

JE VACATURES SNELLER INVULLEN MET SEO: THE BASICS



Wat is SEO? 🤔

SEO, oftewel, **Search Engine Optimization** is een marketingtechniek waarmee je via *keywords* je ranking in Google bij zoekopdrachten gaat verhogen.

Door in te zetten op SEO, kan je ervoor zorgen dat sollicitanten sneller de weg vinden naar je website én je vacatures. En laat dat nu net zijn wat menig recruiter vandaag de dag erg graag wilt.

Klinkt mooi! Hoe begin ik hieraan? 😊

SEO is een langetermijnproject. Het zorgt voor organische groei van je aantal bezoekers. Met *paid advertising* daarentegen behaal je op korte termijn veel resultaten, maar creëer je geen duurzame stroom naar je vacatures en bovendien, is SEO in vergelijking met SEA (paid advertising) goedkoper.

Hoe optimaliseer je dan vacatures? Wij schreven het voor je uit in een eenvoudig stappenplan.

Stappenplan 🚶

01. Breng in kaart voor welke vacatures je het zoekverkeer wil boosten

Welke vacatures kunnen er wel wat aandacht gebruiken? Lijst ze op.

02. Bepaal keywords

Plaats je in de schoenen van een kandidaat. Welke woorden zouden zij gebruiken om een vacature op te zoeken? Geven zij dezelfde termen in als de titel van je vacature?



Wanneer je jezelf traint om te denken in de woorden van een potentiële sollicitant en zijn/haar leefwereld, besef je snel: teveel (intern) **jargon is uit den boze!**

Bijvoorbeeld: stel je hebt een vacature openstaan voor een HR consultant. Wat zouden mensen dan opzoeken om zo'n job te vinden? Wees creatief!

- HR consultant
- HR medewerker
- Recruiter
- HR vacature
- Rekruteringspartner

Zoek de verschillende termen op om te onderzoeken welke vacatures er eerst in de zoekresultaten verschijnen. Zitten die van jou er tussen? Gebruik hiervoor een tool om je ranking in de zoekresultaten te ontdekken, zoals **Semrush** of **Ahrefs**.

03. Doe een keywordanalyse

Gooi de keywords (termen) die je hebt gevonden in een **keyword planner** (bv. Google Keyword Planner of Semrush) en bekijk voor welke termen (gerelateerd aan je ingegeven term) er een groot **zoekvolume** is en voor welke minder. Kans bestaat dat je interessante termen tegenkomt waar je nog niet aan had gedacht.



04. Kies je keywords en herschrijf je vacature

Je hebt nu een lijst van keywords, je weet welke termen een hoog zoekvolume hebben én welke niet. Wat nu?

In deze uitdagende arbeidsmarkt wil je er tussenuit springen. **Gebruik niet enkel termen met een hoog zoekvolume, maar ook die met een laag volume.** Het is een én én verhaal. Daarnaast heb je behalve volume, ook een indicator van hoe moeilijk het zal zijn om bovenaan te ranken voor een specifieke term. Oftewel: het geeft je inzicht over hoe sterk je competitie is. Kies voor termen die lager zijn in competitie zodat je gemakkelijker wordt gevonden. Kwaliteit boven kwantiteit.

Het is soms ook interessanter om enkel termen te gebruiken in je vacatures met een laag zoekvolume. Op die manier zoeken er misschien 'slechts' 100 mensen per maand de term op, maar is de kans vele malen groter dat jij gevonden zal worden in die *search*.

Concreet, wat raden wij aan? Gebruik in je vacaturetitel een keyword dat niet het allerhoogste rankt, maar ook niet het laagste en verwerk een variatie van die keywords (met hoge én lage zoekvolumes) in de rest van je vacatures. **Blijf weg van exotische functietitels** en gebruik klare taal.



A/B-testing van termen



Complexe termen als titel

Aan de slag!

Geprikkeld, maar heb je nog nood aan meer houvast?



Schrijf je in voor de **training 'SEO for HR'** ism **Doorstep**.



Of schakel 1 van onze **consultants inhouse** in, om meteen je hele Talent Acquisition of recruitment Marketing vast te pakken.