TALENTIR

STAPPENPLAN

7 TIPS VOOR EEN PERFECTE WERKEN-BIJ WEBSITE

Contact

info@talentir.nl
030-3690779

Bezoek

Vondellaan 46 3521 GH
Utrecht

Inhoud

01 TIP Bepaal waar je website aan moet voldoen

02 TIP Breng je Employer Value proposition in kaart

03 TIP Technische elementen die van belang zijn

04 TIP Aandachtspunten om rekening mee te houden

05 TIP Haal inspiratie bij andere op

06 TIP Bepaal je budget

07 TIP Maak een concreet stappenplan

HET VERSCHIL TUSSEN WERKEN-BIJ, RECRUITMENT & CORPORATE SITES

Voordat we overgaan op de tips voor het designen, ontwikkelen en lanceren van een nieuwe werken-bij website staan we graag even stil bij het verschil tussen werken-bij, recruitment & corporate websites:

Werken-bij sites

Een werken-bij website is een online platform waar bedrijven vacatures op plaatsen en waar werkzoekenden kunnen solliciteren. Het is een platform waarop een bedrijf informatie biedt over de werkgelegenheid en carrièremogelijkheden binnen het bedrijf zelf. Het doel van zo'n website is om werkgevers en werknemers bij elkaar te brengen en het zoeken en aanbieden van werk te vereenvoudigen. Werken-bij websites bieden alle informatie omtrent het werken voor de eigen organisatie, het gaat dus meestal om de interne vacatures. Werken-bij websites zijn populair omdat ze primair worden ingericht op kandidaten en werknemers.

Recruitment sites

Een recruitment website voor een bemiddelingsbureau is een website die gebruikt wordt om vacatures te plaatsen en te bekijken voor banen via het bemiddelingsbureau. Bemiddelingsbureaus zijn bedrijven die werkgevers en werknemers helpen bij het vinden van geschikte banen en werknemers. Via een recruitment website kunnen werkgevers en werknemers in contact komen met elkaar en kunnen vacatures worden gepost en bekeken. Een recruitment website voor een bemiddelingsbureau kan verschillende functionaliteiten hebben, zoals het plaatsen en bekijken van vacatures, het solliciteren op vacatures, het tonen van informatie over het bemiddelingsbureau en het aanbieden van diensten, zoals het werven en selecteren van geschikte kandidaten. Het doel van zo'n website is om werkgevers en werknemers in contact te brengen en te helpen bij het vinden van geschikte banen en werknemers via het bemiddelingsbureau.

Corporate sites

Een corporate website is een website die is bedoeld om informatie te geven over een bedrijf of organisatie. De website is vaak het eerste aanspreekpunt voor mensen die op zoek zijn naar informatie over het bedrijf, zoals wat het doet, waar het voor staat en wat het aanbiedt. Een corporate website kan verschillende doelen hebben, zoals het aantrekken van nieuwe klanten en het behouden van bestaande klanten. Een corporate site heeft als doel informatie, producten en diensten aan te bieden.

TIP 1 - BEPAAL WAAR JE WEBSITE AAN MOET VOLDOEN

Om aan de verwachtingen van bezoekers te voldoen, is het belangrijk dat een werken-bij website aan bepaalde kenmerken voldoet:

Duidelijkheid
De website moet duidelijk zijn over welke functies er beschikbaar zijn en hoe men kan solliciteren.

Responsive
De website moet goed werken op verschillende apparaten, zoals desktopcomputers, laptops en mobiele telefoons.

User Experience (UX)
Het moet gemakkelijk zijn om door de website te navigeren en te zoeken naar beschikbare banen.

User Interface (UI)
De website moet professioneel ogen en moet bezoekers aanmoedigen om zich te solliciteren.

Informatief
De website moet voldoende informatie bieden over het bedrijf, de culturele sfeer en de carrièremogelijkheden.

Informatief
De website moet voldoende informatie bieden over het bedrijf, de culturele sfeer en de carrièremogelijkheden.

Sollicitatieproces
Het moet duidelijk zijn hoe men zich kan solliciteren en wat het sollicitatieproces inhoudt.

Actuele vacatures
De website moet actuele vacatures weergeven en moet regelmatig worden bijgewerkt.

Contactgegevens
De website moet gemakkelijk te bereiken zijn voor mensen die vragen hebben of hulp nodig hebben bij het sollicitatieproces.

TIP 2 - BRENG JE EMPLOYER VALUE PROPOSITION IN KAART

Een goede EVP moet de waarde die uw bedrijf biedt aan werknemers effectief overbrengen en helpen bij het aantrekken en behouden van toptalent. Een goede employer value proposition (EVP) bestaat uit de avolgende elementen:

Unique selling points
Dit zijn de factoren waarmee uw bedrijf zich onderscheidt van concurrenten, zoals uw bedrijfscultuur, arbeidsvoorwaarden en werkomgeving.

Toegevoegde waarde
Dit is de waarde die je werknemers ontvangen in ruil voor hun vaardigheden, expertise en tijd. Dit kunnen zaken zijn als salaris, secundaire arbeidsvoorwaarden en mogelijkheden voor loopbaanontwikkeling.

Employer brand
Dit is de algemene perceptie die potentiële werknemers hebben van uw bedrijf als werkplek. Het omvat factoren zoals uw bedrijfscultuur, reputatie en waarden.

Werknemersbetrokkenheid
Dit verwijst naar de mate van betrokkenheid, inzet en motivatie die werknemers hebben voor hun werk en het bedrijf.

Retentie van werknemers
Dit is het vermogen van het bedrijf om zijn werknemers in de loop van de tijd te behouden. Hoge retentiepercentages van werknemers kunnen een teken zijn van een positieve EVP.

Werknemerstevredenheid
Dit is het niveau van tevredenheid en voldoening dat werknemers voelen met hun werk en het bedrijf.

www.talentir.nl Vondellaan 46 3521 GH Utrecht info@talentir.nl 030-3690779

TIP 3 - TECHNISCHE ELEMENTEN DIE VAN BELANG ZIJN

Er zijn een aantal technische elementen waarmee rekening moet worden gehouden bij het maken van een werken-bij website:

Unique selling points
Dit zijn de factoren waarmee uw bedrijf zich onderscheidt van concurrenten, zoals uw bedrijfscultuur, arbeidsvoorwaarden en werkomgeving.

Gebruiksvriendelijkheid
De website moet gemakkelijk te navigeren zijn en gebruiksvriendelijk zijn voor bezoekers.

Responsiviteit
De website moet goed werken op verschillende apparaten, zoals desktopcomputers, laptops en mobiele telefoons.

Integratie met sollicitatieformulieren
De website moet gekoppeld zijn aan een sollicitatieformulier zodat kandidaten gemakkelijk kunnen solliciteren.

Beveiliging
De website moet veilig zijn en moet aan de laatste beveiligingsnormen voldoen om te voorkomen dat persoonlijke gegevens van kandidaten in verkeerde handen vallen.

Hosting
De website moet op een stabiele en betrouwbare hostingplatform worden gehost om ervoor te zorgen dat het altijd bereikbaar is voor bezoekers.

Content management system (CMS)
Het kan handig zijn om een CMS te gebruiken om de website te beheren en om regelmatig nieuwe vacatures en content te publiceren.

Analytics
Het is belangrijk om te weten hoe bezoekers de website gebruiken en om te meten hoe succesvol het is in het aantrekken van kandidaten. Hiervoor kunnen analytics-tools worden gebruikt.

TIP 4 - AANDACHTSPIUNTEN OM REKENING MEE TE HOUDEN

Definieer je doelgroep:
Bepaal wie je wilt aantrekken als werknemers en hoe je je wilt presenteren als werkgever.

Maak een duidelijk overzicht
Zorg voor een duidelijk en overzichtelijk ontwerp dat gemakkelijk te navigeren is.

Geef informatie over het bedrijf
Zorg dat bezoekers voldoende informatie krijgen over het bedrijf, zoals de missie, visie en waarden van het bedrijf.

Integratie met sollicitatieformulieren
De website moet gekoppeld zijn aan een sollicitatieformulier zodat kandidaten gemakkelijk kunnen solliciteren.

Benadruk wat het bedrijf te bieden heeft
Laat zien wat het bedrijf te bieden heeft aan medewerkers, zoals goede arbeidsvoorwaarden, opleidingsmogelijkheden en doorgroeimogelijkheden.

Maak gebruik van visueel materiaal
Gebruik foto's en video's om de werksfeer en de bedrijfscultuur weer te geven.

Maak het gemakkelijk om te solliciteren
Zorg voor een duidelijk sollicitatieformulier en geef aan hoe het sollicitatieproces verloopt.

Gebruik sociale media
Maak gebruik van sociale media om het bereik van de website te vergroten en om een dialoog aan te gaan met potentiële kandidaten.

Blijf bijwerken
Houd de website actueel door regelmatig nieuwe vacatures toe te voegen en door de content te updaten.

Meet de prestaties
Gebruik analytics-tools om te meten hoe succesvol de website is in het aantrekken van kandidaten.

TIP 5 - HAAL INSPIRATIE BIJ ANDERE OP

Haal voor het designen van je werken-bij website inspiratie op bij andere werken-bij sites. Een aantal voorbeelden van goede werken-bij websites zijn:

KLM
De werken-bij website van KLM biedt duidelijke informatie over de verschillende carrièremogelijkheden binnen het bedrijf en het sollicitatieproces. De website is ook responsive en gemakkelijk te navigeren op verschillende apparaten.

ABN AMRO
De werken-bij website van ABN AMRO biedt informatie over de bedrijfscultuur en de verschillende carrièremogelijkheden binnen het bedrijf. De website is ook responsive en gebruiksvriendelijk.

Deloitte
De werken-bij website van Deloitte biedt een goed overzicht van de verschillende carrièremogelijkheden binnen het bedrijf en geeft duidelijke informatie over het sollicitatieproces. De website is ook responsive en gebruiksvriendelijk.

Rabobank
De werken-bij website van Rabobank biedt duidelijke informatie over de carrièremogelijkheden binnen het bedrijf en het sollicitatieproces. De website is ook responsive en gemakkelijk te navigeren.

ASML
De werken-bij website van ASML biedt informatie over de bedrijfscultuur en de carrièremogelijkheden binnen het bedrijf. De website is ook responsive en gebruiksvriendelijk.

www.talentir.nl Vondellaan 46 3521 GH Utrecht info@talentir.nl 030-3690779

TIP 6 - BEPAAL JE BUDGET

Het kostenplaatje voor het maken van een werken-bij website kan sterk variëren, afhankelijk van verschillende factoren zoals het niveau van functionaliteit en het ontwerp dat je wilt hebben, of je het zelf wilt maken of het wilt laten maken door een professioneel webdesignbureau, en of je wilt werken met een bestaande website-template of een op maat gemaakte website wilt laten ontwikkelen.

Als je ervoor kiest om een werken-bij website zelf te maken, kun je een gratis of betaald website-template gebruiken of een websitebouwer, die vaak op abonnementsbasis werkt. De kosten hiervan kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros per maand, afhankelijk van de provider en het pakket dat je kiest.

Als je een werken-bij website wilt laten maken door een professioneel webdesignbureau, kan de prijs sterk variëren afhankelijk van de complexiteit van de website en de specifieke eisen die je hebt. Gemiddeld zijn de kosten voor het laten maken van een professionele werken-bij website tussen de €7.000 en €20.000.

Overige kosten

Andere kosten waar je rekening mee moet houden zijn:

- Domainnaam: Je hebt een domeinnaam nodig om je website te laten zien op het internet. Dit is de webadres van je website, zoals "www.mijnbedrijf.nl". Je kunt een domeinnaam registreren bij een registrar. De kosten voor een domeinnaam kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros per jaar, afhankelijk van de domeinnaamextensie die je kiest.

- Webhosting: Om je website op het internet te laten zien, heb je ook webhosting nodig. Dit is een dienst die zorgt dat je website op een server staat die 24/7 online is, zodat mensen je website kunnen bezoeken. De kosten voor webhosting kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros per jaar, afhan

- SEO: SEO (Search Engine Optimization) is het proces om de zichtbaarheid van je website te verbeteren in de zoekresultaten van zoekmachines, zoals Google. Dit kan helpen om meer bezoekers naar je website te trekken. De kosten voor SEO kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros per maand, afhankelijk van de complexiteit van je website en de doelen die je wilt bereiken.

- Contentbeheer: Als je regelmatig nieuwe vacatures en andere content wilt toevoegen aan je werken-bij website, kan het handig zijn om te werken met een contentbeheersysteem (CMS). Dit is software die je helpt om de content van je website te beheren en te updaten. De kosten voor een CMS kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros per uur.

- Marketing: Als je wilt dat je werken-bij website goed gevonden wordt door potentiële kandidaten, kan het handig zijn om marketing te doen om je website onder de aandacht te brengen. Dit kan bijvoorbeeld door middel van sociale media, Google AdWords of andere vormen van online adverteren. De kosten voor marketing kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros per maand, afhankelijk van de marketingstrategie die je kiest.

- Onderhoud: Je werken-bij website moet regelmatig worden onderhouden om ervoor te zorgen dat het blijft werken en om ervoor te zorgen dat de content up-to-date is. Dit kan betekenen dat je regelmatig vacatures moet toevoegen of de website moet updaten met nieuwe informatie. Als je het onderhoud van je website zelf doet, zijn er geen directe kosten verbonden aan het onderhoud, maar het kan wel tijd kosten. Als je het onderhoud van je website uitbesteedt, zijn er wel kosten verbonden aan het onderhoud, afhankelijk van het aantal uren dat nodig is om het onderhoud uit te voeren.

- Integratie met ATS: Als je een automatische sollicitatiesysteem (ATS) hebt, kan het handig zijn om je werken-bij website te integreren met het ATS. Dit kan helpen om het sollicitatieproces te vergemakkelijken en om te zorgen dat je sollicitaties efficiënter kunt verwerken. De kosten voor de integratie van een ATS kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros, afhankelijk van de complexiteit van de integratie en de leverancier van het ATS.

- Video: Als je wilt dat je werken-bij website aantrekkelijker is voor bezoekers, kan het handig zijn om video's te gebruiken om de sfeer en de bedrijfscultuur weer te geven. Je kunt bijvoorbeeld een video maken van een rondleiding door het bedrijf of een video van medewerkers die vertellen waarom ze graag voor het bedrijf werken. De kosten voor het maken van video's kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros, afhankelijk van de complexiteit van de video en de leverancier van de video.

- Vertaling: Als je werken-bij website ook gericht is op kandidaten uit andere landen, kan het handig zijn om de website te vertalen naar andere talen. De kosten voor vertaling kunnen variëren van enkele tientjes tot honderden euros per pagina, afhankelijk van de taal en de leverancier van de vertaling.

TIP 7 - MAAK EEN concreet STAPPENPLAN

Een concreet stappenplan zorgt voor een goed eindresultaat en voorkomt problemen gedurende het traject. Hieronder een voorbeeld van een stappenplan voor het maken van een werken-bij website:

Stap 1 - Definieer het doel van de website
Voordat je begint met het ontwerpen van de website, is het belangrijk om duidelijk te hebben wat het doel ervan is. Wat wil je bereiken met de website? Wil je alleen vacatures plaatsen, of wil je ook informatie geven over het werk bij je bedrijf en de cultuur?

Stap 2 - Maak een lijst met functionaliteiten
Zet op een rijtje welke functionaliteiten je op de website wilt hebben. Denk bijvoorbeeld aan het kunnen plaatsen van vacatures, het kunnen solliciteren via de website, het tonen van informatie over het bedrijf en het team, etc.

Stap 3 - Bedenk het ontwerp
Nu kun je gaan nadenken over hoe je de website wilt laten zien. Maak bijvoorbeeld schetsen van hoe de homepage eruit zou kunnen zien en welke elementen daarop zouden moeten staan.

Stap 4 - Maak een technisch ontwerp
Zet in dit technische ontwerp op een rijtje hoe de website opgebouwd moet worden. Welke webpagina's heeft de website nodig, en hoe zijn deze met elkaar verbonden? Welke data moeten op de website getoond worden, en hoe kun je dit het beste doen?

Stap 5 - Ontwikkel de website
Nu kun je gaan werken aan de daadwerkelijke ontwikkeling van de website. Dit kun je doen door zelf code te schrijven of door gebruik te maken van een websitebouwer.

Stap 6 - Test de website
Voordat je de website live zet, is het belangrijk om deze goed te testen. Zoek naar fouten en zorg dat alles naar behoren werkt.

Stap 7 - Zet de website live
Als alles naar behoren werkt, kun je de website live zetten. Zorg dat je de website regelmatig updatet, zodat deze actueel blijft en blijft aansluiten bij de behoeften van je bedrijf en je doelgroep.

TALENTIR

Vragen?

Onze Digital Talent Acquisition Strateeg helpt je graag verder, bel of mail:

Martijn Roffel

martijn@talentir.nl

+31 633433665

Of ga naar:

www.talentir.nl