

# Hoe vind ik snel de juiste **E-COMMERCE MARKETEER** voor mijn webshop?



ENDEAVOUR  
**HEROES**

# INLEIDING

**De krapte op de arbeidsmarkt voor talent met digitale vaardigheden neemt toe. Goede en betaalbare e-commerce marketeers zijn moeilijk te vinden. Wil je er zeker van zijn dat je niet achter het net vist? Gebruik de juiste wervingsmethode en vind talent wanneer jij het nodig hebt.**

Welke opties heb je als je op zoek bent naar een e-commerce marketeer? Wat zijn de verschillen in kosten? En hoe vergroot je de kans op een perfecte match? In deze whitepaper ontdek je wat voor jouw organisatie de snelste en meest kostenefficiënte oplossing is.

## Tekort aan specialisten

Laten we eerst even kijken naar de situatie op de banenmarkt. Want helaas pindakaas: je bent niet de enige die jaagt op die ideale kandidaat. Vrijwel alle organisaties hebben tegenwoordig behoefte aan kennis van social media, data-analyse, online advertising, content en design. Daar is talent en expertise voor nodig. En die is er ook, maar lang niet genoeg.

## Jobs on the rise

In 2017 al was **het aantal vacatures gericht op online marketeers zeven keer zo groot als het aantal kandidaten** dat deze vacatures kunnen vullen.\* Zeven keer zo groot! Een gat dat nog steeds bestaat\*\*, en moeilijk te dichten is.

Ook in 2021 staan banen als growth hacker, content creator, social media marketeer en digital marketing specialist in de top-12 van LinkedIn's Jobs on the Rise report.

Vaardigheden die hierbij worden genoemd zijn bijvoorbeeld Google Analytics, influencer marketing, copywriting en SEO. Skills die bij uitstek vragen om de kennis van een specialist.

Online marketing specialisten en hebben de banen dus voor het uitkiezen. Een nadeel voor werkgevers, die de strijd om de juiste kandidaat proberen te winnen met allerlei extra's, zoals bonussen of auto's van de zaak. En met hogere salarissen natuurlijk, want zo werkt het nu eenmaal als de vraag hoog is en het aanbod laag. Wat kun jij doen om de strijd te winnen en toptalent aan jouw organisatie te binden? Het begint allemaal bij het wervingsproces.

\* Bron: Intermediair

\*\* Marketingweek

# ZELF WERVEN

**Kostenbesparing is een veelgehoord argument om het wervingsproces zelf te doen. Hoewel zelf werven tijd kost, kan het inderdaad goedkoper zijn. Maar er zijn ook risico's.**

## Wervingskosten

**Gemiddeld kost het werven van een medewerker €4.490 per keer\*.** Denk hierbij aan kosten voor het gebruik van vacatureplatforms. Meestal moet je betalen voor het plaatsen van je vacature en zijn er bijkomende kosten voor de promotie ervan. Je vacature komt tegen betaling hoger in de zoekresultaten op het platform, of wordt meegenomen in nieuwsbrieven voor werkzoekenden. Naast vacatureplatforms worden ook zoekmachines ingezet voor werving van personeel. Je advertentiebudget bepaal je zelf, maar zal voldoende moeten zijn om je concurrenten te verslaan.

Goede e-commerce specialisten zijn schaars. Hoe langer je zoektocht, hoe meer je betaalt aan zoekmachines of vacatureplatforms. **De kosten kunnen gemakkelijk veel hoger uitvallen dan je hoopt.**

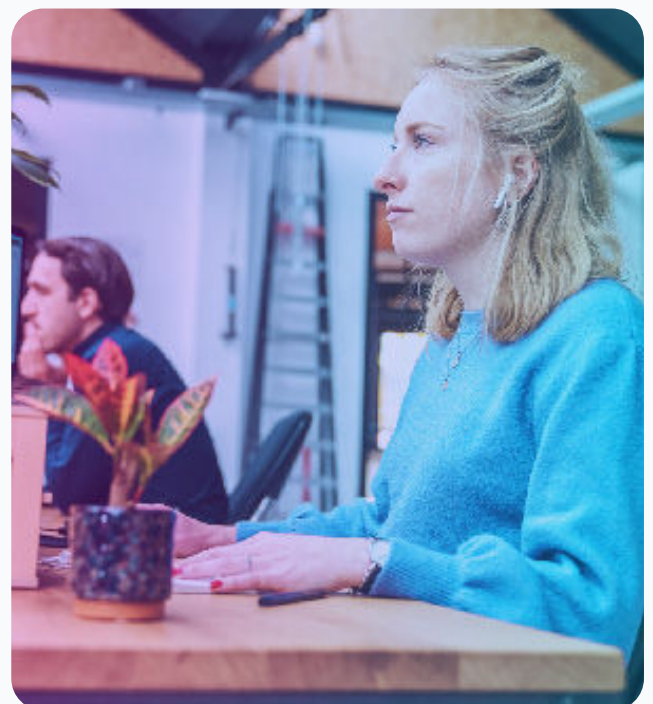
\* Bron: De Ondernemer

\*\* Bron: Nationale Beroepengids

## Maandelijks kosten

Dan de vaste maandelijks kosten. Bruto salarissen van junior e-commerce marketeers beginnen bij €2.500. Dit kan gedurende de carrière oplopen tot zo'n €4.200 voor een senior medewerker\*\*. Gemiddeld €3.350 dus.

Inclusief werkgeverslasten van zo'n 30% komen we dan op €4.355 per maand. Bij een 40-urige werkweek komt dit neer op een uurtarief van €25. Ruim lager dan welke wijze van inhuren dan ook.



## Risico's

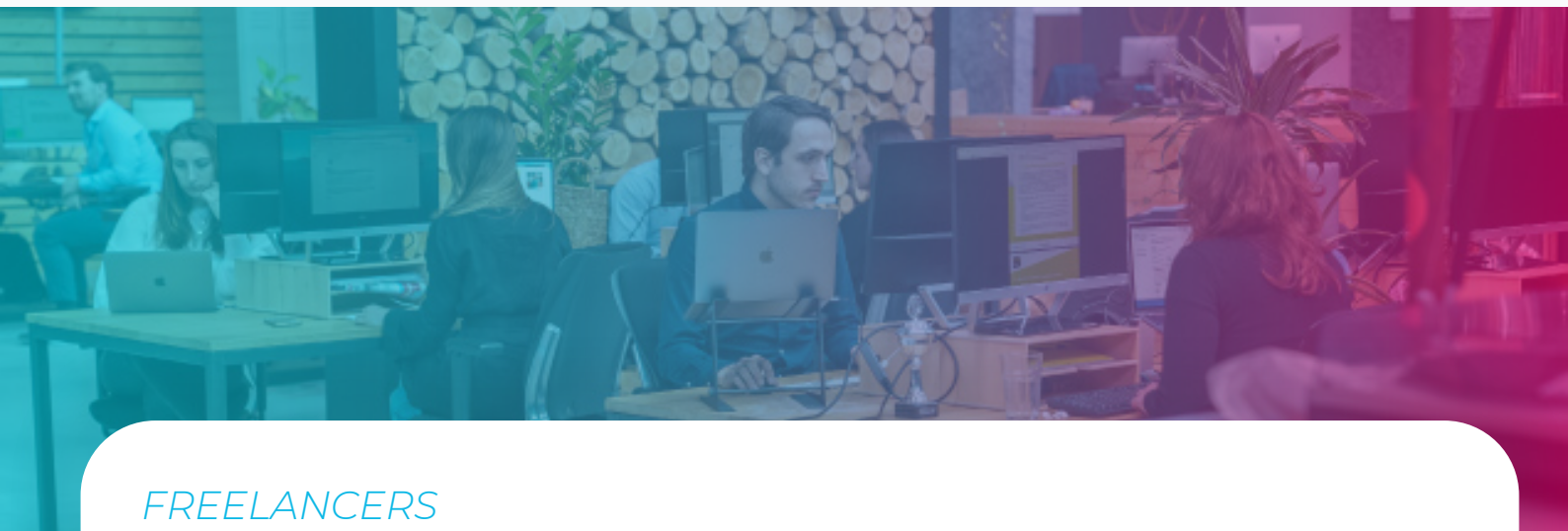
Ondanks de relatief lage maandlasten, zijn er een aantal nadelen aan zelf werven. Tijdsdruk is een belangrijke factor. Heb je zo snel mogelijk een oplossing nodig? Dan is zelf werven misschien niet de juiste weg. Een volgend punt om rekening mee te houden is opleidingsbudget. **De ontwikkelingen in e-commerce volgen elkaar razendsnel op, waardoor continu doorleren noodzakelijk is.** Gemiddeld kost dit je zo'n €1.180 per medewerker, per jaar. Als de opleiding in werktijd wordt gevolgd, gaat het zelfs om €2.140\*.

### VOORDELEN

- Relatief lage maandlasten
- Medewerker in je eigen team

### NADELEN

- Tijdrovend
- Mogelijk hoge wervingskosten
- Zelf opleiden en bijscholen



## FREELANCERS

*Freelancen groeit al jaren in populariteit, zeker onder online marketeers. Door de krapte in de markt hebben ze de opdrachten voor het uitkiezen. Ervaren specialisten zien hun kans schoon om hun inkomsten op te krikken en zien de flexibele uren wel zitten. Maar voor opdrachtgevers zijn er veel nadelen. Het wervingsproces duurt ook bij freelancers vaak lang en de kwaliteit van de professional blijkt pas achteraf, nadat al kostbare uren zijn besteed aan het inwerkproces. Daarnaast werken veel freelancers op afstand, wat de communicatie bemoeilijkt. Uurtarieven liggen tussen de €50 en €150, waarbij het tarief logischerwijs stijgt met ervaring en specialismen.*

\*Bron: Artra

# STAPPENPLAN ZELF WER-

**Ga je zelf op zoek naar de juiste kandidaat? Met een goede voorbereiding vergroot je de kans op succes. Zo pak je het aan.**

## Talent aantrekken

Begin met het maken van een opvallende vacaturetekst. Bedenk wat jouw bedrijf aantrekkelijk maakt voor de medewerker die je zoekt en speel hierop in. Als dit is gelukt kun je de vacature op verschillende manieren verspreiden:

- **Vacaturebanken**  
Op vacaturebanken zoals LinkedIn Jobs, Monsterboard of Jobbird kun je jouw vacature gratis of betaald plaatsen. Betaalde vacatures krijgen uiteraard voordeel en worden dus vaker gezien door werkzoekenden.
- **Social media**  
Natuurlijk mogen je eigen social media kanalen niet ontbreken bij het verspreiden van je vacature. Hiermee bereik je ook kandidaten die (nog) niet actief op zoek zijn en daarmee vergroot je je kansen. Om extra bereik te genereren, kun je ervoor kiezen je vacature betaald te promoten.

- **Referral recruitment**  
Referral recruitment is het inzetten van het netwerk van je eigen medewerkers om je vacatures te vervullen. Vraag je medewerkers om de vacature te delen op hun eigen social media kanalen. Door een bonus beschikbaar te stellen voor diegene die de juiste kandidaat aandraagt, motiveer je jouw medewerkers om zelf actief op zoek te gaan.

## Talent herkennen

Zodra een of meer kandidaten zich hebben aangemeld, is het zaak de juiste persoon te selecteren. Naast een CV met de juiste ervaring, zijn soft-skills belangrijke waardebeoordelers. Waar je op moet letten, verschilt per vakgebied. In e-commerce marketing is brede basiskennis belangrijk. Daarmee kan een online marketeer al je online kanalen overzien en met elkaar verbinden. Let daarnaast op analytisch vermogen en projectmanagement skills, zodat je zeker weet dat je e-commerce marketeer het overzicht kan bewaren en jouw doelen in het oog houdt.



## Talent toetsen

Van jouw oog voor talent hangt nogal wat af, want bij de verkeerde keuze ben je zo een paar maanden verder, met alle kosten van dien. Om dit risico zo klein mogelijk te maken, zijn er een aantal manieren om het talent van je kandidaat te toetsen. We geven je een aantal tips:

- Vraag om een motivatiebrief  
In een motivatiebrief krijg je een gevoel bij de schrijfstijl van een kandidaat. Is er aandacht aan besteed? Klopt de spelling en de grammatica? Kan jouw kandidaat zijn of haar enthousiasme in een brief overbrengen? Allemaal belangrijke graadmeters voor kwaliteit en natuurlijk...motivatie.
- Gebruik video  
Liever meteen een gezicht erbij? Vraag om een motivatievideo. Daarmee krijg je meteen een beeld van de persoonlijkheid van je kandidaat. Daarnaast scheid je het kaf van het koren, want alleen echt gemotiveerde sollicitanten zullen een video inzenden.
- Stel de juiste vragen  
In een sollicitatiegesprek toets je de kennis van je kandidaat. Bepaal vooraf welke vragen je gaat stellen. Let ook op verbale- en non-verbale communicatie. Kijkt de kandidaat je aan? Kan je kandidaat zich goed uitdrukken? Stelt je kandidaat relevante vragen? Laat ook eens een stilte vallen. Hoe gaat je kandidaat daarmee om?
- Maak een assessment  
Een assessment is een handige manier om je kandidaat in actie te zien. Bedenk een opdracht die relevant is voor de rol. Laat je kandidaat bijvoorbeeld een (deel van) een online marketing plan presenteren. Hiermee toets je het kennisniveau en de presentatie skills van je kandidaat. Is er weinig aandacht besteed aan de presentatie? Dan weet je dat het waarschijnlijk ontbreekt aan motivatie. In elk geval ontstaat zo een inhoudelijk gesprek en kom je erachter of jouw kandidaat zijn of haar gedachtengang op een logische manier

- Test je kandidaat

Meet de competenties van je kandidaten door ze te testen, bijvoorbeeld met een inductieve redeneertest. Hiermee meet je eigenschappen als probleemoplossend vermogen en flexibiliteit. Of laat een IQ test doen, eventueel in combinatie met een persoonlijkheidstest of competentietest. Een persoonlijkheidstest is vaak gebaseerd op de Big Five: extraversie, inschikkelijkheid, zorgvuldigheid, emotionele stabiliteit en openheid. Met een competentietest meet je zaken als communicatief vermogen, organisatie skills, analytisch vermogen en volhardendheid.

- Gamification

Een opkomende manier van testen is door inzet van games, zoals online behendigheidstest. Hiermee maak je het testen leuk om te doen. Er zijn verschillende aanbieders op de markt. Vaak is het ook mogelijk om de resultaten van je kandidaten af te zetten tegen een baseline, wat een duidelijk beeld geeft van hun capaciteiten.

# UITBESTEDEN

**Heb je geen tijd voor een lang wervingsproces en ga je liever voor zekerheid? Dan besteed je het wervingsproces of de marketingwerkzaamheden uit. We zetten drie opties voor je uiteen en bekijken ook hiervan de kosten, voordelen en risico's.**

## Recruiters

Wil je een e-commerce marketeer op je eigen payroll en heb je geen tijd (maar wel geld) om zelf te werven? Dan is een recruiter een oplossing. Hun tarieven liggen tussen de 20% en 30% van het eerste jaarsalaris van je nieuwe medewerker. Dat komt neer op een fee van rond de €10.000. Geen wisselgeld, maar ervaren recruiters hebben meestal een groot netwerk, wat je kans op een goede kandidaat aanzienlijk verhoogt.

Recruiters worden dan ook vaak ingezet voor het vinden van zwaardere profielen. Groot nadeel is wel dat recruiters vaak beperkte inhoudelijke vakkennis hebben, waardoor de toetsing van kandidaten soms te wensen overlaat. En bij een mismatch ben je het hele bedrag aan wervingskosten plus de eerste maandlasten voor de medewerker in één keer kwijt.

***TIP - Zoek een recruiter met een bewezen staat van dienst, om het risico op een mismatch te verlagen.***

## VOORDELEN

- Specialistisch netwerk
- Medewerker in je eigen team
- Relatief lage maandlasten

## NADELEN

- Hoge wervingskosten
- Beperkte vakkennis
- Groot risico bij mismatch
- Zelf opleiden en bijscholen





## Online marketing bureaus

Wil je jouw volledige online marketing uitbesteden? Dan kun je een bureau inschakelen. Specialisten bij bureaus zijn over het algemeen goed opgeleid en omdat ze voor verschillende klanten werken, hebben ze brede ervaring. Je wordt volledig ontzorgd en hoeft niet te investeren in trainingskosten voor eigen medewerkers. Een nadeel is dat een bureau extern werkt,

waardoor er minder aansluiting is bij jouw organisatie. Tarieven van online marketing bureaus liggen tussen de €75 en €150 per uur. Vergeleken bij een medewerker op je eigen payroll, kan dit dus aardig in de papieren lopen. Bureaus worden daarom vaak ingezet voor een deel van de werkzaamheden, zoals Google Ads of social media marketing.

***TIP - Nodig altijd meerdere bureaus uit en vergelijk op basis van kennis, creativiteit, succesverhalen en mislukkingen.***

---

### VOORDELEN

- Geen wervingskosten
- Snelle oplossing
- Veel kennis en ervaring
- Bespaar op opleidingskosten
- Medewerker in je eigen team

### NADELEN

- Hoge uurtarieven
- Externe kennis en data



## Inhouse inhuren

Wil je tijd en geld besparen op het wervingsproces, maar wel de juiste kandidaat in je eigen team? Dan kies je voor inhousing. Je e-commerce marketeer werkt dan bij jou op kantoor, maar is in dienst van een bureau. Hiermee ontkom je aan de contractuele risico's van zelf werven.

Inhouse agencies zijn, anders dan recruiters, specialist in hun vakgebied. Ze weten daardoor precies welke kennis en kwaliteiten nodig zijn om jouw vacature te vervullen. Jong talent kiest graag voor werken bij een inhouse agency, omdat ze zo snel ervaring opdoen bij verschillende opdrachtgevers. Daarnaast investeren deze bureaus veel in opleiding en bijscholing. Je weet dus zeker

dat jouw e-commerce marketeer werkt met de laatste tools en technieken.

Ook flexibiliteit is een voordeel van inhousing. Heb je tijdelijk een e-commerce marketeer nodig? Of maar een paar dagen per week? Ingehuurd personeel is vaak gemakkelijk open af te schalen, omdat je per uur betaalt. Full-time inhuren tegen een vast bedrag per maand is soms ook mogelijk. Tarieven van inhouse agencies liggen tussen de €45 en €65 per uur.

***TIP - Bij veel bureaus kun je de medewerker na verloop van tijd kosteloos overnemen. De inhuurperiode zou je dan kunnen zien als een uitgebreide testperiode.***

---

### VOORDELEN

- Geen wervingskosten
- Snelle oplossing
- Veel kennis en ervaring
- Bespaar op opleidingskosten

### NADELEN

- Relatief hoge maandlasten

# KOSTENVERGELIJKING

Tijd om te vergelijken. We kijken naar de wervingskosten, salarissen en uurtarieven, maar zetten ook alle voor- en nadelen van de verschillende wervingsmethoden op een rijtje.

Natuurlijk zijn tarieven, salarissen en wervingskosten afhankelijk van veel verschillende factoren, zoals ervaring en specialisme. Om toch een vergelijking te kunnen maken, werken we met gemiddelden.

## ZELF WERVEN

### Voordelen

- Relatief lage maandlasten
- Medewerker in je eigen team

### Nadelen

- Lange doorlooptijd
- Verwachte hoge wervingskosten
- Zelf opleiden en bijscholen

### Maandelijks kosten

Gemiddeld €4.355, inclusief werkgeverslasten (omgerekend €25 per uur bij fulltime contract).

### Wervingskosten

Gemiddeld €4.494, hoger bij krapte in de markt.

## BUREAU

### Voordelen

- Snelle oplossing
- Veel kennis en ervaring
- Bespaar op opleidingskosten

### Nadelen

- Hoge uurtarieven
- Externe kennis en data

### Maandelijks kosten

€ 75 - € 150 per uur.

### Wervingskosten

Geen



## **INHOUSE INHUREN**

### **Voordelen**

- Medewerker in je eigen team
- Snel de juiste match
- Veel kennis en ervaring
- Bespaar op opleidingskosten

### **Nadelen**

- Relatief hoge maandlasten, maar optie tot overname op termijn.

### **Maandelijkse kosten**

€ 45 - € 65 per uur.

### **Wervingskosten**

Geen

## **RECRUITERS**

### **Voordelen**

- Specialistisch netwerk
- Medewerker in je eigen team
- Relatief lage maandlasten

### **Nadelen**

- Hoge wervingskosten
- Beperkte vakkennis
- Groot risico bij mismatch
- Zelf opleiden en bijscholen

### **Maandelijkse kosten**

Gemiddeld €4.355, inclusief werkgeverslasten (omgerekend €25 per uur bij fulltime contract).

### **Wervingskosten**

20% - 30% van het eerste jaarsalaris.

# CONCLUSIE

Zelf werven, inhuren of uitbesteden? Alleen jij kunt bepalen wat de beste optie is voor jouw situatie. Hopelijk hebben we je met deze whitepaper een beetje op weg geholpen en zie jij, net als steeds meer andere organisaties, de vele voordelen van inhousing.

Wil je meer informatie over het inhuren van een e-commerce marketing specialist? Bel ons of laat je contactgegevens achter. We informeren je graag en vrijblijvend over alle mogelijkheden die Heroes jou biedt.

Neem contact op

## OVER ENDEA-

Wij zijn Endeavour Heroes, kweekvijver en talentpool van de nieuwe generatie online marketeers en developers. Bij Endeavour Heroes huur je junior- en medior online marketeers of developers in. Flexibel op uurbasis of vast in dienst, tegen een scherp tarief. Heroes is onderdeel van Endeavour Group: dé digital agency collective van Haarlem. Endeavour Heroes worden getraind, begeleid en ondersteund door senior specialisten uit de groep.

Je vindt bij ons allround online marketeers, content marketeers, online advertising specialisten, frontend developers en backend developers. Elk met hun eigen subspecialismen. Wil je een nieuwe app lanceren? Meer merkbekendheid creëren? Beter vindbaar zijn via zoekmachines? Of je autoriteit in de markt vergroten? Wat voor specialist je ook zoekt, je vindt jouw talent in het Heroes team.