

**BOARD**  
refreshment

connect tomorrow  
think the unusual suspects

From  
another  
point of  
view.

## VACATURE IN DE RAAD?

Een toenemend aantal mensen verkrijgt hun commissariaat via een advertentie en in toenemende mate houden mensen vacatures voor toezichthoudende rollen in de gaten. Dit kan dus een goede manier zijn om mensen te bereiken die je zelf niet top of mind hebt.

Overweeg je de search voor een vacature in eigen beheer te doen maar heb je geen idee hoe jij de juiste kandidaat gaat vinden? Of misschien nog wel belangrijker: hoe de juiste kandidaat jou gaat vinden!

In vijf stappen breng je de juiste kandidaat naar jou!

# STAP 1

## WIE IS DE JUISTE KANDIDAAT?

Voordat je op zoek kan gaan naar de juiste kandidaat is het belangrijk dat je eerst het profiel van de juiste kandidaat vaststelt. Dit klinkt heel logisch maar dit is zeker niet simpel. Uiteindelijk wil je iemand aan je raad toevoegen die vier jaar en mogelijk zelfs twee keer vier jaar een bijdrage gaat leveren aan de organisatie. Dit betekent dat je het goed is om te kijken naar welke rollen en competenties in de komende jaren vacant worden en welke rollen en competenties in de komende jaren gaan spelen. Met welk profiel kan de raad kennis waarborgen, aansluiting bij de stakeholders vinden en inspelen op de snelle ontwikkelingen in de sector?

Benieuwd naar een casus? [Lees hier onze ervaringen.](#)

Goed in beeld hebben wie jouw juiste kandidaat is, gaat ook helpen in het kiezen van de juiste communicatiekanalen wanneer je de vacature gaat uitzetten.

## STAP 2

# DE CUSTOMER EXPERIENCE

Als er iets belangrijk is binnen de werving en selectie is het wel aandacht voor de kandidaat. Begin daarom bij het opstellen van een vacature met de 'customer experience': Wat is de procedure? Wie wordt het aanspreekpunt omtrent de procedure (denk bijvoorbeeld aan agenda beheer)? Wie wordt het aanspreekpunt voor inhoudelijke vragen? Waar komen de sollicitaties binnen en wie zorgt voor de ontvangstbevestiging? Maak een tijdsplanning en neem deze mee in je communicatie naar kandidaten. Dan kunnen kandidaten daar rekening mee houden en dat scheelt afstemmen van agenda's later in het traject.

Maak duidelijke afspraken met elkaar want niets is zo zonde als dat de juiste kandidaat door een onduidelijke procedure tussen wal en schip belandt...

## STAP 3

# EEN AANTREKKELIJKE VACATURE

Begin met een goede elevator pitch van de organisatie. Vertel wat de organisatie uniek maakt, wat zijn de waarden, wat zijn de producten of diensten, wie zijn de belangrijkste stakeholders en vertel indien mogelijk ook over de kansen en uitdagingen.

In de meeste vacatureteksten voor een lid Raad van Commissarissen of Raad van Toezicht staan de reguliere competenties en kennis die behoren bij een toezichthoudende rol. Maar deze competenties spreken vaak voor zich. Wil je echt de juiste kandidaat te bereiken? Zorg dan dat je vooral duidelijk formuleert welke extra kennis e/o competenties je zoekt om je team te completeren. Des te specifieker je bent, des te makkelijker het is om de juiste kandidaat te bereiken en te activeren om te reageren op de vacature.

[Meer weten over hoe je een vacature tekst opbouwt?](#)

Let op: vergeet ook niet om in de vacaturetekst op te nemen wie gebeld kan worden voor inhoudelijke vragen en via welk kanaal contact opgenomen kan worden voor vragen t.a.v. het proces.

## STAP 4

# BETREK DE STAKEHOLDERS

Breng in kaart wie vooraf geïnformeerd moet zijn over de vacature en betrek waar mogelijk de stakeholders (bv. OR en cliëntenraad). Door stakeholders vroeg in het proces te betrekken, krijg je beter zicht op wat er speelt binnen de organisatie en wat voor competenties de juiste kandidaat over zou moeten beschikken om hierop aan te sluiten. Later in het proces hoop je hiermee ook het draagvlak te creëren voor de door jullie gekozen juiste kandidaat.

Daarnaast zijn stakeholders een erg groot en belangrijk kanaal om de vacature te verspreiden. Zij zullen vanuit intrinsieke motivatie de vacature onder de aandacht brengen bij de kandidaten waarvan zij geloven dat het de geschikte kandidaat is. Zo heb je niet alleen een groter bereik maar ook nog eens een gericht bereik.

## STAP 5

# SPREAD THE WORD

Staat jouw ideale kandidaat op papier? Is het proces uitgedacht? Een aantrekkelijke vacature tekst opgesteld? Zijn de stakeholders meegenomen en op de hoogte? Dan is het nu tijd om jouw vacature onder de aandacht te brengen van de juiste kandidaat. Kies de communicatiekanalen die bij jouw organisatie passen:

### **Printmedia**

Het voordeel van Printmedia is dat het heel gericht kan worden ingezet. Heeft jouw raad behoefte aan een kandidaat met een sterk lokaal netwerk, dan kun je ervoor kiezen om in een lokale krant te adverteren. Een lokale krant heeft een heel gericht bereik en het scheelt ook nog eens aanzienlijk in de kosten vergeleken met een nationale krant. Behoeft een meer specialistische competentie? Overweeg eens om in een vakblad te adverteren. Maar let op: Wanneer je gebruik maakt van Printmedia is het belangrijk om erg bewuste keuzes te maken, want kosten kunnen hoog oplopen.

## Sociale media

Sociale media is niet meer weg te denken uit de communicatiewereld. Maak ook bij het communiceren van de vacature hier handig gebruik van. Sociale media heeft namelijk de kracht (wanneer het goed wordt ingezet) om de vacature als een olievlek te verspreiden. Ook sociale media kan heel gericht worden ingezet. Gebruik de kanalen die je normaal gesproken ook professioneel inzet voor de organisatie.

LinkedIn is waarschijnlijk het meest logische kanaal vanuit professioneel oogpunt en bied daarbij nog een aantal handig opties om het wervingsproces te structureren. Zo kun je op LinkedIn een vacature uitzetten en daarmee de sollicitanten gelijk bijhouden. Maar je kunt ervoor ook kiezen om de vacature als een post te delen, hiermee maak je het voor anderen mogelijk om de post te delen met hun eigen netwerk.

Naast LinkedIn past mogelijk ook Facebook, Instagram, Twitter etc. Zeker wanneer je een nieuwe generatie toezichthouders wilt aanspreken, zijn deze sociale mediakanalen van toegevoegde waarde.

## Vacaturesites

Er zijn tal van platformen die ruimte bieden om je vacature te delen. Voor toezichthoudende rollen wordt veelal gebruik gemaakt van het vacatureplatform [Indeed](#). Maar ook brancheorganisaties zoals bijvoorbeeld in het Onderwijs de [VTOI-NVTK](#) hebben ruimte om vacatures onder de aandacht te brengen. Daarnaast zien we dat kranten ook hun vacaturepagina's digitaliseren, bijvoorbeeld [het Financieele Dagblad](#) en [het NRC](#).

## EN NU TIJD OM DIE KANDIDAAT BINNEN TE HALEN...

Nog een aantal belangrijke tips:

- Blijf het proces bewaken.
- Zorg dat elke sollicitant ook de reactie en aandacht krijgt die hij of zij verdient.
- Pak het opgestelde profiel er nog eens bij wanneer je de sollicitaties en motivaties doorneemt.

Een toezichthoudende vacature adverteren zorgt voor zichtbaarheid, transparantie en een grote kans op verassing.



# BOARD refreshment

connect tomorrow  
think the unusual suspects

From  
another  
point of  
view.

Veel succes met de search en bel  
ons vooral als je vragen hebt!

Team Board Refreshment  
tel. 070-3639351