

**Afspraak
maken?**
klik hier

De verborgen kracht van een sterke EVP

Van onzichtbaar naar onmisbaar - Hoe een heldere Employee Value Proposition jouw vacatures laat presteren





van openstaande vacature, naar onweerstaanbaar aanbod

In een markt waar technisch talent schaars is en de concurrentie om mensen toeneemt, zitten veel organisaties vast in een frustrerende spiraal: vacatures blijven openstaan, ondanks goed werkgeverschap en serieuze wervingsinspanningen.

De keiharde cijfers:

- **65%** van technische vacatures staat langer dan drie maanden open
- **Gemiddelde time-to-hire** in de Technische sector 65 dagen (ideaal: 35 dagen)
- Slechts **13,3%** van technische professionals is actief op zoek naar ander werk
- Concurrenten met sterke EVP realiseren **50% lagere cost-per-hire**



Herken je deze symptomen?

Investering

Je besluit te investeren in een nieuwe werkenbij-site en brede marketingcampagnes om je zichtbaarheid als werkgever te vergroten. Een logische stap, want je wilt als organisatie aantrekkelijk en onderscheidend naar buiten treden.

Verspreiding

De vacatures worden verspreid via alle gangbare jobboards, zodat ze zichtbaar zijn voor een zo breed mogelijk publiek. Je staat op de bekende platformen waar werkzoekenden dagelijks scrollen. Alles lijkt in het werk gesteld om zoveel mogelijk mensen te bereiken en onder de aandacht te komen

En toch blijven de reacties uit, vooral op belangrijke specialistische functies

Met concrete gevolgen

- Sollicitatiepercentages van **1–5%** (benchmark: 15%)
- Respons op gerichte benaderingen daalt van **33% naar 10%**
- **25%** personeelskrimp, terwijl er vier vacatures openstaan
- Time-to-hire **44%** boven het marktgemiddelde
- **Online zichtbaarheid** blijft achter (<1000 LinkedIn-volgers versus 89.361 bij concurrenten)

Elke maand dat een vacature onvervuld blijft, kost gemiddeld **€8.400** aan productiviteitsverlies. Interim-oplossingen? Al snel **€125 per uur**.

Hoe kan het dat organisaties met een sterk verhaal en positieve reputatie toch geen aansluiting vinden?

De oorzaak is vaak subtiel, maar cruciaal: de Employee Value Proposition (EVP) is onvoldoende zichtbaar, of niet concreet genoeg gemaakt voor de doelgroep.



CASE STUDY



Het verborgen potentieel

Een middelgroot familiebedrijf met uitzonderlijke combinatie van traditie en innovatie. De operationeel Directeur brengt 40 jaar vakmanschap, de Algemeen Directeur stuurt op digitalisering en groei. Hun unieke dynamiek was perfect afgestemd op de markt, **maar extern volkomen onzichtbaar**

DE HARDE CIJFERS

4 vacatures voor werkvoorbereiders, meer dan 6 maanden ongevuld

Time-to-hire van 65 dagen
(marktgemiddelde: 45 dagen)

Recruitmentkosten: €180.000 op jaarbasis

Geschatte opportunity cost:
€340.000

HUN UITDAGING

- EVP was aanwezig, maar bereikte niemand
- Geen duidelijke vertaalslag
- Vacatureteksten bleven algemeen
- Verhaal vanuit de organisatie, niet de kandidaat

RESULTAAT

EMPLOYER BRANDING IS NIET GENOEG

Voor functies als werkvoorbereider, engineer of uitvoerder zijn kandidaten niet op zoek naar algemene beloftes. Ze willen concrete antwoorden:

- Wat ga ik daar precies doen?
- Aan welke projecten werk ik?
- Met wie?
- Is er ruimte voor ontwikkeling?
- Houd ik nog tijd over voor mijn gezin?

77% van technische professionals heeft meer dan tien jaar ervaring. Ze zijn loyaal, kritisch, en hebben keuze. Ze zoeken **inhoud**, geen holle frasen.

Blijven deze vragen onbeantwoord, dan klikken ze door. Zelfs bij uitstekende arbeidsvoorwaarden en reputatie.



De Recruitin-aanpak: EVP + recruitmentmarketing + selectie

01

werving en selectie

we brengen de inhoudelijke én culturele fit samen in het selectieproces. dit doen we samen met specialisten binnen technisch recruitment en de organisatie

02

Recruitmentmarketing

We maken het échte aanbod van de functie zichtbaar, gericht op wat professionals willen weten met hulp van arbeidsmarktonderzoeken en doelgroepanalyses

03

EVP-ontwikkeling

We formuleren wat deze functie en organisatie uniek maakt voor de doelgroep. De kracht van deze integratie blijkt uit marktdata:

- **2,3x** hogere sollicitatieconversie
- **31%** lagere turnover in het eerste jaar



IN DE PRAKTIJK

van stagnatie naar tractie in 8 weken

Discovery

- Diepte interviews met beide directeuren
- Analyse van hun complementaire visies en werkwijze
- identificatie van drie kerndoelgroepen
- concurrentieanalyse en positionering

Week 3-4

Week 1-2

EVP- Ontwikkeling

- Creatie van propositie: *"ambachtelijke Precitie, Innovatieve Visie"*
- Ontwikkeling van drie persona-specifieke boodschappen
- visuele vertaling van de traditie-innovatie dynamiek
- Testimonials van huidige medewerkers

Campagne

- Vacatureteksten met concrete voorbeelden en dag-in-het-leven content
- LinkedIn-campagne gericht op professionals bij concurrenten
- Persoonlijke benadering van high-potentials

Week 7-8

Week 5-6

Optimalisatie

- A/B-testing van boodschap en visuals
- Doorlopende bijstelling op basis van data
- Activatie van employee advocacy
- Uitbreiding naar nicheplatforms



Resultaten na het traject

- **Sollicitatiepercentage:** van 1-5% naar 11,2%
- **Time-to-hire:** van 65 dagen naar 38 dagen
- **Cost-per-hire:** van €18.400 naar €9.100
- **Kwaliteit:** 73% door eerste selectieronde
- **Linkedin-volgers:** verdubbeld
- **Talentpool:** 50+ relevante kandidaten opegebouwd

Impact op de business

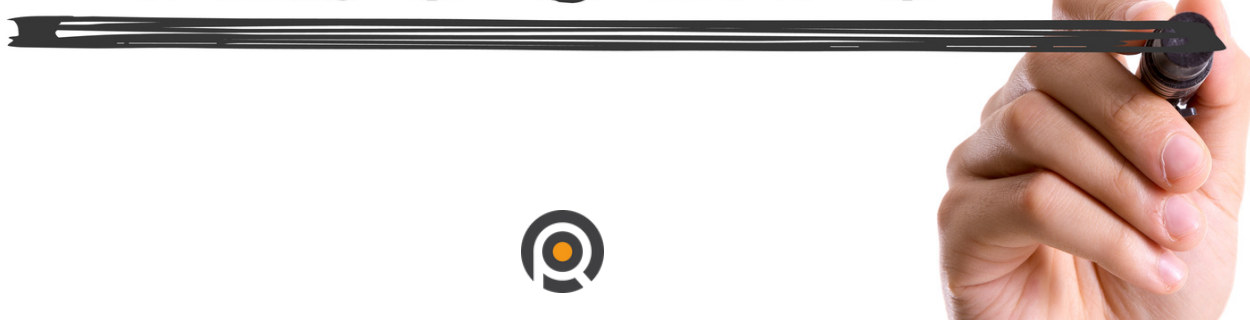
- **€67.200** directe kostenbesparing
- **€89.000** productiviteitswinst in jaar één
- **ROI:** 340%

Klaar om ook door te breken?

Wil je weten hoe jouw organisatie aantrekkelijker en effectiever kan werven, juist in deze krappe arbeidsmarkt?

Plan dan een vrijblijvend strategiegesprek van 30 minuten met één van onze adviseurs. We analyseren je situatie en identificeren direct verbeterpunten.

RESULTS



Waarom dit werkt, ook voor jouw organisatie



Wat dit project succesvol maakte, was de combinatie van

1. Functiespecifieke EVP-definitie, met input van medewerkers
2. Authentieke storytelling – via échte ervaringen van collega's
3. Gerichte kanaalkeuze, naar de platforms waar professionals zich bevinden
4. Data-gedreven optimalisatie, continue bijstelling op basis van respons

Organisaties met een sterke EVP realiseren structureel betere resultaten

- 2,3x hogere conversie
- 40% lagere kosten per hire
- 23% hogere acceptatiegraad
- 31% minder verloop
- 67% sterker employer brand sentiment

De reden is simpel: specificiteit trekt de juiste mensen aan





the right people, right now

www.recruitin.nl