

Nepvacature nekt banensite

Vacaturesites zijn vaak vervuild met nepbanen en verouderde profielen van baanzoekers. Voor zowel werkgever als werkzoekende is het daarom te vaak zoeken naar een speld in de hooiberg. UT-promovenda dr. Elfi Furtmueller denkt daarom dat sollicitanten en bedrijven op een creatievere manier aan elkaar gekoppeld moeten worden.

door Jan Ruesink

Surfend naar een nieuwe functie zal menigeen het wel eens overkomen zijn. De mooie baan die erop prijkt, is allang vergeven of blijkt eigenlijk alleen maar een lokkertje om je persoonlijke gegevens te ontfutselen. Of je stuurt een mail naar een wervingsbureau en je hoort er nooit meer iets van. Andersom gebeurt het net zo goed dat sollicitanten totaal niet aan het profiel voldoen of ooit eens hun cv hebben gedropt, maar helemaal niet meer zoekende zijn of hun profiel niet meer ververst hebben. Volgens UT-wetenschapper Elfi Furtmueller raken met name algemene vacaturesites hierdoor steeds meer vervuild en verouderd. Ze beginnen een beetje te lijken op de kaartenbakken van het oude arbeidsbureau waar soms nog vacatures van allang opgeheven bedrijven in zaten. Voor werkzoekers is dat frustrerend, maar ook voor recruiters en bedrijven. „Daarom zie je bedrijven terugkeren naar ouderwetse, meer vertrouwde vormen van werving, zoals advertenties in kranten, carrierebeurzen en persoonlijke doorverwijzingen”, zegt de Oostenrijkse die afgelopen vrijdag aan de Universiteit Twente is gepromoveerd



Elfi Furtmueller

Elfi Furtmueller, onderzoeker aan de UT-leerstoel verandermanagement en organisatiegedrag behaalde eerder een doctoraat in Linz, Oostenrijk. Ze is oprichter van de Oostenrijkse jobportal absolventen.at. De komende drie jaar zet ze haar onderzoek aan de UT voort.

op haar dissertatie „Using technology for global recruitment”, dat de zwakke plekken van online-personeelswerving feilloos blootlegt. Furtmueller (34) beaamt dat het online solliciteren en werven nog steeds groeit. „Het is namelijk veel goedkoper dan traditioneel werven, je kunt online video's vertonen en als je grote hoeveelheden functies kunt aanbieden, is het voor werkzoekenden

aantrekkelijk om op die sites te kijken en te reageren. Maar veel sites zijn vervuild met nepfuncties of niet meer bestaande banen, die bedrijven er alleen om marketingredenen opzetten. Andersom zien ook de recruiters niet meer of een werkzoekende nog echt op zoek is naar ander werk. Zo wordt het vinden van de juiste match zoeken naar een speld in een hooiberg”. In haar promotiestudie bepleit ze daarom vacaturesites op twee manieren te veranderen: ten eerste moeten ze zich meer richten op een niche (bijvoorbeeld een bepaalde beroepsgroep, regio of sector) en ze moeten dynamischer en interactiever worden. Furtmueller: „Niche-carrièresites richten zich op bijvoorbeeld nanotechnologen, chemici, bouwkundigen, afgestudeerden van één universiteit of mensen in een bepaalde regio. Daar kun je als recruiter en sollicitant veel gericht zoeken. Het andere voordeel is dat je zo'n site tot trefpunt van gelijkgestemden kunt maken, door er nieuws, opinie en achtergronden op te zetten, waardoor mensen steeds terugkeren naar die site. Daarom denk ik ook dat vacaturesites van regionale kranten toekomst hebben, maar dan moeten ze wel een betere IT-infrastructuur hebben dan nu. Het herken-



nen van zoekopdrachten kan veel slimmer dan het systeem alleen laten afgaan op woorden als monteur of operator. Je moet semantische technieken inzetten om woordengroepen met elkaar te associëren.” Verder moeten banensites volgens Furtmueller interactief en dynamischer worden. „Werkzoekenden moeten meer gestimuleerd worden vaak terug te komen en



Speuren op banensites lijkt soms veel op zoeken naar een speld in de hooiberg. fotobewerking Annina Romtja

hun cv regelmatig te updaten. Dat kan door spelelementen in te bouwen. Bijvoorbeeld door je cv te vergelijken met die van anderen. Als jij bijvoorbeeld vijf talen beheerst of tien jaar buitenlandervaring hebt, kan het systeem aangeven dat jij tot de top 5 van je beroepsgroep of regio behoort. Dat geeft kandidaten meer zelfvertrouwen en stimuleert ze die eigenschappen

te benutten in sollicitaties." Furtmueller denkt ook aan het belonen en bestraffen van werkzoekenden en recruiters die hun informatie al dan niet regelmatig verversen. „Met extra punten kom je dan beter in beeld bij je doelgroep. Tot slot zou je ook regelmatig moeten aangeven of je echt op zoek bent voor een nieuwe functie, wel openstaat voor een aanbod of op dit moment

in je functie wil blijven. Dit alles natuurlijk met de nodige privacygaranties. Je moet informatie kunnen afschermen tegen bijvoorbeeld je eigen werkgever." Doel van dit alles is een band scheppen op lange termijn. „Carrière maken houdt niet op bij veertig jaar. Daarna ontwikkel je andere competenties en het is goed als je die ook deelt met geïnteresseerde werkgevers.”