer?
- Wat is de procedure daarna?