

Een onderzoek onder 960 vacatureteksten  
op diverse werk- en denkniveaus  
binnen 7 sectoren.

# MYTHE *of* WAARHEID

DE KWALITEIT  
VAN DE  
VACATURETEKST  
IS BEDROEVEND  
SLECHT

# Waarom dit onderzoek?

Het is een van de grootste uitdagingen in onze economie: het vinden én verleiden van de beste medewerkers. De vacaturetekst speelt een cruciale rol in dit proces. Met de juiste wervende woorden draagt de vacaturetekst direct bij aan het verleiden van mensen, zowel de actief als latent werkzoekenden. Het belang van een goed geformuleerde, aantrekkelijke en inclusieve vacaturetekst is dan ook groot.

Toch staat het meestgebruikte middel in arbeidsmarktcommunicatie in een slecht daglicht. Er heerst het beeld dat de meeste vacatureteksten langdradige, saaie teksten zijn, gevuld met clichés en jargon. Teksten die geen duidelijk/realistisch beeld schetsen van hoe het werken in de functie bij de werkgever er in de praktijk aan toe gaat. Ook worden vacatureteksten gezien als weinig vernieuwend, niet afgestemd op de doelgroep en incompleet omdat cruciale informatie over bijvoorbeeld het salaris en de werksfeer ontbreekt.

Dat brengt ons op de vraag: is dit stigma terecht? Is de kwaliteit van vacatureteksten echt ondermaats, zelfs nu de arbeidsmarkt zo gespannen is?

Met dit onderzoek geven we inzicht in de kwaliteit van vacatureteksten. Hiervoor analyseerden we 960 diverse vacatureteksten, vanuit 7 sectoren en op verschillende opleidingsniveaus.

De vacatureteksten zijn beoordeeld op basis van 26 onderdelen. Denk hierbij aan de aanwezigheid van clichés, salarisvermelding en informatie over de sollicitatieprocedure. Per onderdeel kunnen punten worden behaald. Op basis van het uiteindelijke aantal gescoorde punten kan er onder andere een rapportcijfer worden toegekend aan vacatureteksten.

Hoe de kwaliteit van de vacatureteksten zich per sector en opleidingsniveau tot elkaar verhouden én waar de belangrijkste verbeterlagen te maken zijn, brengen we in de komende pagina's onder woorden.

*Nicol Tadema en Mitch Gielen*



# Inhoudsopgave

	pagina
Waarom dit onderzoek	2
Scores per vacaturetekst, algemeen en per sector	4
Scores per vacaturetekst, op opleidingsniveau en per sector	5
Gebruik van clichés	6
Introductietekst	7
Taalniveau	8
Moeilijke woorden	9
Lengte van teksten	10
Lengte van zinnen	11
Passief taalgebruik	12
Ingewikkelde zinnen	12
Werksfeer	13
Salarisvermelding	14
Functievereisten	15
Vragen om pre's	15
Leeftijdsdiscriminatie	16
Sluitingstermijn	16
Sollicitatieprocedure	17
Acquisitie niet gewenst	17
Nawoord	18
Over Scoren met woorden en Purple Squirrel Effect	19

# Een dikke vette onvoldoende

Van de in totaal 214 te behalen punten behaalde de gemiddelde Nederlandse vacaturetekst slechts 90,57 punten.

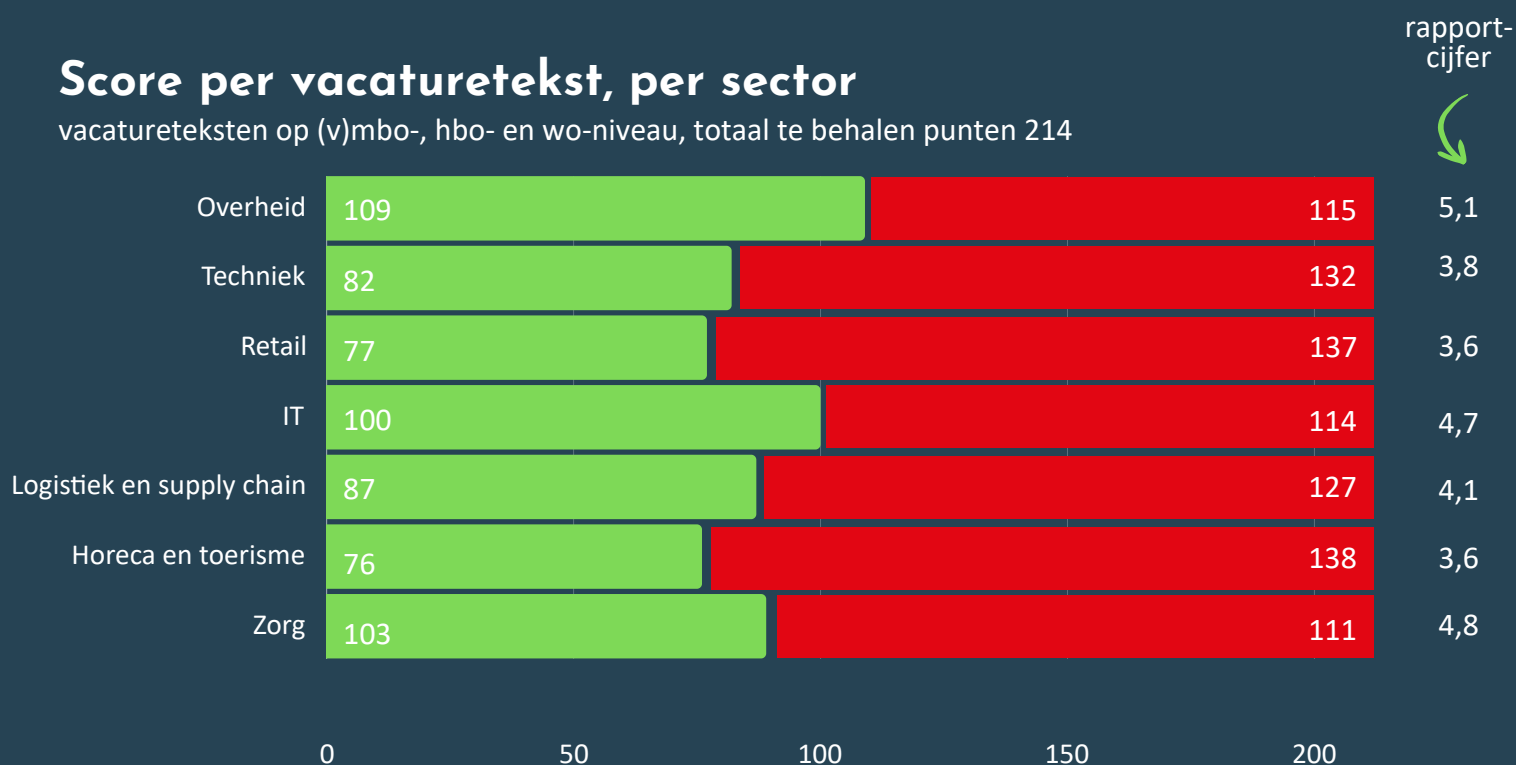
# 4,2

Rekenen we dit om naar een rapportcijfer (1 tot 10)?  
Dan scoort de vacaturetekst gemiddeld een 4,2.

## rapportcijfer overall

## Score per vacaturetekst, per sector

vacatureteksten op (v)mbo-, hbo- en wo-niveau, totaal te behalen punten 214



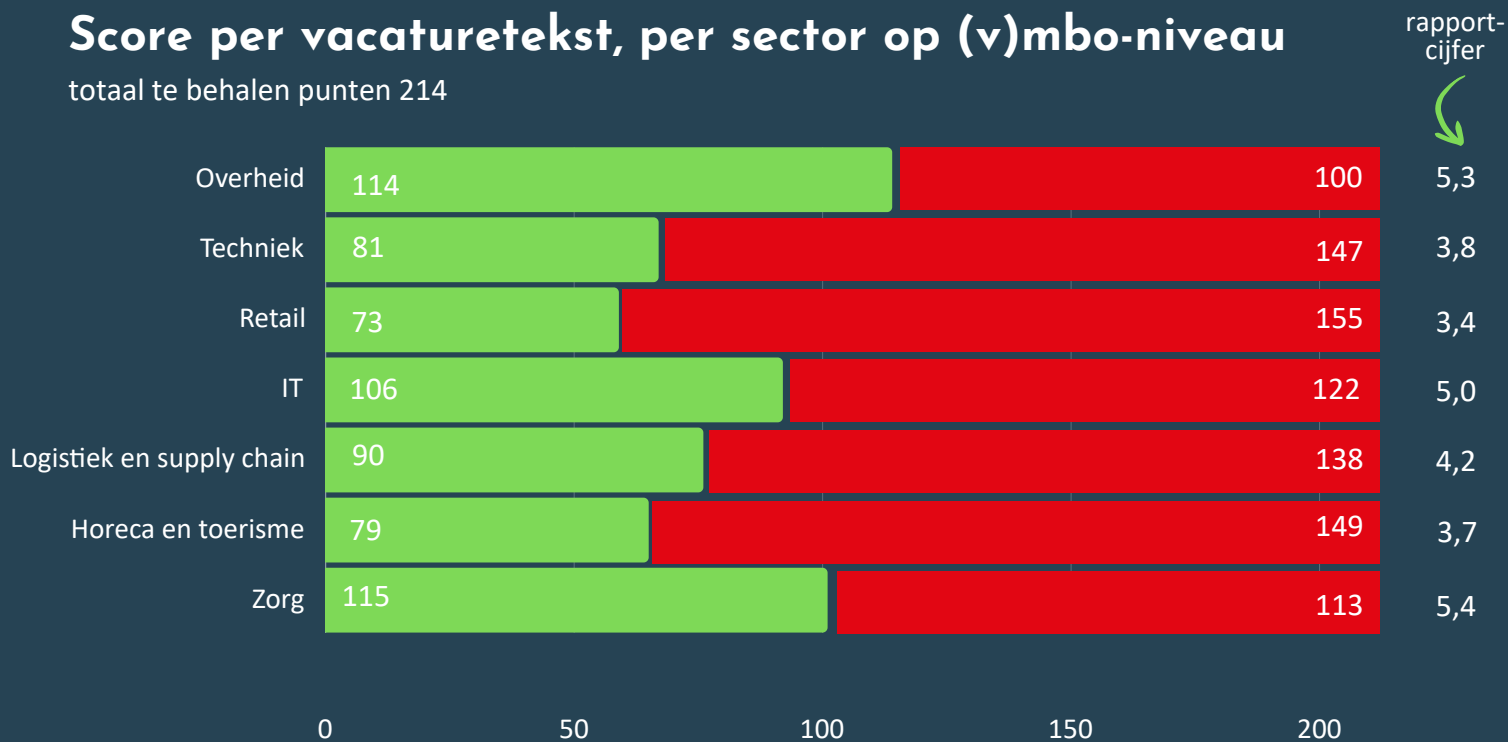
Per sector en opleidingsniveau kunnen punten worden behaald op 26 verschillende onderdelen, zoals punten voor de aanwezigheid (of afwezigheid) van:

- clichés
- salarisvermelding
- kandidaatgericht intro
- concrete omschrijving werksfeer
- pre's
- sluitingstermijn
- functievereisten
- informatie over sollicitatieprocedure
- zin 'acquisitie wordt niet op prijs gesteld'
- moeilijke woorden
- te lange zinnen
- gezegden (niet inclusief)
- (in)directe leeftijdsdiscriminatie
- eisen die worden gesteld aan het solliciteren zelf

In dit document wordt een groot aantal van deze punten toegelicht, inclusief de data.

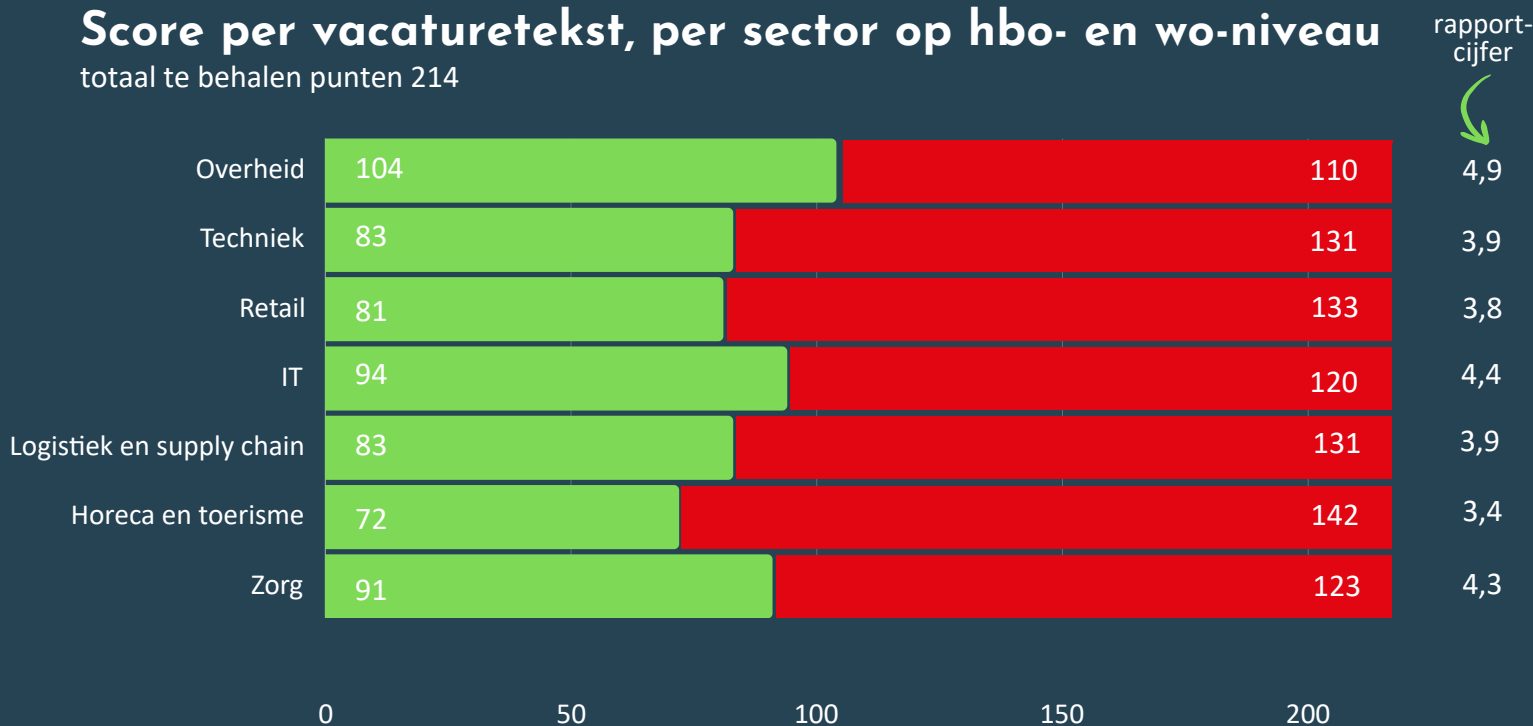
## Score per vacaturetekst, per sector op (v)mbo-niveau

totaal te behalen punten 214



## Score per vacaturetekst, per sector op hbo- en wo-niveau

totaal te behalen punten 214



De kwaliteit van de vacatureteksten voor functies op vmbo- en mbo-niveau scoort gemiddeld 94 punten. Bij vacatureteksten voor functies op hbo- en wo-niveau blijft het puntenaantal steken op 86,9 punten.

### rapportcijfer

vmbo en mbo

hbo en wo

4,4

4,1

# Gebruik van clichés

Heb je het over vacatureteksten, dan heb je het over clichés: 'je bent een flexibele, proactieve spin-in-het-web mét passie voor het vak en zonder 9-tot-5-mentaliteit'. Of wat denk je van: 'ben jij op zoek naar een uitdaging? Dan zijn wij op zoek naar jou!'.

# 6,0

## clichés per vacaturetekst

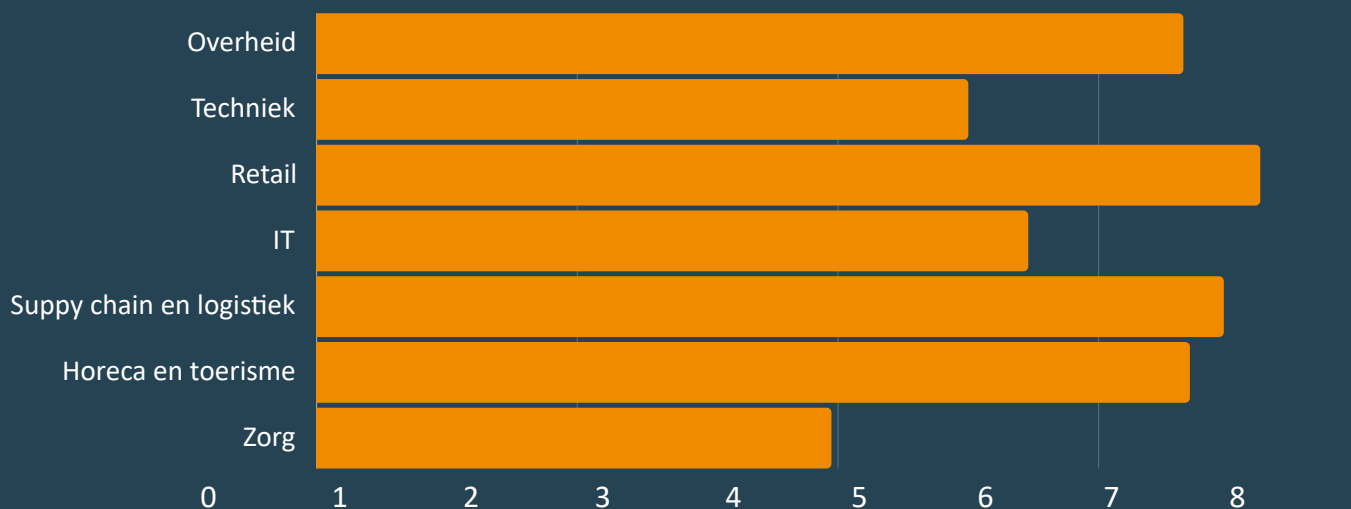
Een cliché in een vacaturetekst is een veelgebruikte en afgezaagde term of zin die weinig onderscheidend vermogen heeft.

Gemiddeld bevat een vacaturetekst 6 clichés. De meeste clichés zijn gemeten in vacatures binnen de sector Logistiek op hbo-/wo-niveau: hier vind je gemiddeld 8,22 clichés per tekst. Op (v)mbo-niveau blijft de cliché-teller steken op 5,69. Daarbij bleek het cliché 'uitdaging' favoriet; dit woord is teruggezien in 83% van de vacatureteksten voor de logistieke sector.

Kijken we opleidingsniveau-breed naar de diverse sectoren, dan leidt de retailsector met 7,24 clichés per vacaturetekst ((v)mbo = 7,8 en hbo/wo = 6,67). Binnen de zorg wordt er in vacatureteksten het minst gebruikgemaakt van clichés: hier blijft de teller net onder de 4 clichés per vacaturetekst hangen.

## Gemiddeld aantal clichés per tekst, per sector

vacatureteksten op (v)mbo-, hbo- en wo-niveau



## Top 5 clichés

- 1 Flexibel
- 2 Uitdaging/uitdagend
- 3 Op zoek/opzoek naar
- 4 Innovatief/innovatieve
- 5 Creatief/creativiteit

Voor het onderzoek is geput uit een lijst van 45 veelgebruikte termen zoals 'creatief', 'dynamisch', 'passie', 'spin-in-het-web' en 'flexibel'.

Ook 'geen 9-tot-17-mentaliteit' is gemeten. 39% van de lezers van vacatureteksten ervaart deze uitdrukking als irritant of clichématig. Dit bleek uit eerder [onderzoek door Preply](#).

Uit ons onderzoek blijkt dat de term 'geen 9-tot-17-mentaliteit' slechts in 1,04% van de vacatureteksten terugkomt. Deze uitdrukking komt het meest voor in teksten voor technische hbo-/wo-vacatures.

# Introductietekst

Binnen een paar seconden bepaalt de lezer van de vacaturetekst of ie wel of niet doorleest. Dit vraagt om een sterke introtekst waarin de toegevoegde waarde voor de lezer centraal staat. De introtekst moet onderscheidend, aansprekend en verleidelijk zijn zodat de lezer nieuwsgierig wordt om verder te lezen.

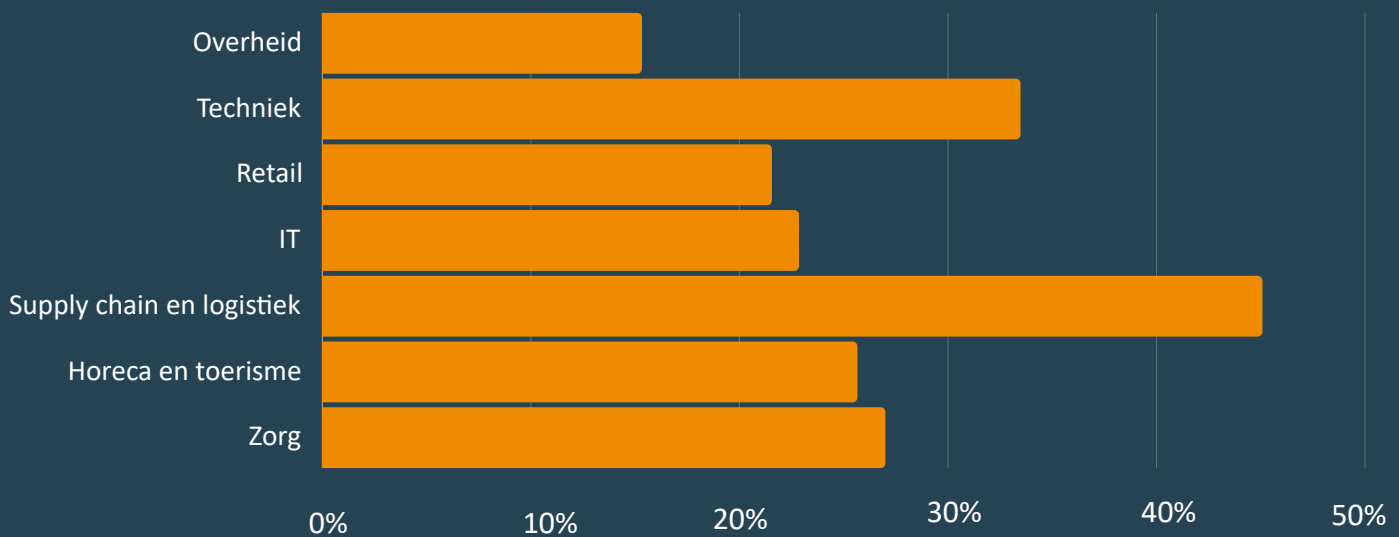
Maar wanneer voldoet een introtekst aan die omschrijving en krijgt deze het predicaat: sterke introtekst? Om het onderzoek zo objectief mogelijk uit te voeren, zijn de eerste 4/5 regels van de vacatureteksten beoordeeld. Teksten waarin de 'what's in it for me' voor de lezer níét in het intro centraal staat, ontvangen minpunten. Dit zijn teksten die beginnen met:

- 1 een verhaal over het bedrijf zelf. Zoals: 'Firma Janssen B.V. is opgericht in 1990 en is een hightech bedrijf dat internationaal actief is wat betreft het ontwikkelen en produceren van licht- en krachtinstallaties voor de wetenschappelijke en industriële markt.'
- 2 functievereisten. Een voorbeeld: 'Klantgericht, accuraat, proactief, assertief, flexibel en stressbestendig, dat zijn de kwaliteiten die wij zoeken in een medisch secretaresse.'
- 3 de functie-inhoud. Hierbij kan je denken aan: 'Binnen deze functie ben je verantwoordelijk voor...'

# + 28%

## géén lezersgericht intro

## Percentage niet lezersgericht-intro, per sector



## Deze sectoren beginnen meteen over...

### de functievereisten

- 1 Horeca en toerisme
- 2 Retail
- 3 Zorg

### het bedrijf zelf

- 1 Logistiek en supply chain
- 2 Zorg
- 3 Techniek

### de functie-inhoud

- 1 Techniek
- 2 Overheid
- 3 Horeca en toerisme

# Taalniveau

Er zijn 6 taalniveaus: A1-niveau is het laagste niveau, C2-taalniveau is het hoogste. Het adviesniveau voor vacatureteksten is B1-taalniveau. Een tekst op B1-niveau is een tekst die eenvoudig en actief is geschreven in duidelijke taal zodat deze gemakkelijk te begrijpen is. De tekst bevat dan de belangrijkste informatie over de baan, zonder ingewikkelde termen, of moeilijke zinsconstructies.

# 98%

## te hoog taalniveau

Wat bleek? 98% van de vacatureteksten is geschreven op een hoger taalniveau dan B1.

## Daarom taalniveau B1

Dit taalniveau wordt aangeraden omdat het bijdraagt aan inclusieve werving, het aantal sollicitaties verhoogt en bijdraagt aan het maken van een goede match.

- 80% van de Nederlandse bevolking kan een tekst die is geschreven op B1-niveau goed begrijpen.
- 1 op de 6 mensen is laaggeletterd. Meer dan de helft van deze mensen heeft Nederlands als moedertaal.
- In de schoonmaakbranche, bouw en industriesector is ruim 40% van de werknemers laaggeletterd.
- De groep jongeren die niet goed kan lezen en schrijven groeit hard: 1 op de 3 jongeren scoort onvoldoende.
- Gen Z betreedt de arbeidsmarkt en vormt tegen 2025 27% van de totale beroepsbevolking.
- Eenvoudig(er) leesbare teksten zorgen ervoor dat mensen sneller in actie komen. Ook hoogopgeleiden.
- Duidelijke teksten dragen bij aan het voorkomen van mismatches omdat de inhoud van de tekst beter wordt begrepen.

## Meetpunten

Dat vrijwel alle vacatureteksten een te hoog taalniveau kennen, wordt veroorzaakt door meerdere factoren. Denk hierbij aan het ontbreken van inhoudelijke informatie waardoor de vacaturetekst vaag blijft. Ook vakjargon telt mee bij de beoordeling van het taalniveau van een tekst. Omdat dit een onderzoek naar vacatureteksten is waar vakjargon veelal nodig is om de functie-inhoud te omschrijven, is vakjargon buiten beschouwing gelaten. Voor een zo objectief mogelijke beoordeling is er in dit onderzoek gemeten op:

- moeilijk taalgebruik → woorden die hoger dan B1-niveau zijn.
- lange zinnen → zinnen die bestaan uit meer dan 16 woorden.
- ingewikkelde zinnen → zinnen met bijvoorbeeld tangconstructies.
- lange alinea's → alinea's die bestaan uit meer dan 100 woorden.
- passief taalgebruik → als iets 'gedaan zal worden' in plaats van 'iets doen'.

Bij het meten van deze onderdelen is er gebruikgemaakt van Klinkende taal; een softwareprogramma dat het taalniveau van teksten meet. Op de volgende pagina's lichten we enkele onderdelen verder uit, per sector en niveau.



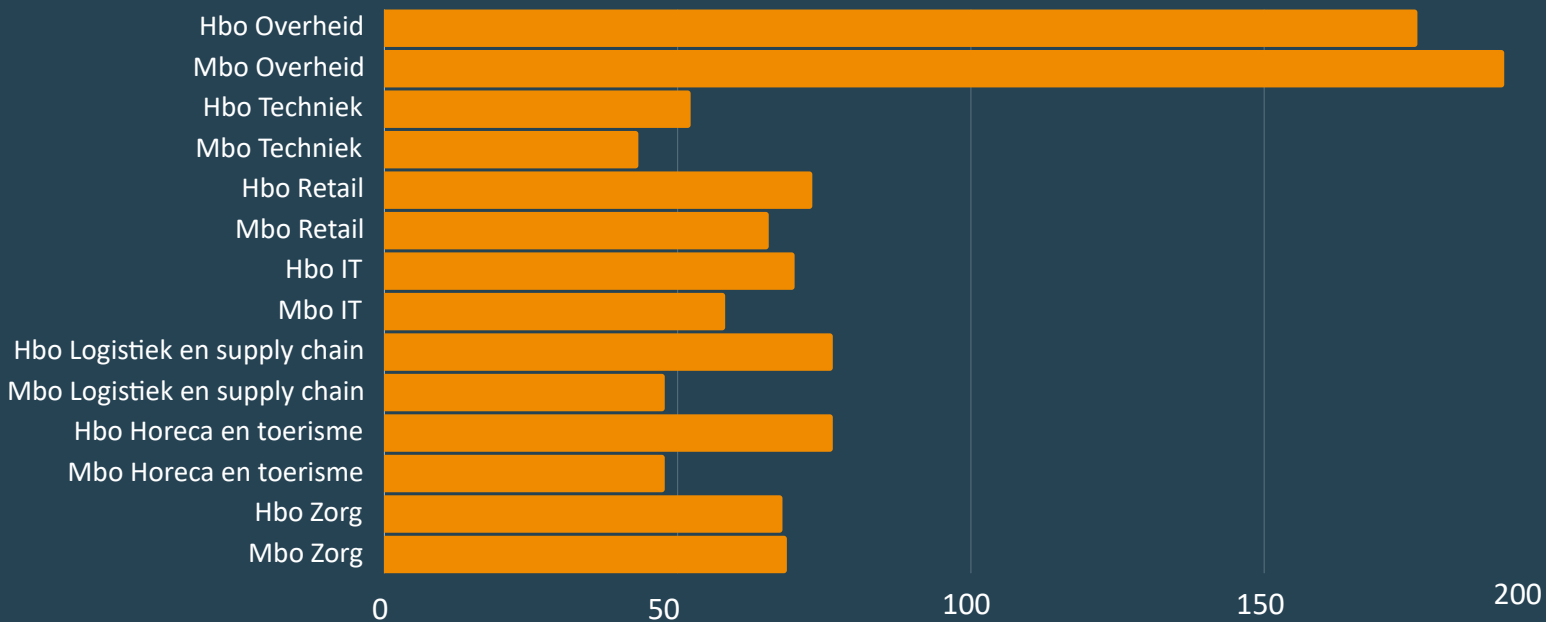
# Moeilijke woorden

De gemiddelde vacaturetekst bevat 79,5 moeilijke woorden.

Wat is een 'te moeilijk woord'? Dit is een woord boven B1-niveau waardoor het door < 80% van de Nederlandse bevolking goed en snel wordt begrepen. Denk aan woorden van 3 of meer lettergrepen, ouderwetse woorden of aan woorden die maar zelden worden gebruikt.

gemiddeld  
**79,5**  
moeilijke woorden

## Gemiddeld aantal moeilijke woorden per tekst



Het aantal moeilijke woorden bij de overheidsvacatureteksten is veruit het hoogst. Toch is de grafiek misschien iets vertekend door de totale lengte van de teksten. De lengte ligt bij de overheidsteksten veruit het hoogst met 1345 woorden per tekst (alle opleidingsniveaus samen). Dit betekent dat de overheidsteksten voor 13,6% uit moeilijke woorden bestaan. In de technische sector is het gemiddeld aantal woorden slechts 412 per tekst. Toch ligt daar het gemiddelde aantal moeilijke woorden procentueel nog steeds lager, namelijk op 11,6%.

## Veelvoorkomende moeilijke woorden

Onderstaand enkele veelvoorkomende woorden op een te hoog taalniveau en een suggestie hoe deze op B1-niveau verwerkt kunnen worden.

### Moeilijke woorden

primair



intensief



optimaliseren



werkzaamheden



essentieel



innovatief



conform



### B1-woorden

eerste, in het begin of origineel

sterk, vaak of veel

verbeteren, beter maken

werk, taken of acties

belangrijk, onmisbaar, nodig

vernieuwend

volgens, zoals staat in, klopt met

Check hier gratis of jouw woord B1-niveau heeft en ontvang synoniemen.



# Lengte van teksten

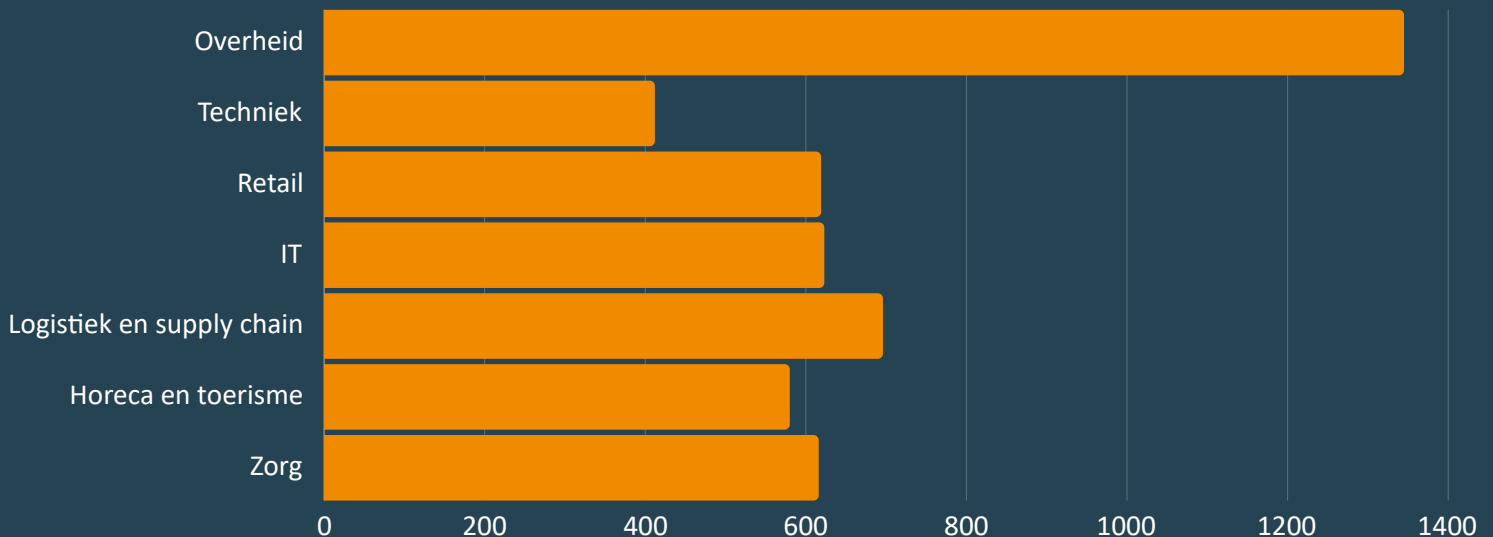
Vacatureteksten staan erom bekend dat ze 'te lang' zijn.

Maar wát is te lang? Er is uitgegaan van het verschil in woorden met de data van Textio: de ideale lengte van een vacature is 600-700 woorden, waarbij het absolute optimum rond de 640 ligt.

Met gemiddeld 699 woorden valt de Nederlandse vacaturetekst (net) binnen de marge. De vacatureteksten van de overheid tellen gemiddeld 1.345 woorden, wat het totale gemiddelde dan ook sterk beïnvloedt. De kortste vacaturetekst? Dat was een vacaturetekst voor een verkoopmedewerker, deze bevatte 136 woorden (mbo Retail).

gemiddeld  
**699**  
woorden per tekst

## Gemiddeld aantal woorden per vacaturetekst, per sector



### Opvallend

Binnen de sector logistiek en supply chain het grootste verschil gemeten tussen de vacatureteksten per opleidingsniveau:

Vmbo en mbo 479 woorden

Hbo en wo 920 woorden

# Lengte van zinnen

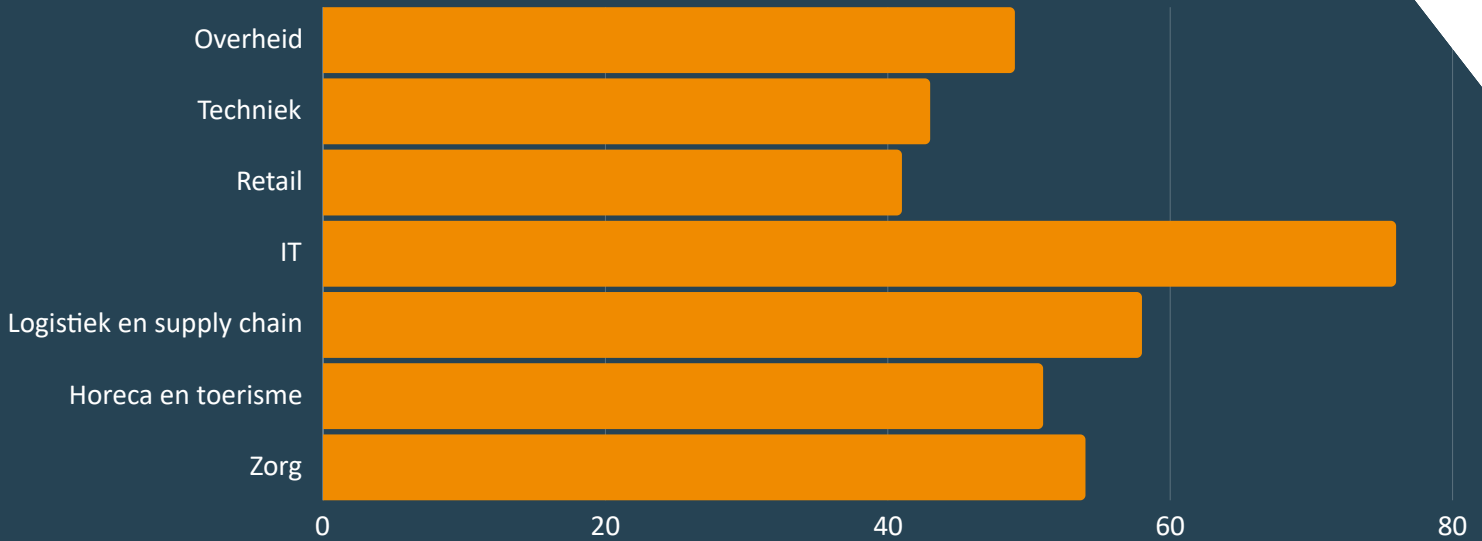
Vacatureteksten bevatten gemiddeld 9,7 te lange zinnen.

Wat is een 'te lange zin'? Dit is een zin die langer is dan 15 woorden. Daardoor wordt de zin door 80% van de Nederlandse bevolking niet goed en snel begrepen.

gemiddeld  
**9,7**

te lange zinnen per tekst

## Aantal woorden langste zin, per sector



### Opvallend



Bij de hbo- en wo-vacatures ligt het gemiddelde aantal lange zinnen ruim 2 keer zo hoog als het totale gemiddelde, met 22,2 te lange zinnen per vacaturetekst.

Het laagste aantal gemeten te lange zinnen kwam uit op 4,5 per vacaturetekst bij vmbo- en mbo-vacatures in de technische sector.

Bij 'anoniem bedrijf' geloven we in teamwork, waarbij het hele team verantwoordelijk is voor de kwaliteit van het ontwerp tot aan de oplevering, automatisch testen is daarbij een van de aspecten van de kwaliteitsbewaking, maar voor de gebruikersvriendelijkheid van het systeem zien wij blijvend toegevoegde waarde in sterke functionele testers die vanaf het ontwerp tot aan oplevering meedenken over de flows van de applicatie en in staat zijn testcases op te stellen voor het team.

Met 76 woorden is dit de langst gemeten zin in een vacature (hbo/wo-niveau, IT-sector).

Lukt het jou om deze ene zin hardop voor te lezen, zonder minimaal 1 keer naar adem te snakken?



# Passief taalgebruik

In de 960 onderzochte vacatureteksten zijn er in totaal 3.241 passieve zinnen aangetroffen. Hiermee ligt het gemiddelde op 3,4 passieve zinnen.

Wat is passief taalgebruik? In passief taalgebruik ligt de focus op wat er met het onderwerp gebeurt, niet op wie of wat de actie doet. Dit maakt zinnen vaak onnodig ingewikkeld en minder direct. Actief taalgebruik is duidelijker, vaak korter en houdt de aandacht van de lezer beter vast. Hier zijn 3 voorbeelden:

## Passief

- ⊗ Er wordt verwacht dat deadlines nauwgezet worden nageleefd.
- ⊗ Je zal worden uitgenodigd voor een kennismakingsgesprek.
- ⊗ Je zult verantwoordelijk worden voor projectmanagement.

## Actief

- ✓ Je leeft deadlines nauwgezet na.
- ✓ We nodigen je uit voor een kennismakingsgesprek.
- ✓ Je bent verantwoordelijk voor projectmanagement.

## Uitgelicht

Bij teksten voor de overheid ligt het gemiddelde aantal passieve zinnen per vacaturetekst opvallend hoog met 10,2. De hbo-techniek-vacatureteksten bevatten gemiddeld het minste aantal passieve zinnen met 1,6 zin per tekst.

gemiddeld

# 3,4

passieve zinnen per tekst

### Top 3 meest passieve zinnen

1	Overheid	10,2
2	IT	5,5
3	Zorg	2,4

# Ingewikkelde zinnen

De gemiddelde vacaturetekst bevat 2,6 ingewikkelde zinnen. Wat is een ingewikkelde zin? Een ingewikkelde zin is lang en moeilijk te begrijpen, vaak met verschillende boodschappen en moeilijke woorden.

## Voorbeeld

We zijn op zoek naar een medewerker, die zich zal gaan toeleggen op zowel de coördinatie als de uitvoering van projecten en die tegelijkertijd een teamspeler is, voor 36 uur per week.

gemiddeld

# 2,6

ingewikkelde zinnen

### Top 3 meest ingewikkelde zinnen

1	Overheid	6,1
2	Retail	5,8
3	IT	2,2

# Werksfeer

Werksfeer is een van de belangrijkste pullfactoren om te kiezen voor een baan, zo blijkt al jarenlang uit Arbeidsmarkt Gedrags Onderzoek (AGO). Hiermee is het een essentieel element van de vacaturetekst.

# 98%

## geen concrete werksfeer

Maar wanneer wordt in een vacaturetekst de werksfeer goed omschreven zodat de lezer een concreet beeld krijgt van hóé het is om daar te werken? In elk geval níét met vage omschrijvingen zoals in 98% van de vacatureteksten is aangetroffen. Denk daarbij aan:

Een gezellig familiebedrijf met een leuk team.	Werken bij een groeiend bedrijf in een informele setting, met gezellige collega's.	Er heerst een informeel werkklimaat.	Je werkt in een dynamisch team waar een ontzettend fijne werksfeer heerst.
Een goede werksfeer in een jong en dynamisch team.	Je zult werken in een team met een enthousiaste en informele sfeer.	Een fijne werksfeer en een hardwerkend team.	Een prettige, informele werksfeer in een enthousiast en klein team.

Omdat in vrijwel geen enkele vacaturetekst concreet werd omschreven waar de 'informele, dynamische en gezellige sfeer' uit blijkt, zijn er extra punten toegekend voor vacatureteksten met:

- ✓ quotes van toekomstige collega's of leidinggevende.
- ✓ een mogelijkheid voor informeel kennismaken of vooraf meelopen.

Een mogelijkheid voor informeel kennismaken of vooraf meelopen kwam het meest voor in de zorg, hoewel dit omgerekend slechts in circa 1% van de vacatures was. Quotes kwamen met 7,8% iets vaker voor, met name bij zorg- en overheidsvacatures.

# Salarisvermelding

Een goed salaris is voor de Nederlandse beroepsbevolking dé belangrijkste pullfactor om te kiezen voor een baan. Dit blijkt al jarenlang uit Arbeidsmarkt Gedrags Onderzoek (AGO).

# 62%

## salarisvermelding

Ook zijn er meerdere, andere onderzoeken die aantonen dat het vermelden van het salaris in de vacaturetekst loont. Zo zorgt een salarisvermelding onder andere voor:

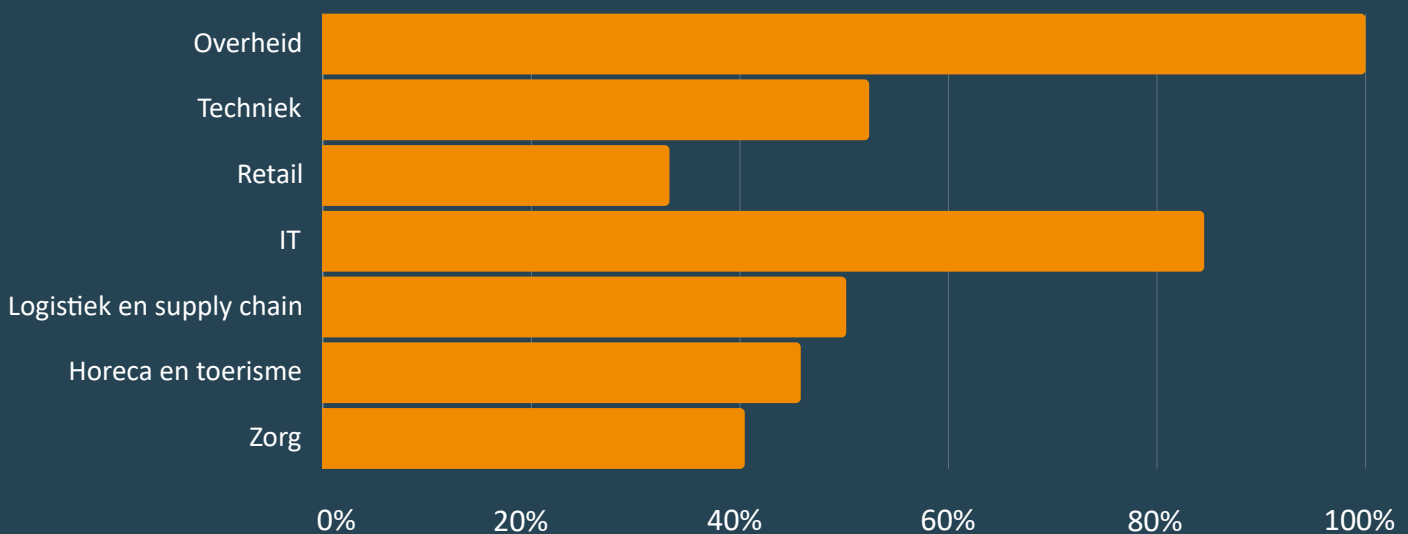
- ✓ meer sollicitaties.
- ✓ kwalitatief betere sollicitanten.
- ✓ diversere sollicitanten.
- ✓ tijdwinst.

Desondanks wordt in 38% van de vacatureteksten vaag gedaan over het salaris. Denk aan omschrijvingen als:



*\*omdat het verwijzen naar een schaal binnen een cao geen concreet salaris betreft, is dit niet meegerekend als salarisvermelding.*

## Zo vaak wordt het salaris wél benoemd, per sector



# Functievereisten

Het doel van functievereisten in een vacaturetekst is het zorgen voor duidelijkheid en efficiëntie in het wervingsproces. Wordt concreet en realistisch aangegeven welke vaardigheden en ervaringen meetellen, dan draagt dit bij aan gerichtere en kwalitatief betere sollicitaties. Dit vergroot de kans op een succesvolle match.

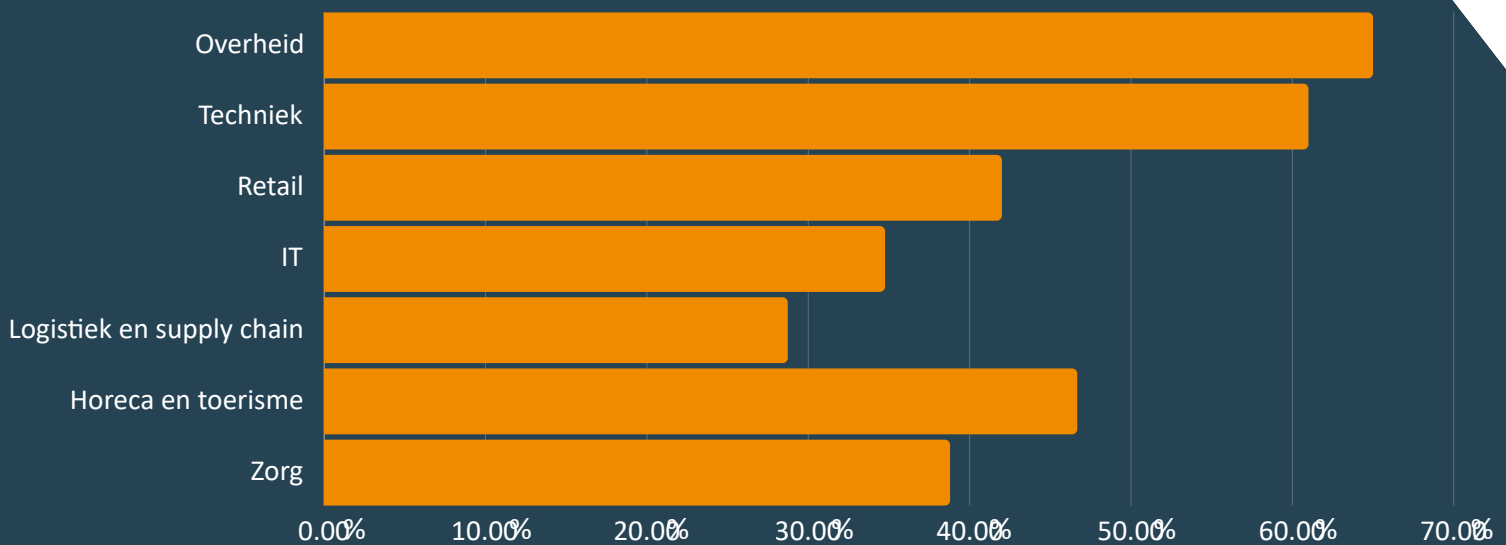
gemiddeld

# 45%

meer dan 5 eisen

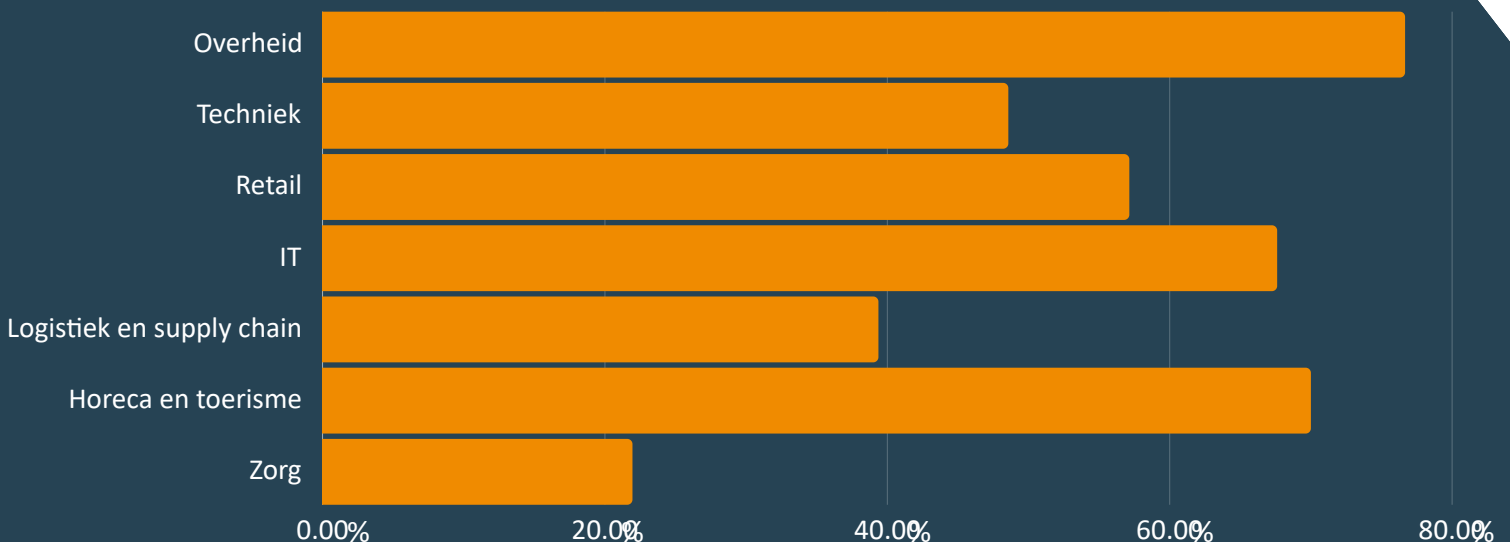
Nu staan vacatureteksten bekend om de zoektocht naar het schaap met 8 poten en daarmee met een waslijst aan irreële functievereisten. Voor dit onderzoek is gekeken naar verschillende invalshoeken rond de vereisten, waaronder:

## Meer dan 5 functievereisten, per sector



Bij de hbo- en wo-vacatures binnen de overheid bevat 80% van de vacatures meer dan 5 vereisten. Op vmbo- en mbo-niveau ligt dit op 50% waardoor de overheid gemiddeld uitkomt op 65% en dit rijtje aanvoert.

## Vragen om een pré, per sector



Op de vorige pagina zie je dat er gemiddeld in meer dan de helft (57%) van de vacatureteksten wordt gevraagd om een pre. Een pre is een extra pluspunt van een kandidaat dat niet noodzakelijk is, maar wel mooi meegenomen en een streepje voor geeft.

Binnen de sector zorg ligt deze vraag het laagst met 21,9%. Met bijna 77% is de overheid hier de koploper, waarbij opvallend is dat met name bij vmbo- en mbo-vacatures om pre's wordt gevraagd: hier lag het gemiddelde zelfs op 90% versus 63% bij de hbo- en wo-vacatures binnen de overheid.

## Leeftijdscriminatie

In vacatureteksten van alle 7 sectoren is er een vorm van directe óf indirecte leeftijdscriminatie gesignaleerd, zoals:

Je hebt 1 tot 6 jaar relevante leidinggevende ervaring.

We zijn een hecht en jong team.

Ook heb je 1 tot 3 jaar werk-ervaring in een vergelijkbare functie.

Je versterkt een redelijk jong en vooral gedreven team.

Je neemt 1 tot 2 jaar aan ervaring in een kantoorbaan mee.

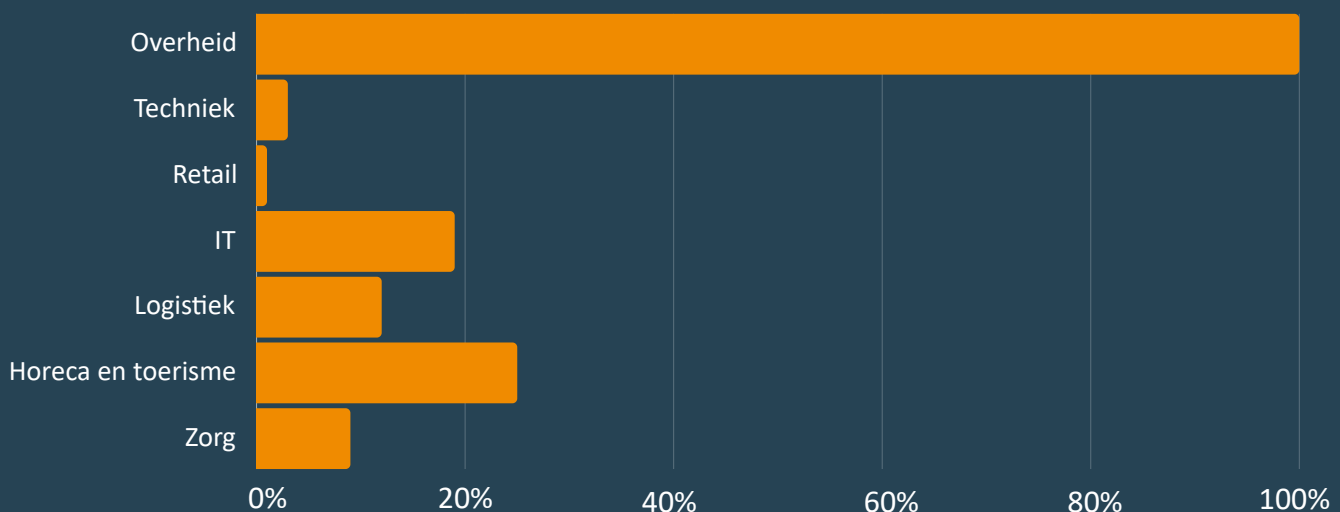
## Sluitingstermijn

Een sluitingstermijn in een vacaturetekst is de uiterste datum waarop sollicitaties ingediend kunnen worden. Dit kan de conversie bevorderen en geeft duidelijkheid aan de lezer.

In 77% van alle vacatures wordt geen sluitingstermijn vermeld. Reken je dit om dan komt het erop neer dat nog niet eens bij 1 op de 4 vacatures een sluitingstermijn staat.

**77%**  
geen sluitingstermijn

### Zo vaak wordt de sluitingstermijn benoemd



Opvallend is dat er in géén van de onderzochte vacatureteksten binnen de retail een sluitingstermijn wordt benoemd. Dit in tegenstelling tot de vacatures van de overheid waar in alle gevallen sluitingsdata terug te vinden waren.



# Sollicitatieprocedure

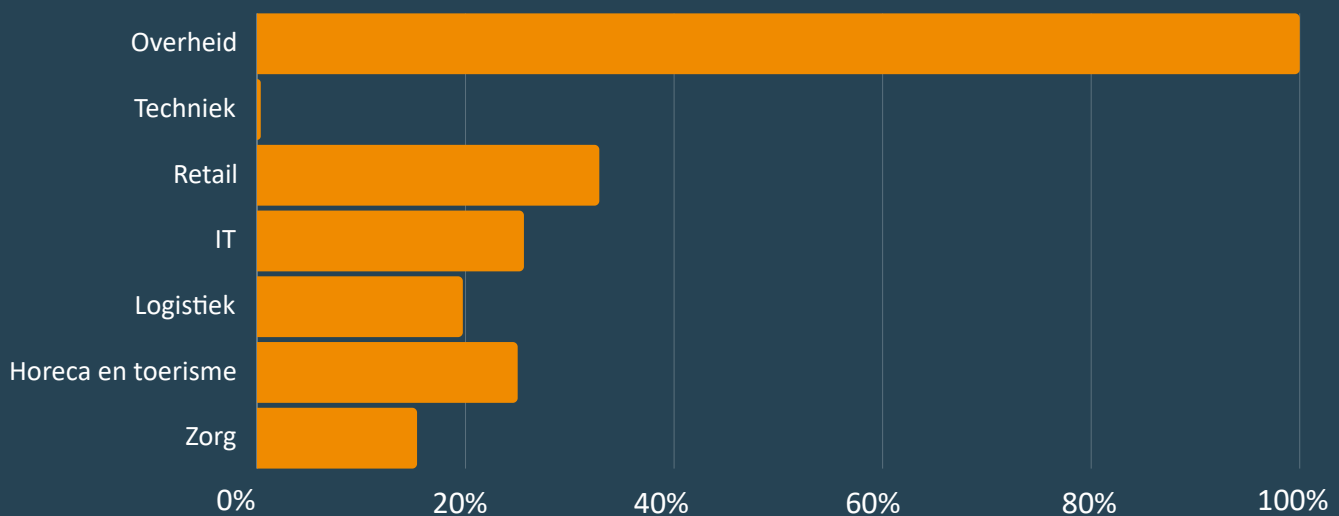
Informatie over de sollicitatieprocedure informeert de lezer over het proces ná het achterlaten van een sollicitatie via de website of e-mail. Dit bevordert de duidelijkheid voor de lezer.

In 1 op de 3 vacatureteksten wordt er iets gemeld over de procedure: variërend van een uitgebreid stappenplan tot een vermelding dat een assessment deel uitmaakt van de procedure.

# 33,3%

## sollicitatieprocedure

## Zo vaak wordt er iets vermeld over de procedure



## Acquisitie niet gewenst

Een vacaturetekst is bedoeld voor de potentiële doelgroep. Desondanks wordt er in 17,4% van de vacatureteksten een (niet-doelgroepgerichte) zin toegevoegd waarin wordt gemeld dat acquisitie niet gewenst is.

# 17,4%

zin acquisitie

Met 36,7% komt dit het vaakst voor in vacatureteksten voor mbo-overheidvacatures. In hbo-vacatures binnen de techniek is dit geheel niet teruggezien.

Voorbeelden:

Recruiters en headhunters, leg de telefoon maar weer neer, wij zoeken en vinden onze nieuwe collega's liever zelf.

Binnen onze organisatie weten we heel goed zelf onze kandidaten te bereiken. We reageren daarom ook niet op acquisitie of aanbiedingen van bureaus of tussenpersonen.

Werving- en selectiebureau of headhunter? Bedankt voor het meedenken, maar wij werven graag zelf onze kandidaten.

# Nawoord

De gemiddelde vacaturetekst scoort met een 4,2\* dus een dikke onvoldoende. Hiermee kunnen we niet anders dan concluderen dat het negatieve stigma dat heerst op de vacaturetekst correct is: het is nog steeds slecht gesteld met het meestgebruikte middel in arbeidsmarktcommunicatie.

Dit geeft stof tot nadenken. Ervaren monteurs, startende IT'ers, getalenteerde koks en herintredende zorgprofessionals hebben anno 2024 volop baankeuze. Werkgevers en intermediairs schreeuwen moord en brand dat er een tekort is aan sollicitanten: ruim 75% van de ondernemers ervaart zelfs een personeelstekort.

Het is aan werkgevers en intermediairs om 'employer of choice' te zijn en hun doelgroep in beweging te brengen. Zo is de vacaturetekst in veel gevallen het allereerste contactmoment met een potentiële kandidaat. Welke eerste indruk laat jij nu achter met jouw vacaturetekst? Dat je een saaie, wollige, onpersoonlijke en vage werkgever bent? Terwijl je een eigentijdse werkgever bent, die transparant is richting medewerkers en aandacht heeft voor werksfeer? En... in hoeverre zet de vacaturetekst aan tot actie? Voeg je ook beelden toe om je tekst te versterken? Pas je bewezen marketingtechnieken toe om de lezer in beweging te brengen?

Het is allemaal mogelijk met de beste vacaturetekst... maar om die beste sollicitanten te scoren moet je wel eerst zorgen dat jouw vacaturetekst een voldoende scoort. Succes,

*Nicol Tadema en Mitch Gielen*

Het rapportcijfer van een 4,2 is tot stand gekomen door het meten van 26 objectief waar te nemen onderdelen. Het is onze overtuiging dat dit cijfer nog véél lager geweest zou zijn als er ook gemeten was in hoeverre de pullfactoren, sollicitatieprocedure en communicatiestijl aansluiten bij de wensen van de doelgroep. Of in hoeverre worden de functievereisten en functie-inhoud concreet verwoord? Sluit de gekozen tone of voice aan bij wíe de werkgever is? Et cetera.

# Over Scoren met woorden

Krijg je onvoldoende reacties op vacatures? Of is er juist een stortvloed aan sollicitaties maar van niet-passende kandidaten? En in hoeverre versterkt de vacaturetekst nu jullie werkgeversmerk?

Een goede vacaturetekst zet de juiste kandidaten in beweging. Ja, (juist) ook de latent werkzoekenden. Linea recta richting de sollicitatiebutton van jouw vacatures.

Maar hóé schrijf je zo'n goede vacaturetekst? Ik vertel het graag.

Mijn kennis over het scoren met woorden deel ik als trainer, spreker, adviseur en auteur. Dit doe ik al meer dan 20 jaar in de wondere wereld van recruitment en hr, altijd met de toepassing van neurocopywriting.

Zo inspireerde, informeerde en adviseerde eerder organisaties waaronder het Rijksmuseum, Goodhabitz en het Ministerie van Infrastructuur & Waterstaat. En ik doe het op een pragmatische manier zodat je direct de volgende dag kan profiteren van de resultaten.

*Nicol Tadema*



[www.scorenmetwoorden.nl](http://www.scorenmetwoorden.nl)



+31 611 76 08 46



[ikwil@scorenmetwoorden.nl](mailto:ikwil@scorenmetwoorden.nl)

# Over Purple Squirrel Effect

Wij geloven dat veel recruitmentprocessen beter kunnen. Beter moeten. Zeker als je kijkt naar de huidige arbeidsmarkt waar de spanning de komende jaren verder toeneemt. Zo verlaten de komende jaren 0,5 tot 1 miljoen babyboomers de arbeidsmarkt.

Dus de krapte op de arbeidsmarkt? Die wordt alleen maar groter. Net als het probleem dat veel werkgevers hebben om hun vacatures in te vullen.

Ondertussen vraagt de nieuwste generatie om een unieke benadering in werving. Zo geldt voor Gen Z: **kijken, zien en beleven!**

Voor de invulling van onze vacatures zoeken we allemaal die ene zelfde droomkandidaat. Je weet wel, een Purple Squirrel.

*Mitch Gielen*



**PURPLE SQUIRREL  
EFFECT.**



[www.purplesquirelffect.nl](http://www.purplesquirelffect.nl)



+31 85 782 14 00



[info@purplesquirelffect.nl](mailto:info@purplesquirelffect.nl)



PURPLE SQUIRREL  
EFFECT.

en

scoren  
met  
woorden

Kennis is macht, kennis delen is kracht.  
Wil jij kennis uit dit document delen? Mail via  
[ikwil@scorenmetwoorden.nl](mailto:ikwil@scorenmetwoorden.nl)