



Scorecard **Marketingrecruiters**

WWW.MARKETING-RECRUITERS.NL

Introductie en uitleg

Waarom?

Wanneer we met klanten praten over een functie, merken we dat het vaak nog lastig is om precies te definiëren welk soort Marketeer ze zoeken. Dit leidt vaak tot lange, vage documenten die niet duidelijk maken wat de Marketeer precies moet doen en welke kwalificaties belangrijk zijn. Hierdoor interpreteren interviewers de selectiecriteria verschillend, wat leidt tot onenigheid en frustratie bij werkgevers, kandidaten en recruiters. Dit resulteert in trage besluitvorming en eventuele dure mis-hires.

Om dit probleem aan te pakken, hebben we, geïnspireerd door Amerikaanse methoden, de Marketing Recruitment Scorecard ontwikkeld. Dit eenvoudige systeem maakt de essentie van de functie duidelijk en helpt gericht te zoeken naar de belangrijkste competenties.

Hoe gebruik je de Marketingrecruiters Scorecard?

De Hiring Manager stelt de scorecard op en deelt deze met iedereen die betrokken is bij het selectieproces, inclusief andere stakeholders. Tijdens het overleg worden eventuele aanpassingen doorgevoerd en iedereen gebruikt daarna de scorecard. De Marketing Recruitment Scorecard is bondig, concreet en geschreven in begrijpelijke taal, zodat iedereen het goed begrijpt.

Vermijd vakjargon, containerbegrippen en lege managementtermen zoveel mogelijk. Als een kind van 10 het kan begrijpen, is het waarschijnlijk een goed document. En onthoud: het is een dynamisch document. De wereld verandert en je leert voortdurend, dus de scorecard moet met je mee veranderen.

Missie

Waarom bestaat deze functie? Waarom is dit belangrijk? Wat draagt het bij aan de organisatie? Breng dit terug naar de basis en wees zo specifiek mogelijk.

Functienaam :

Hiring Manager :

Missie :

Resultaten

Functieprofielen richten zich vaak op de inspanningen, op wat iemand gaat doen. Maar marketing draait om resultaten. Het is cruciaal voor alle betrokkenen om duidelijk te hebben welke resultaten worden verwacht en wanneer deze behaald moeten zijn. Hou het overzichtelijk om de focus te behouden.

Beperk je tot maximaal vijf belangrijke resultaten en noteer deze in de juiste volgorde.

Resultaatgebied: Denk hierbij aan resultaten zoals leadgeneratie, verkeer, merkbekendheid, conversie, ROI of leiderschap.

Er zijn natuurlijk meer marketingdoelen te bedenken, maar wees vooral zo specifiek mogelijk.

Top 5 resultaten (in volgorde van belangrijkheid)

	Resultaatgebied	Omschrijving	Resultaat
1			
2			
3			
4			
5			

Nieuw hoofdstuk

Marketingkennis- en vaardigheden

Marketeers staan voor grote uitdagingen. Innovaties volgen elkaar steeds sneller op, het takenpakket van digitale marketeers wordt steeds uitgebreider, en het speelveld steeds ingewikkelder. Daarnaast worden processen steeds vaker geautomatiseerd.

Elke organisatie heeft zijn eigen online tools die de marketingactiviteiten ondersteunen. Denk aan tools zoals Google Analytics, SEMrush, Hootsuite, HubSpot, WordPress, Yoast SEO en MailChimp. Bij het opstellen van een functieprofiel is het daarom belangrijk om goed te kijken welke digitale kennis momenteel ontbreekt en wat de organisatie nodig heeft om klaar te zijn voor de toekomst. Wat is de ideale achtergrond van de kandidaat en welke ervaring met specifieke online tools moet hij of zij meebrengen?

Maak een top 5 van de belangrijkste kennis en vaardigheden en rangschik deze in de juiste volgorde.

Kennisvaardigheden	Score (1-6)	Toelichting
1		
2		
3		
4		
5		

Competenties

Overige vaardigheden

Het is belangrijk om duidelijk te hebben waar een marketeer of manager goed in moet zijn. Denk hierbij aan vaardigheden zoals:

- Analytisch inzicht
- Creativiteit
- Trendwatching
- Data-analyse
- Opzetten van een customer journey
- Opstellen van een marketingplan
- Uitrollen van campagnes
- Aansturen van externe bureaus

Voor managementrollen kun je denken aan vaardigheden zoals:

- Coaching
- Ontwikkelen van marketingstrategieën
- Stellen en realiseren van doelen
- Aannemen van nieuwe marketingmedewerkers
- Managen van marketingfunnels

Rangschik deze vaardigheden in volgorde van belangrijkheid en beperk jezelf tot de vijf belangrijkste vaardigheden. Het is niet mogelijk om binnen een functie alle vaardigheden op topniveau te beheersen, dus focus op de meest cruciale voor de rol.

Marketing vaardigheden	Score (1-6)	Toelichting
1		
2		
3		
4		
5		

Kennis en ervaring

Welke kennis en ervaring heeft de kandidaat nodig om succesvol te kunnen zijn? We hebben het hier niet over marketingvaardigheden, maar bijvoorbeeld over opleidingen en kennis van of ervaring met producten, branches, markten, klanten, systemen, werken binnen grote corporates of juist binnen een startupcultuur, processen, positie in de marketingfunnel, type marketingervaring (digitaal, creatief of strategisch) of kennis van specifieke talen.

Werkgevers hebben vaak de neiging om kennis van hun product als nummer één en dus knock-outcriterium te bepalen, want “onze business is nu eenmaal heel bijzonder.” Dit is vaak niet terecht.

Als je bijvoorbeeld een marketeer zoekt die het aantal inkomende leads en de conversie moet verhogen voor een leverancier van kantoorartikelen, welke kennis is dan van doorslaggevend belang? Je moet weten hoe je leads genereert en waarschijnlijk verstand hebben van UX. Maar als je dat al succesvol hebt gedaan met bijvoorbeeld softwareoplossingen, is het dan moeilijk om kennis over kantoorartikelen op te doen? Minder moeilijk dan de andere criteria, lijkt ons.

Daarnaast verklein je de (al krappe) markt van kandidaten enorm door productkennis als criterium te hanteren. Ten slotte, waarom zou een kandidaat die al verantwoordelijk was voor softwareoplossingen dat blijven doen? Wat is de uitdaging?

Kortom, denk goed na over de maximaal vijf kenniselementen waarover de kandidaat minimaal moet beschikken. Wees daarbij realistisch (het schaap met de vijf poten, etc.) en wees open over de uitwisselbaarheid van kennis, zodat je de vijver groot genoeg houdt om er mooie vissen uit te kunnen halen.

Kenniselementen	Score (1-6)	Toelichting
1		
2		
3		
4		
5		

Eigenschappen

Hoe gedraagt een kandidaat zich? Hoe realiseert hij of zij doelen? Hoe gaat hij of zij om met stress? Dit noemen we eigenschappen. Ze zijn belangrijk omdat ze moeten passen bij de positie, de klanten, de organisatie (unit) en zelfs bij de leidinggevende. Denk hierbij aan zaken als stressbestendigheid, analytisch vermogen, energie, leervermogen, resultaatgerichtheid en communicatievaardigheden. Op internet zijn dit soort lijsten makkelijk te vinden.

Over Marketingrecruiters

Marketingrecruiters is een jong en fris marketing recruitment bureau met meer dan 15 jaar ervaring. Alleen met de beste marketing professionals worden commerciële doelstellingen behaald. Marketingrecruiters vindt, overtuigt en selecteert de sterren onder de marketingprofessionals, die zelf op zoek zijn naar uitdagingen bij interessante en ambitieuze werkgevers. Zo komen drie missies bij elkaar! Marketingrecruiters is, net als Salesrecruiters en Interimrecruiters onderdeel van Home of Recruitment.

Meer lezen over Marketingrecruiters? Bekijk dan [deze pagina](#).