A hand holding a black smartphone against a light-colored wooden surface. In the background, a window with horizontal blinds is visible, letting in natural light. The overall scene is warm and professional.

Successvolle

Referral Recruitment

Expansion

Wanneer het invullen van (specifieke) vacatures een structureel en groot probleem wordt voor een organisatie, is het tijd om hier serieus aandacht aan te geven. Vaak zijn er verschillende oorzaken die het lastig maken om een vacature in te vullen. Iedere doelgroep vraagt om een andere benadering met andere middelen en uitingen. Er zijn vele instrumenten, maar welke kun je het beste kiezen?


De snelste en meest effectieve manier is referral recruitment. Niets is namelijk zo krachtig als de aanbeveling en ervaring van een bekende. In de Verenigde Staten is referral recruitment het belangrijkste wervingskanaal. In Nederland is het aan een opmars bezig en wordt er momenteel zo'n 390 keer per maand in Google gezocht op 'referral recruitment'. Wanneer je een Google zoekopdracht doet vind je meer dan 49 miljoen resultaten over dit onderwerp.

Maar wat is referral recruitment nu precies?

Wat is referral recruitment?

Referral recruitment klinkt complex maar dat is het niet. Het is namelijk niet meer dan het werven van nieuwe medewerkers via het bestaande (medewerkers) netwerk. Het opzetten van een referral programma is hierbij een uitkomst. Tenminste, als je het goed uitwerkt en aanpakt.

Met een referral programma identificeer je potentiële kandidaten in het (sociale) netwerk van bestaande medewerkers. Dit programma moedigt medewerkers aan om in hun eigen netwerk op zoek te gaan naar geschikte kandidaten voor bepaalde vacatures. Als dank voor het aandragen van een kandidaat, kan de medewerker doorgaans een beloning ontvangen die echt interessant wordt als de kandidaat is aangenomen.



Bijna 30% van de succesvolle hires verloopt via referral recruitment

Referral recruitment is effectief

Referral recruitment is een buitengewoon effectieve methode om aan goed, nieuw personeel te komen. Wanneer je bijvoorbeeld 100 medewerkers met 150 vrienden en contacten hebt dan heb je al een potentieel van 15.000 contacten. Je kan dus eenvoudig gebruik maken van dit netwerk. Dit resulteert vaak in positieve ervaringen voor alle betrokkenen.

De belangrijkste voordelen:

- De vacatures worden sneller ingevuld. Met een gedege referral recruitmentprogramma zien organisaties hun recruitmentkosten flink teruglopen. En is met referral recruitment gemiddeld **de vacature binnen 30 dagen ingevuld**.
- De kwaliteit van de kandidaten is beter. Dit komt doordat medewerkers hun eigen geloofwaardigheid en reputatie op het spel zetten en daarom niet zomaar iemand zullen aandragen. Gemiddeld wordt ongeveer **1 op de 5 referral kandidaten aangenomen**.
- Het verloop onder medewerkers via referral recruitment is bewezen lager. **Na 3 jaar werkt een kleine 50% nog bij de organisatie**. Bij alle andere wervingskanalen ligt dit tussen de 20 en 40%.
- Bij het vervullen van specialistische vacatures (denk aan IT) is het effectief dit via eigen medewerkers te doen die zich in deze kringen bevinden.
- Continu stroom van kandidaten. De beloning voor een werknemer is doorgaans een sterke stimulans om continu kandidaten bij de organisatie aan te brengen. Ruim de helft van de medewerkers ziet dit als een enorme motivatie om kandidaten aan te brengen.
- Hogere betrokkenheid van de medewerkers en betere employer branding. De medewerkers worden betrokken bij een gezamenlijk doel en worden zo actiever betrokken bij de organisatie. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat **70% van de 'referral medewerkers' past bij de organisatie en de organisatiecultuur**.

Referral recruitment resulteert in lagere kosten, hogere kwaliteit van de kandidaten, snellere resultaten en minder verloop van personeel. Met de huidige schaarste op de arbeidsmarkt en gebruik van social media zal referral recruitment alleen nog maar een hogere vlucht nemen. Dus waar wacht je nog op?

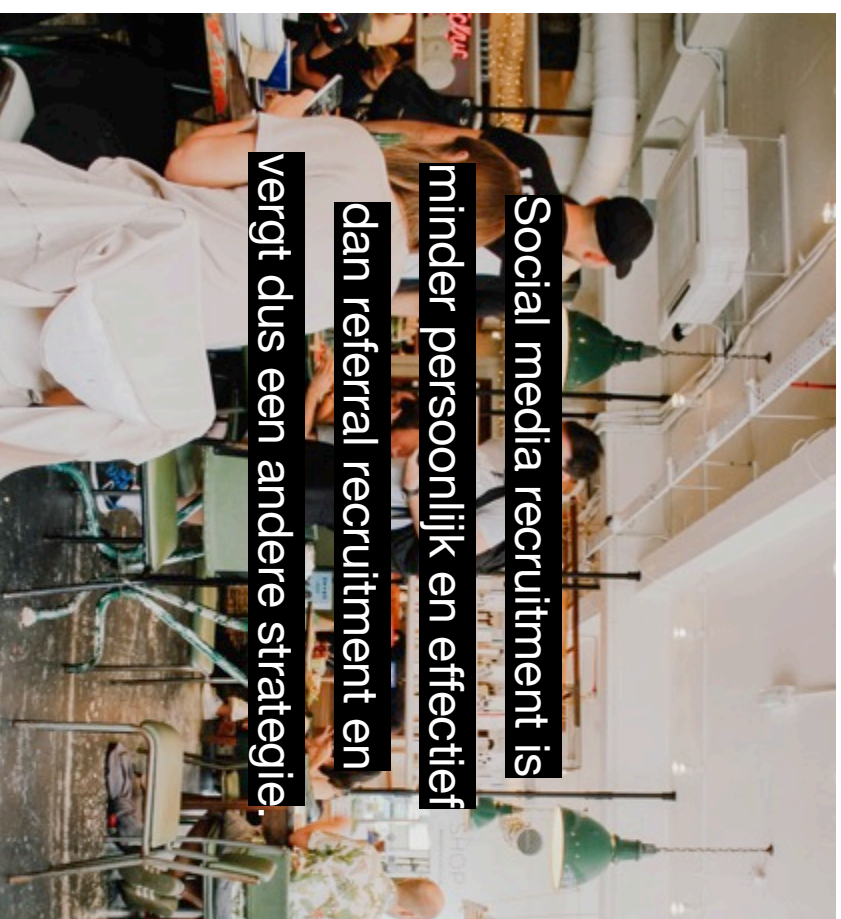
En social media recruitment dan?

Het is belangrijk het verschil tussen social media recruitment en referral recruitment te benoemen. Social media recruitment kan een vorm zijn van referral recruitment. Social media recruitment, het woord zegt het al, is het gebruiken van sociale media kanalen ter ondersteuning van de recruitment-activiteiten.

Het bereik van social media is enorm. In Nederland maken meer dan 4 miljoen mensen gebruik van LinkedIn, meer dan 7,5 miljoen Nederlanders maken gebruik van Youtube en meer dan 9,5 miljoen personen gebruiken Facebook. Ondanks dat het bereik op deze kanalen zo groot is, is het belangrijk om erbij stil te staan dat elk social mediakanaal een andere doelgroep heeft.

Om de juiste kandidaten te bereiken, is het daarom belangrijk om voor elk kanaal een aparte strategie te ontwikkelen welke additioneel en complementair aan elkaar zijn. Social media recruitment is minder persoonlijk en effectief dan referral recruitment en vergt dus een andere strategie. Dit is vaak een complexere aanpak en kost meer tijd. Veel organisaties schieten met hagel via social media, referral recruitment is kleinschaliger en effectiever gebleken.

Social media recruitment is minder persoonlijk en effectief dan referral recruitment en vergt dus een andere strategie.

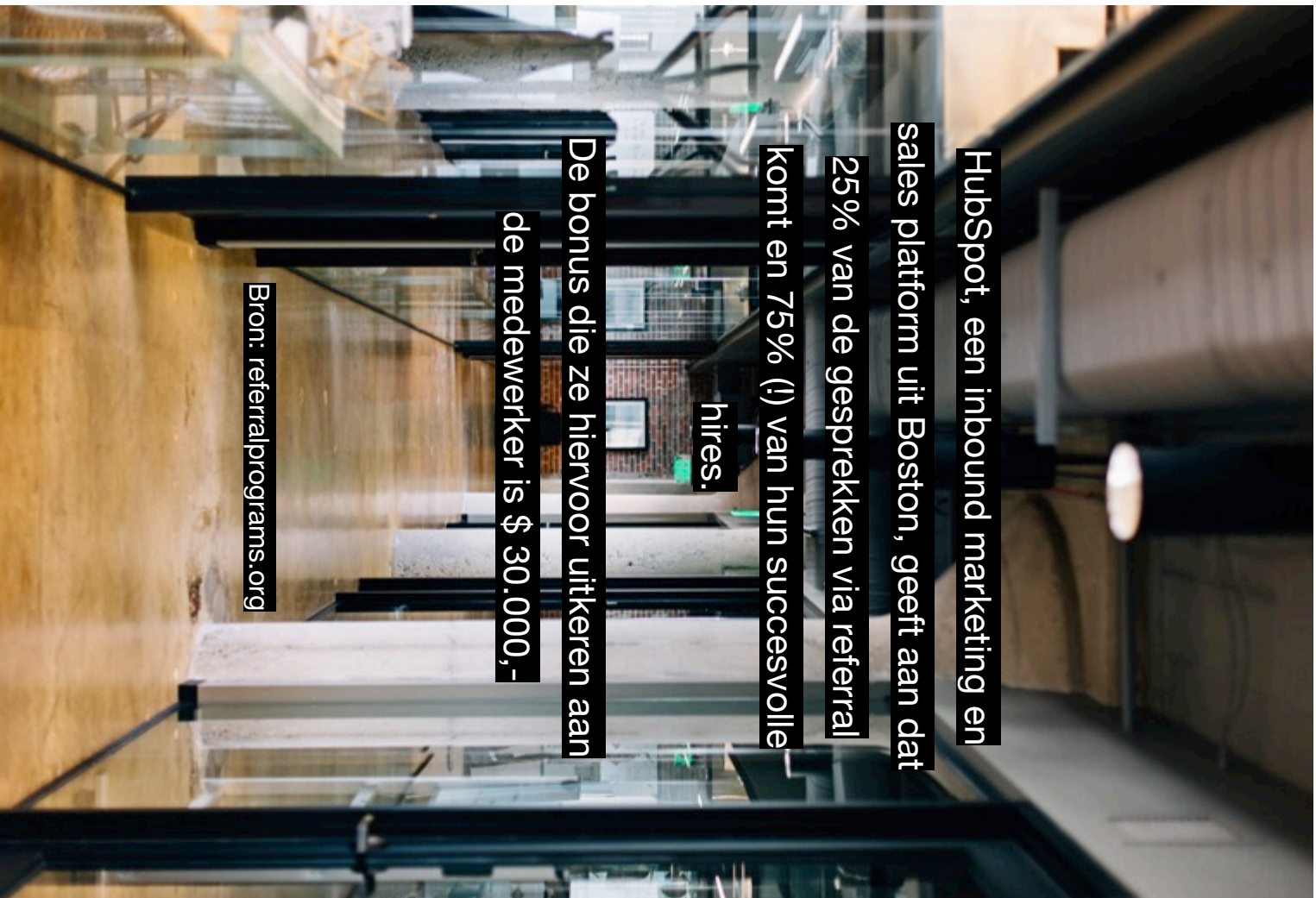


Waarom gebruikt niet iedereen referral recruitment?

Natuurlijk wil je maximaal gebruik maken van de netwerken van jouw medewerkers. Je wilt graag een eenvoudige en professionele recruitment tool. Daar begint echter de zoektocht. Zoals gezegd moet het een eenvoudige tool zijn die overal en op ieder moment te gebruiken is.

De laatste tijd schieten referral tools als paddenstoelen uit de grond. Echter blijken deze tools vaak te complex en worden dan ook buiten werktijd te weinig gebruikt. Er wordt vaak met hagel geschoten waar zo nu en dan een voltreffer tussen zit. Het ontbreekt aan een directe verbinding met actuele en nijpende vacatures en de communicatie naar de medewerkers. Terwijl dit een van de belangrijkste succesfactoren is voor referral recruitment.

In het vervolg van deze whitepaper gaan we verder in op deze essentiële punten om dit proces en het gebruik van referral tools tot een succes te maken.



HubSpot, een inbound marketing en

sales platform uit Boston, geeft aan dat

25% van de gesprekken via referral

komt en 75% (!) van hun succesvolle

hires.

De bonus die ze hiervoor uitkeren aan

de medewerker is \$ 30.000,-

Bron: referralprograms.org

Hoe zet je referral recruitment optimaal in?

Veel bedrijven erkennen het succes van referral recruitment bij het vinden van geschikt personeel. **Referral recruitment is voor**

bijna 60 procent van de organisaties van belang, blijkt uit

Stand van Werven 2017. Aan de andere kant wordt het referral recruitment proces vaak nog onvoldoende goed georganiseerd en hierdoor worden niet alle voordelen benut.

Wil je een referral programma ontwikkelen, inzetten en de juiste tools gebruiken? Dan zijn dit de 5 belangrijkste aandachtspunten van effectief referral recruitment.

1. Communicatie
2. Draagvlak
3. Duidelijke regelingen, procedures en beloningen
4. Meten en optimaliseren
5. Ondersteuning met referral tools

1. Communicatie

Het begint allemaal met communicatie. Communiceer het belang en de meerwaarde van een goed referral recruitmentprogramma. Medewerkers zullen hierdoor beseffen dat het belangrijk is om vacatures snel in te vullen. Wees hierin transparant. Niet alleen de kosten maar ook bezetting en groei doelstellingen zijn afhankelijk van een goed referral recruitmentprogramma. Betrek je medewerkers in deze denkwijze en maak ze medeverantwoordelijk voor het succes en falen.

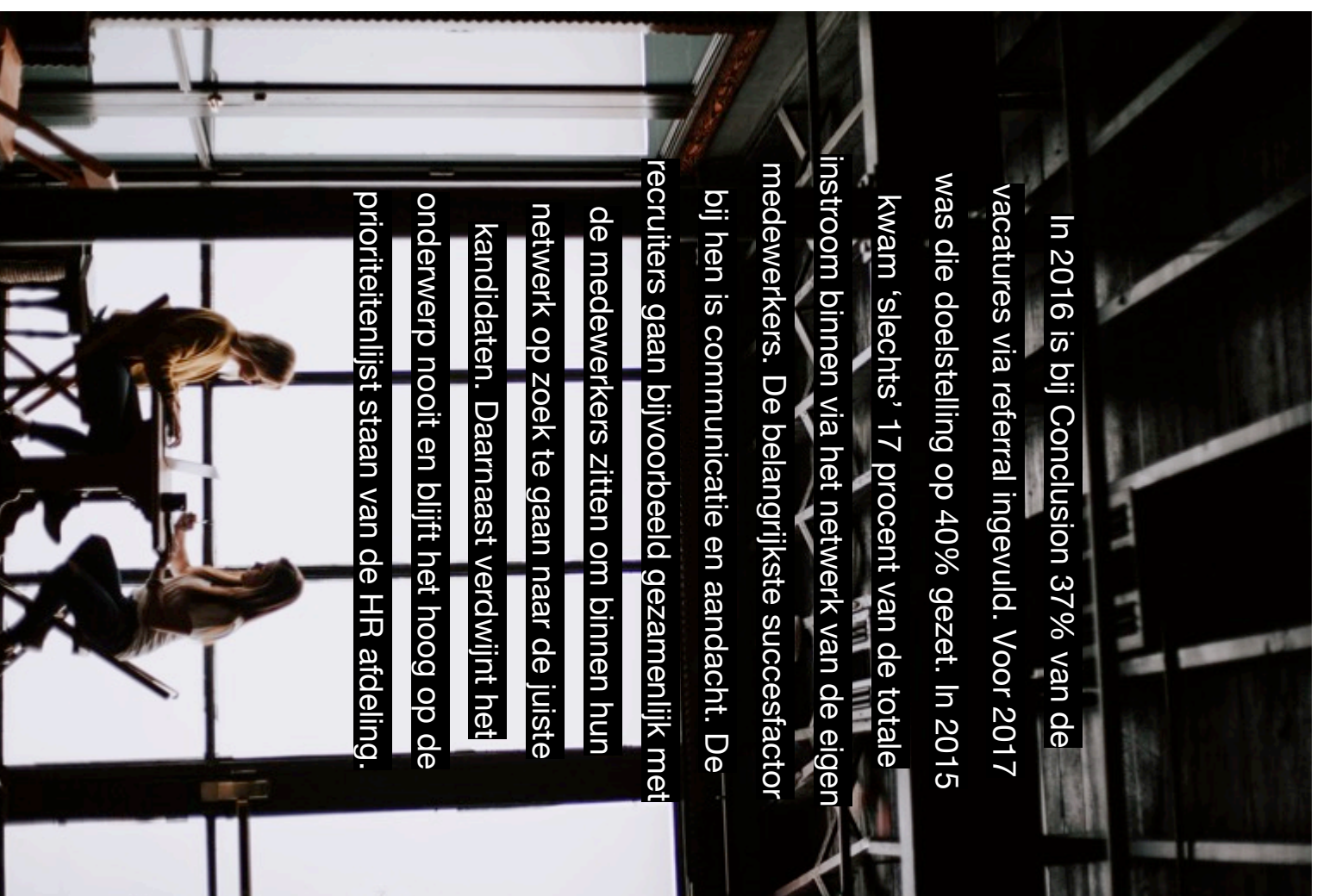
Het onder de aandacht brengen en houden van het programma en het stimuleren tot deelname is hierin zeer belangrijk. In de communicatie moet duidelijk tot uiting komen hoe het referralprogramma eruitziet. Welke vacature(s) staan open, aan welke eisen moeten medewerkers voldoen en waaruit bestaat de beloning. Het is met name belangrijk dat er zoveel mogelijk informatie over de openstaande vacature(s) wordt gegeven.

Medewerkers moeten als ware ambassadeurs over deze vacature(s) vertellen binnen hun netwerk.

Het regelmatig herhalen van het nut van het programma, de uitgangspunten en waar meer informatie te vinden is, aan de medewerkers is belangrijk. Verder is het belangrijk medewerkers te laten weten hoe hun netwerk invloed heeft op het wervingsproces. Deel de ervaringen. Wat zijn de successen? Wat zijn de learnings?

Door medewerkers op de hoogte te houden van de status van de sollicitatieprocedure en de resultaten, wordt de betrokkenheid verder vergroot. Dit kan hen enthousiasmeren en aansporen om hun netwerk nog effectiever of vaker in te zetten. Gebruik het onderwerp eventueel ook in beoordelings- en functioneringsgesprekken.

In 2016 is bij Conclusion 37% van de vacatures via referral ingevuld. Voor 2017 was die doelstelling op 40% gezet. In 2015 kwam 'slechts' 17 procent van de totale instroom binnen via het netwerk van de eigen medewerkers. De belangrijkste succesfactor bij hen is communicatie en aandacht. De recruiters gaan bijvoorbeeld gezamenlijk met de medewerkers zitten om binnen hun netwerk op zoek te gaan naar de juiste kandidaten. Daarnaast verdwijnt het onderwerp nooit en blijft het hoog op de prioriteitenlijst staan van de HR afdeling.



2. Draagvlak

Een van de belangrijkste succesfactoren voor goede referral recruitment is draagvlak. Het personeel moet op de hoogte zijn van de vacatures en aangespoord worden om via het eigen netwerk geschikte kandidaten voor te dragen.



In Nederland zegt 77 procent van de 'betrokken en gelukkige'

werknemers zijn werkgever aan te bevelen aan anderen.

In Engeland is dit zelfs nog hoger:

87 procent, terwijl het in België

juist 'maar' 70 procent is.

Bron: Onderzoek: Ayming Consulting Group.

Belangrijk is om (intern) onderzoek te doen wanneer je als organisatie met referral recruitment start. Vraag naar de beweegredenen van medewerkers om mee te werken. En ontdek ook welke weerstanden er (mogelijk) zijn. Welke informatie hebben medewerkers nodig om een kandidaat enthousiast te maken? Zijn ze handig met alle social media? En hoe worden ze het liefst beloond voor hun inspanningen? Kortom verdiep je in jouw medewerkers en ga met hen in gesprek om referral recruitment tot een succes te maken. Zo krijgen medewerkers het gevoel dat zij onderdeel zijn van het strategieprogramma en er ook echt naar hen geluisterd wordt. Op deze manier zullen medewerkers het programma eerder omarmen en uitdragen.

Draagvlak kan verder gecreëerd worden door de medewerkers die daadwerkelijk zorgen voor nieuw personeel, te belonen. Dit kan met geld of eventueel in natura. Denk aan reisesjes, producten van het bedrijf of bijvoorbeeld vrije tijd. Op deze manier beloon je ook de loyaliteit die deze medewerkers tonen naar het bedrijf.

3. Duidelijke regelingen, procedures en beloningen

Maak de regelingen en procedures voor de medewerkers niet te moeilijk. Te veel regels en voorwaarden vormen een drempel om deel te nemen. Maak ook de beloningen inzichtelijk en denk aan scenario's zoals aangebrachte kandidaten die uiteindelijk op een andere functie worden aangenomen. Maak het programma dus vooral helder en hierdoor activeer je zoveel mogelijk medewerkers.

Geef sollicitanten die via een medewerker op een vacature hebben gereageerd voorrang. Dit laat de medewerker zien dat hun hulp wordt gewaardeerd. Een keer slecht omgaan, in de ogen van die medewerker, met een kandidaat en hij of zij zal niet zo snel meer een kandidaat aandragen. Daarnaast zijn deze kandidaten vaak serieus en heeft er al een vorm van voorselectie plaatsgevonden, waardoor de kans dat ze geschikt zijn voor de baan groter is.

Belangrijk: Zorg voor een goede beloning. Naast waardering is een 'referral vergoeding' ook een extra aanmoediging voor de medewerkers. In de meeste gevallen is dit juist de doorslaggevende factor. Maar ja, wat is een juiste vergoeding?

Wanneer je kiest voor een financiële vergoeding kun je kiezen voor een standaard vergoeding of je laat de hoogte afhangen van de schaarheid van de gezochte kandidaat. Aanbrengers van kandidaten voor hogere of moeilijk in te vullen functies krijgen daarmee hogere bonussen. Zorg ervoor dat de uitbetaling duidelijk is, zowel het bedrag als het tijdstip. Wanneer keer je uit, wanneer de kandidaat is aangenomen, na 1 maand werken of nog een andere periode? Ruim de heft van de medewerkers zien een financiële beloning als een enorme motivatie om kandidaten aan te brengen. Er zijn ook voorbeelden waar de vergoeding wordt gedeeld onder de referrer en de nieuwe medewerker.



Het in New York gevestigde bedrijf Axial is zeer actief met referral recruitment. Alex Steinberg, Axial-recruiter, zegt dat referral recruitment heeft bijgedragen aan het aantrekken van het juiste talent in de competitieve arbeidsmarkt in New York. Daarnaast heeft het ook een positief effect op het behouden van een positieve werkomgeving met topprestaties. Axial stimuleert haar werknemers om referrals in te dienen door creatieve benaderingen voor werknemersherkenning te bedenken. Het recruitmentteam presenteert bijvoorbeeld medewerkers die kandidaten voorstellen met een vintage Axial T-shirt tijdens corporate vergaderingen. Vanwege leuke acties als deze, zijn de eigen medewerkers goed voor 29% van het totaal van de Axial-medewerkers. Er hoeft dus niet direct een financiële beloning tegenover te staan om referral recruitment tot een succes te maken. Ook het Amerikaanse Thumbtack bood een wereldreis aan de medewerker die de meeste kandidaten aanbracht. Door het spelelement en de onderlinge competitie in het proces resulteerde dit in een hoge medewerkersbetrokkenheid.

Het invullen van een referral duurde slechts 1 minuut en in no-time waren er 25 nieuwe medewerkers aangenomen.



5. Ondersteuning met referral tools

Nadat alle noodzakelijke voorbereidingen zijn getroffen gaat referral recruitment pas echt beginnen. Als organisatie wil je natuurlijk maximaal gebruik maken van de netwerken van jouw medewerkers. Een eenvoudige professionele recruitment tool die overal en altijd toegankelijk is en die het gehele referral proces beheert is essentieel.

Vooraf het doorsturen van de vacature of het aannemen van een interesseprofiel van de kandidaat moet gemakkelijk zijn. De medewerker en kandidaat kunnen bijvoorbeeld de gegevens en wensen van de kandidaat invullen. Denk hierbij aan naam, email, telefoonnummer, locatie en het vakgebied waar interesse in is. Via een referral tool kan de kandidaat het gehele proces doorlopen. Er dient een actieve terugkoppeling naar de gebruikers aanwezig te zijn inclusief status updates gedurende het gehele selectieproces. Zo houd je de betrokkenheid bij het proces en geef je een beeld van waardering naar de werknemers. In de tool moet nauwkeurig worden vastgelegd wie welke

kandidaat heeft aangedragen en wanneer, zodat de beloning kan worden uitbetaald.

Zoals eerder aangegeven zijn de huidige tools vaak te complex en worden dan ook buiten werktijd te weinig gebruikt. Tervrijl dit een van de belangrijkste succesfactoren is voor referral recruitment. Floyd & Hamilton heeft hierin een doorbraak bereikt met de ReferralApp. Deze wordt verderop in het whitepaper verder toegelicht.

Salesforce geeft aan dat 35% van de gesprekken via referrals komt en 55% van hun succesvolle hires.

Bron: referralprograms.org



6. Meten en optimaliseren

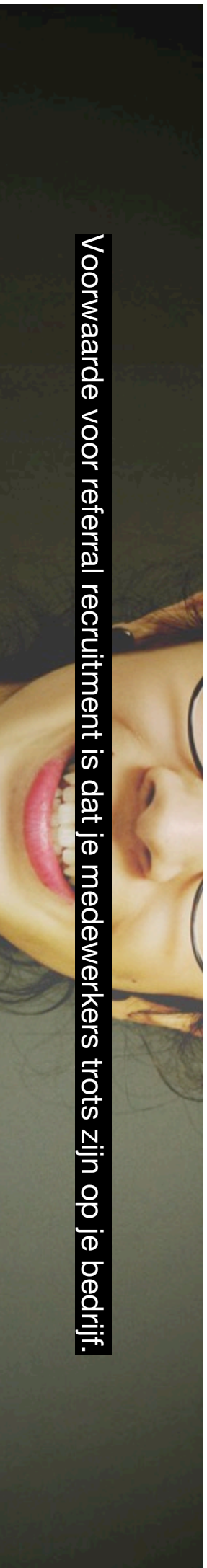
Meet en evalueer de resultaten van het referral recruitmentprogramma. Wat levert het op? Wat kost het? Ook in vergelijking met andere wervingskanalen. Eventueel kan het referralprogramma worden aangepast om het zo goed mogelijk te laten renderen. Wanneer je nog niets tot weinig doet met referral recruitment dan is een reëel doelstelling dat 1 op de 5 kandidaten wordt aangebracht via referers. Anders kun je de doelstelling verhogen.

Alle genoemde factoren hebben met elkaar te maken en bepalen het succes van je programma. Wanneer je een of meerdere factoren niet op orde hebt zal het totale programma niet de juiste resultaten opleveren. Het alleen roepen van een beloning voor het aanbrengen van nieuwe medewerkers is geen garantie op succes. Een organisatie die begint aan referral recruitment moet dus rekening houden met alle bovenstaande succesfactoren en blijven communiceren met hun medewerkers.

Waar verder rekening mee te houden?

Belangrijk voor succesvolle referral recruitment is wel dat je medewerkers trots zijn op je bedrijf. Als dat niet zo is, zullen ze niet zo snel hun netwerk openstellen. Daarnaast moet de beloningsstructuur niet zorgen voor kliekjes, omdat veel personen elkaar ook buiten het werk kennen. Verder moet er sprake zijn van een zorgvuldige sollicitatieprocedure. Je wilt namelijk goed omgaan met het netwerk van je medewerkers zodat ze zich niet hoeven te schamen voor hun werkgever. Houd het gehele proces dus wel goed in de gaten en overleg en communiceer regelmatig met je werknemers. En last but not least; zorg voor een goede informatieve en effectieve recruitment-site. Alle marketing- en recruitmentuitingen komen op namelijk op 1 plek uit: de recruitment-site.

Voorwaarde voor referral recruitment is dat je medewerkers trots zijn op je bedrijf.



ReferralApp

Floyd & Hamilton heeft een referral tool ontwikkeld die eenvoudig en effectief werkt. Met behulp van de ReferralApp kunnen medewerkers eenvoudig nieuwe collega's werven, die ze tijdens werk of in privétijd spreken, en hier voor beloond worden. De ReferralApp werkt heel eenvoudig:

1. Kandidaat aanmelden

De medewerker (referrer) spreekt iemand die aangeeft wel interesse te hebben in het bedrijf, vult de gegevens en wensen van de kandidaat in, zoals naam, email, telefoonnummer, locatie en het vakgebied waar interesse in is.

2. Persoonlijk bericht

De kandidaat ontvangt een persoonlijke e-mail of sms bericht met een link naar een persoonlijke landingspagina.

3. Persoonlijke landingspagina

Op deze pagina wordt de kandidaat persoonlijk gewezen op de relevante carrièremogelijkheden, de vacatures, testimonials en



**De medewerker spreekt iemand die aangeeft wel
interesse te hebben in carrièremogelijkheden bij
het bedrijf en kan direct als referrer optreden met
gebruik van de ReferralApp**

en andere relevante content. Een kandidaat komt dus niet op een generieke website, maar in een compleet op hem/haar toegesneden wereld maar hij /zij persoonlijk wordt benaderd en aangesproken. Een impactvol event!

4. Sollicitatie

Via het persoonlijke pad solliciteert de kandidaat op een vacature en gaat het sollicitatieproces in (of laat een job-alert achter).

5. Beloning voor referral

Medewerker krijgt een beloning voor het aanbrengen van een nieuwe collega. Dit kan in geld, aantal punten of een tegoed. De hoogte en het moment (sollicitatie, gesprek, aanname of door de proeftijd heen) van de beloning is per vacature in te stellen.

6. Analyse

Recruiters kunnen inzien hoe de referrals converteren, maar ook medewerkers kunnen inzien hoe ze presteren ten opzichte van collega's. Op deze manier kan het referral programma verder worden geoptimaliseerd.



Iedere persoon die door een referrer wordt

aangedragen ontvangt een link naar een

persoonlijke landingspagina waar hij

geinformeerd en geïnspireerd wordt.

Wat doen wij en wie zijn wij?

Als team enthousiaste en deskundige specialisten adviseert en ondersteunt Floyd & Hamilton organisaties op de raakvlakken van online marketing en recruitment bij vraagstukken op het gebied van recruitment websites, applicant tracking, preselectie en referral recruitment

Bekijk onze referenties en extra informatie op de website:
www.floydhamilton.nl

En hoe scoort jouw organisatie?

Heeft jouw organisatie al een eenvoudige referral tool, zijn jullie hiermee bezig of staat dit project nog in de kinderschoenen?

Laat Floyd & Hamilton een gratis advies uitvoeren om te kijken hoe jouw organisatie referral recruitment kan opzetten, verbeteren en/of extra bezoekers kan trekken naar de website. Aan de hand van de belangrijkste punten nemen wij jouw website door en kijken wij naar alle mogelijkheden. Onder

andere Binck Bank, Eneco, Coolblue en Innogy/Eneco kozen al voor onze ReferralApp.

Neem gerust contact op met ons.

Ramses Serno, Founder, CEO

serno@floydhamilton.nl

Of bel naar 06 424 786 56



Karlien Donders, Founder, COO

donders@floydhamilton.nl

Of bel naar 06 524 511 77

