

## Google for Jobs

*De Job Search Experience van Google nu ook actief in Nederland*

Google for Jobs is nu ook in Nederland actief en alle signalen uit andere landen wijzen erop dat Google for Jobs een gamechanger wordt. Daarom is het van belang dat uw website *technisch* in orde is wat betreft vacatures. Daarnaast is het van belang om de *teksten* van uw vacatures te optimaliseren. Dit is hét moment om de juiste maatregelen te nemen en uw vacaturebereik te vergroten.

### Wat is Google for Jobs?

Google for Jobs is een nieuwe, geoptimaliseerde weergave van vacatures binnen de zoekresultaten van Google. Google verzamelt de vacatures eenvoudig uit verschillende bronnen op het internet en maakt verwijzingen aan naar die vacatures. In de basis doet Google dus niets anders dan ze altijd al deden. Men kon altijd al naar banen zoeken via Google. Alleen presenteren ze de resultaten nu overzichtelijker, prominenter en met verschillende filters waardoor kandidaten hun zoekopdracht kunnen verfijnen, filteren en vergelijken. Wanneer ze op de solliciteerbutton klikken, worden ze vervolgens rechtstreeks naar de website geleid waar de vacature oorspronkelijk is geplaatst of gevonden.

### Wat kost Google for Jobs?

Google for Jobs is voorlopig nog gratis en belooft de grote tegenhanger te worden van Indeed. De banenzoekmachine van Google gaat, zoals de gewone Google zoekmachine, werken met betaalde en met 'organische' (niet betaalde) resultaten. Betaalde advertenties komen bovenaan maar met de juiste maatregelen rankt uw gratis vacature goed en verschijnt deze bovenaan de zoekresultaten. Voor moeilijk vervulbare vacatures kunnen betaalde advertenties nog steeds een goede aanvulling zijn.

### Hoe werkt Google for Jobs?

Google for Jobs maakt gebruik van zogeheten *Structured Data Schema JobPosting*. Webpagina's die van deze informatie zijn voorzien worden door Google herkend als vacature. Vacatures zijn hiermee aan strenge regels gebonden. Zonder structured data wordt een vacature niet zichtbaar op Google for Jobs en kunnen kandidaten er niet op filteren. Structured data wordt dynamisch opgebouwd en 'onder de motorkap' meegegeven aan een vacature-pagina. Een ATS of het CMS van een goede werkenbij-website genereert deze data automatisch bij iedere vacature.

Daarnaast is het natuurlijk belangrijk dat elke vacature een eigen vacaturepagina heeft en dat deze goed vindbaar is op uw website. Als het goed is dan beschikt uw website al over een actuele sitemap die dit weergeeft. Beter nog is om Google op de hoogte te stellen van mutaties in uw vacature-aanbod door een aanmelding bij de Google Indexing API (speciaal voor vacatures). Met de Indexing-API kan een site-eigenaar Google rechtstreeks op de hoogte stellen wanneer pagina's worden toegevoegd of verwijderd. Hierdoor kan Google pagina's inplannen voor een nieuwe crawl,

wat kan leiden tot gebruikersverkeer van hogere kwaliteit.

### **Kwaliteit van vacatures wordt nog belangrijker**

Behalve de technische aspecten waar uw vacature aan moet gaan voldoen, zijn er een aantal inhoudelijke zaken waar u op moet letten zodat uw vacatures beter gevonden worden:

- Gebruik een logische functietitel. Dit zijn functietitels waar gebruikers op zoeken en die aangeven wat de functie inhoudt. Zo kan Google beter de match tussen zoekopdracht en vacature maken.
- 'Fire your biggest gun first'. Google for Jobs laat in eerste instantie alleen de éérste alinea (ca. 100 woorden) zien. U moet er dus voor zorgen dat deze aanspreekt en alle relevante zoekwoorden bevat zodat de gebruiker wordt uitgenodigd om verder te lezen.
- Zorg dat de vacature zo compleet mogelijk is. Vermeld het salaris. Voeg de exacte locatie met adres, postcode en woonplaats toe aan de vacature. Hoe completer de vacature, hoe beter de vacature wordt opgepikt door Google en hoe hoger u scoort in de zoekresultaten.

### **Uw vacatureteksten voorbereiden op Google for Jobs**

Google for Jobs heeft een aantal verplichte velden. Dit zijn:

- publicatiedatum: de eerste datum waarop de werkgever de vacature plaatst.
- omschrijving: een volledige beschrijving van de vacature, inclusief verantwoordelijkheden, werkzaamheden, vereisten, etc.
- werkgever: bedrijfsnaam van de werkgever.
- logo: het bedrijfslogo van de werkgever.
- locatie: volledig en exacte adres van de werklocatie(s). NB: locaties met alleen een plaatsnaam ranken veel lager dan locaties met een compleet adres.
- type locatie: dit is alleen van belang voor vacatures waarbij de kandidaat 100% op afstand werkt ('telecommute').
- functienaam: een leesbare, begrijpelijke en concrete functietitel zonder uitroeptekens, afkortingen of toevoegingen als plaats, salarisindicatie, bedrijfsnaam, etc.
- einddatum: de datum waarvóór gereageerd moet worden. NB: websites die vervallen vacatures tonen, krijgen van Google een 'penalty'.

Daarnaast hanteert Google de volgende velden waarbij Google al heeft aangegeven dat het salaris erg belangrijk is voor de ranking:

- basissalaris: het salaris voor de functie per maand of per jaar. Er kan ook een minimum en een maximum worden opgegeven.

Let op: Maakt u het salaris niet kenbaar? Dan toont Google zelf een bedrag op basis

van een gemiddelde voor vergelijkbare vacatures.  
Een vacature mét daarbij het salaris vermeld scoort  
hoger in de ranking!

- dienstverband: gaat het om fulltime, parttime, tijdelijk, vrijwilliger, een stage, etc.
- interne referentie: uw eigen referentie voor de vacature.
- woonplaats kandidaat: dit is een veld alleen bedoeld voor vacatures waarbij kandidaten 100% op afstand werken.

### **Wat betekent dit voor u als werkgever?**

Als werkgever betekent de komst van Google for Jobs dat u in meerdere opzichten (veel) preciezer met uw vacatures aan de slag moet. Uw werken-bij-website of het vacature-gedeelte van uw website moet technisch geschikt gemaakt worden zodat structured data wordt meegegeven aan iedere vacature. Daarnaast moet u mogelijk aan de slag met de inhoud van uw vacatures: géén fancy titels meer maar heldere functieaanduidingen, aandacht voor de eerste 100 woorden, zorgen voor het juiste leesbaarheidsniveau, consistent gebruik van zoektermen, meer aandacht voor synoniemen en keywords, geen leeftijdsdiscriminatie, geschiktheid voor mobiel – kortom alle (SEO) zaken waar u toch al aan moet werken voor aantrekkelijke en hoog scorende vacatures.

*Deze tekst kwam tot stand met behulp van het [Vacaturelab.nl](http://Vacaturelab.nl) en Tuesday Multimedia.*