

Wervingsadvies

Wiskundig statisticus bij een Statistisch Bedrijf

De stafdirectie Methodes van het Bedrijf bestaat uit 45 medewerkers van verschillende achtergrond. De afdeling speelt een belangrijke rol bij de continue vernieuwing van de door het Bedrijf gebruikte methodes en technieken. De mogelijkheden voor persoonlijke ontwikkeling zijn dan ook legio, zowel door interne leertrajecten als door opleidingen en cursussen, ook in het buitenland.

Steeds meer processen verlopen met behulp van ICT. Dat betekent dat samenwerking – met experts op dit gebied – een belangrijk aspect is voor medewerkers van deze afdeling.

Daarnaast heeft de afdeling als taak om de door hen verzamelde informatie ter beschikking te stellen – in de breedste zin van het woord: in interne zin, maar ook door het verzorgen van lezingen en presentaties op congressen in binnen- en buitenland. Het vermogen om de opgedane kennis in begrijpelijke vorm om te zetten, is dan ook een belangrijke eigenschap voor (medewerkers van) de stafdirectie.

Algemeen advies

Er ligt een wervingsvraag voor een wiskundig statisticus bij de stafdirectie Methodes. De functie is in Limburg. Het is realistisch om te veronderstellen dat de werving compliceert; het aanbod van hoger opgeleiden is in deze regio kleiner dan bijvoorbeeld in de Randstad. En omdat het geen startersfunctie betreft, zal de mobiliteitsbereidheid ook niet heel groot zijn. Dat heeft als consequentie dat de vacatures relatief breed zullen moeten worden uitgezet.

De werving dient daarnaast *low profile* te gebeuren, met zo min mogelijk externe ruchtbaarheid. Dit als gevolg van een reorganisatie, waarbij een aantal banen komt te vervallen. Al te uitbundig werven is daarbij niet gewenst. Maar gezien de mogelijkheden voor online communicatie zal dat ook niet nodig zijn.

Kansen

Voor de functie geldt dat er mogelijkheden liggen in de huidige crisis en de consequenties bij onder andere banken. Veel kwantitatief ingestelde medewerkers van deze werkgevers – aangeduid als bijvoorbeeld 'business analyst' – beschikken over de vereiste achtergrond. Wellicht moet het Bedrijf daarbij wel bereid zijn om wat water in de wijn te doen voor wat betreft de competenties.

Beschrijving van de doelgroep Wiskundig statisticus

De doelgroep is vastgesteld als: universitair opgeleid, maximaal tien jaar werkervaring en met een kwantitatieve achtergrond: wiskundige, econometrist, natuurkundige, informaticus of sterrenkundige. Dit is nogal breed. En omdat het gaat om mensen die zichzelf zien als ‘professional’ en daarom graag worden aangesproken met, c.q. zichzelf herkennen in hun professie, zal de term ‘Wiskundig statisticus’ vermoedelijk niet zoveel aandacht trekken. Ze zijn sterrenkundige, geen statisticus.

Pullfactoren en arbeidsvoorwaarden

Volgens gegevens van het AGO zijn belangrijke pullfactoren voor deze groep inhoud van het werk, uitdaging en doorgroeimogelijkheden. Als belangrijkste arbeidsvoorwaarden gelden diverse vergoedingen en flexibele (thuiswerk)mogelijkheden. Dit naast de ‘normale’ verwachtingen van een prettige werksfeer, een goed salaris en zaken als reiskostenvergoedingen en pensioenregelingen. Dit is geen punt voor het Bedrijf.

Media

Zoals te verwachten – met name gezien de leeftijd – is dit een nogal online-georiënteerde groep. De actieve zoekers bezoeken vooral vacaturesites; de mogelijk latent te bereiken doelgroep is met name geïnteresseerd in (economisch) nieuws en bevindt zich graag op internet.

Deze groep bezoekt ook zeer regelmatig de eigen site van het Bedrijf; en dat is een kans die je niet mag laten lopen!

Advies Wiskundig statisticus

Inhoud van de boodschap

De term ‘wiskundig statisticus zal vermoedelijk bij de doelgroep tot relatief weinig herkenning leiden. Hij doet ook onvoldoende recht aan de inhoud en ontwikkelkant van de functie. In dit geval kan gekozen worden voor een meer beschrijvende functienaam: Kwantitatief ingestelde ontwikkelaar of iets in deze geest. Eventueel kun je hem voor de diverse zoekfuncties ombouwen naar een vragende zin als ‘Kun jij statistiek naar een hoger niveau brengen?’.

De advertentie kan aansprekender worden door voorbeelden te geven van projecten en innovaties. Wat is de laatst ontwikkelde techniek? Over welke onderwerpen hebben we het? Besteed (subtiel) aandacht aan de alleszins draaglijke arbeidsomstandigheden.

Media

Online

- Link of banner op de eigen site (niet de vacaturesite), direct verwijzend naar de vacature, met een ‘prikkelende’ tekst
- Vacatureplaatsing op Intermediair.nl
- Vacatureplaatsing op Academic Transfer, klein bereik, maar wel goed gefocust op de wetenschappelijke wereld

Offline

- Als gekozen wordt voor een printadvertentie, ligt Intermediair het meest voor de hand; voor deze groep is het vakblad ESB (en ESBOnline) ook zeker een alternatief.

Let bij de onlineplaatsingen op het juiste gebruik van trefwoorden. Hiervoor kan gebruik gemaakt worden van de termen die hieronder genoemd worden.

Vul deze media aan met een kleine campagne via Google Adwords. Google is voor ongeveer iedereen het startpunt op internet, of het nu gaat om een baan of wat anders. De campagne kan gevoerd worden op termen als:

- statistiek
- methodologie
- innovatie
- statistische software
- vacature wiskunde
- vacature natuurkunde
- vacature sterrenkunde
- vacature operations research
- vacature sociometrie

Om ook de latente zoekers te bereiken, is het advies om daarnaast termen op te nemen die aanhaken bij de actualiteit:

- gevolgen kredietcrisis
- ontwikkelingen financiële markten
- ontwikkeling werkloosheid
- arbeidsmarktontwikkelingen
- e.d.

En tot slot: gebruik woorden die rechtstreeks afkomstig zijn uit publicaties van het Bedrijf. Om hier precisie in te krijgen kan (bijvoorbeeld via de webbouwer of de communicatie-afdeling) inzicht verkregen worden in de meest gebruikte zoektermen waarmee bezoekers op de site terecht komen.