werfstroom

WERVINGSPLAN · INVULVERSIE

Van wervingsdoel naar nieuwe collega's

Een plan om zelf mee aan de slag te gaan. Vul het in met je team: per hoofdstuk een paar vragen, een tabel of een checklist. Zo weet je wie je zoekt, wat er eerst moet staan, en hoe je per vacature elke ronde beter wordt.

Werfstroom · een dienst van Stuut HR & Advies
werfstroom.nl · 06 41 02 46 37 · jarno@werfstroom.nl

Versie november 2026

ZO GEBRUIK JE DIT PLAN

Vijf hoofdstukken, één volgorde

Werven gaat het best in een vaste volgorde: eerst weten wat je wilt bereiken, dan zorgen dat de basis staat, en daarna per vacature een ronde die je steeds beter maakt. Dit plan volgt die volgorde.

1
Huidige situatie
Hoe je nu werft, en wat het oplevert.

2
Wervingsdoel
Welke functies, hoeveel mensen, voor wanneer.

3
Fundament
Je werving op orde, en je verhaal als werkgever.

4
Uitvoering
Aanbod, advertenties, campagnes, opvolgen.

Het vijfde hoofdstuk gaat over meten: wat je elke maand bijhoudt, zodat je ziet wat werkt. Daarna begin je aan de volgende ronde, met alles wat je leerde.

> **Tip:** vul het plan niet alleen in. Een leidinggevende en een collega die het werk zelf doet, weten vaak beter wat een kandidaat wil weten dan wie de vacature schrijft.

HOOFDSTUK 1

Je huidige situatie

Hoe werf je nu? Welke kanalen gebruik je, en wie doet het?

Hoeveel reacties krijg je per maand, en hoeveel daarvan zijn bruikbaar?

Wat kost werven je nu: bureaus, uitzendkrachten, vacaturesites, uren?

Wat blijft er liggen? Waar gaat het nu het vaakst mis?

HOOFDSTUK 2

Je wervingsdoel

Schrijf het doel op voordat er één advertentie is. Dan weet je wanneer het gelukt is.

Functie	Aantal	Voor wanneer	Salaris (van–tot)	Wat mag een aanname kosten?

Harde eisen per functie

Wat moet iemand echt hebben, en wat kan die bij jou leren? Hoe korter deze lijst, hoe meer goede reacties.

Functie	Moet (diploma, rijbewijs, ervaring, regio)	Mag ontbreken, leren we zelf

> **Salaris:** noem altijd een bandbreedte, per maand of per uur, en bruto. De Europese richtlijn loontransparantie geeft sollicitanten het recht op salarisinformatie vóór het eerste gesprek; Nederland voert die regels naar verwachting in per 1 juli 2027 (stand november 2026).

Wie doet wat?

Taak	Wie
Reacties binnen een werkdag bellen	
Beslissen over een kandidaat	
Advertenties en campagnes	

HOOFDSTUK 3

Het fundament

De beste advertentie helpt niet als reacties dagen blijven liggen, of als je niet kunt vertellen waarom mensen bij je werken. Zet eerst deze basis neer.

Je werving op orde

- [ ] Er is één plek waar alle reacties binnenkomen.
- [ ] Het is duidelijk wie beslist over een kandidaat.
- [ ] Elke reactie wordt binnen een werkdag gebeld of geappt.
- [ ] Er zijn vaste vragen voor het eerste telefoontje.
- [ ] Een kandidaat kan een dag of dagdeel meelopen.
- [ ] Er ligt een inwerkplan, met een vaste collega als maatje.
- [ ] Na elke vacature kijken we wat werkte, en wat niet.

Je verhaal als werkgever

Vraag drie tot vijf medewerkers:

- [ ] Waarom ben je hier begonnen?
- [ ] Waarom ben je gebleven?
- [ ] Wat is hier anders dan bij je vorige werkgever?
- [ ] Wat zou je een vriend vertellen die hier wil werken?
- [ ] Wat zou je die vriend eerlijk vertellen over wat minder makkelijk is?

Wat een kandidaat bij jou wint (uit de gesprekken)

HOOFDSTUK 4

De uitvoering, per vacature

Vier stappen, en daarna meten en bijsturen. Vul deze bladzijde per vacature in.

Stap 1 · Aanbod: wat wint een kandidaat bij jou?

Wat krijgt een kandidaat bij jou dat de concurrent niet biedt? Zo concreet mogelijk.

Hoe maak je dat geloofwaardig? Een voorbeeld, een getal, een collega die het zegt.

Hoe snel hoort een sollicitant iets, en hoeveel moeite kost solliciteren?

Stap 2 · Advertenties: drie openingen

Ja-vraag	
Als-dan	
Resultaat (alleen met bewijs)	

Voorbeeld: “Ben je servicemonteur, en wil je ’s avonds gewoon thuis zijn?”

Ruimte voor aantekeningen

HOOFDSTUK 4 · VERVOLG

De uitvoering, per vacature

Stap 3 · Campagnes: waar kijken je kandidaten?

Functie	Begin met	Overweeg ook
Vakmensen in bouw, techniek of productie	Meta (Facebook, Instagram)	Google; TikTok voor jonge instroom
Leerling, BBL'er of starter	TikTok, Instagram	Snapchat
Kantoor, engineer of projectleider	LinkedIn	Google, Meta
Chauffeur, logistiek, zorg	Meta	Google

Budget: begin met minstens € 10 per dag per platform, en geef het een paar weken. Laat het platform optimaliseren op sollicitaties, niet op klikken.

Stap 4 · Opvolgen: het eerste telefoontje

- [ ] Zeg wie je bent en waarom je belt.
- [ ] Vertel in twee zinnen wat het werk is, en noem het salaris.
- [ ] Stel drie vragen die ertoe doen: ervaring, papieren, beschikbaarheid.
- [ ] Spreek een volgende stap af, met dag en tijd.

Twee of drie vragen in het formulier

Vraag nooit naar leeftijd, afkomst, geloof of gezondheid. Bewaar gegevens van wie je niet aanneemt tot vier weken na de procedure; met toestemming tot een jaar.

HOOFDSTUK 5

Meten en bijsturen

Houd elke maand per vacature dezelfde cijfers bij. Dan zie je waar het knelt: bij het bereik, bij de advertentie, of bij de opvolging.

Maand	Bereik	Reacties	Geschikt	Gesprekken	Aannames	Kosten per reactie

Waar zit het?

Weinig bereik	Budget te laag, of de doelgroep te klein of te ver weg.
Wel bereik, weinig reacties	De opening of het aanbod spreekt niet aan. Test een andere opening, en noem het salaris.
Veel reacties, weinig geschikt	De advertentie is te vaag. Noem functie, ervaring en regio, en voeg twee of drie vragen toe aan het formulier.
Geschikt, maar geen gesprekken	De opvolging is te traag. Bel binnen een werkdag.
Gesprekken, maar geen aannames	Het beeld vooraf klopt niet met het werk, of het aanbod is te laag.

Wanneer zijn we tevreden?

Per functie: hoeveel geschikte reacties, gesprekken en aannames, binnen welke termijn?

LIEVER HULP?

Werfstroom doet het met je, of voor je

Wil je dit plan op maat, voor jouw functies? Na een kennismaking van ongeveer een half uur krijg je het ingevuld terug: per functie de aanpak, de kosten, de looptijd en wat we meten. Gratis, en je zit nergens aan vast.

Dienst	Wat ik doe	Prijs
Pilot	Eén vacature, een campagne van vier weken en een evaluatie met cijfers	vanaf € 1.950 eenmalig
Recruitment marketing	Plan, advertenties en campagnes; jij belt de reacties na	vanaf € 1.250 per maand
Werving uit handen	Alles tot het eerste gesprek, ook nabellen en inplannen	vanaf € 2.450 per maand
Interim recruiter	Ik draai tijdelijk mee in je team	tarief in overleg

Alle bedragen exclusief btw en exclusief advertentiebudget, dat je rechtstreeks aan het platform betaalt. Doorlopende diensten: minimaal drie maanden, daarna maandelijks opzegbaar.

Jarno Stuut · 06 41 02 46 37 (ook WhatsApp)

jarno@werfstroom.nl · werfstroom.nl