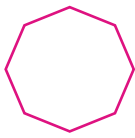


WHITEPAPER

Skill-based hiring: de nieuwe standaard in recruitment

Inhoudsopgave

- 1 **Zie jij het potentieel in je kandidaten?** | pag. 3
- 2 **Trends en ontwikkelingen in recruitment** | pag. 4
- 3 **Het nieuwe recruitmentproces onder de loep** | pag. 6
- 4 **Inclusief werven: hoe maak je diversiteit onderdeel van je wervingsproces?** | pag. 8
- 5 **Data driven recruitment: meten is weten, maar wat meet je eigenlijk?** | pag. 10
- 6 **Skill-based hiring als het nieuwe recruitmentkompas** | pag. 13
- 7 **BCS: Jouw employee journey, onze HR-software** | pag. 16



1 Zie jij het potentieel in je kandidaten?

De arbeidsmarkt van vandaag vraagt om een fundamenteel andere benadering van werving en selectie. Naast digitalisering, meer aandacht voor diversiteit en employer branding, verschuift de focus van diploma's en functietitels naar specifieke vaardigheden om een breder en diverser talentenbestand aan te trekken. Wat kan iemand nou echt?

Skill-based hiring, of vaardighedengericht werven, biedt organisaties de kans om objectiever, inclusiever en toekomstgerichter te werven. Door te focussen op wat kandidaten écht kunnen en te kijken naar het groeipotentieel, vergroot je de talentpool, stimuleer je diversiteit én verklein je de mismatch tussen vraag en aanbod. Allemaal pluspunten dus.

Dit whitepaper biedt je diverse praktische handvatten voor het implementeren van een skill-based hiring-strategie. Ga voor groeipotentieel en versterk je recruitmentstrategie!



2 Trends en ontwikkelingen in recruitment

Voordat we je alles vertellen over skill-based hiring, nemen we eerst een kijkje bij de huidige situatie in recruitmentland. De afgelopen jaren zijn er heel wat ontwikkelingen geweest in het vakgebied. Logisch natuurlijk, want de wereld verandert steeds sneller en de arbeidsmarkt staat ook niet stil. Laten we eens stilstaan bij de trends van nu.

Digitalisering en AI

Efficiëntieslagen en kostenbesparingen zijn van alle tijden. Maar door de verregaande digitalisering van processen en de inzet van AI gaat het de laatste tijd wel érg hard. Beheer van personeelsdossiers en het inplannen van sollicitatie- en functioneringsgesprekken kan bijvoorbeeld allemaal automatisch. Maar je kunt ook personeelsbehoeften voorspellen met behulp van AI of daarmee strategieën bedenken om medewerkers te binden aan je organisatie. We schreven al eens over AI in HR.

[Bekijk AI in HR](#)

Focus op diversiteit, gelijkheid en inclusie

Niet alle stemmen worden even hard gehoord op de arbeidsmarkt. Om dat tegen te gaan is er meer aandacht voor gelijke kansen voor iedereen in het wervingsproces. Bijvoorbeeld door het anonimiseren van cv's. Ook denken werkgevers meer in mogelijkheden dan in onmogelijkheden wanneer het gaat om fysieke of mentale beperkingen.

Employer branding en kandidaatervaring

De tijd dat je tientallen reacties kreeg op een enkele vacature is voorbij. Tegenwoordig moet je bewijzen dat je een sollicitatie waard bent. Dat doe je door na te denken over je employer branding. Hoe kom je over op de doelgroep die je wilt werven? Wat laat je zien op je website en



social media over de kernwaarden van je organisatie? Welke extra's bied je sollicitanten naast de standaard arbeidsvoorwaarden? Belangrijk daarbij is ook de ervaring die een kandidaat heeft voor, tijdens en na het sollicitatieproces. Door dit goed aan te pakken, ben je de tijd en aandacht van je kandidaat waard.

De opkomst van interne mobiliteit en 'hire for potential'

Uiteraard kun je een vacature plaatsen voor een (management)functie en hopen dat daar de juiste kandidaat op reageert. Maar je kunt ook intern iemand laten doorstromen. Iemand die over de juiste skills bezit, het DNA van je organisatie snapt en dit in de nieuwe functie verder uitbouwt. Je kunt zelfs nu al iemand aannemen op het groeipotentieel voor de toekomst. Met een beetje extra werkervaring en kennis van je organisatie kan dat zomaar je beste kandidaat zijn voor de toekomstige vacature. Durf jij het aan?

Van functiegericht naar skillsgericht werven

Als laatste hebben we het hier over de trend waar dit whitepaper over gaat: skill-based hiring. Je zoekt niet langer een salesmanager, je zoekt iemand die goed met mensen kan omgaan. En in plaats van een communicatiemedewerker, zoek je iemand die goed kan schrijven. Door te denken vanuit skills vergroot je de mogelijkheden voor je organisatie én voor de kandidaat.



3 Het nieuwe recruitmentproces onder de loep

Recruitment is veel meer dan een sollicitatiegesprek: het is een beleving die begint bij de vacaturetekst en -plaatsing en die doorloopt tot (en zelfs ná) de eerste werkdag. De manier waarop je werft is onlosmakelijk verbonden met de employee journey, want de wijze waarop je binnenkomt als medewerker maakt indruk. Kijk dus vooral eens kritisch naar je recruitmentproces: waar zitten de knelpunten, hoe sluit het proces aan bij de verwachtingen van kandidaten en hoe ziet een goed doordachte candidate journey eruit?

Regel een 'mystery candidate' in je eigen recruitmentproces

Ben je benieuwd naar de kandidaatervaring voorafgaand en tijdens het sollicitatieproces? Daar kom je alleen achter als je dit laat ervaren door iemand die niet bij jullie werkt. Wat vindt die persoon van de manier van werven? Zijn jullie actief op de juiste platforms? Hoe wordt de vacaturetekst ervaren? Is solliciteren eigenlijk wel laagdrempelig genoeg? Zo zijn er heel wat onderdelen waar je kritisch naar kunt laten kijken.



Enmaal uitgenodigd op gesprek komt de kandidaatervaring pas écht goed op gang. Hoe warm is het welkom? Hoeveel gesprekken worden er gevoerd tijdens het proces, wat is de inhoud en

vorm van deze gesprekken, en is de opvolging goed geregeld? Hier kun je pas echt verbeteringen in aanbrengen als je iemand het proces met een kritische blik laat doorlopen. Doe dit regelmatig en houd zo een vinger aan de pols. Zo zie je ook welke verbeteringen er na een tijdje te merken zijn!

Wat willen kandidaten eigenlijk?

Best een lastige vraag om te beantwoorden, want daarvoor moet je luisteren naar de wensen van de mensen die op gesprek komen. En wat de ene kandidaat belangrijk vindt, is voor de ander weer bijzaak. Het liefste wil je ook nog weten van de mensen die niet gesolliciteerd hebben waarom ze dat niet deden. Dan weet je waar ze op aanslaan of afhaken.

Eigenlijk zou dit altijd centraal moeten staan bij werving. Want als je weet wat kandidaten willen, kun je daarop sturen. Of, wanneer het gaat om onrealistische wensen, uitleggen waarom je organisatie daar niet in meegaat. Dit gaat van salariseisen tot werktijden en van opleidingsmogelijkheden tot een fijne werksfeer. Jongere kandidaten vinden bijvoorbeeld over het algemeen mentaal welzijn en duurzaamheid belangrijk. Of misschien willen ze graag hybride werken. Bespreek het met ze!



Nog belangrijker: besteed aandacht aan al je kandidaten, ook degene die uiteindelijk niet aangenomen worden. Je kunt nog zo hard werken aan employer branding, maar als de communicatie in het sollicitatieproces slecht is, als je vage selectiecriteria hanteert of als mensen te lang moeten wachten op antwoord dan helpt dat niets. Denk ook aan de standaardafwijzing, de mailtjes met ‘we hebben gekozen voor een ander profiel’. Doe dat nou niet! Steek moeite in de uitleg waarom je niet voor een bepaalde kandidaat kiest. Dat geeft zowel de sollicitant als de recruiter een fijne afsluiting van het proces.

Ook onboarding hoort bij het sollicitatieproces

Een strategisch verlengstuk van het sollicitatieproces is de inwerkperiode, oftewel de onboarding. Doe je dit goed, dan voelt het als een warm bad voor de nieuwe medewerker en zal deze dit ook aan iedereen vertellen die naar de organisatie vraagt. Zorg er dus voor dat geen enkele nieuwe arbeidskracht zich verloren voelt in de beginperiode. Koppel bijvoorbeeld een ervaren collega aan de nieuwkomer, zodat er altijd iemand is die praktische vragen kan beantwoorden. Maak video's of zelfs een e-learningmodule over hoe bepaalde zaken werken binnen jullie organisatie. Het helpt allemaal om je employer brand te laden. Zowel voor het behouden van je eigen medewerkers als voor het werven van nieuwe krachten. Want mensen praten met elkaar over hun ervaringen, dus je kunt beter zorgen dat die ervaringen goed zijn!

Als je iets verder nadenkt, is een goed doordacht onboardingsproces ook een belangrijke recruitment-USP. Het kan dé reden zijn waarom een kandidaat wil solliciteren. Mocht je alles goed op de rit hebben, zet dan bijvoorbeeld in je vacaturetekst: “Bij ons krijg je een uitgebreid inwerkprogramma” of benoem een ander pluspunt van jullie onboardingproces.

Let op: skill-based hiring komt eraan!

Tegelijkertijd is het de verwachting dat skill-based hiring het recruitmentproces gaat veranderen. De focus verschuift van traditionele bewijsvoering als diploma's en ervaring naar de daadwerkelijke skills van kandidaten. Daardoor gaat het proces op de kop, waardoor je kosten kunt besparen en de kandidatenpool flink kunt uitbreiden. Meer hierover lees je verderop in het whitepaper.

4 Inclusief werven: hoe maak je diversiteit onderdeel van je wervingsproces?

Diversiteit en inclusie verankeren in je recruitmentstrategie is een proces. Dat is niet alleen een kwestie van nieuwe regels opstellen. Veel organisaties willen wel diverser werven, maar vaak blijft het bij losse initiatieven of vrijblijvende statements. Een duidelijke strategie, gekoppeld aan doelstellingen en meetbare KPI's, is het startpunt. Maar het heeft ook te maken met leiderschapsbetrokkenheid en transparante communicatie richting kandidaten. We geven je enkele handvatten hiervoor.

Goede intenties zijn niet genoeg

Alleen maar zeggen dat je iets gaat of wilt doen, maakt het nog geen tastbare waarheid in de toekomst. Je moet er continu aan blijven werken. Bijvoorbeeld door op andere manieren te werven dan je organisatie tot nu toe gedaan heeft, om zo ook écht andere doelgroepen te bereiken. Onbewuste vooroordelen spelen een rol bij het selecteren van de juiste kandidaten. Zorg dat je je hiervan bewust bent. Zo kom je ook eens met andere mensen aan tafel dan de gemiddelde medewerker die nu al bij je werkt. Verbreed de horizon van je organisatie!

KPI's en data als fundament

Het stellen van duidelijke en meetbare doelen is van cruciaal belang om ervoor te zorgen dat de **best practices** op het gebied van diversiteit en inclusie worden nageleefd. Maak er dus gewoon SMART-doelstellingen van: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden. Hierdoor zorg je ervoor dat iedereen in de organisatie zich bewust is van de verwachtingen en verplichtingen op het gebied van diversiteit en inclusie.

[Bekijk best practices](#)



Dit betekent ook dat het gemakkelijker wordt om de voortgang van het bedrijf op weg naar die doelen te volgen met behulp van belangrijke prestatie-indicatoren (KPI's). Jouw organisatie kan daarbij gebruik maken van diversiteitsmetingen, zoals het aantal aanwervingen uit verschillende demografische groepen. Wil je bijvoorbeeld dat jouw organisatie binnen vijf jaar 30% van de managementfuncties heeft ingevuld met vrouwen? Maak dan een strategisch plan hoe je dat gaat doen.

Zorg dat deze diversiteitsgegevens worden gepresenteerd via dashboards, grafieken en/of diavoorstellingen. Door de data kritisch te beoordelen en te evalueren, is het bovendien mogelijk om nieuwe doelen en doelstellingen te formuleren voor continue verbetering en actie te ondernemen daar waar het beter kan.

Het belang van leiderschap, verantwoordelijkheid en transparant communiceren

In bijna elke organisatie is een top-down benadering nodig om veranderingen door te voeren. Daarom is het verstandig om te beginnen bij divers leiderschap. Inclusief werven zou vanuit de top moeten worden gestimuleerd, de HR- en recruitmentafdeling wordt erop beoordeeld en de communicatie erover is altijd duidelijk en transparant.

En met communicatie bedoelen we dan natuurlijk niet een zinnetje op de website als 'Wij streven naar een inclusieve werksfeer'. Show, don't tell! Laat kandidaten van allerlei achtergronden merken dat ze geen buitenbeentje zullen zijn binnen je organisatie. Gebruik foto's waarop diversiteit te zien is. Laat medewerkers verhalen vertellen over hun ervaringen binnen jouw bedrijf, waarbij er ook aandacht is voor het inclusieve karakter van de organisatie. Dit overtuigt potentiële kandidaten eerder van dat ze moeten solliciteren. Zeker als je daarbij op skills werft en niet op basis van functies of werkervaring.

Maar je wilt ook positieve discriminatie voorkomen

Recruitment draait natuurlijk nog steeds om de juiste persoon vinden voor de juiste rol binnen de organisatie. Daarom wil je positieve discriminatie voorkomen, aangezien dit niet de bedoeling is van

een inclusief en divers beleid. Als je zorgt dat je vacatureteksten neutraal zijn geschreven en de selectie objectief en transparant is, dan ben je al een heel eind, want je trekt dan niet iemand met een bepaald geslacht of een specifieke achtergrond voor.



5 Data driven recruitment: meten is weten, maar wat meet je eigenlijk?

Recruitment performance valt gewoon te meten. Tenminste, als je weet welke metrics je dan bij moet houden. Traditionele HR-KPI's als personeelsverloop en ziekteverzuim zijn te weinig vandaag de dag. Wil je de effectiviteit van wervingsprocessen meten en verbeteren, denk dan eerder aan deze KPI's:

Time to Hire

Betekenis: Dit laat zien hoeveel tijd er zit tussen de sollicitatie en het moment waarop de kandidaat jouw aanbod accepteert. Time to Hire richt zich dan ook op de efficiëntie van het interne wervingsproces.

Waarom belangrijk: Een kortere Time to Hire duidt op een efficiënter wervingsproces en kan helpen om top kandidaten te bemachtigen voordat concurrenten dat doen.

Metten:

- **Startpunt:** Datum van ontvangst van de eerste sollicitatie van de uiteindelijke aangenomen kandidaat.
- **Eindpunt:** Datum waarop de aangenomen kandidaat het aanbod heeft geaccepteerd en het contract heeft ondertekend.
- **Berekening:** De dagen tussen het start- en eindpunt voor elke aangenomen kandidaat, gemiddeld over een bepaalde periode.

Time to Fill

Betekenis: Dit meet de totale tijd die nodig is om een vacature te vullen, vanaf het moment dat de positie officieel openstaat (of de wervingsmanager de vacatureaanvraag indient bij HR) tot de datum waarop de kandidaat het aanbod accepteert.

Waarom belangrijk: Een lagere Time to Fill

betekent dat vacatures sneller worden ingevuld.

Dat zorgt voor meer continuïteit, voorkomt omzetverlies en houdt de productiviteit op peil.

Metten:

- **Startpunt:** Datum waarop een vacature officieel is geopend (bijvoorbeeld na goedkeuring door financiën of vertrek van een medewerker).
- **Eindpunt:** Datum waarop een kandidaat het jobaanbod accepteert.
- **Berekening:** De dagen tussen het start- en eindpunt voor elke vacature, gemiddeld over een bepaalde periode.

Quality of Hire

Betekenis: Deze KPI geeft inzicht in hoe nieuwe medewerkers bijdragen aan het langetermijnsucces van een organisatie. Het omvat factoren zoals culturele fit, betrokkenheid en prestaties.

Waarom belangrijk: Het aannemen van kwalitatief goede medewerkers leidt tot hogere productiviteit, betere prestaties, lager verloop en een positievere bedrijfscultuur.

Metten: Dit is een complexere KPI die vaak een combinatie van factoren omvat:

- **Prestatiebeoordelingen:** Hoe presteert de nieuwe medewerker na 3, 6 of 12 maanden (bijv. via jaarlijkse evaluaties of specifieke 'nieuwe medewerker'-beoordelingen).



- **Retentie:** Blijft de medewerker na een bepaalde periode (bijv. 1 jaar)?
- **Culturele fit:** Mate van integratie in het team en de organisatiecultuur (via enquêtes, feedback van managers).
- **Productiviteit:** De mate waarin de nieuwe medewerker de gestelde doelen behaalt.
- **Formule (voorbeeld):**

$$\frac{((\text{Prestaties} + \text{Retentie} + \text{Culturele Fit}) / \text{Aantal factoren}) \times 100\%}{}$$



Cost per Hire

Betekenis: Omvat de kosten die je als organisatie gemiddeld maakt voor het werven en aannemen van nieuwe medewerkers.

Waarom belangrijk: Inzicht in de kosten van werving helpt HR- en recruitmentafdelingen budgetten effectief te beheren en te identificeren waar kosten kunnen worden bespaard zonder de kwaliteit van de aannames in gevaar te brengen.

Metten:

- **Berekening:** Totale recruitmentkosten / Totaal aantal aannames in diezelfde periode. Voorbeelden van recruitmentkosten zijn salarissen van recruiters, externe bureaus, advertentiekosten, ATS-software, evenementen, reiskosten, assessments, etc.



Candidate Satisfaction Score (Ook wel Candidate Experience Score)

Betekenis: Dit is hoe een kandidaat terugkijkt op het sollicitatieproces. De Candidate Satisfaction meet de ervaring en tevredenheid, ongeacht of iemand is aangenomen of niet.

Waarom belangrijk: Een positieve candidate experience versterkt je employer brand, leidt tot positieve mond-tot-mondreclame en kan zelfs

toekomstige sollicitaties stimuleren. Een negatieve ervaring kan leiden tot een slechte reputatie en talent afschrikken.

Metten:

- **Enquêtes:** Stuur korte enquêtes naar kandidaten na verschillende fasen van het proces (na sollicitatie, na interview, na afwijzing/aanname). Vragen kunnen gaan over communicatie, duidelijkheid van het proces, professionaliteit, etc.
- **Net Promotor Score (NPS) voor kandidaten:** Vraag kandidaten hoe waarschijnlijk het is dat ze je bedrijf zouden aanbevelen als werkgever op een schaal van 0-10.
- **Feedback via Glassdoor, en andere reviewplatforms:** Monitor online recensies van (voormalige) sollicitanten.



Candidate Source

Betekenis: De kanalen of methoden waardoor kandidaten een vacature hebben gevonden of zijn benaderd.

Waarom belangrijk: Door te weten welke bronnen de beste kandidaten opleveren (kwaliteit en aantal), kun je jouw wervingsstrategie optimaliseren en budgetten efficiënter inzetten.

Metten:

- **Tijdens de sollicitatie:** Vraag kandidaten in het sollicitatieformulier hoe ze de vacature hebben gevonden (bijv. via LinkedIn, bedrijfswebsite, via-via, jobboard, recruiter).
- **ATS (Applicant Tracking System):** Een goed ATS kan deze gegevens automatisch bijhouden en rapporteren.
- **Analyse:** Analyseer welke bronnen leiden tot de meeste sollicitaties, de meeste interviews, de meeste aannames en uiteindelijk de hoogste Quality of Hire en retentie.

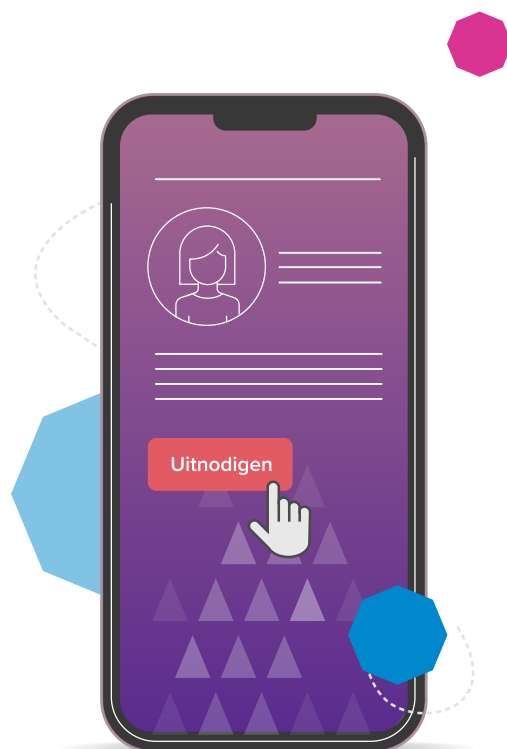


Maak een dashboard met behulp van een ATS en zet AI in!

Een Applicant Tracking System (ATS) kan veel van de gevraagde data automatisch bijhouden. Door deze KPI's consistent te meten, in een actueel dashboard te delen met het managementteam en de data te analyseren, kan de afdeling HR en Recruitment proactief bijsturen, processen verbeteren en een strategische partner zijn voor de organisatie.

Met een ATS kun je ook aanvullende metrics meten, zoals Applicants per Opening (het aantal sollicitanten per openstaande vacature) en Recruitment Funnel Effectiveness (de mate waarin het wervingsproces succesvol is in het aantrekken, betrekken en uiteindelijk aannemen van de beste kandidaten voor een functie). Hiermee analyseer je de conversiepercentages in elke fase van het wervingsproces.

AI kan je helpen bij het analyseren van recruitment data. Niet alleen van de KPI's, maar tijdens het hele recruitmenttraject. Gebruik geavanceerde algoritmen en tools voor gegevensanalyse om je wervingsproces te optimaliseren! Denk daarbij aan repetitieve taken automatiseren en enorme hoeveelheden gegevens analyseren. Zo kan AI je inzichten verschaffen die voorheen onbereikbaar waren.



Bijvoorbeeld:

- **Screening van cv's:** AI-systemen scannen cv's op relevante trefwoorden en rangschikken kandidaten.
- **Kandidaatmatching:** Tools identificeren kandidaten van wie de vaardigheden, ervaring en persoonlijkheid overeenkomen met een functie.
- **Analyse van sollicitatiegesprekken:** AI evalueert non-verbale signalen zoals toon en lichaamstaal in video-interviews.



6 Skill-based hiring als het nieuwe recruitmentkompas



Uit het onderzoek ‘**Talenttrends in Nederland**’ van LinkedIn blijkt dat 50% van de leidinggevenden in Nederland van plan is om prioriteit te geven aan het aannemen van kandidaten met sterke soft skills die overdraagbaar zijn naar verschillende functies. Er is dus duidelijk een verschuiving merkbaar van cv- en functiegericht werven naar skills, competenties en groeipotentieel. Dat is skill-based hiring.

Wat kan de kandidaat straks?

Diploma’s zijn een manier om te bewijzen dat je als kandidaat over een bepaalde manier van denken en bepaalde kennis beschikt. Maar het is slechts een van de bewijzen dat je een geschikte werknemer zult zijn. Er zijn meer manieren om winnende teams te vormen met verschillende vaardigheden en achtergronden. Alle mensen hebben potentieel, niet alleen mensen met een universitaire of hogere opleiding.

Vaardigheden zoals probleemoplossing, leervermogen, aanpassingskracht, kritisch en creatief denken, samenwerking, communicatie en leiderschap zijn nodig in allerlei functies. Jonge kandidaten met deze skills kunnen later wellicht doorgroeien in de organisatie. Ook als ze geen specifiek diploma hebben. Dat bevordert de interne mobiliteit én je gaat er objectiever, inclusiever en toekomstgerichter door werven. Iedereen wint dus!

Bekijk ‘Talenttrends in Nederland’



De voordelen van skill-based hiring:

• Objectievere werving

Traditionele wervingsmethoden kunnen onbewuste vooroordelen bevatten. Door de focus te verleggen naar vaardigheden, wordt het wervingsproces meetbaarder en eerlijker. Zo verminder je vooroordelen, maak je sneller en betere matches en verloopt de beoordeling meer gestructureerd.

• Inclusievere werving

Jouw organisatie heeft toch ook baat bij een bredere en diversere talentpool, ongeacht achtergrond? Met skill-based hiring vergroot je de talentpool, bied je iedereen gelijke kansen en dat leidt automatisch tot meer diversiteit binnen teams.



- **Toekomstgerichte werving**

In een snel veranderende arbeidsmarkt is het essentieel om te werven met het oog op de toekomst. Door meer op aanpassingsvermogen en leercapaciteit te focussen, wordt de organisatie flexibeler. Bovendien doe je op deze manier aan strategische personeelsplanning en ben je dus klaar voor de toekomst.

- **Sterkere teams**

Al deze aspecten dragen bij aan het vormen van sterkere teams. Verwacht betere prestaties omdat kandidaten bij skill-based hiring over het algemeen productiever en succesvoller zijn. Ze kunnen sneller aan boord komen, zich sneller aanpassen en sneller resultaten leveren. Medewerkers die beter op hun plek zitten, voelen zich bovendien meer betrokken en hebben minder reden om van baan te wisselen. En je hebt ook nog eens wendbare en innovatie teams die hun groeimogelijkheden benutten!

Kortom, skill-based hiring is een krachtige methode om werving te moderniseren en jouw organisatie voor te bereiden op de toekomst, door de nadruk te leggen op wat mensen kunnen, in plaats van alleen op wat ze hebben gedaan of waar ze vandaan komen.

Hoe begin je met skill-based hiring?

Allereerst moet er natuurlijk draagvlak zijn binnen je organisatie om op basis van skills te gaan werven. Dat doe je door te analyseren wat er momenteel ontbreekt aan het wervingsbeleid. Welke vacatures blijven onvervuld? Zijn de standaard wervingsmethoden uitgeput? Dan is skill-based hiring een logische stap om te zetten.

Bepaal welke skills mensen moeten hebben die in deze functie werken. Bouw daar een wervingsstrategie omheen en niet puur op functieniveau. De resultaten van de eerste pilotcampagnes zorgen voor steeds meer draagvlak binnen de organisatie.

Uiteraard zal er weerstand zijn. Van managers, van HR-medewerkers en misschien ook wel van bestaande medewerkers die wél op basis van hun diploma's en werkervaring binnen zijn gekomen. Trainingen en teambuildingsdagen waarbij ze de skills van hun (nieuwe) collega's beter leren kennen kunnen daarbij helpen.

Concreet werven op skills

Ambitieuze mensen dragen meer bij aan een organisatie. Zij willen vooruit en zijn gedreven. Begin daarom met het uitstralen van ambitie in je vacaturetekst als je wilt starten met skill-based hiring. Neem de potentiële kandidaat mee in de mogelijkheden en leg uit dat het vooral om persoonlijkheid en skills draait en niet zozeer om diploma's en werkervaring. Maak ze enthousiast voor jouw organisatie.

Stel kandidaten de volgende vragen als ze op gesprek komen: welke vaardigheden heb je dit jaar geperfectioneerd? En hoe zit het volgend jaar? Het is immers enorm belangrijk dat we allemaal levenslang leren om de snel veranderende technologie in een snel veranderende wereld bij te houden. Maak een lijst met dit soort vragen die relevant zijn binnen jouw organisatie en gebruik ze in gesprekken. Zoek de juiste tools (een goed ATS is een must!) die passen bij het wervingsproces van jouw organisatie en laat recruiters en HR-managers hiermee experimenteren. Zo wordt het steeds concreter!



De voordelen van een intuïtief ATS

Over dat ATS gesproken: daar weten we bij BCS alles vanaf. Want wij weten dat recruitment gaat om meer dan alleen vacatures, en ons intuïtieve Applicant Tracking System (ATS) gaat jou hierbij helpen. Vanuit één geïntegreerd recruitment platform plaats je vacatures, creëer je talentpools, werk je samen met collega's en externe partijen en bouw je aan je werkgeversmerk.

- Creëer je eigen werken-bij website met aanpasbare vacaturespagina's om jouw bedrijfs-cultuur nog beter onder de aandacht te brengen.
- Laat je vacatures meer opvallen door video's, animaties en afbeeldingen toe te voegen aan je vacatureteksten.
- Post jouw vacatures op de belangrijkste jobboards, zoals Indeed en LinkedIn, met slechts een paar klikken.

Nieuwsgierig geworden?

Hoe doen andere organisaties dat?

Hier kun je meer inspiratie opdoen voor je eigen organisatie:

- **IBM werkt met de New Collar-methode**
Met de term 'New Collar' neemt IBM afscheid van de traditionele 'blue collar'- en 'white collar'-banen. In plaats daarvan richten zij zich al ruim 10 jaar op een skill-based recruitmentproces. Ze hebben daarbij meer respect voor de vaardigheden van kandidaten dan voor eventuele diploma's of werkervaring.

Bekijk IBM New Collar

- **The Josh Bersin Company** heeft hun hele reis naar skill-based hiring openbaar gemaakt. De drie belangrijkste stappen die zij genomen hebben zijn eerst het identificeren van skills die nodig zijn binnen de organisatie, vervolgens het ontwikkelen van deze skills, zowel door scholing als door recruitment. Tot slot houdt men de skills binnen de organisatie up-to-date en toekomstbestendig.

Bekijk Josh Bersin Company

- **Accenture** heeft het kort en krachtig samengevat. Zij hebben van skills het belangrijkste kapitaal van het bedrijf gemaakt. Vanuit deze visie hebben zij een strategie gemaakt die de hele organisatie skill-based heeft gemaakt.

Bekijk Accenture



7 BCS: Jouw employee journey, onze HR-software!

Iedere fase in de employee journey vraagt om een gerichte aanpak. BCS biedt oplossingen die jou daar volledig in ondersteunen. Van het eerste contact met een kandidaat tot doorgroei binnen de organisatie: onze software beweegt mee. Dat doen we met specialistische software voor recruitment, onboarding, HRM, salarisadministratie, leren en ontwikkelen, flexibele arbeidsvoorwaarden en verzuim- en dossierbeheer.

Onze oplossingen zijn gebruiksvriendelijk, flexibel en betrouwbaar. Los inzetbaar of naadloos geïntegreerd wanneer je het nodig hebt. Het resultaat? Een 'alles onder één paraplu'-aanpak die het verschil maakt.

- Modulaire oplossingen die zowel zelfstandig functioneren als naadloos integreren
- Flexibele systemen die meegroeien met jouw organisatie
- Geen verstikkende structuren of verborgen implementatiekosten

Jouw HR-aanpak begint bij efficiënte software. De tools die jij nodig hebt voor onder andere skill-based hiring komen samen dankzij BCS.

HR-software die écht het verschil maakt

BCS automatiseert jouw HR-processen. Zo ben jij veel minder tijd kwijt met administratieve taken en kun jij je bezighouden met waar HR écht om draait: strategisch beleid, een sterke cultuur en het ontwikkelen van talent op basis van hun vaardigheden en toekomstpotentieel.

[Meer over onze HR-software](#)





BCS HR Software

Het Zuiderkruis 29
5215 MV 's-Hertogenbosch
Nederland

E verkoop@bcs.nl

T 088 123 28 28

www.bcs-hr.com