



## Over Nedschroef

Nedschroef is een van oorsprong Nederlands bedrijf met internationale ambities.

De producent van bevestigingsmaterialen (fasteners) is de nummer één in Europa en een belangrijke speler op wereldniveau.

De internationale klantenkring bestaat voor een belangrijk deel uit autofabrikanten en hun toeleveranciers. Nedschroef heeft 1.500 medewerkers in 14 landen en genereert jaarlijks een omzet van ruim 500 miljoen euro.

## Succesverhaal: Recruitment bij Nedschroef

Nedschroef is een fabrikant van fasteners voor de internationale automotive industrie. Om in deze innovatieve branche aan de top te blijven heeft het bedrijf een constante behoefte aan hoog opgeleid personeel. Het vinden en aantrekken van de juiste mensen is om verschillende redenen een uitdaging.

- De fasteners-industrie heeft geen sexy imago; vooral jonge kandidaten vinden de branche nog niet echt aantrekkelijk.
- Veel gespecialiseerde engineers hebben geen behoefte om hun baan in te ruilen voor een nieuwe carrière.
- Nedschroef is buiten Nederland en Duitsland nog geen bekende naam.
- De kosten van headhunters en wervingsbureaus zijn vaak hoog.

Nedschroef moest dus op zoek naar moderne en kostenbesparende manieren van recruiting.

## De aanpak van Nedschroef

Nedschroef koos voor een online aanpak met LinkedIn als centraal platform omdat dit alle faciliteiten bood voor het behalen van de volgende doelen.

### Aantrekkelijkheid vergroten

Om aantrekkelijker te worden voor mogelijke kandidaten, wilde Nedschroef het werkgeversmerk versterken. De bedrijfspagina op LinkedIn bleek hiervoor het juiste middel.

Hierop presenteert Nedschroef zich prominent als 'leading fastener supplier in Europe'. De bijbehorende cijfers versterken het beeld van een grote speler in een dynamisch, internationaal speelveld.

Om het toonaangevende karakter van Nedschroef kracht bij te zetten, deelt ze op de bedrijfspagina relevante content: van brancheontwikkelingen tot nieuws over eigen producten en projecten. Bijvoorbeeld over het project waarin Nedschroef met DAF Trucks samenwerkt aan de ontwikkeling van een ultralichte truck voor de Dakar Rally. Hierin komen expertise, partnerschap en het innovatieve karakter van Nedschroef op een 'entertaining' manier tot uiting.

Met deze vormen van content marketing laat Nedschroef niet alleen zien op de hoogte te zijn en in ontwikkeling te zijn, maar weet ze ook haar volgers betrokken te houden en online interactie te stimuleren. Zo blijft Nedschroef op een aangename manier top-of-mind bij potentiële kandidaten.

Maar het gaat niet alleen om cijfers en feiten. Nedschroef toont op LinkedIn ook haar menselijke kant: sponsoring, nieuwjaarswensen en medewerkers komen in beeld. Dit benadrukt het beeld van een bedrijf dat niet alleen de lat hoog legt qua prestaties maar ook een goede werkgever is voor de medewerkers.

Hoe Nedschroef haar aantrekkelijkheid meet? Het aantal volgers van de bedrijfspagina is een goede eerste indicatie: gemiddeld is 70% van de volgers namelijk geïnteresseerd in carrièremogelijkheden bij het bedrijf dat ze volgen.

#### Internationaal bereik

Door op LinkedIn actief te zijn vergroot Nedschroef haar internationale bereik – door bijvoorbeeld een vacature onder de aandacht te brengen bij geschikte kandidaten van een bepaald werelddeel of zelfs wereldwijd.

Dit is belangrijk omdat het bedrijf als internationale speler ook buiten Nederland naam wil maken.

#### Het gezicht van Nedschroef laten zien

De medewerkers zijn de beste ambassadeurs van een bedrijf. Bij Nedschroef staan zij dan ook regelmatig in de spotlight op de bedrijfspagina. Zo is er aandacht voor awards en voor teamprestaties. In de toekomst kan Nedschroef op LinkedIn nog meer gebruik maken van de medewerkers. Bijvoorbeeld door hen te stimuleren om statusupdates van het bedrijf te delen in hun netwerk.

Ook kunnen vacatures op profielpagina's van medewerkers worden geplaatst. Dit is vaak doeltreffend omdat de connecties van deze medewerkers al bekend zijn met Nedschroef.

#### Effectief recruitment

LinkedIn is uiteraard ook een platform voor recruitment. Aan de bedrijfspagina heeft Nedschroef een carrièrepagina gekoppeld met daarop de actuele vacatures. Zo kunnen kandidaten direct vanuit hun LinkedIn profiel reageren op openstaande functies en dat maakt het sollicitatieproces voor beide partijen eenvoudiger.

Nedschroef maakt daarnaast gebruik van LinkedIn Recruiter en de HR afdelingen gebruiken de beschikbare job slots. Ze kunnen hun communicatie richten op kandidaten met de juiste kwalificaties, wat de response en de effectiviteit verhoogt.

## De resultaten

Door de activiteiten op LinkedIn is het aantal volgers van Nedschroef met 200% gegroeid. Dat betekent dus ook dat meer mensen belangstelling hebben voor Nedschroef als werkgever.

Het rendement van de recruitment-activiteiten is sterk verbeterd. Gemiddeld krijgt Nedschroef momenteel 15 sollicitaties per vacature, waarmee het aantal is verviervoudigd. Het bedrijf heeft binnen een periode van 9 maanden 7 nieuwe hoogopgeleide medewerkers aangenomen. Ook dat is een goed resultaat. Bovendien zijn de kosten fors lager dan met de inzet van headhunters.

#### In het kort

Nedschroef heeft bij de ontwikkeling van het werkgeversmerk gekozen voor LinkedIn. Het netwerk biedt hen de mogelijkheid om de aantrekkelijkheid te vergroten en gemakkelijker de juiste kandidaten te vinden, aan te trekken en betrokken te houden. Dat betekent dus effectiever recruitment dat ook nog eens gepaard gaat met veel lagere kosten. En aangezien de mogelijkheden nog lang niet uitgeput zijn, biedt de toekomst Nedschroef volop kansen.