

# Mobile Recruiting Handboek

Een vliegende start voor je  
Mobile Recruiting strategie

# Inhoud

Inleiding

03



Mobile recruiting in cijfers

04



De 3 pijlers onder mobiel werven

08



Advies van experts

10



Een mobiele strategie implementeren gebaseerd op de 3 pijlers

14



Binnen LinkedIn's mobiele ecosysteem

22



En voor de toekomst... volg je kandidaten overal

25



Over LinkedIn Talent Solutions

27



# Inleiding

Als we je 10 jaar geleden verteld hadden dat sociale netwerken belangrijk zouden worden voor werving, zou je ons dan geloofd hebben?

Precies... het is ongelooflijk hoe zakelijke netwerken zich binnen enkele jaren wereldwijd hebben ontwikkeld tot één van de belangrijkste bronnen voor talentwerving op niveau.

## De nieuwste grensverleggende trend in werving? Mobiel.

De meeste hoger opgeleiden oriënteren zich al mobiel en velen solliciteren al via tablet of smartphone. Als recruiter moet je er dus klaar voor zijn om hen op elk moment en via elk kanaal te benaderen.

Met andere woorden, je moet snel aan de slag met je mobiele strategie als je niet het risico wilt lopen ingehaald te worden door de concurrentie en je potentiële kandidaten te verliezen.

# Mobile recruiting in cijfers

# Je kandidaten zijn al mobiel... en niet zo'n beetje ook

Het belang van mobile recruiting mag niet worden onderschat. Je wist het misschien niet, maar actief en passief zoekende kandidaten bezoeken ook jouw website voor banen via mobiel. De cijfers illustreren dit:

## Hoe professionals via mobiel (smartphone of tablet) omgaan met vacatures

| Tablet | Smartphone |  |
|--------|------------|--|
| 40%    | 23%        | heeft een bedrijfswebsite bekeken op zoek naar carrièremogelijkheden             |
| 3%     | 3%         | heeft een bedrijfsapp gedownload om te solliciteren naar een baan                |
| 11%    | 5%         | heeft een cv geüpload voor een sollicitatie                                      |
| 9%     | 4%         | heeft gesolliciteerd naar een baan   |
| 36%    | 21%        | heeft vacatures bekeken op vacaturesites   |
| 39%    | 26%        | heeft vacatures bekeken op sociale en zakelijke netwerken                        |
| 6%     | 4%         | heeft zich ingeschreven voor een carrièrebeurs of netwerk-event                  |
| 42%    | 33%        | heeft vacatures bekeken die ze per mail ontvangen hadden                         |
| 39%    | 25%        | heeft LinkedIn profielen bekeken van mensen bij een bedrijf dat hen interesseert |
| 34%    | 48%        | heeft geen van bovenstaande gedaan   |

We vergelijken de kandidaten van de vorige pagina met hoe wereldwijd de meeste recruiting organisaties aankijken tegen mobile recruiting:

## De houding van de belangrijkste talent recruiters tegenover mobile recruiting

Mobile recruiting heeft voor ons bedrijf GEEN topprioriteit

49%



We weten niet hoe we moeten beginnen met mobile recruiting

29%



Onze carrièresite is geschikt voor mobile recruiting

20%



We overwegen te investeren in mobile recruiting tools voor ons recruiting team

20%



Onze vacature advertenties zijn geschikt voor mobiel gebruik

18%



We hebben voldoende geïnvesteerd in het aanpassen van onze processen voor mobiele werving

13%



2013 LinkedIn Global Recruiting Trends survey, 3300 vooraanstaande recruiters, uit 19 landen.

Dit contrast is verwonderlijk omdat je voor optimale werving je kandidaten moet benaderen zoals zij dat willen. Als je kandidaten zich mobiel oriënteren en jou niet vinden, besta je gewoon niet.

Bedrijven verantwoorden hun mobiele afwezigheid vaak door te stellen dat 'alleen actieve kandidaten echt mobiel zoeken en zij ook wel bereid zijn om zich per email te melden.' Als jij ook die mening toegedaan bent, lees dan onderstaande uitspraken van mensen die worstelen met de slechte ervaringen in mobiel solliciteren:



*“Ik reageer niet meer als hun mobiele technologie niet goed is. Dat zegt namelijk al genoeg over de prioriteiten van het bedrijf en de mensen erachter.”*



*“Sommige websites zijn absoluut onbruikbaar voor een iPad omdat de vacaturepagina flash gebruikt. Grrr!”*



*“ [Mobiel solliciteren ging] prima tot ik m'n cv wilde uploaden. Ik moest het persoonlijk gaan inleveren.”*

De statistieken en de uitspraken maken één ding duidelijk: veel passieve en actieve kandidaten gebruiken mobiele apparaten om bedrijven en merken te leren kennen - en als je hen niet (mobiel) tegemoetkomt, verlies je op dat punt de slag met je concurrenten.

Het goede nieuws is dat mobiel werven nog maar net op gang komt, dus dit is het moment om je langetermijnvisie te ontwikkelen.

De 3 pijlers onder  
mobiel werven



# Mobiel werven door de ogen van de kandidaat

De discussie over mobiel werven gaat vaak over op mobiel gerichte carrièresites en de problemen bij het mobielvriendelijk maken van het proces. En hoewel dit belangrijke stappen zijn, vormen ze slechts een deel van een volledige mobiele strategie.

In plaats van alleen op de techniek te focussen, is het verstandig om je te richten op een volwaardige interactie tussen jou en je kandidaten. Hieronder vind je drie stadia van een volledige mobiele werving, gezien door de ogen van de kandidaat:



## 1. Leren

Professionals onderzoeken je **werkgeversmerk** en de geboden mogelijkheden.

Ze zijn veel onderweg (van en naar hun werk of ergens wachtend in een rij) of multi-tasken 's avonds op de bank. Ze bezoeken je **carrièresite** of zoeken je in **sociale netwerken**.

In dit stadium zijn het nog geen kandidaten: ze snuffelen slechts in je **vacatures**, op zoek naar het juiste aanbod.



## 2. Solliciteren

Als hij een goed aanbod heeft gevonden, gaat een kandidaat **soepel over tot solliciteren** met zijn smartphone of tablet. In het beste geval duurt dit **niet meer dan één minuut** en hoeft hij geen motiverende brief bij te voegen (want die heb je niet beschikbaar op je mobiel).



## 3. Betrekken

De kandidaat overweegt nu het aanbod en **verwacht snelle reacties** via sms, email of een 'ouderwets' telefoontje (dat kan ook nog steeds met een smartphone!)

Ze weten dat recruiters altijd beschikbaar zijn en eisen aandacht en alertheid van iedereen die bij het proces betrokken is.

Advies van experts

# Hoe ontwikkel je een duurzame mobiele strategie

De drie pijlers op de vorige pagina's schetsen het voor mobiel geschikte pad voor een sollicitant. De meeste bedrijven hebben echter nog geen van de stappen echt geschikt gemaakt voor mobiel.

Maar laat de moed niet zakken en volg het advies van drie voorlopers in mobiele werving: Starbucks, Prudential en Abbott

Hou de kanalen niet gescheiden. Zorg voor één strategie waarbinnen de contacten via computer en mobiel geïntegreerd zijn.



Baseer je mobiele strategie op de volgende 3 tips:

## 1. Begrijp hoe kandidaten mobiele interactie hebben met jouw bedrijf

Doe onderzoek voor je aan je strategie begint.



**Phil Hendrickson**  
Starbucks

### Bekijk je website statistieken

Bespreek met je webteam welk percentage van je traffic afkomstig is van mobiel verkeer. Deze informatie helpt je om je mobiele doelgroep beter te begrijpen en je beslissingen daarop af te stemmen. Als je weet hoeveel mensen je teleurstelt wordt het gemakkelijker om prioriteiten te stellen en te budgetteren.

Bekijk ook hoeveel vacatures er mobiel worden bekeken op carrièresites als LinkedIn. Dit kan de ogen van het management openen voor actuele trends in de branche.



*38% van LinkedIn's unieke maandelijkse bezoekers komt via mobiele apparaten. Datzelfde geldt voor 30% van de unieke bezoekers van vacaturepagina's.*

Andere factoren om rekening mee te houden voordat je aan je mobiele strategie begint:

- Vergelijk het percentage 'mobiele bezoekers' dat je totale website bezoekt met dat van je carrièrepagina's. Welk percentage is hoger?
- Controleer de conversiepercentages van bezoeker naar sollicitant via computer en mobiel. Is er een groot verschil?
- Test de vindbaarheid van je vacatures via mobiel.
- Zijn je vacatures eenvoudig te delen via mobiel?



**Brett Underhill**  
Prudential

### Kijk naar je concurrenten

Door jezelf te vergelijken met je concurrentie zie je of je een achterstand hebt of juist voorop loopt. Je wilt uiteraard niet worden weggespeeld door je concurrenten als het gaat om het aantrekken van talent. Dit argument kan doorslaggevend zijn voor het management.

## 2. Begin klein

Nu je weet hoe je moet beginnen, kun je een plan opstellen met daarin de verschillende fasen. Je kunt niet alles in één keer realiseren dus begin klein en kijk naar de gemakkelijkste verbeteringen.

Toen Starbucks begon met een mobiele wervingsstrategie, was het belangrijk dat HR goed zou samenwerken met sales. Het bedrijf was al succesvol in het mobiele contact met klanten. Door gebruik te maken van kennis die al binnen het bedrijf aanwezig was, moest men het wiel niet opnieuw uitvinden. HR ging samenwerken met het webteam om een carrièresite te bouwen, uitgaande van een 'mobile first' benadering van de kandidaten.



McDonald's is ook een mooi voorbeeld van een sterke samenwerking tussen verschillende bedrijfsonderdelen. Als je hun mobiele app bekijkt, zie je een carrière tab in het midden van het openingsscherm. Een carrièrepagina toevoegen aan je bestaande bedrijfsapp is een manier om geld te besparen en een groot publiek te bereiken.

## 3. Formuleer succescijfers en KPI's

Als je projecten gaat aanpakken met de methode 'leren, solliciteren en betrekken', zorg dan dat je succes meetbaar is.

Meet bijvoorbeeld:

- De jaarlijkse groei van de mobiele traffic op je carrièrepagina en vacatures
- Welk percentage van de kandidaten de sollicitatieprocedure start en hoeveel er dit volledig afronden. Hoe verhoudt dit zich tot het 'computerkanaal'?
- Interactiepatronen met je mobiele functies behorend bij het gebruikte apparaat
- Of je het sollicitatieproces van het begin tot het eind kunt volgen

Een voorbeeld. Prudential kon onlangs twee succesvolle ingevulde vacatures toeschrijven aan hun mobiele inspanningen. Beide keren ging het om passieve kandidaten die onderweg naar huis vacatures bekeken.



Vildan Stidham  
Abbott

*“Probeer niet alles in één keer te doen. Weet wat je zakelijke prioriteiten zijn en stem je mobiele keuzes daarop af.”*

Een mobiele strategie implementeren  
gebaseerd op de 3 pijlers

# Praktische tips voor het verbeteren van je mobiele aanwezigheid

Houd de 3 pijlers in het oog bij het implementeren van je mobiele strategie. Hier enkele belangrijke stappen.



## Leren

- Optimaliseer je carrièresite
- Optimaliseer je vacatures
- Optimaliseer je email/InMails
- Plan je contactmomenten



## Solliciteren

- Optimaliseer je mobiele sollicitatieproces



## Betrekken

- Communiceer direct met kandidaten, zelfs onderweg
- Communiceer met managers die vacatures hebben
- Bezorg de kandidaat een innovatieve website-ervaring



*Moet ik mijn site aanpassen voor gebruik op smartphone of tablet?*

Onze cijfers laten zien dat kandidaten meer gebruik maken van een tablet. De smartphone is echter niet te verwaarlozen. Bespaar jezelf tijd en kies een voor mobiel geschikt ontwerp dat zich aanpast aan de schermgrootte.



*Moet ik investeren in een mobiele app of in een voor mobiel geschikte carrière site?*

Slechts circa 11% van de kandidaten gebruikte een gedownloade sollicitatie-app op hun mobiele apparaat. Meer dan 63% bezocht echter een carrièresite. Bespaar dus tijd en geld en investeer in je site i.p.v. in een gecompliceerde app.

LinkedIn onderzoek, september 2013, 787 professionals in VS en GB.

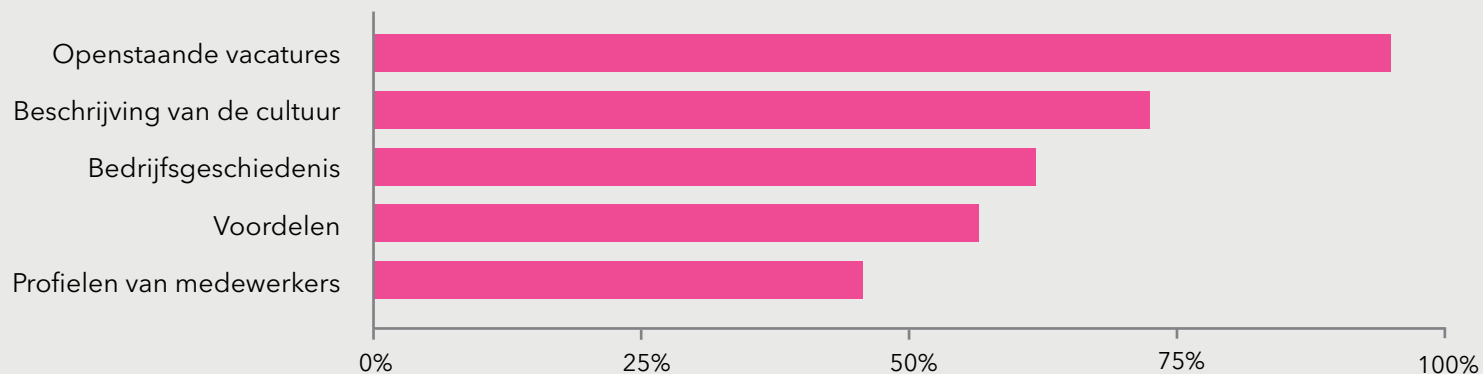


## Leren

### Optimaliseer je carrière site

- Gebruik een voor mobiel geschikt ontwerp dat de pagina automatisch aanpast aan smartphone of tablet en de informatie op de beste manier weergeeft.
- Hou de tekst kort en gebruik sterke visuele elementen. Video's en afbeeldingen moeten licht zijn, zodat ze snel kunnen worden gedownload.
- Gebruik videospelers die geschikt zijn voor mobiel, dus geen Flash. Dit werkt niet op iPhones en iPads.
- Zorg dat je formulieren en links geschikt zijn voor mobiel.

### Top 5 dingen die kandidaten handig vinden op een carrière site.



LinkedIn onderzoek, september 2013, 787 professionals in VS en GB.

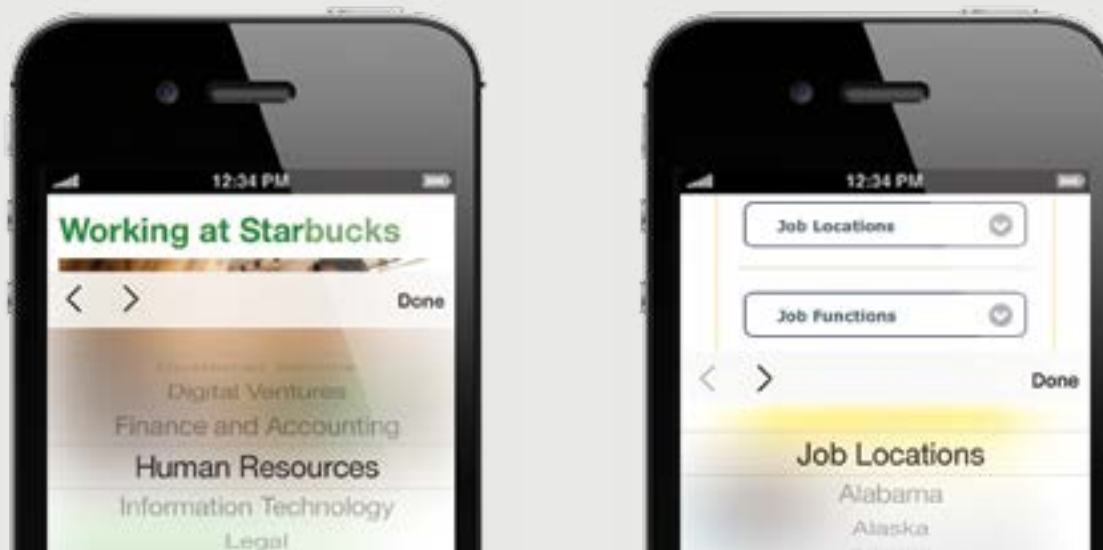




## Optimaliseer je vacatures

- Maak het filteren op functie en afdeling gemakkelijk
- Zorg dat alles werkt op mobiel
- Houd vacatureteksten kort en to-the-point

Een 'mobiel-vriendelijke' manier om vacatures te filteren op functie en plaats



*Zet mobiele technologie in voor banenbeurzen. Starbucks en Prudential gebruiken iPads om gegevens en LinkedIn profielen van kandidaten te verzamelen. Als kandidaten toestemming geven (opt in) kun je hen per email op de hoogte brengen van nieuwe vacatures. Gebruik LinkedIn CheckIn om tijdens events gegevens van kandidaten te verzamelen en beheren.*



## Optimaliseer je email/InMail berichten

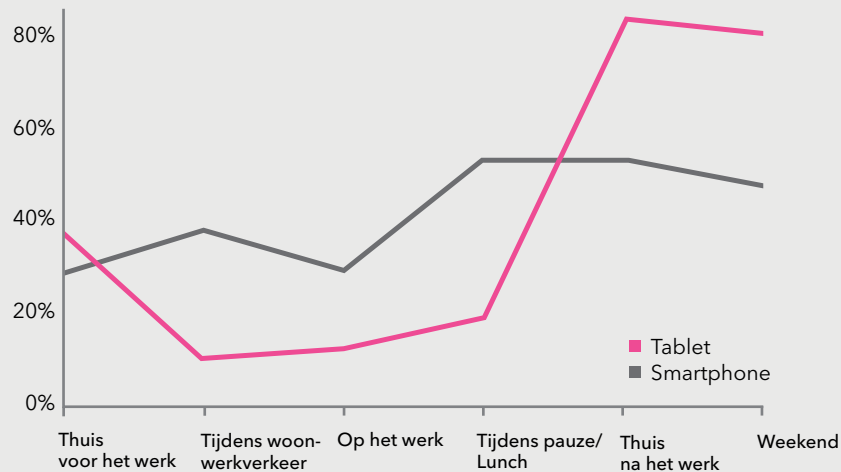
Vergeet niet dat het meeste contact rondom een carrière plaatsvindt in de inbox. Bekijk om te beginnen je InMail en email sjablonen op mobiel. Hoe zien ze eruit? Moeten ze opgefrist worden? Hou dan rekening met 5 regels voor duidelijk mobiel verkeer:

- Hou je zinnen kort
- Hou je alinea's kort
- Leg uit 'waarom juist hij/zij' voor deze kans
- Zorg voor een duidelijke 'call to action'
- Zorg dat elk woord telt

## Plan je contactmoment

Contactmomenten met mobiele apparaten zijn vaak onderweg - dus kort, hoewel gebruikers zeer verschillend gedrag vertonen.

### Wanneer bekijken kandidaten jouw vacatures mobiel?



LinkedIn onderzoek, september 2013, 787 professionals in VS en GB.



# 36%

van de smartphone gebruikers zegt dat ze tijdens woon-werkverkeer vacatures checken op hun mobiel; 51% doet dit in de pauze

# 80%

van de tabletgebruikers doet dit thuis, na het werk

En wat dan nog? Denk na over het moment waarop je jouw content update. Als je tabletgebruikers wilt bereiken en je gebruikt gerichte statusupdates of talent updates op LinkedIn, misschien is het beste moment dan na het werk. Houd op dat moment ook je inbox in de gaten.



## Solliciteren

### Optimaliseer je mobiele sollicitatieproces

- Als het enigszins mogelijk is, vermijd dan het uploaden van cv's en motiverende brieven. Uit onderzoek blijkt dat deze een groot struikelblok vormen, zelfs voor actieve kandidaten. Sta kandidaten toe om een compleet LinkedIn profiel toe te voegen, zodat ze niet afhaken.



*“Op smartphones en tablets is het lastig om cv's en brieven bij te voegen, dus ik moet deze gegevens knippen en plakken op de bedrijfswebsite of in een mail, of alles via de computer doen.”*

Werkzoekende

- Wellicht moet je vragenlijsten weglaten die niet handig zijn om op een mobiel apparaat in te vullen. Als dat niet kan, kijk dan eens goed welke informatie werkelijk essentieel is voor een volwaardige sollicitatie. Korter is altijd beter.
- Vergeet niet om de sollicitatie te bevestigen en snel te reageren (dit is een van de belangrijkste klachten van sollicitanten). Het proces stopt immers niet als het sollicitatiebericht binnen is. Ook na dat moment kun je als bedrijf excelleren of tegenvallen.

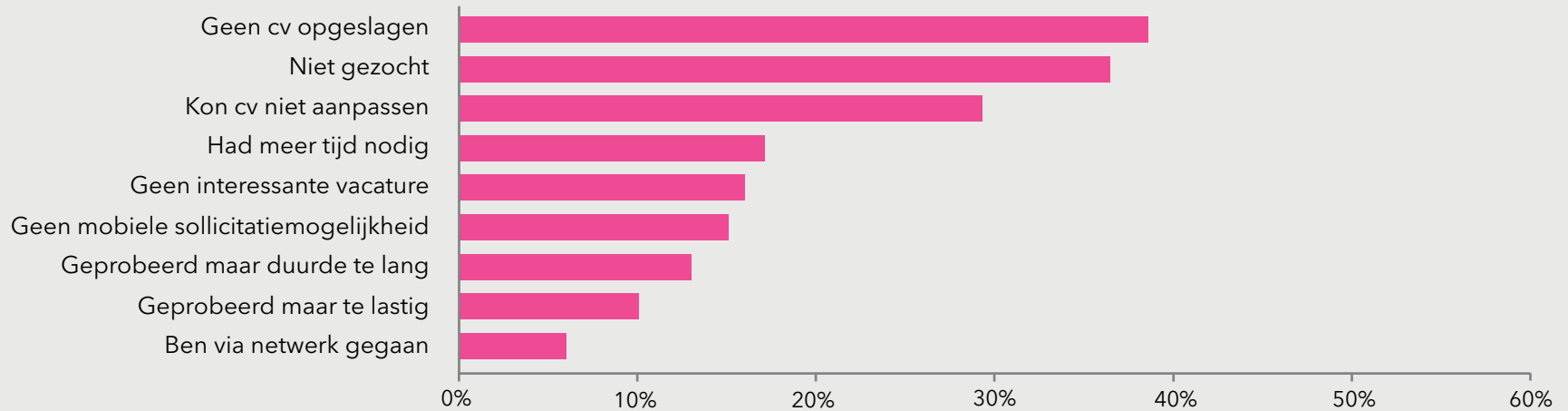


*De vereenvoudigde sollicitatie zoals hierboven beschreven zorgt voor goede resultaten. In testresultaten van LinkedIn werden eenvoudige en 'mobielvriendelijke' vacatures 50% meer afgerond dan diegene waarbij de kandidaat naar de site werd gestuurd, waar het proces complexer werd.*



FEIT: een verplicht cv is voor mobiele kandidaten een belangrijke reden om af te haken.

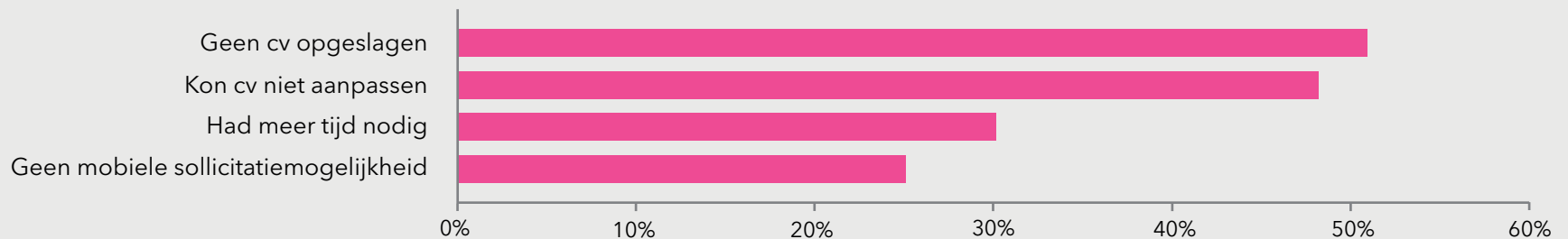
## Belangrijkste redenen om de sollicitatie niet mobiel af te ronden



LinkedIn onderzoek, september 2013, 787 professionals in VS en GB.

...vooral actieve kandidaten:

## Belangrijkste redenen voor actieve kandidaten



LinkedIn onderzoek, september 2013, 787 professionals in VS en GB.



## Betrekken

### 1. Communiceer direct met kandidaten, zelfs onderweg

Sollicitanten verwachten vaak direct aandacht, zeker als ze erg gewild zijn. Blijf met hen in contact door middel van sms-berichten, e-mails of telefoontjes. Zorg dat je recruiters een smartphone hebben die ze overal kunnen gebruiken. Als je een LinkedIn Recruiter Seat hebt, download dan onze gratis app om overal bereikbaar te zijn.

### 2. Communiceer met managers die vacatures hebben

Zorg dat je recruiters gemakkelijk informatie kunnen delen met managers die onderweg zijn. Sommige beslissingen moeten snel worden genomen en wachten tot iemand weer op kantoor is kan het proces bemoeilijken.

### 3. Bezorg de kandidaat een innovatieve website-ervaring

Een paar 'echte' voorbeelden van hoe je een kandidaat laat zien dat je hem belangrijk vindt en dat je weet hoe het moet:



Stuur sms-berichten met verkeersinformatie op de ochtend van het gesprek.



Geef een kandidaat die in het kantoor aangekomen is een iPad met daarop de LinkedIn profielen van de mensen waarmee hij gaat spreken, je werkgeversmerk-video en bedrijfsblog. Zo informeer je de kandidaat en gaat eventuele wachttijd snel voorbij.



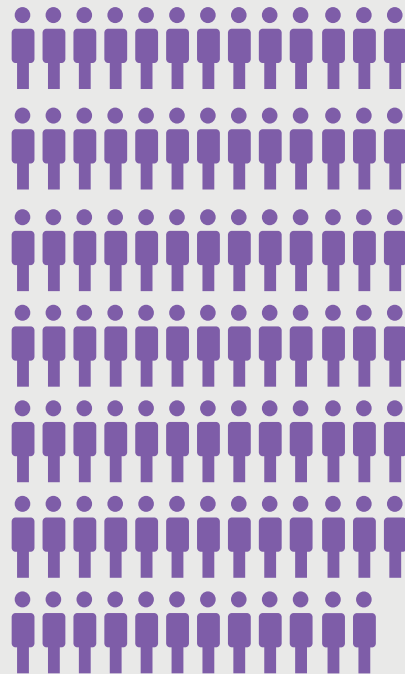
*“Als je weet hoe eenvoudig het is om te reageren, is het onacceptabel om zelfs geen bevestiging van een sollicitatie of een update van de voortgang te ontvangen.”*

Kandidaat

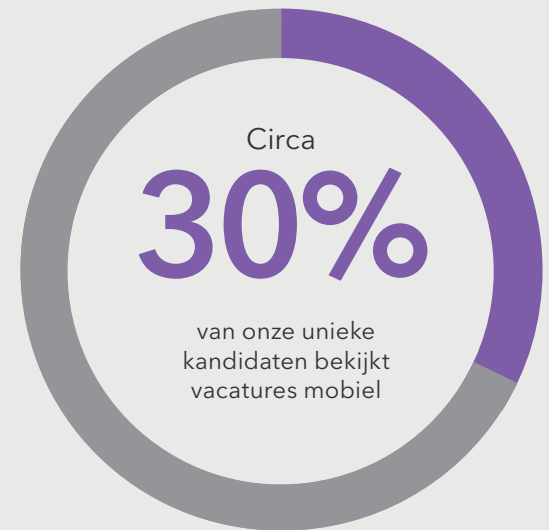
Binnen LinkedIn's  
mobiele ecosysteem

# LinkedIn mobiele feiten, cijfers en oplossingen

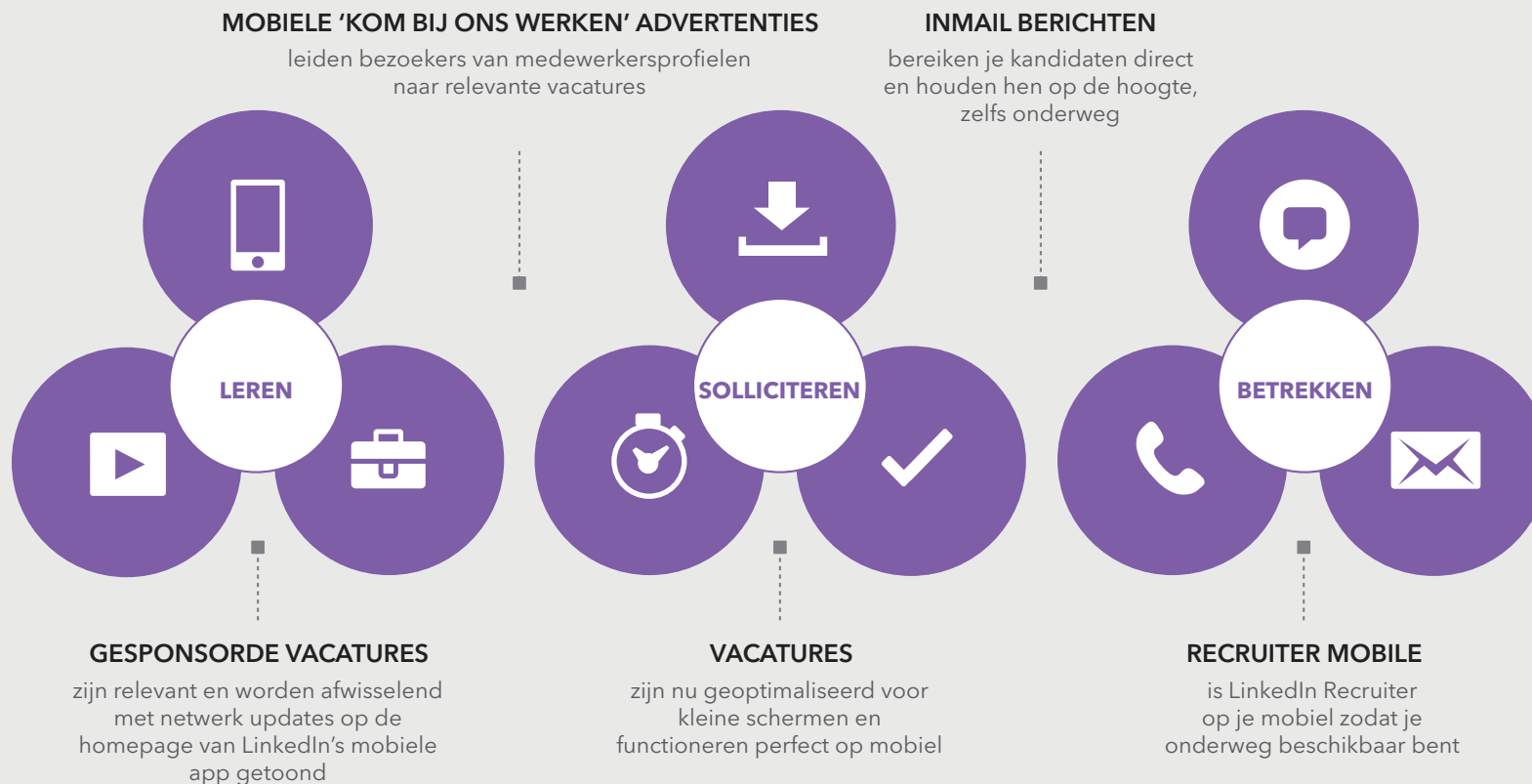
Mobiel is van groot belang voor het LinkedIn ecosysteem. Deze cijfers maken dit zichtbaar.



**90** LinkedIn  
profielen worden  
elke seconde  
mobiel bekeken



Veel elementen binnen LinkedIn zijn al geoptimaliseerd voor mobiel. Hier zie je hoe onze oplossingen kandidaten tijdens elke fase ondersteunen.



Voor meer informatie over hoe je LinkedIn kunt inzetten als basis voor je mobiele wervingsstrategie:  
[mobile-recruiting@linkedin.com](mailto:mobile-recruiting@linkedin.com)



En voor de toekomst...  
volg je kandidaten overal

# Blijf in contact met je kandidaten

Mobiele technologie en het gebruik ervan zullen zich blijven ontwikkelen, dus je mobiele strategie is nooit af. Zorg dat je mobiele strategie aansluit bij de normale online en overkoepelende benadering. Overleg met je team over een 'overall' aanpak, los van de mediakeuze.



Vildan Stidham  
Abbott

*“Een veel gemaakte fout is om mobiele werving te zien als een eenmalige investering. Ons grootste succes is het feit dat we het hebben geïntegreerd in onze organische groei.”*

Het zal een aardige klus worden, maar je zult je kandidaten vinden en resultaat boeken.

**Succes - en als je ons nodig hebt: [mobile-recruiting@linkedin.com](mailto:mobile-recruiting@linkedin.com)**

Met dank aan Phil Hendrickson (Starbucks), Vildan Stidham (Abbott) en Brett Underhill (Prudential) voor hun bijdragen aan dit handboek.

# Over LinkedIn Talent Solutions

LinkedIn is opgericht in 2003. Het netwerk verbindt zakelijke professionals om hen productiever en succesvoller te maken. Met wereldwijd meer dan 259 miljoen leden, waaronder managers van elk bedrijf in de Fortune 500 is LinkedIn 's werelds grootste professionele netwerk.

LinkedIn Talent Solutions heeft een compleet pakket aan oplossingen om organisaties te helpen bij het vinden, aantrekken en werven van toptalent. We willen onze leden de beste mobiele service bieden. Om met je bedrijf LinkedIn optimaal mobiel te gaan gebruiken kun je contact met ons opnemen:  
[mobile-recruiting@linkedin.com](mailto:mobile-recruiting@linkedin.com)



Voor meer over onze oplossingen  
[talent.linkedin.com](http://talent.linkedin.com)



Blijf altijd op de hoogte via ons blog  
[talent.linkedin.com/blog](http://talent.linkedin.com/blog)



Volg ons op LinkedIn  
[www.linkedin.com/company/linkedin-talent-solutions](http://www.linkedin.com/company/linkedin-talent-solutions)



Volg ons op Twitter  
[@LinkedInBenelux](https://twitter.com/LinkedInBenelux)



Bekijk presentaties op Slideshare  
[slideshare.net/linkedin-talent-solutions](http://slideshare.net/linkedin-talent-solutions)



Bekijk en volg ons Youtube kanaal  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com)