



INSIGHTS | RECRUITMENT ADVERTISING

# 6 tips om betere sollicitanten aan te trekken via recruitment advertising.

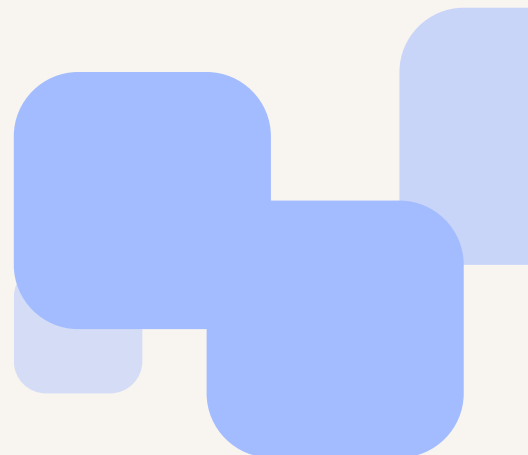


Waarom sommige vacatures tientallen kandidaten opleveren en andere nauwelijks reacties krijgen.

Christophe Eggen

Managing Partner, Skillerjobs

Juni 2026 · 5 minuten leestijd



Bij Skillerjobs zien we dagelijks welke socialemediacampagnes bij onze klanten succesvol zijn en welke minder goed presteren. Op basis van die ervaring delen we zes praktische tips waarmee je meer kwalitatieve sollicitanten aantrekt én sterker bouwt aan je employer brand.

# 01

## Geef je campagnes voldoende tijd

Een van de meest gemaakte fouten is te snel conclusies trekken. Employer branding en recruitment marketing werken niet zoals een lichtsakelaar die je aanzet en onmiddellijk resultaat geeft. Potentiële kandidaten moeten je bedrijf meerdere keren zien voordat ze actie ondernemen.

Daarom raden we aan om campagnes minstens drie maanden actief te laten lopen. Bedrijven die consequent zichtbaar blijven en een vast maandelijks budget voorzien, realiseren doorgaans de beste resultaten.

Daarnaast is het belangrijk om te beseffen dat Skillerjobs zich niet uitsluitend richt op actieve werkzoekenden, zoals traditionele jobboards dat doen. Via gerichte socialemediacampagnes bereiken we vooral de latente arbeidsmarkt: professionals die vandaag niet actief op zoek zijn naar een nieuwe job, maar wel openstaan voor een interessante opportuniteit.

### ± 70%

van de werkende bevolking behoort tot de latente arbeidsmarkt: niet actief op zoek, wel open voor de juiste opportuniteit.

### 3 maanden

is de minimale looptijd die we aanraden. Net omdat latente kandidaten niet dagelijks vacatures bekijken, vraagt het tijd en herhaling om hun aandacht te trekken.



## 02

## Bouw aan je employer brand, niet alleen aan je vacatures

Veel bedrijven starten pas met adverteren wanneer er dringend iemand nodig is. Dat is begrijpelijk, maar niet de meest efficiënte aanpak.

Sterke werkgeversmerken zijn het hele jaar door zichtbaar. Ze tonen hun cultuur, medewerkers, visie en werkomgeving, ook wanneer er geen openstaande vacature is. Wanneer een kandidaat jouw bedrijf al kent en vertrouwt, wordt de stap om te solliciteren veel kleiner.

“Het overtuigingsproces begint vaak maanden vóór een kandidaat effectief solliciteert.”

## 03

## Voorzie voldoende advertentiebudget

Zelfs de beste vacaturecampagne heeft voldoende bereik nodig. Als richtlijn adviseren we een minimum dagbudget per vacature. Voor schaarse of moeilijk invulbare profielen is een hoger budget meestal noodzakelijk.

Denk hierbij niet alleen aan de kostprijs per klik, maar vooral aan de waarde van een succesvolle aanwerving. Een extra kwalitatieve kandidaat kan uiteindelijk het verschil maken in de verdere groei van je bedrijf. Dit is van onschatbare waarde voor je businessresultaten en je bedrijfscultuur.

€ 20 /dag

minimaal aanbevolen dagbudget per vacature.  
Schaarse profielen vragen doorgaans meer.

Klik → hire

Reken niet op kost per klik, maar op de waarde van een succesvolle aanwerving voor de groei van je bedrijf.

## 04

## Investeer in sterke visuals

Op social media beslissen mensen binnen enkele seconden of ze verder kijken of doorscrollen. Pak dat moment: goede beelden zijn cruciaal.

Zorg voor voldoende visuals en een diversiteit aan verschillende foto's — bijvoorbeeld een combinatie van individuele profielfoto's, productfoto's, foto's van de bedrijfsomgeving en teamfoto's — zodat er grondige automatische A/B-testing via de AI-tool van Skillerjobs kan gebeuren.

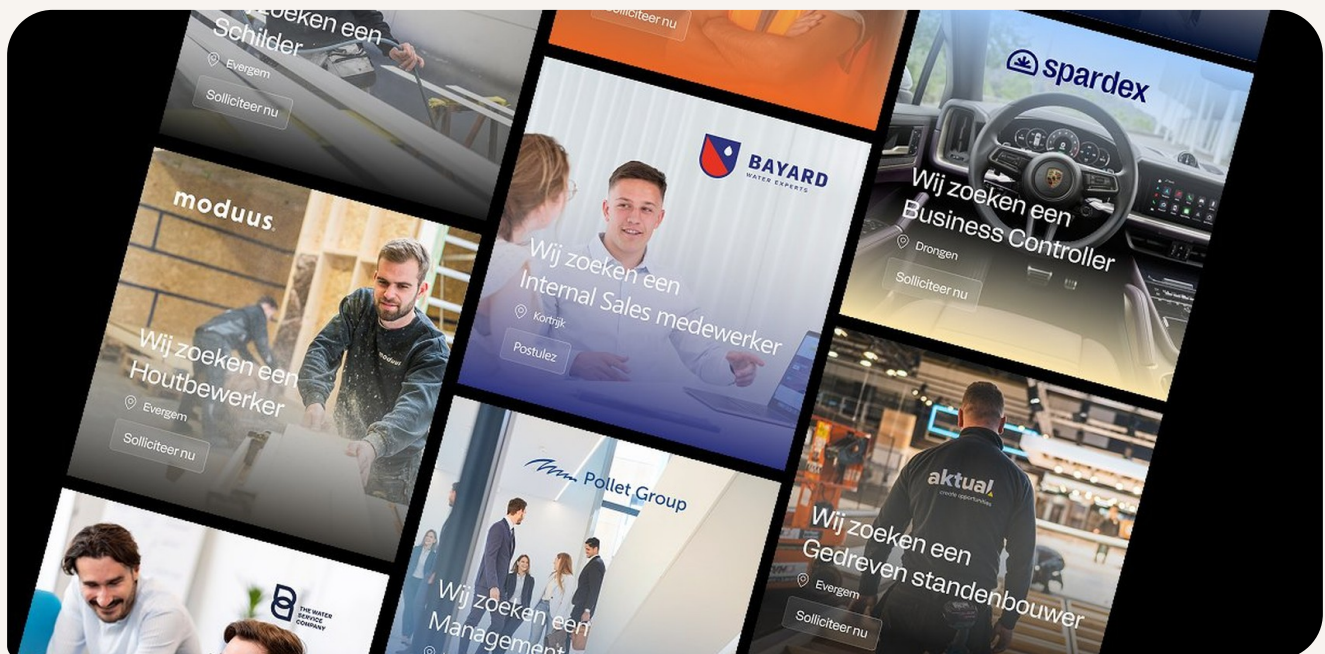
Bij A/B-testing evalueert onze achterliggende AI-tool automatisch welke beelden het beste werken op basis van klikgedrag en bereik, om het advertentiebudget vervolgens uitsluitend in te zetten op de beelden met de beste resultaten. Zo wordt elk budget efficiënt ingezet in functie van resultaat.

### Wat werkt goed?

- Individuele foto's van medewerkers, bij voorkeur profielfoto's in frontview. Spontane en authentieke foto's werken zelfs beter dan die van een professionele fotograaf — uiteraard wel professioneel genoeg om je werkgeversmerk te vertegenwoordigen.
- Enthousiasme en plezier werkt aantrekkelijk: zorg voor lachende mensen. In één oogopslag moeten kandidaten goesting krijgen om voor je bedrijf te werken.
- Teamfoto's werken ook, maar hou het dynamisch. Let op met teamfoto's die van te ver genomen zijn — daarmee verlies je dynamiek.
- Foto's van de werkomgeving. Op voorwaarde dat het een aantrekkelijke werkomgeving is.
- Beelden van producten of projecten kunnen interessant zijn om te testen. Maar let op: het gaat over jobmarketing en mensen kiezen voor mensen — beelden van mensen geven sneller een werksfeer of cultuur weer.
- Relevantie met de doelgroep die je wil bereiken. Target je een senior profiel, gebruik dan geen foto's van heel jonge mensen. Hetzelfde geldt voor een foto van een techniker wanneer je een commerciële medewerker zoekt.
- Wissel je visuals zodra de doorklikratio (CTR) onder het Meta-gemiddelde van 1,9% zakt. Dat kan wijzen op advertentiemoedigheid: je doelgroep heeft de beelden simpelweg te vaak gezien. Selecteer eenvoudig nieuwe afbeeldingen in de carrousel en je ziet de resultaten opnieuw stijgen.

## Waar moet een goede visual aan voldoen?

- ✓ Trekt onmiddellijk de aandacht
- ✓ Moderne en professionele uitstraling
- ✓ Enthousiasme en positieve energie
- ✓ Relevantie voor de doelgroep
- ✓ Herkenbare mensen in beeld



Echte Skillerjobs-campagnes voor o.a. Pollet Group, Bayard, Spardex, moduus en Aktual — van arbeider tot bediende, telkens in de eigen huisstijl van de klant.

## 05

## Gebruik functietitels die kandidaten begrijpen

Interne functietitels zijn niet altijd de beste functietitels voor de arbeidsmarkt. Een creatieve of Engelstalige titel klinkt misschien modern, maar zorgt soms voor verwarring.

“Zou mijn ideale kandidaat spontaan zoeken op deze functietitel?”

Stel jezelf steeds die vraag. Hoe duidelijker de functieomschrijving, hoe groter de kans dat de juiste doelgroep zich aangesproken voelt. Een “Floor Manager” klinkt misschien aantrekkelijker dan “Schoonmaakmedewerker”, maar als kandidaten de functie niet begrijpen, daalt het aantal sollicitaties. Kies dus voor helderheid boven originaliteit.

## 06

## Maak van je vacature een aantrekkelijk verhaal

Een vacaturetekst is veel meer dan een opsomming van taken en vereisten. Wie kent nog de bekende speech van Simon Sinek, “How great leaders inspire action”? Mensen intrinsiek motiveren om voor jou te kiezen doe je door een sterk verhaal te brengen waar men ook in gelooft.

Kandidaten willen weten:

- Waar staat het bedrijf voor?
- Wat maakt de organisatie uniek — als werkgever, maar ook in de toegevoegde waarde voor jullie klanten?
- Welke cultuur heerst er?
- Welke groeikansen zijn er?
- Waarom werken medewerkers hier graag?

De sterkste vacatures slagen erin om de authentieke identiteit van een organisatie zichtbaar te maken. Vertel daarom niet alleen wat iemand zal doen, maar vooral waarom het interessant is om deel uit te maken van jouw verhaal.

Ga op zoek naar de unieke kenmerken van jouw organisatie. Wat maakt jullie anders dan concurrenten? Waarom blijven medewerkers jarenlang bij jullie werken? Welke visie hebben jullie op de toekomst? Net die authentieke elementen maken het verschil tussen een vacature die gelezen wordt en een vacature die kandidaten motiveert om daadwerkelijk te solliciteren.

### Een succesvolle aanwerving begint lang vóór de sollicitatie.

Bedrijven die consequent investeren in zichtbaarheid, sterke vacaturecommunicatie en een aantrekkelijk werkgeversmerk, trekken niet alleen meer kandidaten aan, maar ook betere kandidaten. Recruitment is vandaag ook marketing geworden.

Wie erin slaagt om de juiste boodschap op het juiste moment bij de juiste doelgroep te brengen, bouwt een duurzame talentenstroom uit die veel verder gaat dan één vacature.



Don't search,  
be found.

---

CONTACT

[hello@skillerjobs.com](mailto:hello@skillerjobs.com)  
[www.skillerjobs.com](http://www.skillerjobs.com)

KANTOREN

Schaliënhoevedreef 20 T, 2800 Mechelen  
Koning Boudewijnlaan 30, 1800 Vilvoorde  
Galveston — Hurstweg 8, 9000 Gent

VOLG ONS

[LinkedIn](#) · [Instagram](#)  
[Facebook](#) · [Threads](#)