



10 tips voor de beste vacatureteksten



Met een doelgerichte vacature spreek je jouw doelgroep direct aan.

Wie wil je bereiken? Hoe gedraagt deze persoon zich? Op welke termen zoekt de kandidaat online? En welke voordelen zijn het meest belangrijk voor je doelgroep?

Op al deze vragen willen kandidaten met behulp van jouw vacaturetekst een antwoord krijgen. Maar hoe? Dit doe je met **slimme zoektermen**, de **juiste informatie** en een **onderscheidende tone of voice**. In dit e-book geven we je 10 tips waar je direct mee aan de slag kunt.

Inhoud

●	01 Data-inzichten gebruiken	4
●	02 Slimme zoektermen gebruiken	5
●	03 Je unieke aanbod benoemen	7
●	04 De toegevoegde waarde van je kandidaat beschrijven	8
●	05 Het takenpakket en de werkomgeving beschrijven	9
●	06 Harde eisen benoemen	10
●	07 Aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden aanbieden	11
●	08 De juiste verwachtingen scheppen	12
●	09 Eenvoudige taal gebruiken	13
●	10 Je kandidaat persoonlijk aanspreken	14

01 • Data-inzichten gebruiken

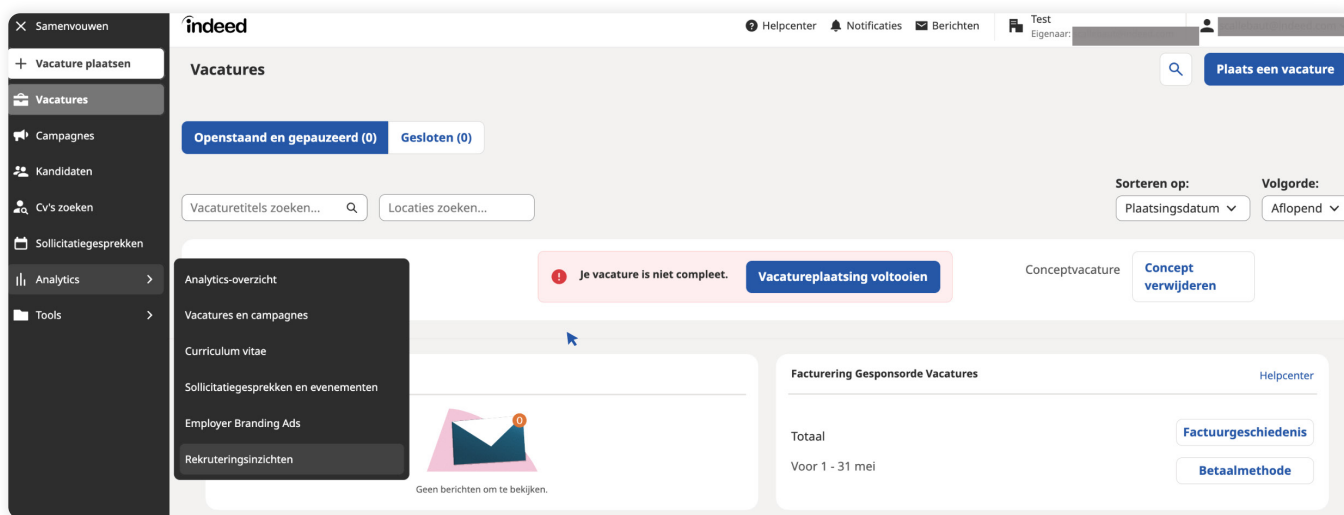
Met de tool **Rekruteringsinzichten** kan je data bekijken van je zoekopdracht zoals marktdata van Indeed en welke populaire zoektermen kandidaten hebben gebruikt die tot clicks op een vacature hebben geleid.

Goed is om te kijken of er relevante zoekwoorden tussen staan die voor jouw vacature interessant zijn en om deze dan vervolgens toe te passen. In het dashboard kan je bijvoorbeeld zien welke populaire werkgevers er in de top 10 staan op basis van clicks.

Heb je al een werkgeversaccount op Indeed?

Dan kun je via het **Werkgeversdashboard** gebruik maken van **Rekruteringsinzichten**.

Je krijgt toegang tot diepgaande inzichten via de Analytics-tab, zoals je in dit testaccount ziet:

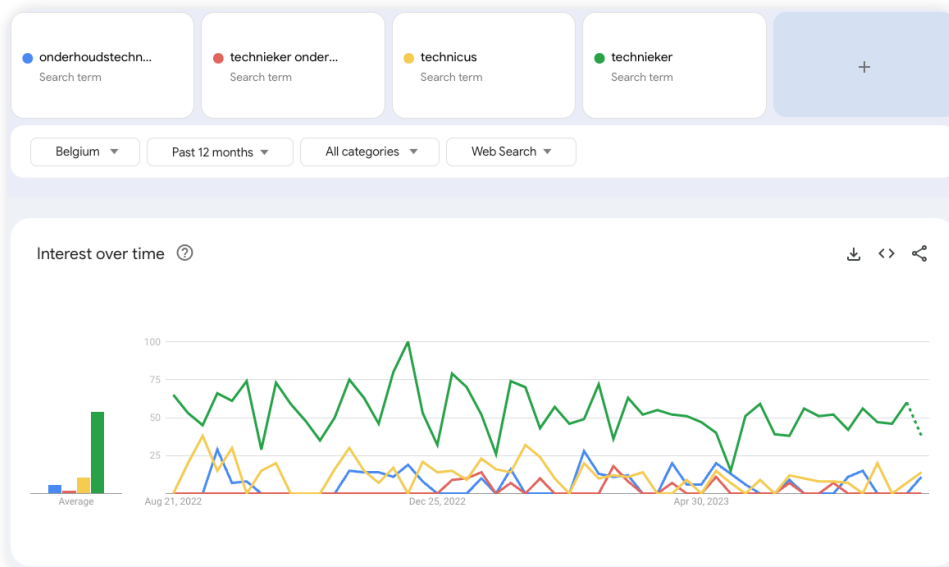


Slimme zoektermen zijn zoektermen die je kandidaten heel vaak gebruiken bij de zoektocht naar hun droomjob. Je vacaturetekst is sneller vindbaar voor je ideale kandidaat als je deze zoektermen meermaals in je vacature herhaalt.

Verschillende vacaturetitels testen

Welke vacaturetitel is effectiever? Om dat te achterhalen, kan je in een A/B-test verschillende functietitels afwisselend inzetten voor eenzelfde vacature en ontdekken welke vacaturetitel de meeste resultaten oplevert. Deze test gebeurt in samenspraak met je accountmanager.

Google Trends is een gratis tool die je kunt gebruiken om de populariteit van vacaturetitels en woorden te bekijken. 'technieker' komt bijvoorbeeld vaker voor dan 'technicus'.



Bron:
[Google Trends](#)

Welke titel staat er bovenaan het cv of profiel van je ideale sollicitant in sociale media?

Als je overtuigd bent dat je deze persoon meteen zou uitnodigen, dan kan je deze titels in **Google Trends** testen en controleren op zoekvolume. Vaak ontdek je hierdoor een duidelijke en veelgebruikte zoekterm.

Belangrijkste inzichten op basis van Indeed-data

Vacaturetitel

- Optimaliseer je titel voor mobiel en gebruik max. 35 karakters.
- Zorg voor balans tussen volume en kwaliteit door de juiste opbouw van je titel. Gebruik daarom een functietitel waarvoor voldoende zoekvolume bestaat en waak tegelijk over de kwaliteit.
- Zorg ervoor dat je een vacaturetitel gebruikt die volledig matcht met de inhoud van je vacature.

Inhoud en lengte van je vacature

- Begin met de inhoud van de functie of rol en vermeld pas op het einde een stukje over je organisatie.
- Beperk je vacature tot max. 2000 tekens. Als je tekst langer is, haken kandidaten namelijk af.
- Herhaal de belangrijkste zoektermen in je vacature.
- Wissel tussenkopjes af met opsommingstekens, dat leest makkelijker. Gebruik bijvoorbeeld bulletpoints voor de hard skills en tussenkopjes voor de soft skills.
- Bereik zoveel mogelijk potentiële kandidaten door inclusief te schrijven. Bekijk **meer tips over DEI en inclusief schrijven op Indeed Inspiration**.
- Vacatures met looninformatie ontvangen tot 50% meer sollicitatieaanvragen.¹

Bron:

¹Gegevens van Indeed (België)



Een doeltreffende vacature bevat exact de informatie die je kandidaat-sollicitant nodig heeft. Zeker op het moment dat je kandidaat de vacature begint te lezen, is de eerste alinea beslissend.

Valt je vacature op? Dan is dit hét moment om meteen het belangrijkste te vertellen, namelijk **wat de functie zo leuk maakt en waarom kandidaten zouden moeten solliciteren:**



- Binnen welk team of op welke afdeling komt de persoon terecht?
- Wat zorgt ervoor dat deze werkomgeving de ideale plek is om aan de slag te gaan?
- Hoe verloopt de onboarding?
- Waar kunnen kandidaten meer informatie vinden over hun loon en en extralegale voordelen?
- Hoe zorg je ervoor dat je werknemers zich volledig kunnen ontplooiën en hun eigen loopbaan vrij kunnen ontwikkelen binnen je organisatie?

Met deze tip valt je vacature extra op

Elke kandidaat is specifiek op zoek naar bepaalde financiële en niet-financiële voordelen. Je vermeldt de belangrijkste voordelen bij voorkeur al tijdens je inleiding. En op het einde van de vacature ga je verder in op bepaalde voordelen, bijvoorbeeld door een opsomming te geven.

De toegevoegde waarde van je kandidaat beschrijven

Kandidaten willen vooral trots zijn op hun organisatie en waardering krijgen. Daarom maak je jouw vacature aantrekkelijk door meteen de toegevoegde waarde te benoemen die deze persoon zal leveren.

“

Voor elk probleem bedenk je wel een oplossing en dat is waarom we jouw creatieve brein niet kunnen missen.

“

Met jouw diverse achtergrond kan je over alles meepraten en kan jij ons leren om projecten integraal aan te pakken.

“

Je bent niet alleen een feestganger maar je houdt er ook van om elk feestje piekfijn voor te bereiden, waardoor iedereen zich geweldig job.



► Heb je ook gemerkt dat je met deze bovenstaande zinnen meteen een compliment maakt?

Je ideale kandidaat wil graag antwoord krijgen op vragen als:

- Waarom geeft deze job zoveel energie?
- Wat zijn de belangrijkste uitdagingen?
- Welke concrete problemen komen vaak voor in de werkomgeving? En wat is er dan nodig om deze aan te pakken?

Het takenpakket en de werkomgeving benoemen

Werkzoekenden hebben weinig aan standaardomschrijvingen zoals 'een leuke werksfeer' of 'uitdagend takenpakket'. Wat is er zo leuk aan de werksfeer? En wat maakt het werk uitdagend? Als je hierover nadenkt, vind je de juiste woorden die jouw organisatie uniek maken.

“

Jouw collega's houden van droge humor, padel en 'work hard, play hard'. Ben jij de vierde vakidoot die zowel in zijn werk als vrije tijd voluit gaat?

“

Je komt zowat terecht in een kantoorjungle. Letterlijk dan. Met grote planten en een eigen kantoortuin waar je bij warm weer op een overdekt terras kunt werken.

Je bedenkt zelf ook treffende zinnen door associaties te maken (zoals een bureau dat op een jungle lijkt) of door een aantal leuke weetjes en feiten te verzamelen.

- Wat komt er dagelijks aan bod?
- Wat zijn de belangrijkste taken?
- En wanneer mogen werknemers zelf beslissen hoe en waar ze hun werk uitvoeren?
- Hoe groot is het team?
- Met hoeveel collega's werken jullie?
- En hoe gaan ze met elkaar om?

Harde eisen zijn criteria waaraan elke kandidaat zeker moet voldoen. Mocht een van deze eisen ontbreken, dan zou de persoon namelijk niet in staat zijn om de functie goed uit te voeren.

Is het bijvoorbeeld vereist dat je nieuwe medewerker over een rijbewijs B beschikt? Of specifieke vakkennis heeft? Formele vereisten, kennisniveaus en competenties zijn harde eisen.

Meestal zijn harde eisen makkelijk meetbaar, omdat je eenvoudig op deze criteria kunt selecteren als je cv's screent.

Bepaalde soft skills daarentegen kan je meestal niet meten, maar zijn daarom niet minder belangrijk. Als je van werknemers bijvoorbeeld verwacht dat ze vaak presentaties geven bij klanten, hebben deze personen een heel andere set soft skills nodig dan wanneer je iemand zoekt die alleen en zelfstandig kan werken.

Welke soft skills vereist zijn, hangt onder andere af van de werkomgeving waarin de persoon terechtkomt, de bedrijfscultuur die iedereen deelt en uiteraard: de inhoud van de job. Uiteindelijk is het de bedoeling dat mensen plezier hebben in hun werk en taken uitvoeren die passen bij hun manier van denken en handelen. En als jouw nieuwe collega zich goed voelt, heeft dit een positieve impact op de andere teamleden.



Aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden aanbieden

Afhankelijk van het profiel dat je zoekt, is er bijvoorbeeld vraag naar mogelijkheden om van huis uit te werken, om zelf vrije dagen in te kunnen plannen of om een interne opleiding te volgen. Als je weet welk loon en extralegale voordelen je kandidaat belangrijk vindt, creëer je een sterke talentpool die matcht met je bedrijfswaarden.

Stel dat je kandidaat uit twee vacatures moet kiezen die qua inhoud nagenoeg identiek zijn. Hoe hakt deze persoon dan vervolgens de knop door? Uit onderzoek bij Indeed blijkt dat verloning een doorslaggevende factor is.

65%

van de werkzoekenden beschouwt verloning als de belangrijkste factor bij de beslissing om al dan niet te solliciteren.²

Steeds meer werkgevers zetten een competitief loon in met bijvoorbeeld:

- Onbeperkt verlof
- 4-daagse werkweek
- Opleidingsaanbod
- Remote werken in het buitenland
- Bruikleen thuiswerkmeubilair
- Groene arbeidsvoorwaarden, zoals de installatie van zonnepanelen of laadpalen voor elektrische auto's via de werkkostenregeling of een investeringsbudget voor een warmtepomp
- Flexibel ouderschapsverlof of zorgverlof

Bron:

² [Indeed Webinar Make Pay Transparency Work For You, Q1 2023](#)

Hoe duidelijker je vacature is, hoe prettiger het vervolgens is om met potentiële kandidaten in gesprek te gaan. Helder schrijven betekent dat je eenduidige woorden gebruikt. Hierdoor kunnen kandidaten je tekst slechts op één manier interpreteren en schep je meteen de juiste verwachtingen.

Met je tone of voice creëer je altijd bepaalde verwachtingen. Gebruik je wat humor of hou je elke zin strikt zakelijk? Welke stijl je ook kiest, voor je vacature geldt dat elk woord telt. Met 'manager' stel je bijvoorbeeld andere verwachtingen dan met 'specialist'.

Om de juiste verwachtingen te scheppen, gebruik je specifieke of concrete woorden. Hierdoor weet elke kandidaat meteen wat je bedoelt:



Don't

- Marketingmanager
- We zoeken een collega zonder 9-to-5 mentaliteit.
- We zijn op zoek naar een creatieve geest om ons team te versterken.

Do

- Marketingmanager evenementen in vastgoed
- Je vindt het niet erg om af en toe in de avonden te werken.
- Laat ons jouw creatieve werk zien.

Hoe eenvoudiger je tekst is, hoe beter - zelfs als je op zoek bent naar een kandidaat die over heel wat expertise beschikt en voortdurend vakjargon gebruikt. Eenvoudig schrijven betekent dat elk woord telt en dat je moeilijke zaken eenvoudig uitlegt. Hierdoor leest je vacaturetekst vlotter, zeker op een klein scherm zoals bij een telefoon of tablet.

Don't

- We verwachten iemand met een hands-on-mentaliteit.
- Je bent innovatief ingesteld.
- Je bent de spil van onze organisatie.

Do

- Je toont initiatief en wacht niet af.
- Je denkt actief mee om nieuwe ideeën te testen die het werk leuker, efficiënter en makkelijker maken.
- Bij jou kan iedereen terecht voor praktische vragen, zowel onze collega's, klanten als leveranciers.



Kandidaten vinden het erg fijn als je hen op een persoonlijke manier aanspreekt. Dit doe je bijvoorbeeld door je kandidaat rechtstreeks aan te spreken, net alsof deze persoon voor je aan tafel zit. De tone of voice van je vacature matcht dan helemaal met de manier hoe je collega's tegen elkaar praten.

Don't

- We bieden een competitief loon.
- Binnen deze functie ben je verantwoordelijk voor het aanvullen van de voorraad en zorg je ervoor dat alle producten netjes geordend staan.
- Op drukke momenten kan het zijn dat je bepaalde taken van je collega's overneemt.

Do

- Je verdient € 34,12 brutoloon per uur.
- Je bent vooral bezig met de leveringen en controleert regelmatig of de voorraad klopt. Is een artikel bijna niet meer op voorraad in de winkel? Dan plaats jij een bestelling en zo hou je alle klanten tevreden.
- 's Ochtends zijn de meeste leveringen en daarom zijn er soms wat handen tekort om alles op tijd uit de vrachtwagens te laden. Help jij dan je collega's mee met het uitladen? Dat gaan ze zeker waarderen.





Staat je vacature op papier? En denk je dat alles erin staat en de tekst prettig leest?

Je collega's kunnen jou helpen door de vacature-inhoud na te kijken. Vooral diegene die de gezochte functie nu zelf uitoefent, kan waardevolle feedback geven om de vacature te optimaliseren.

Meer concrete tips?

Bekijk het webinar



Indeed biedt jou deze informatie als een gunst aan, zonder hierin adviserend te zijn. Dit e-book is dus geen advies voor juridische zaken of zaken met betrekking tot rekrutering. Daarom zijn we niet verantwoordelijk voor de inhoud van je vacatures en is deze opgenomen informatie geen garantie voor de prestaties.