

# Google for Jobs: 9 Praktische Tips om Wervingskosten te Besparen

In de krappe arbeidsmarkt ([UWV, 2019](#)) wordt het een steeds grotere uitdaging om personeel te vinden. Recruitmentbureaus schieten als paddenstoelen uit de grond. Door deze krapte in de arbeidsmarkt wordt er door steeds meer partijen aan de voor hun ideale kandidaat getrokken.

In vijf jaar tijd verdubbelde het aantal bedrijven dat gespecialiseerd is in personeelwerving en recruitment, [blijkt uit cijfers van de Kamer van Koophandel](#). Van 1.251 in 2013, naar 2.473 in 2018. Het inschakelen van een recruitmentbureau of headhunter is echter prijzig.

Uit ervaring weten wij dat de kosten voor personeelwerving drastisch verlaagd kunnen worden door de inzet van verschillende vormen van online marketing. Om de kosten voor onze klanten verder te drukken zijn we al geruime tijd bezig om ze voor te bereiden op de inzet van Google for Jobs.

## Wanneer is Google for Jobs beschikbaar in Nederland?

In Nederland is Google for Jobs beschikbaar sinds 10 februari 2020. Grote Europese landen gingen ons eerder al voor. Zo werd de nieuwe job search engine in o.a. Engeland, Spanje, Duitsland, Frankrijk en Italië al eerder uitgerold. Inmiddels heeft Google for Jobs daar al een aanzienlijk marktaandeel verworven.

Bedrijven die denken dat ze Google for Jobs links kunnen laten liggen hebben het mis. We hebben een paar cijfers op een rij gezet om je te overtuigen van het succes van Google for Jobs:

- Van de werkzoekenden start 73 procent de zoektocht op Google (volgens CareerBuilder)
- [Door de komst van Google for Jobs in Amerika hebben grote bedrijven als Johnson & Johnson 18 procent meer sollicitanten](#)
- Het gemiddelde klik-naar-sollicitatie ratio voor job boards is 6,6% terwijl het gemiddelde voor Google for Jobs 22,4% is
- Het verkeer op vacaturesite Ziprecruiter dat via Google for Jobs komt, zorgt voor een 3 keer hogere conversie
- [Google for Jobs is in het Verenigd Koninkrijk de op één na grootste vacaturesite](#)

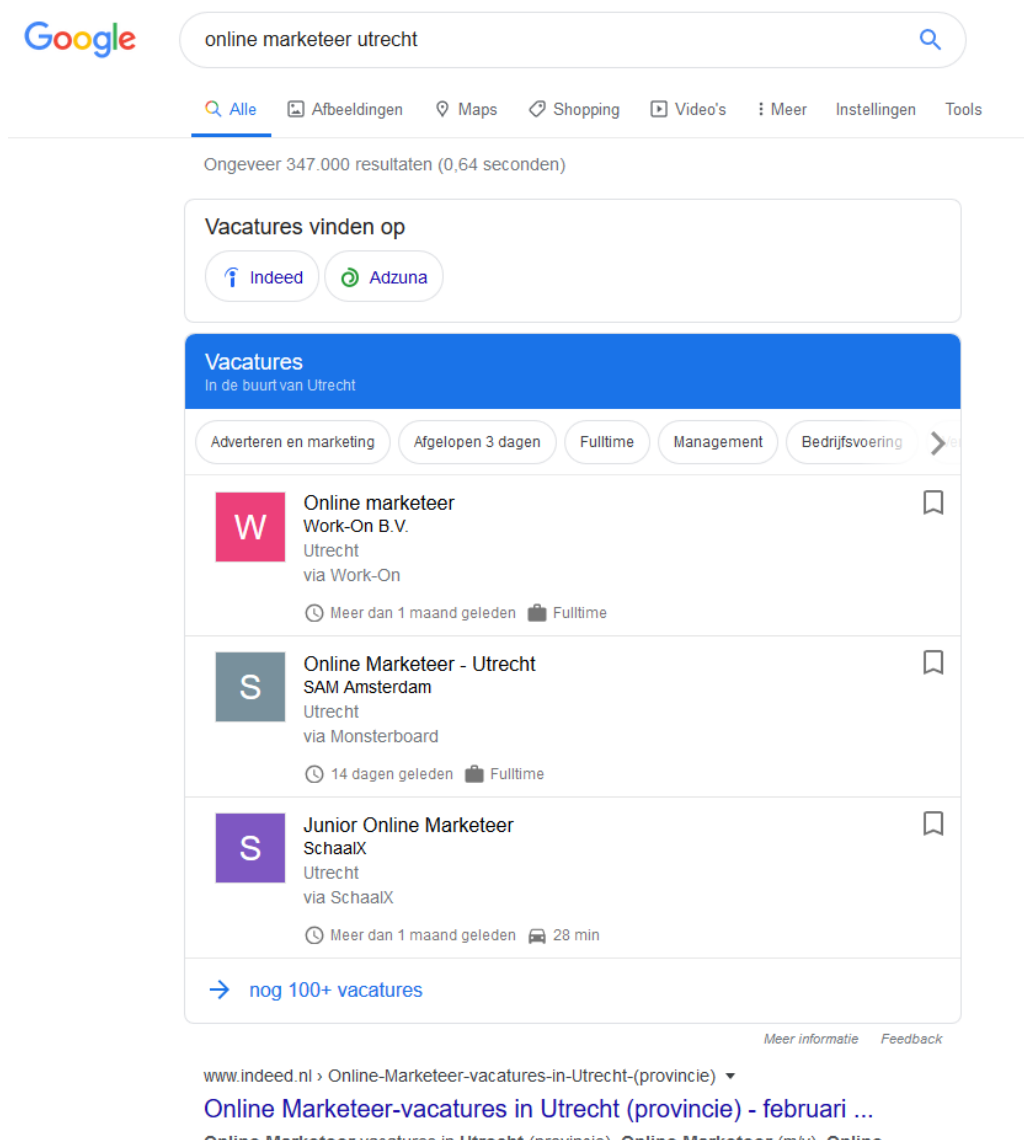
Deze cijfers geven maar weer eens aan dat het zichtbaar zijn op Google for Jobs erg belangrijk is voor partijen die personeel werven.

# Wat is Google for Jobs?

Google for Jobs is erop gericht om de zoektocht naar een baan voor werkzoekenden zo overzichtelijk en gemakkelijk mogelijk te maken. Dit houdt in dat bedrijven hier voortaan met hun vacatures op kunnen inspelen. Uiteraard stelt Google wel bepaalde eisen aan zo'n vacature, hoe beter aan deze eisen wordt voldaan, hoe geschikter deze door Google geacht wordt. Het is daarom de bedoeling dat vacatures op websites voorzien worden van zogenaamde 'structured data'. Hierover later meer.

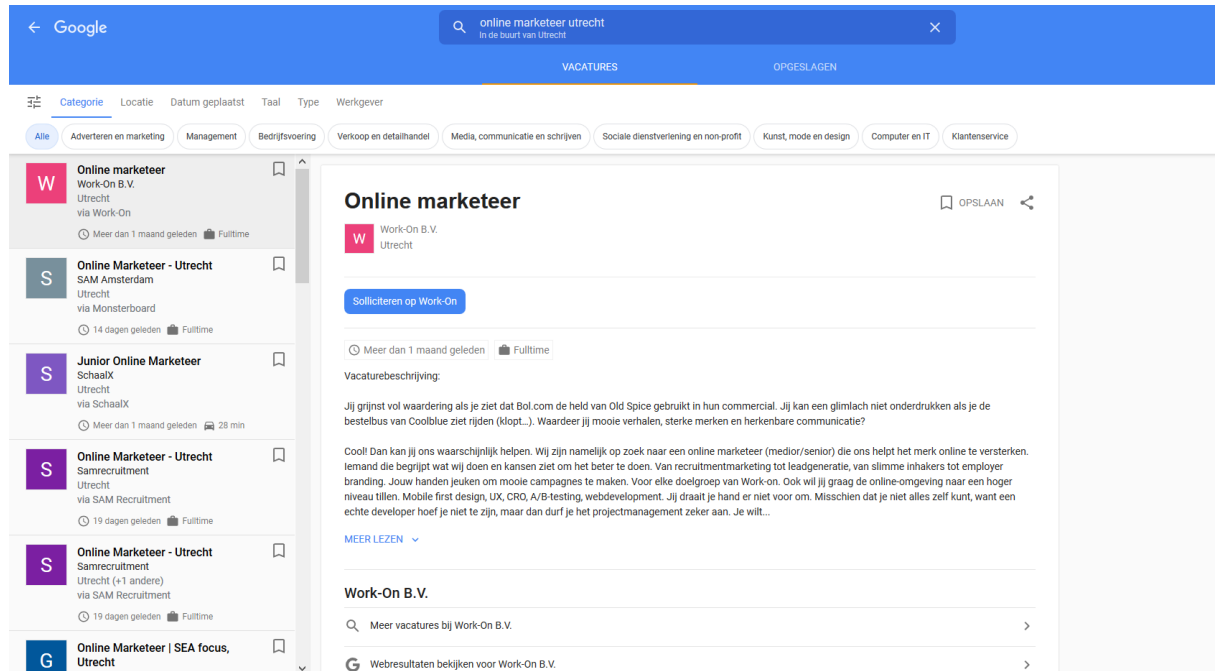
# Hoe ziet Google for Jobs eruit?

Het lijkt qua looks een beetje op Google Shopping, maar is toch net even anders. Wanneer de werkzoekende op Google een zoekopdracht intypt, zoals bijvoorbeeld 'Online Marketeer Utrecht', dan komt direct onder de advertenties (als deze er zijn)



een box/widget met vacatures tevoorschijn (zie afbeelding).

Wanneer er vervolgens doorgedrukt wordt op een van de links/buttons in de box, zal er naar een grotere interface genavigeerd worden, met daarin diverse functies en aan de linkerkant een aanbod aan relevante jobs ten opzichte van de zoekopdracht (zie afbeelding).



Hierin kunnen vervolgens eventueel nog een aantal filters worden toegepast:

- Locatie (met bepaalde straal eromheen)
- Publicatiedatum
- Dienstverband (fulltime/parttime/stage)
- Naam van het bedrijf
- Sector

Het is daarom van groot belang om in vacatureteksten door middel van de structured data op deze onderdelen in te spelen.

## Hoe kom je op Google for Jobs terecht?

Zoals aangegeven maakt Google gebruik van zogenaamde structured data, wat inhoudt dat er specifieke vaste aspecten in de HTML opmaak van een vacature dienen te worden toegevoegd. Deze bestaan onder andere uit de eerder genoemde filters. Deze worden door middel van code aan de website toegevoegd. De belangrijkste structured data aspecten voor een vacature, met daarbij een voorbeeld in JSON-LD formaat:

– *Functietitel*

“title”: “Online Marketeer”,

– *Categorie*

“industry”: “Online Marketing”

– *Locatie*

```
“jobLocation”: {  
  “@type”: “Place”,  
  “address”: {  
    “@type”: “PostalAddress”,  
    “addressLocality”: “Eindhoven”  
    “postalCode”: “5652 AH”  
    “addressRegion”: “Noord-Brabant”  
    “streetAddress”: “Hurksestraat 19” } },  
  “workHours”: “40 hours per week”  
}
```

– *Beschrijving van de vacature*

“description”: “<h1>Online Marketeer</h1><p>beschrijvende tekst</p>”,

– *Publicatiedatum*

“datePosted”: “2020-02-12”,

– *Dienstverband*

“employmentType”: “FULL\_TIME”,

– *Bedrijfstype & bedrijfsnaam*

```
“hiringOrganization”: {  
  “@type”: “Organization”  
  “name”: “Nul40” },
```

– *Functietitel*

```
“baseSalary”: “3000”,  
“salaryCurrency”: “EUR”,
```

De gehele codelijst kun je hier terugvinden: <https://bit.ly/31KzksG>

Kort gezegd zijn er twee mogelijkheden om een vacature op Google for Jobs te krijgen:

1. Het plaatsen van de vacature op de eigen website en hierbij gebruik maken van de structured data. Door aanpassingen in de sitemap (of een aparte sitemap) te maken

en dit aan Google te melden zal de vacature vervolgens (direct) bij Google for Jobs naar voren komen. De link leidt hierbij naar de vacature op de eigen website.

2. Plaats een vacature op bekende vacaturesites/platforms zoals LinkedIn, Careerbuilder en Monsterboard. Deze platformen werken samen met Google for Jobs, waardoor ze hierin dus ook naar voren komen. Opvallend is overigens dat Indeed (wereldwijd de grootste vacaturesite) geen samenwerking met Google for Jobs heeft.

Wanneer je werkzoekende bent, zal de voorkeur waarschijnlijk naar de eerste optie gaan. Dit is immers de snelste route. Voor bedrijven zal de voorkeur afhankelijk zijn van het belang van de vacature. Optie 1 is goedkoper, omdat er geen gebruik gemaakt wordt van een vacaturesite. Echter moet er natuurlijk wel voldoende kennis aanwezig zijn om de code op de juiste manier te plaatsen. Met optie 2 wordt daarentegen het bereik vergroot, doordat werkzoekenden de vacature ook direct via de vacaturesite kunnen vinden.

## 9 tips om hoger te scoren binnen Google for Jobs

### 1) Een adequate benaming van de functietitel

Google neemt enkel adequate benamingen van functies op in Google for Jobs. Het is dus niet de bedoeling dat hier extra informatie in verwerkt wordt zoals salaris, locatie, andere wervende termen of overdreven gebruik van sterretjes, hoofdletters en uitroeptekens.

Dus niet: 'Online marketing guru in Bussum gezocht'

Ook niet: 'Senior online marketing manager met een zeer hoog salaris'

Zeker niet: '\*\*\* ONLINE MARKETING GIGANT ZOEKT ONLINE MARKETING BAAS!! \*\*\*'

Maar wel: 'Online marketeer'

Het is dus aan te raden om een gangbare term met veel zoekvolume te gebruiken. Hiermee zal de werkzoekende zich vermoedelijk ook sneller identificeren met de vacature.

### 2) Schrijf een pakkende vacaturetekst (maar denk ook aan SEO)

Wanneer er een goede functietitel gekozen is, is het belangrijk om deze ook in de eerste paragraaf en het eerste tussenkopje te noemen. Probeer synoniemen te vinden voor de functietitel en voeg een aantal andere relevante keywords toe om

SEO te verbeteren. Vermijd echter een overvloed aan SEO keywords en stel de leesbaarheid voorop, mogelijk rekent Google je anders af op 'keyword stuffing'.

### 3) Trigger de lezer

In de box/widget laat Google for Jobs de eerste 5 tot 25 regels van een tekst zien. De kans is daardoor groot dat potentiële sollicitanten afhaken wanneer het eerste gedeelte van de vacaturetekst saai of slecht geschreven is. Zorg er dus altijd voor dat de lezer getriggerd wordt om op de 'lees meer'-knop te drukken. Veel klikken op de 'lees meer'-knop wordt door Google beloont. Daarnaast wil je natuurlijk ook niet het zoveelste saaie lijstje met alleen maar bulletpoints zijn.

### 4) Spreek de taal van de doelgroep

Zodra een kandidaat de hele vacature opent, is het spelletje nog niet gespeeld. Vanaf dit moment gaat de zoekmachine bijhouden hoe lang de potentiële sollicitant blijft lezen. De gemiddelde leesduur is ook weer een factor die Google meeneemt in de ranking als werkgever. Schrijf de vacaturetekst dus voor de doelgroep (of laat dat doen) en zorg dat bezoekers in de actiemodus blijven en nieuwsgierig zijn naar het einde van je vacaturetekst.

### 5) Zo veel mogelijk filters

Hoe nauwkeuriger je bent, des te meer kans je hebt op een mooi plekje. Google wil precies weten waar de sollicitant zich moet melden. Google laat je vacature immers niet eens zien wanneer je geen adres aangeeft. Wees ook volledig: Brediusweg 33 in Bussum gaat veel beter scoren dan wanneer enkel de plaatsnaam Bussum vermeld wordt.

Wist je al dat 1 op de 5 sollicitanten afhaakt bij het ontbreken van een concreet salaris? Het is niet verplicht om invulling te geven aan de filters 'Salaris' en 'Dienstverband'. Ontbreken deze filters echter op de vacaturepagina dan zal deze ook niet verschijnen wanneer een werkzoekende deze filters hanteert. Hoe rijker de vacature, hoe groter de kans op een hoger plekje in Google en op sollicitanten op je vacatures.

### 6) Maak je vacaturepagina mobielvriendelijk en snel

Het is al een tijdje bekend dat Google mobielvriendelijke pagina's belangrijk vindt en dit zal voor pagina's met vacatures niet anders zijn. De verwachting is daarom ook dat vacatures die niet mobielvriendelijk zijn, minder goed zullen scoren in Google

for Jobs. Je kunt de mobielvriendelijkheid van je vacaturepagina hier testen:  
<http://bit.ly/2SBYLbM>

Een belangrijk instrument om te bepalen of een website mobielvriendelijk is, is de snelheid. Websites die langzaam op gang komen krijgen een slechtere beoordeling. Om het nog maar niet te hebben over de hoeveelheid gebruikers die je pagina al verlaten als ze langer dan drie seconden moeten wachten tot de pagina geladen is. De snelheid van jouw pagina testen? Dat kan hier: <http://bit.ly/2UHpGFH>

## 7) Gebruik video's op je vacaturepagina

Vacaturepagina's met een video worden gemiddeld 2,5 keer langer bekeken. Hierdoor is het zinvol om vacaturepagina's te verrijken met een video. Naast dat je deze hierdoor vult met extra informatie op een visueel aantrekkelijke manier, blijven gebruikers er dus langer door op de pagina. Wanneer bezoekers langere tijd op een pagina blijven hangen wordt deze pagina door Google beschouwd als informatief. Informatieve pagina's worden weer positiever beoordeeld door Google. Daarnaast zullen gebruikers aantrekkelijke vacatures eerder delen dan een statische vacaturetekst. Des te meer links er naar je vacature leiden, hoe waardevoller deze wordt. Dit neemt Google uiteraard mee in de beoordeling. Last but not least: vergeet de video niet te vullen met metadata zodat deze nog beter gevonden wordt.

## 8) Links naar de vacaturepagina zijn belangrijk

Niet alleen om ervoor te zorgen dat werkzoekenden de vacature te zien krijgen maar ook om de positie in Google for Jobs te verbeteren. Denk hierbij niet alleen aan backlinks van websites van derden, maar ook van bijvoorbeeld de homepage, werkenbij-site of een blog. Maak het de Googlebot zo makkelijk mogelijk om je vacatures te vinden, zelfs indien deze op andere sites aan het crawlen is. 'Gewone' pagina's worden momenteel door Google beter beoordeeld naarmate er meer kwalitatieve websites naar jouw pagina verwijzen. Het valt te verwachten dat Google deze wijze van beoordelen ook meeneemt naar Google for Jobs.

## 9) Meld aanpassingen in de sitemap

Om zo snel mogelijk de juiste persoon te vinden voor de vacature is het raadzaam om een goede sitemap te maken en deze aan te passen bij veranderingen. Vergeet deze verandering vervolgens niet door te geven aan Google. Maak het de Googlebot zo makkelijk mogelijk om je nieuwe vacature te indexeren.

## Hulp nodig bij het inrichten van Google for Jobs?

Wanneer de vacature compleet is en alle genoemde filters aanwezig zijn, is het zaak om de websitecode aan te passen. Dit is de zogenaamde schema data in HTML/JavaScript-opmaak, zodat Google weet welke informatie bij welk filter hoort. Hiermee zorg je ervoor dat je daadwerkelijk op het Google for Jobs platform komt te staan.

Zonder programmeerkennis is het niet aan te raden om dit zelf op te pakken. Eerder gaven we ook al een aantal technische tips met betrekking tot de sitemap en hoe je ervoor kunt zorgen dat vacatures worden gevonden door de Googlebots. Als je hier, of bij een van onze andere tips, hulp nodig hebt, neem dan vooral contact met ons op.

Bedenk wel dat Google for Jobs geen vervanger is van andere online advertising kanalen. Wanneer het om personeelswerving gaat, kan het echter als uitstekende aanvulling dienen.