

# EEN EIGENGEREIDE KIJK OP RECRUITMENT

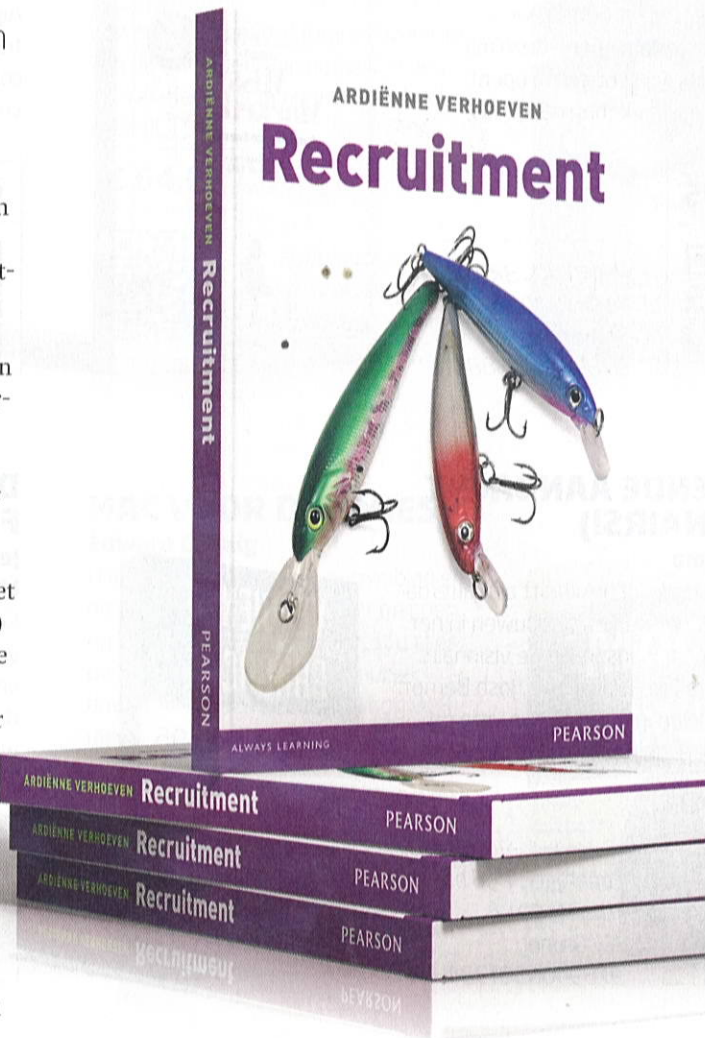
Het zijn gouden tijden voor de recruitmentspecialist. Niet toevallig dus dat er nu een zeer compleet boek over dit onderwerp verschijnt, onder de even sprekende als toepasselijke titel *Recruitment*.

Ieder nadeel heeft ook zo zijn voordeel, zo weten we dankzij Johan Cruijff. Zo ook in de BV-Nederland. Terwijl een groot deel van de ondernemers regelmatig spijtig constateert dat de kwartaalcijfers weer tegenvalen, merken collega's met een of meer vacatures dat ze weer echt wat te kiezen hebben. Want werkzoekende professionals zijn er tegenwoordig volop; vaak met cv's om van te smullen. Dat wil echter niet zeggen dat het daardoor ook gemakkelijk is de juiste medewerkers te vinden. Integendeel zelfs. Voor de recruitmentspecialist zijn het dus gouden tijden. Het zal dan ook niet toevallig zijn dat er juist nu een boek over deze tak van sport verschijnt – *Recruitment* van Adriëne Verhoeven – want wat extra professionaliseringsinspanningen lonen dubbel en dwars de moeite.

Recruitment is van oudsher het werkterrein van bureaus voor werving en selectie of, chiquer geformuleerd, executive search. Ze beheren indrukwekkende databases waarmee zij vragen uit de markt zo goed en zo kwaad als het gaat beantwoorden. Dat klinkt misschien wat sceptisch, maar de werkelijkheid is niet zo heel vaak beter. De bureaus waar het om gaat, zijn namelijk commerciële bedrijven, die ieder jaar prikkelende targets formuleren, die ook gehaald moeten worden. Het recruitmentvak is in z'n algemeenheid dan ook behoorlijk sales-driven. Hoe het anders kan, laat Adriëne Verhoeven

zien in haar zojuist verschenen boek dat de toepasselijke titel *Recruitment* draagt. Het recruitmentvak draait volgens haar niet alleen om het aantrekken maar ook om het begeleiden en behouden van goede medewerkers en daarom hoort in een studieboek voor de branche, want dat is het, de hele supply chain van instroom aan bod te komen. Van het zoeken via werven en selecteren tot en met het onboarden van (potentiële) medewerkers. Afgezien van die laatste fase ziet dit er waarschijnlijk niet erg revolutionair uit, maar let op: de schijn bedriegt. Want een recruiter kan in de visie van Verhoeven ook een belangrijke rol spelen bij het vormgeven van een Employer Brand – een niet onbelangrijk voorafje – bij het in kaart brengen van de personeelsbehoefte van een organisatie en, last but not least, bij het 'inburgeren'. Dat klinkt een stuk minder sexy dan 'onboarding', maar in feite komt het op hetzelfde neer: je zorgt ervoor dat nieuwe medewerkers snel operationeel worden, snel succesvol kunnen zijn en uiteindelijk ook blijven. In die fase zijn de accountmanagers van de uitzendbureaus en de headhunters meestal allang vertrokken.

*Recruitment* is geschreven voor studenten in het hoger onderwijs en voor professionals die zich verder in het vakgebied willen bekwamen. Het boek bevat daarom naast alle relevante informatie ook veel



oefenmateriaal en cases die een goed beeld geven van recruitment in de praktijk. Natuurlijk is er daarnaast een ondersteunende website met aanvullende opdrachten, voorbeelden van interviewvragen en een database met arbeidsmarktcampagnes. Voor docenten is een handleiding beschikbaar. Dit alles maakt Verhoevens boek tot een uitermate praktische en dus nuttige toolkit voor iedereen die van werving en selectie zijn werk wil maken of al gemaakt heeft.

**Bert Peene**, journalist  
*Managementboek Magazine*.

**RECRUITMENT**  
**Adriëne Verhoeven**  
Paperback, 272 blz.,  
1e druk, 2012, Pearson  
Benelux  
9789043021500  
**€ 36,95**

