

Ofir.dk Jobrapport

Sådan skriver du et effektivt jobopslag til sygeplejersker

Denne vejledning gennemgår, og inspirerer til hvordan man som leder lettere tiltrækker sygeplejersker til ledige stillinger.

Baggrund

Sygeplejersker havde ifølge DSR en ledighed i april 2020 på 1%. Dermed tilhører sygeplejerskerne den gruppe, hvor ledigheden er lavest i Danmark. Mange stillinger står ubesatte hen. Jobportalen Ofir.dk har derfor samlet en række redskaber til, hvordan man bedst kan tiltrække sygeplejersker til ens ledige stillinger.

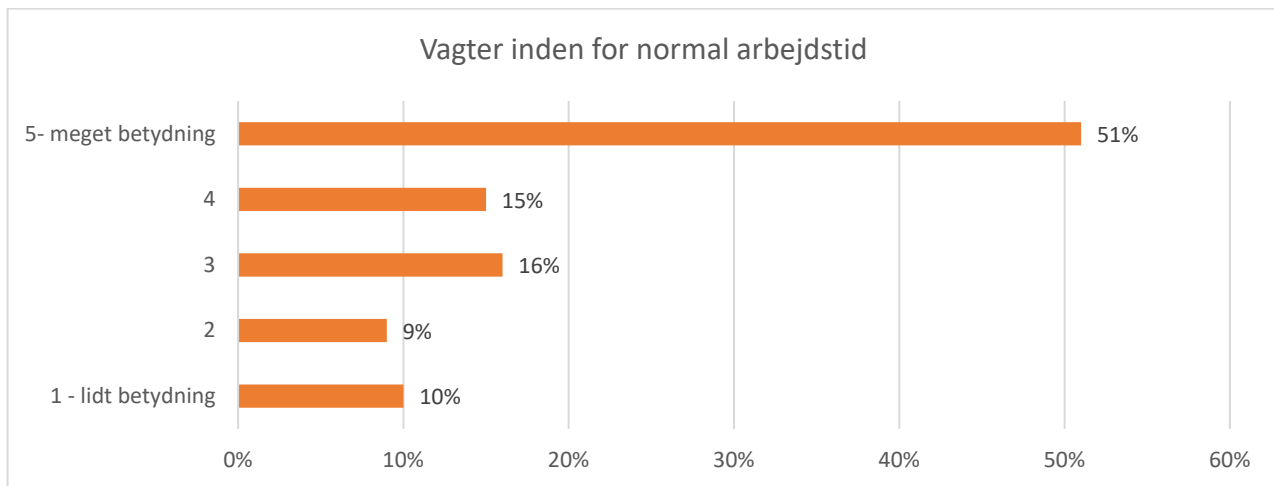
I maj 2020 udsendte Jobportalen Ofir.dk derfor et spørgeskema til 4.000 sygeplejersker i alderen 20-65 år og delt på Facebook hos en særlig gruppe for sygeplejersker med 27.000 medlemmer. I alt besvarede 350 sygeplejersker spørgeskemaet. Vejledningen tager afsæt i deres svar kombineret med Ofirs mangeårige erfaring inden for jobannoncering målrettet sygeplejersker.

Hvad ser sygeplejersker efter i et nyt job?

Klare krav til kompetencerne og spændende opgaver vækker nysgerrigheden hos sygeplejerskerne. Vagttidspunkter/ work-life balance bliver ligeledes vægtet højt, når der søges efter nyt job:

1) **Vagttidspunkterne:** 51% anfører vagttidspunkterne som vigtige

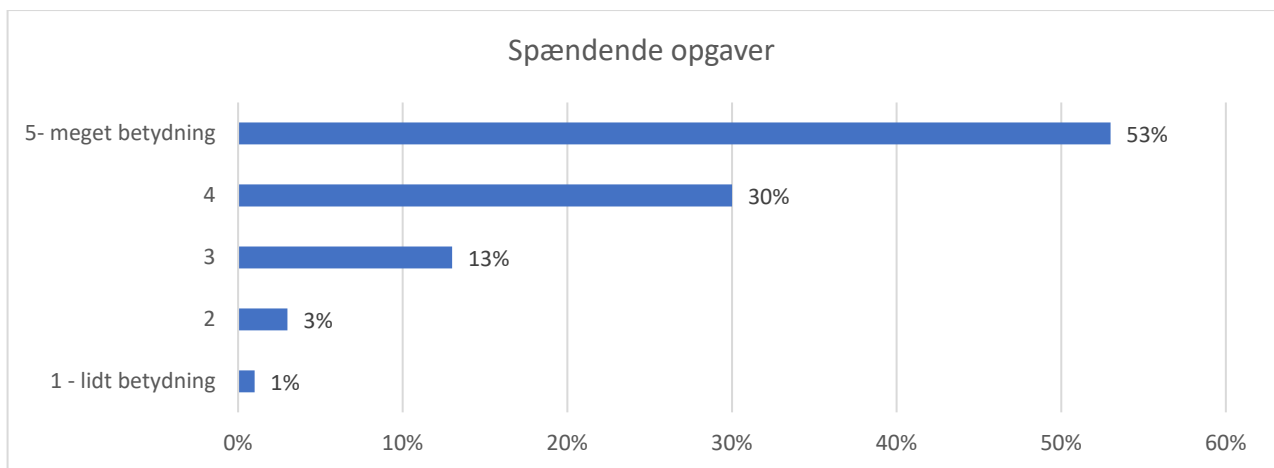
Har du særlige vagtordninger, som er børnefamilievenlige, så skriv om det og fremhæv det tidligt i dit jobopslag. F.eks. om det er muligt med skift hver 3. weekendvagt i stedet for hver 2.



Kilde: Ofir.dk, spørgeskemaanalyse hos sygeplejersker, maj 2020.

2) Spændende opgaver: 53% vægter spændende opgaver højt

Vær konkret med opgavebeskrivelsen, så ansøgeren tydeligt kan se, hvilke opgaver stillingen indebærer.



Kilde: Ofir.dk, spørgeskemaanalyse hos sygeplejersker, maj 2020.

3) Deltidsstillinger: 23% vægter deltid stillinger meget højt

Kan de vælge mellem heltid eller deltid så skriv det i annoncen – du øger sandsynligheden for respons med 23%, for nogle har dette stor betydning.

Eksempel med præsentation af deltid/heltid og indflydelse på vagterne:

“Fuldtidsstilling (mulighed for deltid), i skiftende vagter med mulighed for at arbejde hver 2. eller hver 3. weekend. Vagtfordelingen er 6-9 aften/nattevagter over 4 uger og vagtplanlægning sker ud fra ønskebog.”

Præsentationen - sådan præsenterer du dit jobopslag mest attraktivt

En jobannonce er en annonce. Det er en reklame og som med reklamer, så virker en klar og sigende overskrift. Beskriv levende hvad der er i det for kandidaten – ikke for dig. Kandidaten skal kunne se sig selv i stillingen.

1) Sæt stillingsbetegnelsen i overskriften

Hvis du søger en sygeplejerske, så sæt det i overskriften. Kandidater skanner overskrifterne og en "Dygtig kollega søges" kommunikerer ikke, at man søger en sygeplejerske – det kan være hvad som helst man søger. De fleste jobportalers algoritmer er også sat til at søge på overskrifterne først, så sætter du ikke stillingen i overskriften, så risikerer du, at dit jobopslag bliver placeret langt nede på listen.

2) Beskriv hvad kandidaten får ud af at arbejde hos jer

Beskriv hvad kandidaten får ud af at arbejde i din afdeling – hvad tilbyder I? Mange stillinger er sat op som krav, hvilket er fornuftigt, men reserver et selvstændigt afsnit gerne højt oppe i teksten med hvad I tilbyder. F.eks. kan det være at I har særlige vagtilbud, at der er ekstraudannelse eller andet.

VIDSTE DU...

At Ofir.dk er markedsleder inden for målrettede jobannoncer på de sociale medier?

3) Brug underoverskrifter

Det er lettere at læse en tekst, hvor teksten er inddelt i underoverskrifter. F.eks. kan det være "Hvem du er", "Hvad vi tilbyder", "Hvem vi er", osv.

4) Vær konkret i beskrivelsen af stillingen

Vær konkret i beskrivelsen af stillingen og hvad succeskriterierne er. Du kan sagtens bruge punktform. Sygeplejersker er højt uddannede og en konkret beskrivelse af krav fortæller mere om stillingen og hvor meget den udfordrer ansøgerens kompetencer.

Sådan skriver du en fængende overskrift

Et eksempel på en god og en dårlig overskrift

A) Omstillingsparat og pædagogisk kollega til funktion på afsnit 999 på <sygehusnavn>. Hvis du vil kombinere din uddannelse med studerende, så skriv gerne til os

B) Sygeplejerske til afdeling for blødninger og blodpropper i hjernen i Odense.

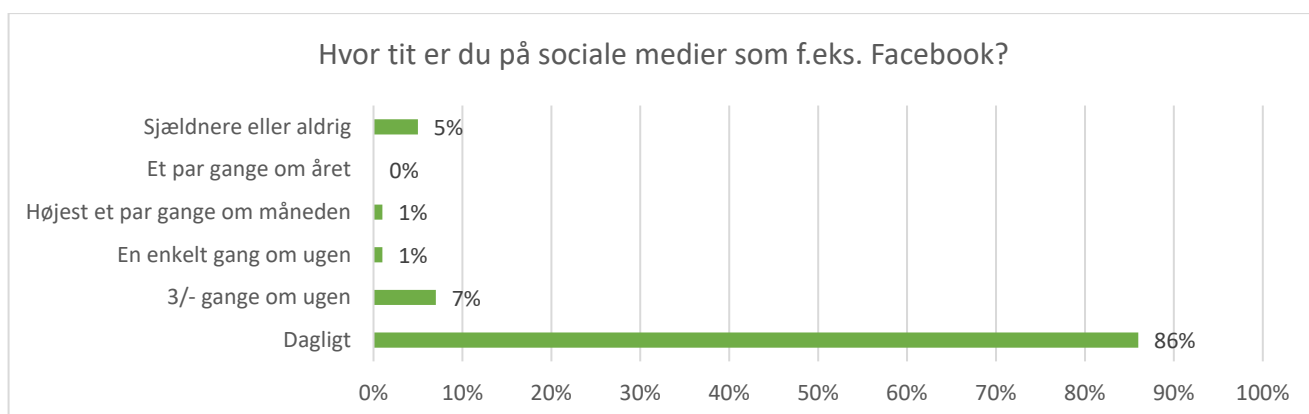
Version B er langt nemmere at læse og fremstår mere naturlig og interessant. Man kan straks afkode, hvilken stillingstype, det drejer sig om (sygeplejerske), om det er i et område, der er nær ens bopæl og hvilken afdeling/arbejdsområde stillingen omhandler.

I **version A** mangler der for det første selve stillingen (sygeplejerske) og der bliver refereret til et afsnit, som de færreste kender. Ordet omstillingsparat er også et ord, som er "tomt", det kommunikerer ikke noget, andet end at det er en kaotisk afdeling, og det tiltrækker de færreste. En jobannonce er en annonce. Det er en reklame og som med reklamer, så virker en klar og sigende overskrift. Beskriv levende hvad der er i det for kandidaten – ikke for dig. Kandidaten skal kunne se sig selv.

Medievalget – hvilke medier bør du vælge til jobopslaget?

Uanset om du er ansat i en region eller en kommune, vil dine jobopslag automatisk blive publiceret på Jobnet.dk. Men som det fremgår af undersøgelsen, er det ikke tilstrækkeligt at annoncere på jobportalerne, fordi de primært besøges af aktivt jobsøgende sygeplejersker – og dem er der ikke mange af.

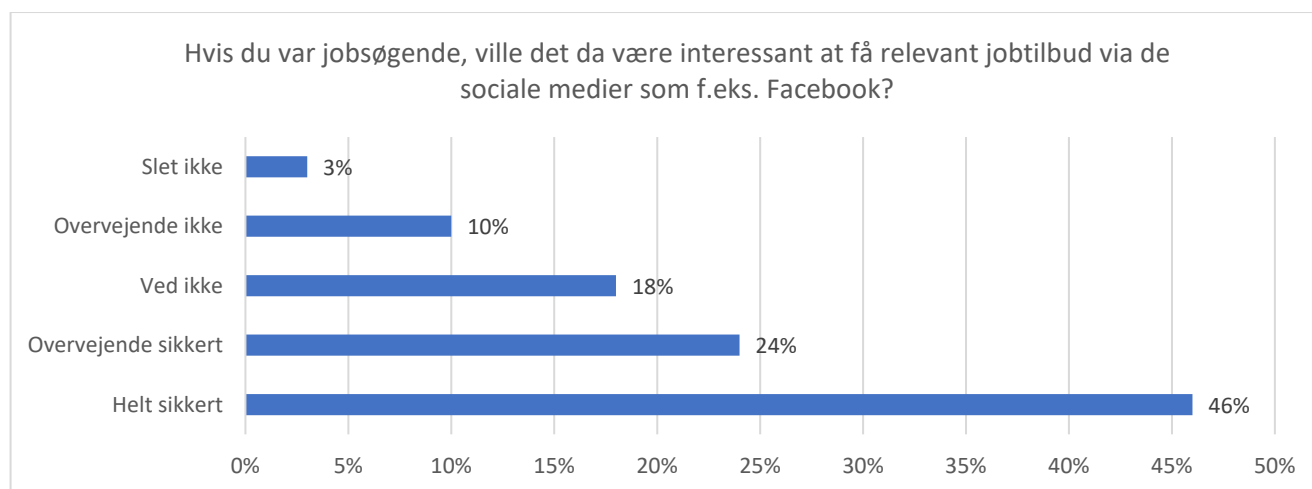
- 23% besøger dagligt en jobportal
- 86% er dagligt på sociale medier
- 50% er interesserede i at modtage jobtilbud via sociale medier



Kilde: Ofir.dk, spørgeskemaanalyse hos sygeplejersker, maj 2020.

Af sygeplejerskerne var 50% interesserede i at modtage relevante jobtilbud via de sociale medier. Det er næsten det dobbelte af dem, der dagligt besøger en jobportal.

Dermed følger sygeplejerskerne den trend, som Ofir.dk kan se på andre grupper, hvor interessen i at læse jobannoncer i andre medier end på jobportalerne er til stede.



Kilde: Ofir.dk, spørgeskemaanalyse hos sygeplejersker, maj 2020.

VIDSTE DU...

At du som afdelingssygeplejerske, læge eller anden med ledende funktion, frit kan bestemme, hvilke medier, du må annoncere dit job i?

Vælg dine medier med udgangspunkt i stillingen

Nedenfor er der forslået muligheder for annoncering afhængig af sværhedsgraden af stillingen.

Stillingen kræver noget eksponering	Stillingen kræver endnu mere eksponering, f.eks. grundet mere snævert fagområde eller geografisk placering	Stillingen kræver markant mere eksponering, f.eks. lederstillinger eller andre specialister
<ul style="list-style-type: none">• Benyt flere jobportaler, så som ofir.dk og Jobindex.dk.• Priserne ligger typisk fra 1.500 kr. til 3.000 kr.• Med jobportalerne får du også sendt din stilling ud via en email agent til ansøgere, som matcher kriterierne.	<ul style="list-style-type: none">• Benyt medier der til rimelige priser kan målrette jobopslag til sygeplejersker i job, såsom Facebook og Instagram.• Priserne er typisk fra 3.000 til 5.000 kr.	<ul style="list-style-type: none">• Benyt yderligere eksponering på sociale medier som Facebook, Instagram og LinkedIn.• Fagbladet Sygeplejersken og et rekrutteringsbureau med speciale i sygeplejerskestillinger er også en mulighed.• Prisen er typisk fra 5.000 til 50.000 kr. eller mere. (Særligt rekrutteringsbureauer er prissat i den høje ende).

Medievalg: Vælg et mediemix afhængig af stillingen. En jobportal plus sociale medier kan fordoble antallet af eksponeringer til de relevante målgrupper. De fleste jobportaler har også jobsøgende, som automatisk får tilsendt relevante job.

Se hele Ofir.dk's undersøgelse blandt sygeplejerskerne

Se hele undersøgelsen via dette link: <https://ofir.dk/jobguide/jobrapporter/rapport-sygeplejersker-analyse>

Kontakt Ofir

Gladsaxe Møllevej 28, 2860 Søborg
Telefon: 39 57 78 66

E-mail: salg@ofirjob.dk
www.ofir.dk/btb

Ofir.dk er en af Danmarks største jobportaler inden for jobs til sundhed, undervisning, pædagogik og pleje/omsorg og førende inden for jobannoncering på sociale medier. Ofir.dk blev grundlagt i år 2000 og er ejet af North Media A/S.

ofir.dk
Den opsøgende jobportal