



Rapportage: Rise

Corporate URL: <http://www.rise.nl>

Wervingssite URL: <http://www.rise.nl/vacatures>

Digitaal-Werven 2009 resultaat

Uw Score: 6.0

Toelichting:

Dit rapport bevat de resultaten van de evaluatie van uw wervingssite.

De evaluatie bestaat uit een groot aantal vragen, verdeeld over 13 deelgebieden. Op basis van deze vragen is uw wervingssite geëvalueerd vanuit het perspectief van de kandidaat, de werkzoeker.

De vragen en mogelijke antwoorden zijn opgesteld door specialisten op het gebied van online recruitment. Op basis van jarenlange ervaring en naar aanleiding van onderzoeken naar de wensen van kandidaten met betrekking tot wervingssites.

Het antwoord op iedere vraag krijgt een score. Per vraag is een score van -2 tot +2 te verdienen. Een score van -2 betekent dat de ervaring vanuit het perspectief van de kandidaat zeer negatief was. Een score van +2 betekent dat voor dit aspect de ervaring optimaal was.

Het totaal aan scores leidt tot een eindresultaat; een cijfer tussen de 0 en 10.

Het vervolg van dit rapport geeft u een overzicht van uw resultaat per deelgebied. Tevens worden per deelgebied één of meer suggesties ter verbetering gedaan.

De suggesties zijn gebaseerd op best practices; voorbeelden die de op dit moment beste werkwijze voor dat deelgebied vertegenwoordigen. Dit betekent niet automatisch dat zo'n suggestie altijd moet worden overgenomen. Uw specifieke situatie kan aanleiding zijn om van een suggestie te negeren, of op een andere wijze een verbetering aan te brengen.

Mocht u naar aanleiding van dit rapport behoefte hebben aan nadere uitleg of aanvullende ondersteuning, dan kunt u contact opnemen met Digitaal-Werven.

Toegankelijkheid

Uw score: 5.5

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 8.2

Verbeterpunten:

De link vanaf uw corporate site naar uw vacatures staat below the fold. Dat wil zeggen dat een sollicitant moet scrollen om deze te zien. Uit onderzoeken is gebleken dat dit een negatief effect heeft op het aantal mensen dat de link ziet en er dus op klikt. Het zou beter zijn om de link naar het werken bij deel boven de vouwlijn van de site te zetten.

Corporate website

Uw score: 8.1

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 5.0

Verbeterpunten:

Een "in de pers" of "nieuws" sectie is een eenvoudig onderdeel op een website dat zorgt voor nieuwe content en een beeld geeft van hoe de buitenwereld uw organisatie ziet. Hierdoor kunnen kandidaten zien wat er over uw bedrijf wordt geschreven en wat de laatste ontwikkelingen bij uw bedrijf zijn.

Gebruikersgemak

Uw score: 6.3

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 5.2

Verbeterpunten:

U heeft niet op elk moment functie op elke niveau en in elk functiegebied open staan. Omdat sollicitanten niet dagelijks terugkomen om te kijken of er een nieuwe vacature op de website bij is gekomen, is het verstandig een alert service aan te bieden. Zo'n service is ideaal als deze kan worden aangeboden per e-mail en per RSS feed. De meeste mensen willen nog graag e-mail voor hun alerts, maar bijvoorbeeld bij communicatie en IT personeel breekt RSS al langzaam door. RSS is een zeer eenvoudig middel waarmee je een berichtje krijgt als er nieuwe informatie op een website staat in een apart programma'tje (een zogenaamde RSS reader)

Een snelzoekoptie (search box) ontbreekt op uw recruitmentsite. Bij meer dan 10 vacatures wordt het vaak onoverzichtelijk voor de kandidaat om zijn vacature nog in de lijst te zien. Een mogelijkheid om snel te zoeken biedt dan een positieve ervaring aan de potentiële sollicitant.

Vacatures

Uw score: 4.2

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 5.4

Verbeterpunten:

Er zijn kandidaten die vragen hebben over de functie of de procedure. Het noemen van een contactpersoon hierover in de vacature tekst is daarom aan te raden. Idealiter worden er in de vacature twee contactpersonen genoemd, iemand die over de procedure kan vertellen (b.v. de recruiter of HR manager) en iemand die inhoudelijke informatie over de functie kan geven (toekomstig manager). Hierdoor kan een kandidaat contact opnemen met de desbetreffende persoon voor vragen.

Er staan vacatures op uw website waarvan de sollicitatietermijn is verstreken. Dit komt erg slordig over. Als de vacatures nog open staan is het aan te raden de termijn te verlengen, ook op de website. Ook is het verstandig om een eind datum in uw systeem te zetten voor de vacatures, zodat deze automatisch offline gaan wanneer de datum is geweest.

Sfeer en cultuur

Uw score: 7.4

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 4.8

Verbeterpunten:

Testimonials kunnen een goed beeld geven van hoe het is om bij uw bedrijf te werken. Idealiter worden deze weergegeven in tekst, met een foto van de desbetreffende persoon erbij, en middels een video.

(c) 2008 Digitaal-werven.nl

Arbeidsvoorwaarden

Uw score: 4.9

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 5.2

Verbeterpunten:

Beschrijf zo uitgebreid mogelijk de secundaire voorwaarden die het bedrijf biedt of de mogelijkheden die er allemaal zijn. Let hierbij ook op uw doelgroep, voor nieuwe media marketeers is bijvoorbeeld het type telefoon belangrijk, voor verkopers het type auto.

Opleidings- en ontwikkelingsmogelijkheden dienen uitgebreid op de website vermeld te worden. Dat kan op de manier waarop uw organisatie dit heeft ingericht. Wanneer u een persoonsgebonden budget aanbiedt kunt u dit beschrijven, maar ook wanneer een functie bepaalde specifieke training of opleidingsmogelijkheden heeft moet u deze noemen. Ook de kansen die werknemers krijgen om (buitenlandse) congressen te bezoeken zijn het vermelden waard.

Personalisatie

Uw score: 6.1

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 3.7

Verbeterpunten:

Een foto van de recruiter, HR medewerker of gewoon de contactpersoon voor werving werkt drempelverlagend en zorgt voor meer sollicitaties en is daarom een pré. Als u een foto gebruikt is het uiteraard aan te raden dat dit een kwalitatief goede foto is.

Meer inzicht geven in de huidige personeelsleden die vergelijkbare vacatures vervullen maakt het werk persoonlijker. Dat kan bijvoorbeeld door foto's van je toekomstige collega's of door links naar de blogpostings van mensen in vergelijkbare functies. Wanneer er op de site referenties staan van mensen op de afdeling of in de functie kunnen deze ook goed worden toegevoegd aan de pagina waarop de vacature staat.

(c) 2008 Digitaal-werven.nl

Innovatieve zaken

Uw score: 6.6

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 5.2

Verbeterpunten:

Een chatfunctie is een pré. Hierdoor kunnen kandidaten zeer laagdrempelig enkele aanvullende vragen stellen over het bedrijf of de functie, zonder meteen hun persoonsgegevens bloot te moeten geven. Er zijn tegenwoordig veel mogelijkheden om laagdrempelig een chat applicatie in een site in te bouwen en sollicitanten begrijpen ook goed dat een recruiter geen 24 uur online is. Mits dit maar aangegeven is op de site of iemand online of offline is op de chat.

Interactieve testen of serious games gerelateerd aan sfeer, cultuur of het bedrijf zijn een pré. Met dergelijke leuke testen kan een organisatie zich onderscheiden op een leuke, positieve manier. Dergelijke testen of games kunnen bijvoorbeeld gericht zijn op de bedrijfscultuur, maar ook op het type functie waar je geschikt voor zou zijn op basis van je interesses.

Communicatie over de procedure op de website

Uw score: 6.1

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 4.6

Verbeterpunten:

Het noemen van concrete tijden waarop een kandidaat een reactie kan verwachten geeft houvast voor de kandidaat. Omschrijf het aantal dagen of weken binnen welke termijn iemand een antwoord mag verwachten op zijn sollicitatie. Indien dit gerelateerd is aan de sluitingsdatum van een vacature, kunt u dat ook vermelden (binnen 1 week na sluiting van de vacature). Termen als 'snel' zijn erg relatief, voor de één is dat 2 uur, voor de ander 3 weken.

Omschrijf bij de sollicitatieprocedure met wie (welke persoon of welke functie) iemand gesprekken krijgt. Op deze manier kan een kandidaat zich (mentaal) voorbereiden op deze gesprekken. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat het spreken van de toekomstig manager door kandidaten heel belangrijk gevonden wordt. Dit expliciet vermelden zal dus enkel positieve gevolgen kunnen hebben.

(c) 2008 Digitaal-werven.nl

Design

Uw score: 6.5

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 7.5

Verbeterpunten:

Een goede verhouding tussen tekst en beeld is een belangrijk onderdeel voor een goede website ervaring. Vaak wordt een verhouding van 50/50 aangehouden, hoewel dit ook maar een algemene stelregel is. De verhouding text-beeld is bij uw site voor verbetering vatbaar

De overheersende kleuren op de site zouden sterker mogen zijn. Dat maakt de site wat levendiger en prettiger.

Sollicitatieproces

Uw score: 6.7

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 6.2

Verbeterpunten:

Een privacy verklaring specifiek voor sollicitanten over hoe wordt omgegaan met de gegevens ontbreekt. Geef aan hoe een kandidaat zich uit uw database kan verwijderen en dit het liefst niet in juridische taal en in minder dan 500 woorden. Ook als u sollicitaties niet in een bestand opneemt is het verstandig dit aan te geven in een privacy statement.

Wanneer u kiest voor een sollicitatieformulier (en geen mogelijkheid tot e-mail sollicitatie) zou dit formulier zo kort mogelijk moeten zijn. 5 of minder invulvelden is dan een goed streven. Uit onderzoek blijkt dat 25% van de hoger opleiden kandidaten in Nederland wel eens gestopt is met solliciteren wegens te lange sollicitatie-formulieren.

(c) 2008 Digitaal-werven.nl

E-mail auto reply

Uw score: 3.7

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 5.0

Verbeterpunten:

Idealiter wordt een auto reply verzonden vanuit een e-mail adres van een recruiter of hr manager, waar de kandidaat ook terecht kan voor vragen of opmerkingen. Een acceptabele tweede keus is het gebruik van een HR@ of vacature@ e-mail adres. Te vermijden adressen zijn bijvoorbeeld noreply@ of adressen die eindigen op de naam van uw back office leverancier. De reden voor het hebben van een specifiek sollicitatie e-mail adres of het verzenden vanuit de recruiter is zodat een kandidaat kan reageren op een e-mail en deze dan aankomt bij de juiste persoon. Namelijk de persoon die de sollicitatie in behandeling heeft. De reden dat het verstandig is om een e-mail adres eindigend op de naam van uw back office leverancier te vermijden is omdat de kandidaat dan niet direct weet van wie de sollicitatie komt (ze solliciteren bij uw gemeente, dus verwachten een e-mail van uw gemeente) en dit ook een gevoel kan geven van gebrek aan privacy.

De termijn waarop u aangeeft een reactie te geven op de website komt niet overeen met die in de auto reply. Dit is erg slordig.

De inhoudelijke reactie

Uw score: 5.9

Gemiddelde score van alle deelnemende sites: 7.2

Verbeterpunten:

Het aantal dagen waar binnen u belooft te reageren op de website of in de auto reply wordt niet gehaald. Wanneer u een belofte doet moet u deze natuurlijk wel waarmaken.

In de reactie per e-mail zouden de contactgegevens incl. telefoonnummer van de contactpersoon moeten staan. Hierdoor weet een sollicitant dat hij door een mens van vlees en bloed is beoordeeld en kan hij desgewenst contact opnemen om verdere verheldering te vragen.