



Juryrapport Digitaal-Werven

De jury van Digitaal-Werven heeft zich dit jaar gebogen over een zevental websites. Van deze organisaties waren er slechts twee nooit eerder genomineerd: Enexis en de Technische Unie. Drie anderen, Cap Gemini, Deloitte en VUmc, waren vorig jaar ook genomineerd. TamTam en Quinity hebben met hun vorige websites in eerdere jaren een nominatie in de wacht weten te slepen.

De organisaties die vorig jaar genomineerd waren hebben allemaal kleine verbeteringen doorgevoerd.

Zo zijn bij Cap Gemini enkele vorig jaar niet werkende links gerepareerd, maar helaas zijn hier weer nieuwe voor in de plaats gekomen, waaronder de integratie van social media. Ook valt het de jury op dat de projecten waar Cap erg trots op is uit 2010 stammen, iets wat afbreuk doet aan het imago van een innovatieve organisatie. De website van Cap Gemini lijkt niet met liefde onderhouden te worden, in tegenstelling tot bijvoorbeeld hun Facebook pagina. De jury herhaalt daarom haar advies aan Cap Gemini om de sfeer en het gevoel dat er blijkbaar is op verschillende social media ook naar de website te brengen.

Bij de winnaar van vorig jaar - Deloitte - zijn ook enkele nieuwe dingen toegevoegd, zoals een Google Hangout. De jury vraagt zich af in hoeverre dit bijdraagt aan de sollicitatie-ervaring, of het daadwerkelijk gebruikt wordt. Mogelijk dat wij als jury hier volkomen naast zitten, maar het lijkt ons niet de meeste nuttige toevoeging. Wel is het knap hoe Deloitte op de volle site nog steeds de balans weet te bewaken tussen vol en overvol. De jury was wel verbaasd over kleine dingen. Zo is de mogelijkheid een open sollicitatie te sturen vermomd als een vacature op de website. Het advies van de jury is daarom eens goed, met onbevooroordeelde ogen, te kijken naar alle elementen op de site en of deze vanuit het oogpunt van de sollicitant echt logisch zijn.

VUmc heeft een website die nog steeds alle benodigde informatie biedt, maar waarbij de gebruiksvriendelijkheid niet veel is verbeterd ten opzichte van vorig jaar. Ook valt het de jury op dat lang niet alles up-to-date is. Zo is het laatste blog op Hyves waar VU naar linkt maanden oud. Tot slot lijken er kleine slordigheden in de site geslopen te zijn. Zo geeft een sollicitant bij het solliciteren met LinkedIn niet VUmc toestemming, maar Tangram volgens de gebruikte tekst. Ook is het aanmaken van een account voor een alert service niet erg kandidaatgericht. De jury herhaalt daarom haar advies aan het VU om goed te kijken naar de usability en aandacht te blijven besteden aan de details.

Twee organisaties waren eerder genomineerd, Quinity en Tam Tam. Quinity was genomineerd in 2009, het jaar dat Tam Tam de award won.

Het valt de jury op dat de positionering van Quinity 180 graden is gedraaid. Daar waar het in 2009 probeerde op te vallen met een weekend een limo of een privé kok als je solliciteerde, is de nieuwe website heel degelijk en bijna saai. De overdaad aan plaatjes en visuals is vervangen door heel veel informatie, die wél heel gestructureerd en gebruiksvriendelijk tot de sollicitant komt. De jury was erg onder de indruk van de laagdrempeligheid van de website, waar kandidaten een mooi beeld van de organisatie krijgen en niet meteen hoeven te solliciteren, maar ook kennis mogen komen maken tijdens de lunch. Het is een hele goede, persoonlijke, vriendelijke en sociale website. Social 1.0 zeg maar, zonder inzet van social media, hetgeen de jury erg aansprak. Als advies wil de jury graag aan Quinity meegeven om goed te testen. Zo is hun 'DNA test' transparant op een Mac en daardoor niet invulbaar. Ook wil de jury Quinity adviseren om de volgende keer een betere balans te zoeken m.b.t. grafisch ontwerp. Daar waar in 2009 het visueel ontwerp de boventoon voerde is het deze keer wat ondergesneeuwd.

Oud winnaar Tam Tam heeft een compleet nieuwe website waarmee men opnieuw een gooi doet naar de award. De jury vond dat er voldoende informatie op te vinden is, dat de teksten duidelijk geschreven zijn voor het web en daarmee prettig leesbaar. De uitstraling is speels en past goed bij de organisatie. Tam Tam gaf in zijn overwinningsspeech in 2009 aan dat het probeert elke maand iets aan de website te verbeteren. De jury is benieuwd of men dit nog steeds doet en heeft wel wat suggesties waarop deze verbeteringen zich kunnen focussen. De eerste heeft te maken met de navigatie, die soms onlogisch is gepositioneerd en slecht vindbaar is. Ook worden er wel heel vaak nieuwe vensters geopend, wat niet tot een optimale ervaring leidt. Tot slot verbaasde de jury zich over het 'career centre', waar je een account moet aanmaken om vacatures te ontvangen. De gebruiksvriendelijkheid laat op dit specifieke punt sterk te wensen over en dit proces staat haaks op de positionering en het speelse van Tam Tam.

Dan waren er tot slot nog twee nieuwe genomineerden. Enexis en Technische Unie.

Enexis focust zich in de hele website heel erg op een specifieke doelgroep: de monteurs. Dit heeft een voordeel van focus, maar kent ook het nadeel dat de overige doelgroepen zich minder zullen voelen aangesproken. Het ontwerp is clean en eenvoudig, maar niet kil. De jury was positief verrast door veel eenvoudige, maar leuke, elementen die Enexis in de website verwerkt heeft. Zo kan een kandidaat via LinkedIn kijken wie hij/zij bij Enexis kent, zit er een leuke game in, hebben de vacatures een vraag en antwoord eronder, staan heel handig de kernfeiten boven elke vacature en is de personalisatie overal doorgevoerd. Zo mag je als kandidaat zelf de onderwerpregel kiezen van je e-mail alert. Verbetersuggesties die de jury heeft gaan onder meer over de eerder genoemde vraag en antwoord optie onder de vacatures. Het vermoeden is dat veel gebruikers niet beseffen dat dit meteen publiek staat en als het eenmaal publiek staat is het ook niet meer te beheren door de kandidaat. Dit zou tot problemen kunnen leiden en hier zou een check ingebouwd mogen worden. De geboden informatie na het zoeken van de vacatures is erg beperkt. Een kort profiel of de kernfeiten per vacature zouden de werkzoekenden een beter beeld geven van elke vacature.

Technische Unie tot slot heeft een site met twee gezichten. Er staan veel foto's op de homepage, waarvan de kandidaat verwacht dat die leiden naar testimonials of iets dergelijks, maar dit gebeurt niet. Het design voelt retro aan, alsof het uit de oude doos is gehaald. Heel mooi is dat na het invullen van de postcode ook meteen de afstand tot de standplaats van de vacature wordt gegeven. Helaas past het kaartje zich andersom niet aan bij vacature selectie via de verfijnopties. De jury wil daarom adviseren om de leuke dingen die de site heeft geheel door te voeren, bijvoorbeeld door de koppeling tussen de vacatures en het kaartje twee kanten op te maken en dit dan bij alle onderdelen van de site te doen.

De jury vond het mooi om te zien dat er dit jaar (in tegenstelling tot vorig jaar) veel verbetering en vernieuwing te zien was bij veel recruitment sites. Wij waren dit jaar (wederom) unaniem in onze keuze voor de winnaar. De winnaar heeft de jury verrast met allerlei innovatieve handigheidjes, maar is er ook in geslaagd de sfeer en het gevoel in het hele proces vast te houden.

De beste Digitale Sollicitatie-Ervaring van 2012 is die van... Enexis.