

9 tips
voor
betere
vacatureteksten



'Volk, volk, volk!' roepen steeds meer bedrijven

3976 open onderwijsvacatures bij de VDAB

200 000 werkzoekenden, en toch raken vacatures niet ingevuld

Dit zijn enkele van de vele krantenkoppen die we de voorbije jaren zagen voorbijkomen. Bedrijven vinden geen werknemers meer. Daar zijn verschillende oorzaken voor.

Een van die oorzaken ligt helaas vaak in de vacaturetekst.

Potentiële kandidaten vinden de vacature niet. (En ja, dat kán aan jouw vacaturetekst liggen.)

Of lezen ze niet wegens onduidelijk.

Of lezen ze wel, maar vinden de beschreven functie niet aantrekkelijk.

Hoeveel tijd besteed jij aan het schrijven van een vacaturetekst? Een half uurtje kopiëren en plakken van bestaande teksten? Stop daarmee!

De vacaturetekst is het eerste contact van een kandidaat met jouw organisatie.

Your first chance to make the first impression.

Ik geef je negen tips waarmee je snel zelf aan de slag kunt om echt goede vacatureteksten te schrijven, die de juiste kandidaat aantrekken.



1. Geen clichés

Wil jij op de verpleegafdeling iemand die *niet* graag mensen verzorgt? Wil jij in je bedrijfskeuken een kok die *niet* graag kookt?

Neen?

Waarom vraag je in je vacaturetekst dan naar iemand die 'affiniteit met verzorging' en 'een passie voor koken' heeft? Voor het merendeel van de koks geldt echt wel dat ze graag koken.

Trap geen open deuren in, **gebruik geen vage woorden**: kandidaten lezen het niet of erger nog, het wekt **weezin op om te solliciteren**.

Een paar voorbeelden hoe het beter kan:



Schrijf niet	Schrijf wel
Je hebt een passie voor koken.	Jouw bloed gaat sneller stromen als je een nieuwe tomatensoort voor de soep ontdekt.
Wij zoeken een creatief persoon.	Wij zoeken iemand die iedere ochtend onder de douche 10 ideeën krijgt voor onze bedrijfsvideo's.
Jij bent flexibel in je werkuren.	Wij verwachten dat je op zaterdag werkt.
Je hebt een dynamisch karakter.	Jouw functie bestaat uit veel verschillende taken, zoals ...
Jij bent proactief.	Technische problemen in de serverroom voorkom jij door fouten in de installaties op te sporen.

Mag je dan nooit meer clichéwoorden gebruiken? Wel, gebruik ze niet te veel. Schrijf **concreet**. Trap niet in de val om een bestaande vacaturetekst zomaar te kopiëren en te plakken. Als je **nadenkt over wat je schrijft**, vermijd je de clichés vanzelf.



2. Locatie, locatie, locatie!

Het lijkt evident om de werkplek te vermelden in de vacaturetekst. Toch ontbreekt in veel vacatures de locatie en moet een kandidaat zelf opzoeken waar een bedrijf gevestigd is.

***Spoiler:** kandidaten zoeken het adres niet op, ze solliciteren simpelweg niet.*

Nochtans is het voor een kandidaat wel belangrijk om te weten of die/zij/hij iedere ochtend 10, 50 of 100 km rijdt naar het werk.

Daarom deze tip: als het kan, zet dan meteen een aantal afstanden mee in de vacaturetekst.

Woon je in Antwerpen stad? Dan ligt jouw nieuwe werkplek in Beveren op 15 km.

Een extra argument voor de locatie: **SEO**. Google plaatst vacatures mét locatie **hoger in de zoekresultaten**.



Zet de locatie van de functie mee in de titel van de vacature.

Is thuiswerk mogelijk? Zet het in de vacature, bovenaan!

SENIOR SYSTEM ENGINEER CENTRUM ANTWERPEN

Antwerpen | Banking, financiële diensten en verzekeringen

Functieomschrijving

Als System Engineer sta je in voor de volgende taken:

bron: SelectHR



3. Het salaris

Mensen praten niet graag openlijk over hun salaris. Toch **verwacht 85% van de sollicitanten wel een salarisindicatie** in de vacaturetekst. Maar 80% van de organisaties vermeldt het salaris niet. (Bron: WaltersPeople.be)

Wil je opvallen tussen de vacatures van concurrenten?

Zet dan een salarisindicatie in de vacaturetekst.

Uit meerdere onderzoeken blijkt dat het salaris in een vacaturetekst voor potentiële kandidaten **een van de belangrijkste triggers is om te solliciteren**. Wees niet bang om met een salarisindicatie sollicitanten mis te lopen: het is een uitstekende manier om aan **preselectie** te doen. Je wilt immers geen tijd investeren in een kandidaat die nadien afhaakt omdat het salaris niet naar verwachting is.



Hoe vermeld je het salaris?

- **Van-tot.** Moet je een concreet bedrag vernoemen? Neen, een verloning van-tot volstaat. Zo stoot je de huidige werknemers niet voor het hoofd.
- **Som álle voordelen op.** Vermeld de extralegale voordelen die jouw organisatie biedt: ook die bepalen of een kandidaat het financiële einde van de maand haalt. Denk aan de hospitalisatieverzekering, bedrijfswagen en dertiende maand, maar ook hoe overuren vergoed worden of de prijs van maaltijden in het bedrijfsrestaurant. Elke euro telt!

Hoe vermeld je het salaris niet?

Vermijd in ieder geval de typische vage bewoordingen over het salaris. In een vacaturetekst stoot je potentiële kandidaten af met een *marktconform salaris* of een *mooie verloning*.

Denk hier eens dieper over na:

- Een **marktconform** salaris. Hoeveel is dat? Conform welke markt dan?
- Een **mooie verloning**. Is dat het minimumloon met een rode strik errond?
- Een **competitief** loon. Eentje dat op de vuist gaat met de loonstrook van de collega's?
- Een **basisloon** aangevuld met voordelen. Is dat een manier om te zeggen dat je maar evenveel betaalt als het bestaansminimum? Waarom zou een werkzoekende dan solliciteren?



SEO

Of je het nu leuk vindt of niet: Google zet vacatures mét salarisindicatie **hoger in de zoekresultaten**. Ook op bijvoorbeeld Indeed scoort een vacaturetekst mét salaris beter dan een zonder.



The image shows a job listing on the Indeed platform. At the top is a banner image with the 'kracht+' logo on the left and a person in a green safety vest on the right. Below the banner, the job title 'BIM-Modelleur Bedrijfshuisvesting' is displayed in bold. Underneath the title, the employer 'Kracht Recruitment' is listed in blue, followed by the location '4701 Eupen' and the salary range '€3.250 - €4.250 per maand - Voltijds'. There are two buttons: a blue 'Snelsolicitatie' button and a grey button with a heart icon. At the bottom right, it says 'bron: Indeed'.

BIM-Modelleur Bedrijfshuisvesting

Kracht Recruitment
4701 Eupen
€3.250 - €4.250 per maand - Voltijds

Snelsolicitatie 

bron: Indeed



4. Weg met jargon

Wij zoeken een Swiss Army Knife.

Word jij onze Chief Chatter?

Sommige organisaties bedenken de gekste functietitels. Intern weet iedereen wat de *chief chatter* doet. Externe kandidaten hebben er echter het raden naar (de hele dag aan de koffiemachine staan?). En zoeken op de term doen ze al helemaal niet, zodat niemand jouw vacature met die hyperoriginale functietitel ooit onder ogen krijgt. En er dus niemand solliciteert.

Schrijf saai.

Zoek je iemand voor het onthaal? Dat heet nu eenmaal receptionist(e) of onthaalmedewerker. En iemand die in het magazijn werkt is ... tja, een magazijnmedewerker, geen *warehouse hero*. Kandidaten zoeken een job met de meest gangbare zoektermen.

Wil je toch je imago van humoristisch bedrijf duidelijk maken? Gebruik je creativiteit dan verderop in de tekst, ná de functietitel.

**Junior Data
Analyst
Customer
Journey**

Reisleider op 11 miljoen Customer Journeys

bron: Bol.com



5. Doe alsof je op café zit

Stel, je zit op vrijdagavond op café en een vage kennis aan de toog vraagt je wat voor werk je doet. Vol enthousiasme beschrijf je je dagtaak, hoe je werkweek eruit ziet, wat je hebt meegemaakt de voorbije week.

Zet het verhaal van een werknemer in je vacaturetekst.

Interview de collega's van de afdeling waarvoor je iemand zoekt en zet hun verhaal in de vacaturetekst.

Een verhaal brengt jouw bedrijf tot leven in het hoofd van de kandidaat. Zien kandidaten zichzelf meespelen in het verhaal, dan zullen ze solliciteren.

Zie jij jezelf al in het washok van een Vlaams gezin staan om een wasmachine aan te sluiten, als je deze vacature van Coolblue leest? Vacaturetekst geslaagd!

Bezorger Rijbewijs B (M/V/X)

Veel bezorgers gezocht!

Als chauffeur bezorg je witgoed bij onze klanten. Samen met je collega koerier zet je wasmachines en koelkasten op de juiste plek. Je sluit de apparaten aan en gaat pas weg als alles goed werkt.

📍 2 locaties

🕒 24-38 uur

bron: Coolblue



6. 8 seconden om de lezer te overtuigen

Je vacaturetekst wordt opgepikt door een potentiële kandidaat? Prima!

Nu heb je 8 seconden de tijd om de kandidaat te overtuigen. Onze aandachtsspanne is namelijk korter dan die van een goudvis.



Uit onder andere eyetrackingonderzoek blijkt dat potentiële kandidaten die jouw vacaturetekst lezen in 8 seconden beslissen of ze verder willen lezen of niet. 8 seconden, dat zijn ongeveer **30 woorden**.

Wat zet je zeker niet in de eerste 30 woorden van de introtekst?

- De saaie bedrijfsomschrijving die je wilde kopiëren van de website.
- Clichés en bedrijfsjargon (zie ook de tips hierboven).
- Standaardzinnen als 'Wij zijn op zoek naar een businessanalist die ...'

Op die manier begint je intro met 10 woorden die niets betekenen. Niet doen dus, dat is verspilling!

Wat zet je wél in de introtekst?

- Een van de taken van de functie, zo trek je de aandacht.

Gek op vanille-ijs? Kom het bij ons verkopen (en proeven)!

- Benoem een mogelijk pijnpunt van de kandidaat. (Dat jouw bedrijf oplost.)

Werkervaring? Die heb je als onthaalmedewerker bij ons niet nodig. Wij leiden jou op.

De introtekst is zowat dé belangrijkste tekst in de hele vacature (na de titel die boven je vacature staat) en is ook het lastigste om te schrijven. Vraag jezelf altijd af: zou ik solliciteren als ik dit lees?



7. De afsluitingstermijn

Schaarse zet aan tot kopen. Een economische wet die ook geldt voor vacatures.

Vermeld een deadline in je vacaturetekst. Dan is een kandidaat sneller geneigd om meteen te solliciteren in plaats van nog een weekje na te denken over de geboden functie.

Medewerker schoonmaak

🏢 Agentschap Facilitair Bedrijf

🎓 Geen specifieke studievereisten of gelijkwaardig door ervaring

📍 Gent

🕒 Solliciteer tot en met 30 september 2022

bron: Vlaanderen.be



8. Gebruik nooit mintekens in een opsomming

Dit is een kleine tip die inspeelt op het onderbewustzijn van de lezer (over neuromarkring heb ik het in tip 9).

Een minteken (-) wekt onbewust negatieve associaties op. Gebruik voor de opsomming van taken, voordelen enzovoort dus liever een ander teken, zoals een bolletje of een (positief) vinkje.

Niet:

Dit zijn jouw taken:

- Onthaal bezoekers
- Inkomend telefoonverkeer beantwoorden
- In- en uitgaande post behandelen.

Wel:

Dit zijn jouw taken:

- ✓ Onthaal bezoekers
- ✓ Inkomend telefoonverkeer beantwoorden
- ✓ In- en uitgaande post behandelen.



9. Neuromarketing in de vacaturetekst

Als uitsmijter bied ik je een korte blik op neuromarketing: inspelen op het onbewuste beslissingsproces. Iedere dag nemen we honderden beslissingen, van de kleur van een T-shirt 's ochtends tot wat je 's avonds eet. Een groot deel van die beslissingen nemen we onbewust, zonder er diep over na te denken. Dat onbewuste proces wordt gestuurd door allerlei interne en externe factoren.

De kunst is om met welgekozen woorden en zinnen in de vacaturetekst dat onbewuste proces te sturen – in de richting van een sollicitatie. Daarvoor moet je natuurlijk eerst weten hoe de gemiddelde kandidaat een vacaturetekst leest, wat van de tekst blijft hangen, hoe snel de lezer afhaakt enzovoort. Dat wordt voor een groot deel onderzocht in de neuro-analyse via *eyetracking*.

Neuromarketing helemaal uit de doeken doen, leidt ons hier te ver. Ik geef je op de volgende pagina wel graag enkele concrete tips uit neuromarketing voor recruitment die je kunt toepassen als je vacatureteksten schrijft. Het belangrijkste wat je hier moet onthouden is:

- Mensen willen het resultaat van een keuze **zo snel mogelijk** zien/voelen.
- Mensen willen dat het resultaat van hun keuze **positief** is.



Tips op basis van neuromarketing

- Schrijf **positief**. Gebruik liever bevestigende dan ontkennende woorden en zinnen.

Niet: Bij ons moet je geen twee jaar wachten voor je een opleiding krijgt.

Wel: Bij ons mag je je op elk moment bijscholen.

- Zorg voor een positieve **lay-out**: zie tip 8 over de opsommingstekens.

- Zorg ervoor dat een kandidaat een **goed gevoel** overhoudt aan de sollicitatie.

Niet: We hebben je sollicitatie in goede staat ontvangen.

Wel: Gefeliciteerd met je sollicitatie. We nemen binnen de 5 dagen contact met je op.

- Grijp de aandacht in de eerste 5 regels van de **introttekst**. Zie tip 6. Uit eyetrackingonderzoek blijkt dat een kandidaat die jouw vacature leest na amper 8 seconden (5 regels) beslist of die/zij/hij verder leest. De rest van de vacaturetekst mag nog zo perfect wervend zijn, als de eerste regels niet de aandacht trekken, ben je de kandidaat kwijt.
- Wees je bewust van de **woordenschat** die bij een bepaalde functie hoort. Een manager zoekt



onbewust naar woorden zoals leiderschap en autoriteit. Een grafisch vormgever verleid je met woorden als spontaniteit, creatief idee, vrijheid. De juiste woorden zorgen voor herkenbaarheid en herkenbaarheid zet aan tot solliciteren.

- Wil je aan **preselectie** doen – zonder te discrimineren! – denk dan bijvoorbeeld aan woordgebruik voor mannen en vrouwen. Voorbeelden van typisch vrouwelijke woorden zijn sociaal, empathisch, verantwoordelijk. Voorbeelden van typisch mannelijke woorden zijn vastbesloten, zelfstandig, avontuurlijk. Mannen houden bovendien niet van een overdaad aan woorden, vrouwen kun je verleiden met mooiklinkende bijvoeglijke naamwoorden.

Zoek je specifiek een man om zware meubels bij klanten aan huis te leveren? Spreek in de tekst dan niet over 'onze mooie vrachtwagens'. Een vrachtwagen is een vrachtwagen, punt.

Een kleine bemerking bij dit laatste punt: gebruik preselectie alleen als dat nodig is voor de werking en de cultuur van je bedrijf. Aan de andere kant hiervan zit namelijk genderinclusief schrijven, wat ook belangrijk is om geschikte kandidaten aan te trekken.



Wil je meer hulp of advies?

Een vacaturetekst schrijven waarmee je de geschikte kandidaat aantrekt – liefst meteen die ene, zodat je maar 1 gesprek moet voeren, vraagt om tijd, onderzoek, schrijfvaardigheid, taalcreativiteit ...

Heb jij niet de tijd, of krijg je niet de tijd om zo intensief met een vacaturetekst bezig te zijn? Dan help ik je graag, met mijn pen of met advies. Zo kun jij je concentreren op het sollicitatiegesprek en de aanwerving.

[Yes, schrijf mijn vacaturetekst!](#)

Vind je het wel leuk om zelf te schrijven, maar krijg je graag nog wat advies? Vaak volstaat ideeën uitwisselen om inspiratie te krijgen. Leen mijn brein en krijg voor een klein prijsje mijn ongezoeten mening, een verslag en een videocall.

[Pick my brain!](#)



www.dewoordacademie.com

© De woordacademie – Natacha Hinoul – 092022

Vind je de tips waardevol en wil je ze delen? Ik heb hard aan dit e-book gewerkt. Je doet er mij een plezier mee als je geïnteresseerden doorverwijst naar het [inschrijvingsformulier](#) op mijn website.

Verantwoording: enkele van deze tips komen uit het boek 'Werven met woorden' van Nicol Tadema. Een handboek dat ik van harte kan aanraden als je betere vacatureteksten wilt leren schrijven.

