

Wat te doen met ongevraagde wervingshulp



Het plaatsen van een nieuwe vacature is niet zelden het startschot voor werving- en selectiebureaus om en masse de telefoon op te pakken en hun diensten – of naar eigen zeggen dé perfecte kandidaat – aan te bieden. Hoe kunt u als HR-professional omgaan met deze externe recruiters, die hun diensten vaak ongevraagd aan u presenteren?

U kent de veelgebruikte zin ‘acquisitie wordt niet op prijs gesteld’. Hiermee geeft u aan dat u de insteek heeft zélf de werving en selectie te doen en laat u in principe niets aan de verbeelding over.

Toch blijkt dit vaak aan dovemansoren gericht en kunt u wel wat telefoontjes verwachten. Het weglaten van contactgegevens is dan een optie, maar daar verwelkomt u geïnteresseerde kandidaten niet bepaald mee.

Wat kunt u dan wel doen? Allereerst is het belangrijk dat u te allen tijde zelf de leiding houdt. Dat kan door duidelijkheid te verschaffen aan de recruiter. Is het contact ongewenst? Maak dit dan duidelijk, zachte heelmesters maken tenslotte stinkende wonden.

Als u per definitie geen gebruikmaakt van de bemiddelaar, laat dit dan ook vastleggen in zijn CRM-systeem en bevestigen. Dit biedt geen garantie voor de toekomst, maar als een opportunistische recruiter van dezelfde organisatie in de toekomst toch nog eens de stoute (en in dit geval foute) schoenen aantrekt, heeft u altijd iets om aan te refereren.

Deur niet dichtgooien

Toch kan het verstandig zijn de deur naar externe wervingsbureaus niet gelijk dicht te gooien. Zeker in deze krappe arbeidsmarkt kan een setje extra ogen en oren van pas komen. Bijvoorbeeld als het echt niet lukt een geschikte kandidaat te vinden of als u een al op voorhand lastig te vervullen vacature heeft.

Dan kunt u beter één keer goed in gesprek gaan met het bureau om uw wensen, grenzen én verwachtingen duidelijk te maken. Zo vergroot u de kans dat het bureau bij een contactmoment ook daadwerkelijk met iets interessants komt.

Laat het blijken als u nu en in de toekomst geen zaken wilt doen

Bestoekt door cv-schuivers

Sommige externe recruiters worden cv-schuivers genoemd: na één blik op de vacature bestoken ze u met een aantal ‘perfecte’ cv’s. Niet iedereen is fan van deze dienstverleners, maar ze kunnen een stuk goedkoper zijn dan bureaus met een uitgebreide aanpak en er is zeker een markt voor.

Zoals in het kader hieronder te lezen is, verplicht deze werkwijze u tot niets en bent u zelfs vrij de kandidaat zelf te benaderen als het profiel interessant is. Wettelijk gezien dan.

Of het ook ethisch is, is een tweede en een verdere samenwerking kunt u vermoedelijk vergeten. Bovendien zullen de recruiters het cv zo anonimiseren dat de persoon niet eenvoudig te achterhalen is.

Ook hier geldt: laat het blijken als u nu en in de toekomst geen zaken wilt doen. Dat verkleint de kans op een volgend cv-bombardement. Lijkt een anoniem cv op het eerste gezicht toch een lot uit de loterij en gaat u in gesprek met het bureau, maak dan vóóraf afspraken.

Is het op basis van detachering, detachering met mogelijke overname of alleen werving en selectie? Het bureau heeft hier vast een eigen idee over, maar laat u daar niet door leiden. De voorwaarden zijn in veel gevallen onderhandelbaar.

Geen vergoeding na cv-schuiven

Een bureau mailde een cv naar een werkgever die had aangegeven interesse te hebben in een kandidaat. De werkgever benaderde daarna zelf de kandidaat en nam hem in dienst. Er volgde een zaak.

De rechter oordeelde dat het bureau de gevolgen aan zichzelf te danken had door op eigen initiatief en zonder opdracht een dienst te verlenen. Dat de werkgever de kandidaat zelf had benaderd, veranderde dit niet. De werkwijze van het bureau – een cv mailen voordat een overeenkomst tot stand is gekomen – bracht dit risico met zich mee.

Rechtbank Gelderland, 27 januari 2021, ECLI (verkort): [599](#)

Bij gebruik externe bureaus

Als u gebruikmaakt van externe bureaus, zet dan eventueel een protocol op uw website om duidelijk te maken op welke manier zij u mogen benaderen. Het is aan te raden de cirkel klein te houden.

Kwaliteit gaat boven kwantiteit. Let in elk geval op de reputatie van het bureau, de voorwaarden en of de werkwijze wel bij uw organisatie past. Heeft u eenmaal de keuze gemaakt om een (incidentele) samenwerking aan te gaan en verloopt deze naar tevredenheid, dan kan het efficiënter zijn dit contact warm te houden of uit te bouwen dan om uw netwerk nog verder uit te breiden.

Naast het feit dat veel bureaus uit dezelfde vijvers vissen, geeft het werken met vaste samenwerkingspartners rust en duidelijkheid. Zowel intern als naar andere bureaus die een slaatje willen slaan uit uw zoektocht.

Dit is een artikel van de redactie van HR Rendement

HR Rendement is dé informatiebron voor HR-professionals die hun organisatie verder willen helpen. De insteek is: hoe kan een HR-adviseur, HR-medewerker of andere HR-specialist bijdragen aan een beter rendement van personeel en arbeid? HR Rendement behandelt onderwerpen zoals wijzigingen in wet- en regelgeving, ontwikkelingen in het arbeidsrecht, fiscaal voordelige beloningsvormen, arbeidsvoorwaarden, arbeidsomstandigheden, personeelssubsidies en de inzet van HR-instrumenten en personeelsdata.

De onafhankelijke en ervaren redactie van HR Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt jou als eerste wat deze ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat je de informatie direct kunt vertalen naar je eigen werksituatie. HR Rendement is daarnaast multimediaal. De voor jouw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar je onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot je beschikking hebt;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ maandelijks in het vakblad HR Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

www.rendementuitgeverij.nl