

VOLLEDIG RAPPORT 2026

MONTEUR GRONDVERZET.

Doelgroep, wervingsdruk en businesscase op
functieniveau

FUNCTIEFAMILIE

Techniek & Metaal

BRANCHE

Bouw & Infra

ONDERZOEKSJAAR

2026

DIEPTE-INTERVIEWS

214 kandidaten

REGIO

Nederland

BIJGEWERKT

2026-07-30

DOELGROEPGROOTTE

88.000

PERSONEN

GEMIDDELD SALARIS

€ 4.020

BRUTO P/M

BAANWISSELAARS

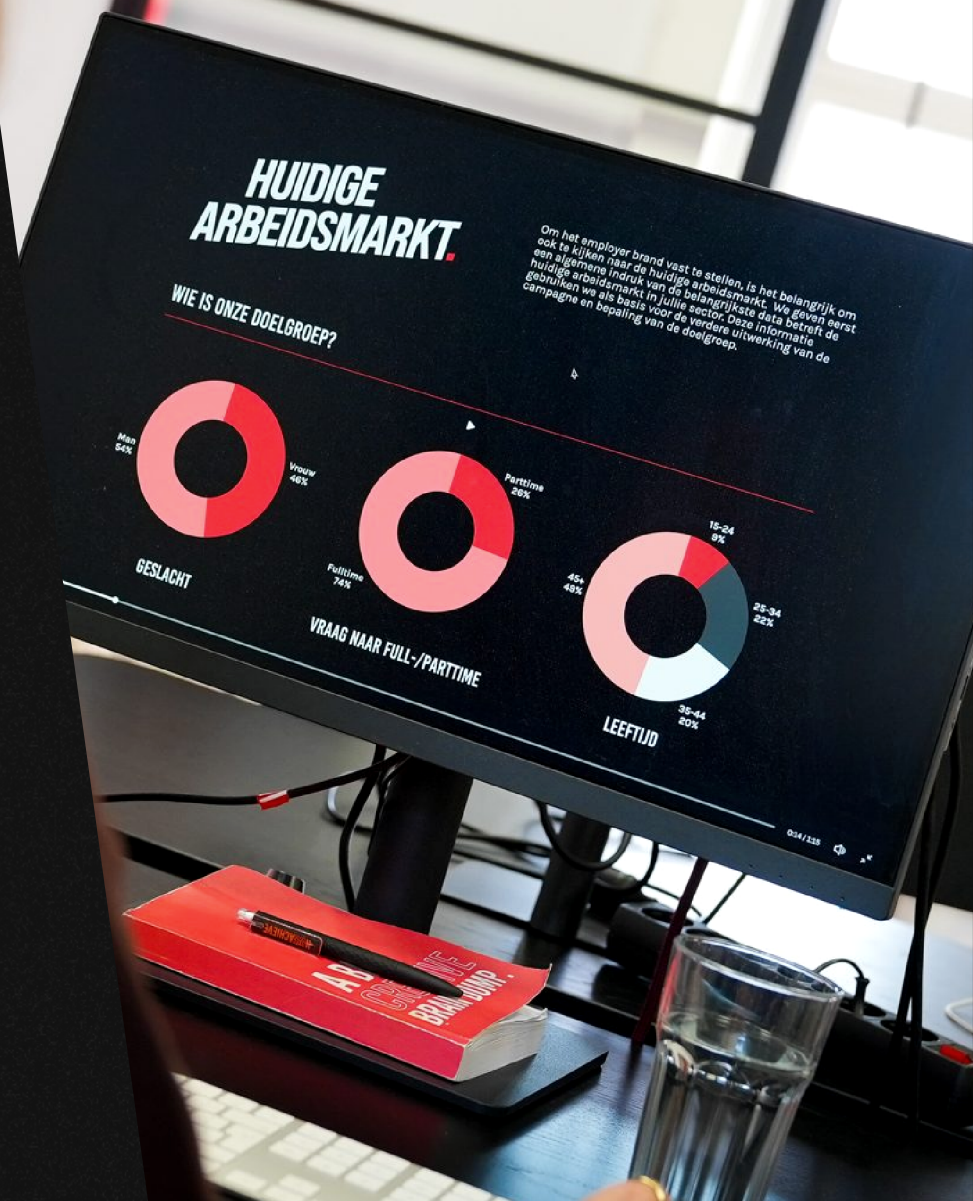
49

% / KOMENDE JAREN

WERVINGSGBIED

35

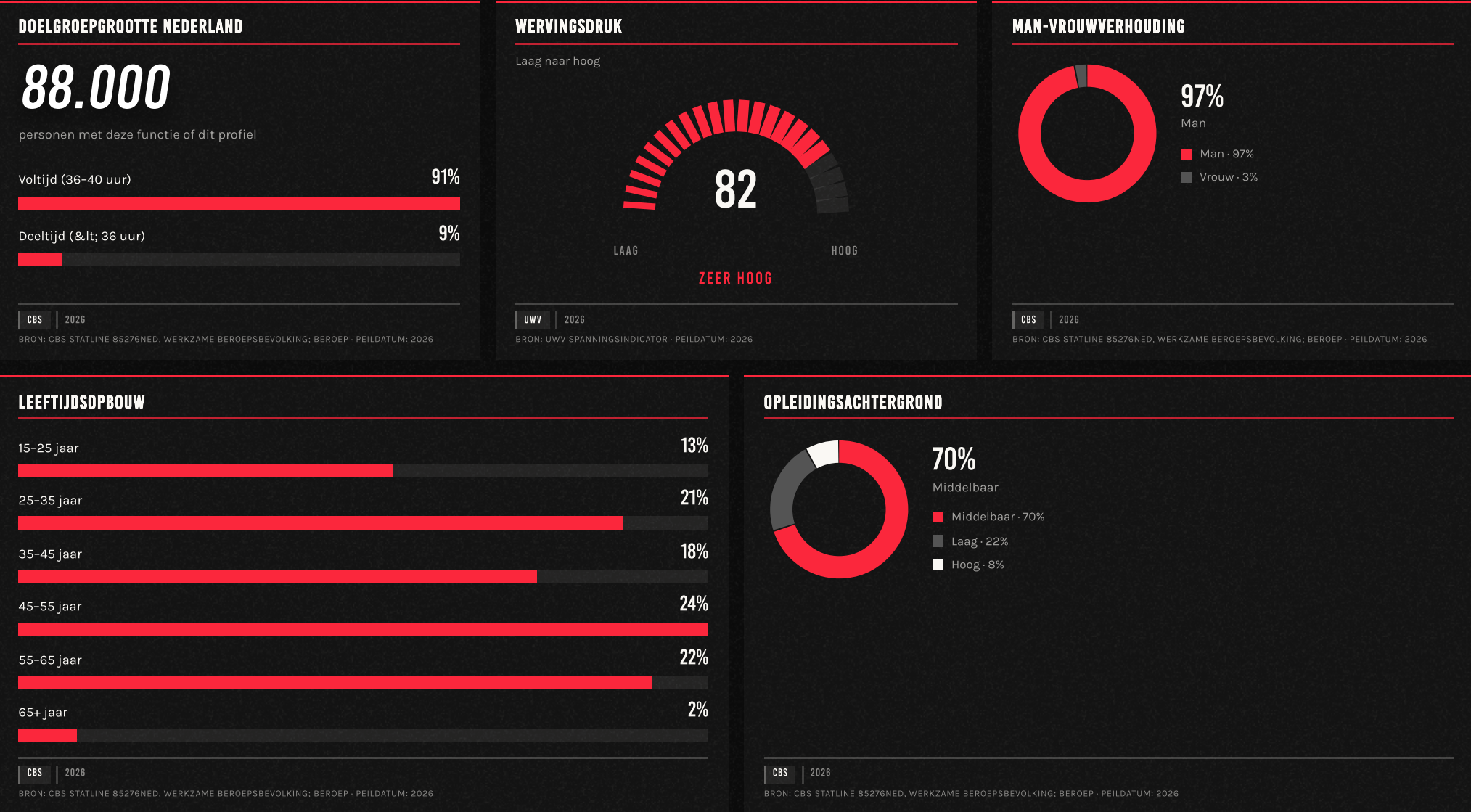
KM STRAAL



ARBEIDSMARKT & DOELGROEP.

01 — HOE GROOT IS DE DOELGROEP, WAAR ZIT DIE EN HOE KRAP IS DE MARKT?

Hier lees je hoe groot de doelgroep in Nederland is, hoe die is opgebouwd naar geslacht, leeftijd, opleiding en regio, en hoe krap de markt op dit moment is. Gebruik dit hoofdstuk om te bepalen waar het volume zit en hoeveel wervingsdruk je kunt verwachten.



ARBEIDSMARKT & DOELGROEP.

01 — VERVOLG

REGIONALE VERDELING

Percentage en aantal personen per woonprovincie, totaal 88.000



Noord-Brabant	16%	± 14.100 PERSONEN
Zuid-Holland	15%	± 13.200 PERSONEN
Gelderland	13%	± 11.400 PERSONEN
Noord-Holland	12%	± 10.600 PERSONEN
Overijssel	10%	± 8.800 PERSONEN
Limburg	8%	± 7.000 PERSONEN
Utrecht	7%	± 6.200 PERSONEN
Friesland	5%	± 4.400 PERSONEN
Groningen	4%	± 3.500 PERSONEN
Drenthe	4%	± 3.500 PERSONEN
Flevoland	4%	± 3.500 PERSONEN
Zeeland	2%	± 1.800 PERSONEN

CBS | 2026

BRON: CBS STATLINE 85276NED, WERKZAME BEROEPSBEVOLKING; BEROEP · PEILDATUM: 2026

WEACHIEVE DUIDING

WAT DEZE CIJFERS BETEKENEN.

BELANGRIJKSTE INZICHT

De doelgroep telt ongeveer 88.000 monteurs en is sterk regionaal geconcentreerd: Noord-Brabant (16%), Zuid-Holland (15%) en Gelderland (13%) vormen samen bijna de helft van de markt.

BETEKENIS VOOR WERKGEVERS

Vrijwel iedereen werkt al, dus je concurreert met dealers, verhuurders en aannemers om dezelfde mensen. Met 48% van 45 jaar of ouder tegenover 13% onder de 25 loopt het aanbod bovendien terug.

CONCRETE AANBEVELING

Bepaal per vestiging het realistische wervingsgebied en zet budget in op de provincies met het grootste absolute aantal monteurs. Begin nu met zelf opleiden: over vijf jaar koop je dezelfde monteur duurder in.

ARBEIDSMARKT & DOELGROEP.

TOP 5 KENMERKENDE EIGENSCHAPPEN

- Flexibel

Schakelt tussen werkplaats en storing op locatie zonder morren.
- Nauwkeurig

Diagnose vóór demontage; wil de oorzaak weten, niet alleen het symptoom.
- Zelfstandig

Eigen servicebus, eigen planning, liefst zonder overleg tussendoor.
- Eigenwijs

Vertrouwt de eigen ervaring boven het handboek van de fabrikant.
- Rustig

Blijft kalm bij een stilstaande machine en een ongeduldige klant.

WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET

2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

01 — VERVOLG

TOP 5 OPLEIDINGEN

Meest voorkomende studies



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET

2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

WERKPROFIEL.

02 — WAT DRIJFT DEZE DOELGROEP EN WAT VERDIENT MEN?

Hier vind je wat mensen in deze functie beweegt en wat ze verdienen: beweegredenen, werkdrijfveren, keuzemotieven en het gemiddelde salaris. Handig om je vacaturetekst en propositie inhoudelijk te laden.

TOP 5 BEWEEGREDEKENEN

Op volgorde van belang

- 1

Hoogte van het salaris

Marktconform is de drempel, niet het argument
- 2

Uitdaging in werk

Complexe storingen, geen repeterend schroefwerk
- 3

Zelfstandig zijn

Servicebus, eigen planning, vertrouwen op locatie
- 4

Afwisseling in werk

Wisselende machines, merken en locaties
- 5

Groeien als expert

Verdieping boven verbreding, geen leidinggeven

WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET

2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

SALARIS (GEMIDDELD)

GEMIDDELD

€ 4.020

BRUTO PER MAAND, SENIOR SEGMENT



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET

2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

WAAROM MEN VOOR DIT WERK KIEST



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET

2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

WERKPROFIEL

02 — VERVOLG

TOELICHTING PER REDEN

Kwalitatieve verdieping

■ Hoogte van het salaris

Beloning voor hard werk en erkenning van vakmanschap staat op één. Marktconform is de drempel: noem het bedrag in de vacature, anders klikt deze doelgroep door.

■ Zelfstandig zijn

"Reken me af op resultaat, niet op hoe ik het doe." Servicebus, eigen planning en vertrouwen op locatie wegen zwaarder dan een extra laag toezicht in de werkplaats.

■ Groeien als expert

Verdieping boven verbreding: hard skills, merkopleidingen en certificeringen. Leidinggeven is voor deze groep géén beloning — bied een technisch specialistenpad.

■ Uitdaging in werk

Complexe storingen zelf uitdenken, geen repeterend schroefwerk. Hydrauliek, elektronica en telematica op zware machines zijn hier de troef — laat de techniek zien, niet het bedrijfspan.

■ Afwisseling in werk

Wisselende machines, merken en locaties geven energie; te veel chaos niet. De mix werkplaats en buitendienst is voor grondverzet je sterkste inhoudelijke argument.

WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

WEACHIEVE DUIDING

WAT DEZE CIJFERS BETEKENEN.

BELANGRIJKSTE INZICHT

Salaris staat op één, maar de vier drijfveren daarna gaan allemaal over de inhoud van het werk: uitdaging, zelfstandigheid, afwisseling en groeien als expert.

BETEKENIS VOOR WERKGEVERS

Marktconform loon is de drempel om überhaupt mee te doen, niet het argument dat de keuze bepaalt. Wie rond het gemiddelde van € 4.020 zit, wint eerder op techniek en vrijheid dan op geld.

CONCRETE AANBEVELING

Noem het salaris concreet in de vacature en besteed de rest van de tekst aan de machines, de storingen en de eigen servicebus. Bied een technisch specialistenpad aan, want leidinggeven telt hier niet als beloning.

ARBEIDSVOORWAARDEN.

03 — WELKE VOORWAARDEN EN WERKPLEKFACTOREN WEGEN HET ZWAARST?

Hier zie je welke secundaire arbeidsvoorwaarden, werkplekfactoren en extra's het zwaarst wegen bij deze doelgroep. Gebruik dit om je aanbod scherp te zetten tegenover concurrenten.

SECUNDAIRE ARBEIDSVOORWAARDEN

Gerangschikt op belang

WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

WERKPLEK EN EXTRA'S

Gerangschikt op belang

WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

WEACHIEVE DUIDING

WAT DEZE CIJFERS BETEKENEN.

BELANGRIJKSTE INZICHT

Winstdeling en ATV/ADV staan bovenaan de secundaire voorwaarden; bij de werkplekfactoren winnen werkruimte en flexibiliteit het van de klassieke extraatjes.

BETEKENIS VOOR WERKGEVERS

Beide lijstjes raken hetzelfde: inkomen en vrije tijd, en de plek waar je de dag doorbrengt. Een kerstpakket of teamuitje compenseert een verouderde werkplaats niet in de beleving van een monteur.

CONCRETE AANBEVELING

Investeer eerst in de werkplaats en het gereedschap, en noem winstdeling en ATV concreet in euro's en dagen in plaats van als belofte.

MOBILITEIT & CONTRACT.

04 — WISSELTUUR, CONTRACTVOORKEUR EN REISBEREIDHEID.

Hier lees je op welke termijn men van baan denkt te wisselen, wat de huidige en gewenste contractvorm is en hoe ver men bereid is te reizen of te verhuizen. Dit bepaalt je timing en je zoekstraal.

WISSELTUUR

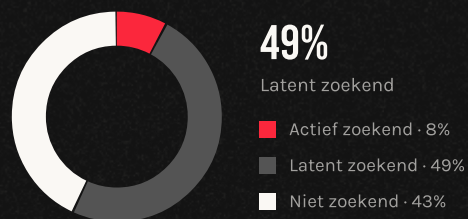
Op welke termijn denkt men van baan te wisselen?



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

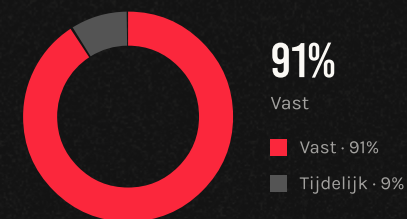
ZOEKSTATUS



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

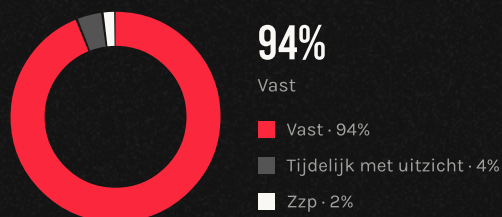
HUDIGE CONTRACTVORM



CBS | 2026

BRON: CBS STATLINE · POSITIE IN DE WERKKRING · PEILDATUM: 2026

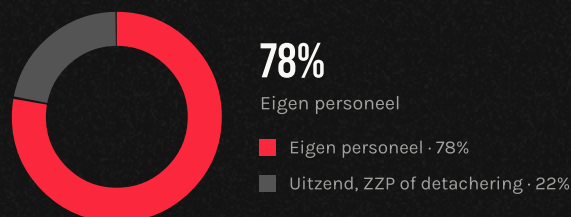
GEWENSTE CONTRACTVORM



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

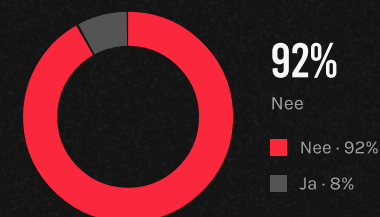
LOONDIENT VERSUS ZELFSTANDIGHEID



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

VERHUISBEREIDHEID



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

MOBILITEIT & CONTRACT.

04 — VERVOLG

REISTIJD: HUIDIG VERSUS MAXIMAAL

In minuten, enkele reis

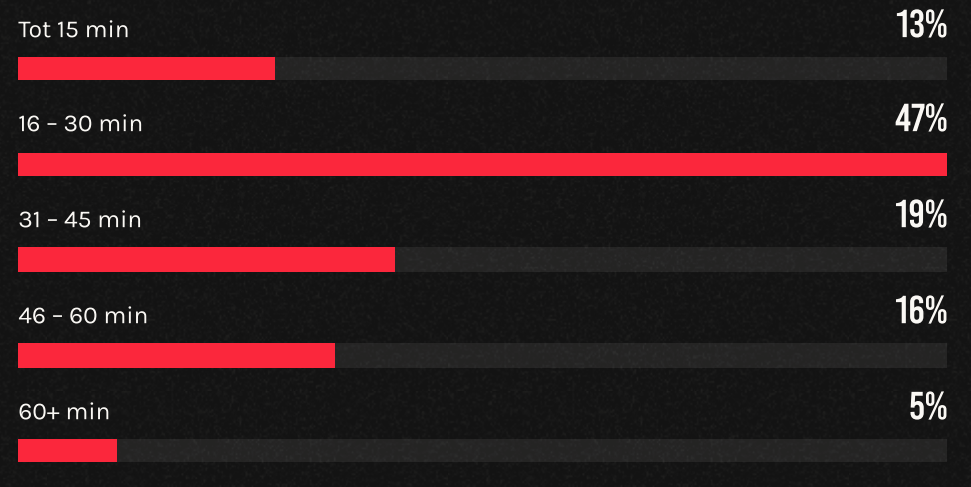


WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

MAXIMALE REISBEREIDHEID

Percentage per maximale reistijdklasse, enkele reis



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

WEACHIEVE DUIDING

WAT DEZE CIJFERS BETEKENEN.

BELANGRIJKSTE INZICHT

49% verwacht de komende jaren van baan te wisselen, maar slechts 8% binnen een jaar. 91% zit in een vast contract en 92% wil niet verhuizen.

BETEKENIS VOOR WERKGEVERS

Deze doelgroep is grotendeels latent: er is beweging, maar niet op het moment dat jij een vacature open hebt staan. Met 60% dat maximaal 30 minuten reist, is je effectieve wervingsgebied een cirkel van ongeveer 35 km rond de vestiging.

CONCRETE AANBEVELING

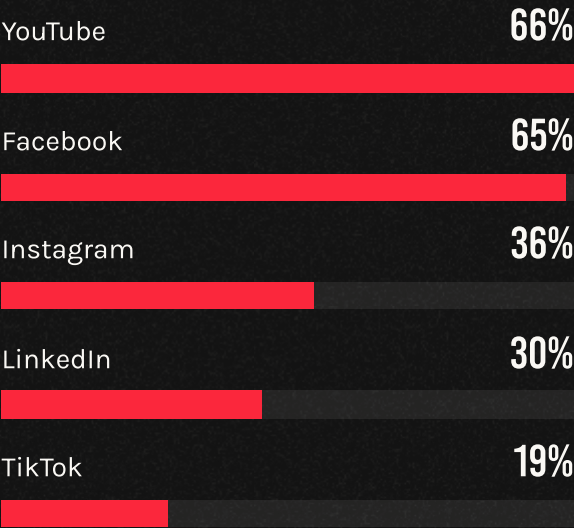
Werf continu binnen die 35 km in plaats van in campagnes rond openstaande vacatures, en benader latent zoekenden persoonlijk. Reken reistijd naar de klant als werktijd en zeg dat er ook bij.

COMMUNICATIEPROFIEL.

05 — WAAR IS DEZE DOELGROEP TE BEREIKEN EN WAT OVERTUIGT?

Hier vind je waar deze doelgroep dagelijks te bereiken is: sociale media, jobboards, voorkeurskanalen, contentvormen en gewenste eerste contactvorm. Gebruik dit voor je mediakeuze en toon.

DAGELIJKS GEBRUIKTE SOCIALE MEDIA



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

VOORKEUREN IN VACATURES



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

JOBBOARDS



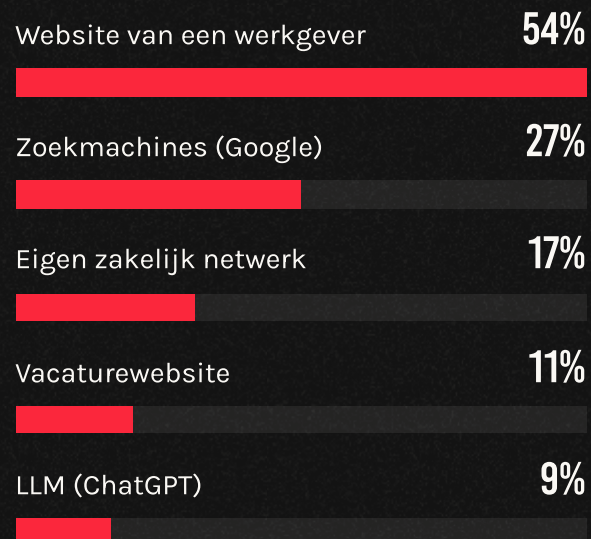
WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

COMMUNICATIEPROFIEL

05 — VERVOLG

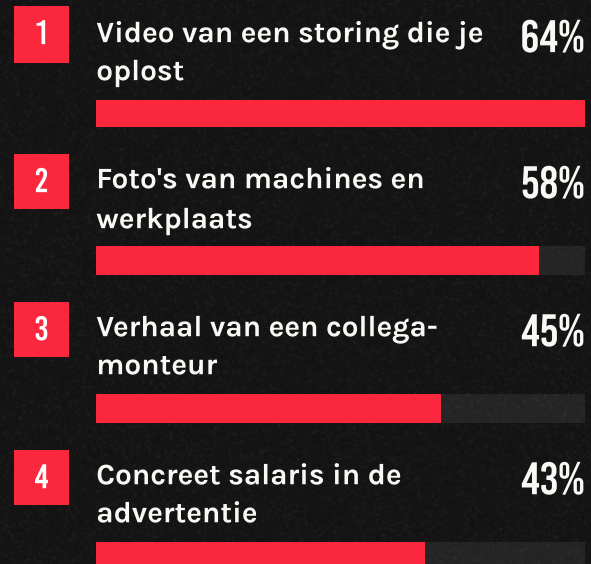
ACTIEF ORIËNTATIEGEDRAG



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

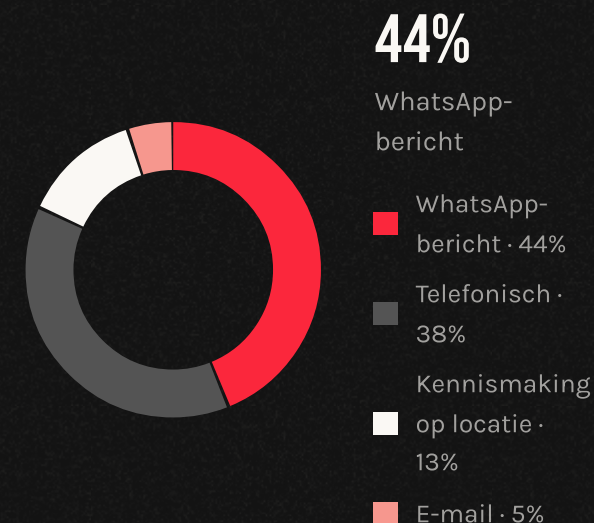
OVERTUIGENDE CONTENTVORMEN



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

GEWENSTE EERSTE CONTACTVORM



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

COMMUNICATIEPROFIEL.

05 — VERVOLG

COMMUNICATIESTIJL

Rood punt is de positie van deze doelgroep



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: 2026

WEACHIEVE DUIDING

WAT DEZE CIJFERS BETEKENEN.

BELANGRIJKSTE INZICHT

YouTube (66%) en Facebook (65%) verslaan LinkedIn (30%) ruim, en de oriëntatie loopt vooral via de eigen site van de werkgever (54%) en Google (27%).

BETKENIS VOOR WERKGEVERS

Er is geen vaste vindplaats: jobboards scoren laag en verspreid. Dat betekent dat je zichtbaarheid grotendeels zelf moet organiseren in plaats van in te kopen.

CONCRETE AANBEVELING

Zet je budget op video in de feed met targeting rond de vestiging, en investeer in een sterke werkenbij-pagina die vindbaar is via Google en in taalmodellen. Laat jobboard-abonnementen links liggen.

BEHOUD & VERTREK.

06 — WAAROM MEN BLIJFT, WAAROM MEN GAAT EN WANNEER.

Hier lees je waarom men blijft, waarom men vertrekt en welke signalen aan een overstap voorafgaan. Bruikbaar voor zowel werving als het behouden van je huidige team.

REDENEN OM TE BLIJVEN



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | Q2 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: Q2 2026

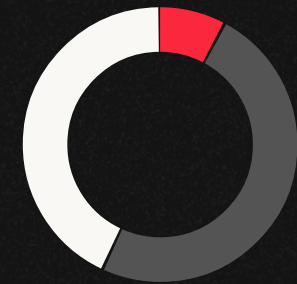
REDENEN OM TE VERTREKKEN



WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | Q2 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: Q2 2026

ACTIEF VERSUS LATENT



49%

Latent: reageert op persoonlijke benadering

- Actief: reageert binnen 1 week · 8%
- Latent: reageert op persoonlijke benadering · 49%
- Niet zoekend: alleen bij trigger · 43%

WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET

Q2 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: Q2 2026

BEHOUD & VERTREK.

06 — VERVOLG

VERTREKTRIGGERS EN WISSELTERMIJN

Vertrektriggers met de termijn waarop ze spelen en hun urgentie in procenten.

VERTREKTRIGGER	WISSELTERMIJN	URGENTIE
Geen loonsverhoging na beoordeling	0-6 maanden	86
Nieuwe indeling van de storingsdienst	0-6 maanden	72
Collega vertrekt naar een dealer	6-12 maanden	58
Gezinsuitbreiding of verhuizing	1-2 jaar	46
Merkcertificaat verlopen zonder bijscholing	1-2 jaar	34

WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | Q2 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: Q2 2026

WEACHIEVE DUIDING

WAT DEZE CIJFERS BETEKENEN.

BELANGRIJKSTE INZICHT

De redenen om te blijven en te vertrekken zijn elkaars spiegelbeeld: collega's en afwisseling tegenover salarisontwikkeling en een storingsdienst die botst met privé.

BETEKENIS VOOR WERKGEVERS

De trigger met de hoogste urgentie is het uitblijven van een loonsverhoging na een beoordeling (86%), direct gevolgd door een nieuwe indeling van de storingsdienst (72%). Beide zijn voorspelbare momenten.

CONCRETE AANBEVELING

Leg het rooster vier weken vooruit vast en voer het beoordelingsgesprek met een concreet salarisbesluit. Daarmee neem je de twee zwaarste vertrekredenen weg zonder dat het een wervingscampagne kost.

KANDIDATENREIS.

07 — ORIËNTATIE → KANAAL → CONTENT → CONTACT → SOLLICITATIE

Hier volg je de kandidaat stap voor stap van oriëntatie naar sollicitatie: welk kanaal, welke content en welk contactmoment doorslaggevend is. Zo zie je waar je campagne lek is.

01

ORIËNTATIE

KANAAL

YouTube en gesprek met een collega

INFORMATIEBEHOEFTE

Wat verdienen ik daar en wat voor machines hebben ze?

OVERTUIGENDE CONTENT

Korte werkplaatsvideo met machines in beeld

CONTACTVORM

Nog geen

**BELANGRIJKSTE
AFHAAKREDEN**

Geen salaris genoemd

02

KANAAL

KANAAL

Facebook- of Instagram-advertentie

INFORMATIEBEHOEFTE

Is dit bedrijf bij mij in de buurt?

OVERTUIGENDE CONTENT

Locatie en reistijd meteen in beeld

CONTACTVORM

Klik naar de werkenbij-pagina

**BELANGRIJKSTE
AFHAAKREDEN**

Onduidelijke
standplaats

03

CONTENT

KANAAL

Werkenbij-pagina met foto's

INFORMATIEBEHOEFTE

Hoe ziet de werkplaats en de servicebus eruit?

OVERTUIGENDE CONTENT

Foto's van machines, bus, team en certificaten

CONTACTVORM

WhatsApp-knop

**BELANGRIJKSTE
AFHAAKREDEN**

Stockfoto's en
marketingtaal

04

CONTACT

KANAAL

WhatsApp met de werkplaatschef

INFORMATIEBEHOEFTE

Snel antwoord op drie vragen

OVERTUIGENDE CONTENT

Kort spraakbericht of foto uit de werkplaats

CONTACTVORM

Reactie binnen 4 uur

**BELANGRIJKSTE
AFHAAKREDEN**

Meerdere dagen stil

05

SOLLICITATIE

KANAAL

Kennismaking in de werkplaats

INFORMATIEBEHOEFTE

Zelf zien en meelopen op een storing

OVERTUIGENDE CONTENT

Werkbezoek plus een halve dag meerijden

CONTACTVORM

Direct met de werkplaatschef

**BELANGRIJKSTE
AFHAAKREDEN**

Cv verplicht en een
lange procedure

FUNCTIESPECIFIEKE THEMA'S

08 — FUNCTIESPECIFIEKE THEMA'S

Hier staan onderwerpen die specifiek zijn voor deze functie en niet in de standaardhoofdstukken passen. De labels wisselen per functie, de vormgeving blijft gelijk.

FUNCTIESPECIFIEKE THEMA'S — MONTEUR GRONDVERZET

Beoordeling per thema in procenten: positief, negatief en urgentie.

THEMA	POSITIEF	NEGATIEF	URGENTIE
Storingsdienst en rooster	32%	68%	84%
Gereedschap en servicebus	49%	51%	78%
Merkopleidingen en certificering	54%	46%	69%
Diagnoseapparatuur en software	44%	56%	63%
Werkplaats en afzuiging	61%	39%	52%
Planning en werkdruk	47%	53%	45%

WEACHIEVE ONDERZOEK MONTEUR GRONDVERZET | Q2 2026

BRON: EIGEN DIEPTE-INTERVIEWS · PEILDATUM: Q2 2026

FUNCTIESPECIFIEKE THEMA'S.

08 — VERVOLG

“

Geef me een complete bus en de juiste laptop, dan los ik het bij de klant op. Twee keer rijden voor één storing, daar word ik moe van.

MONTEUR, 41 JAAR, BUITENDIENST

“

Ik sta graag paraat, maar dan wil ik wel vier weken vooruit weten wanneer.

MONTEUR, 34 JAAR, STORINGSDIENST

WEACHIEVE DUIDING

WAT DEZE CIJFERS BETEKENEN.

BELANGRIJKSTE INZICHT

Storingsdienst en rooster scoren met 68% negatief het hoogst, en hebben tegelijk de grootste urgentie (84). Gereedschap en servicebus volgen op 51% negatief bij urgentie 78.

BETEKENIS VOOR WERKGEVERS

De klachten gaan zelden over de hoeveelheid werk en bijna altijd over onvoorspelbaarheid en materiaal dat niet klaarligt. Dat zijn beide dingen die je kunt vastleggen.

CONCRETE AANBEVELING

Publiceer het rooster vier weken vooruit en zorg dat elke monteur een complete, eigen bus heeft. Maak dat expliciet in je vacaturetekst, want het is precies wat de concurrent niet opschrijft.

PERSONA'S

09 — HERBRUIKBARE PERSONAKAARTEN VOOR CAMPAGNE EN GESPREK.

Hier vind je herkenbare profielen binnen de doelgroep, met hun drijfveren, kanalen en bezwaren. Gebruik ze om je boodschap en beeldtaal per doelgroepsegment te kiezen.

DE LEERGIERIGE STARTER

22 JAAR JAAR

ERVARING

2 jaar, MBO 2 mobiele werktuigen

CONTRACT

Tijdelijk

BELANGRIJKSTE FRUSTRATIE

Mag alleen onderhoud draaien, geen storingen

ZOEKSTATUS

Actief zoekend

WISSELERMIJN

0-6 maanden

KANAALVOORKEUR

YouTube en Instagram

“Ik wil aan de storingen, niet de hele dag filters vervangen.”

DE ZELFSTANDIGE BUITENDIENSTMONTEUR

39 JAAR JAAR

ERVARING

18 jaar, MBO 4 plus merkcertificaten

CONTRACT

Vast

BELANGRIJKSTE FRUSTRATIE

Storingsdienst die telkens verschuift

ZOEKSTATUS

Latent zoekend

WISSELERMIJN

2-5 jaar

KANAALVOORKEUR

Facebook en collega's

“Ik regel het zelf wel. Zeg alleen op tijd wanneer ik moet draaien.”

DE TROUWE WERKPLAATSMAN

56 JAAR JAAR

ERVARING

32 jaar, dezelfde werkgever

CONTRACT

Vast

BELANGRIJKSTE FRUSTRATIE

Elk jaar weer nieuwe diagnosesoftware

ZOEKSTATUS

Niet zoekend

WISSELERMIJN

Voorlopig niet

KANAALVOORKEUR

Persoonlijk gesprek

“Ik zit hier goed. Als ze de werkplaats maar niet wegbezuinigen.”

DE MERKSPECIALIST

45 JAAR JAAR

ERVARING

24 jaar, specialist hydrauliek en telematica

CONTRACT

Zzp

BELANGRIJKSTE FRUSTRATIE

Te veel overleg, te weinig techniek

ZOEKSTATUS

Latent zoekend

WISSELERMIJN

6 mnd – 1 jaar

KANAALVOORKEUR

Vakforums en WhatsApp

“Bel me voor de moeilijke storingen. De rest kan iedereen.”

CAMPAGNEADVIES.

10 — ACTIEGERICHT OVERZICHT VOOR DE WERVING.

Hier vertalen we alle data naar concrete wervingsacties: aandachtspunten, prioriteiten en het verwachte campagnepotentieel. Dit is het hoofdstuk om mee te starten als je snel wilt schakelen.

CAMPAGNEPOTENTIEEL HEEL NEDERLAND

Hoeveel personen zijn er nu in beweging en wat levert zichtbaarheid op?

TOTALE DOELGROEP

88.000

100% van NL

ZOEKT BINNEN 6 MAANDEN

2.640

3%

BINNEN 1 JAAR

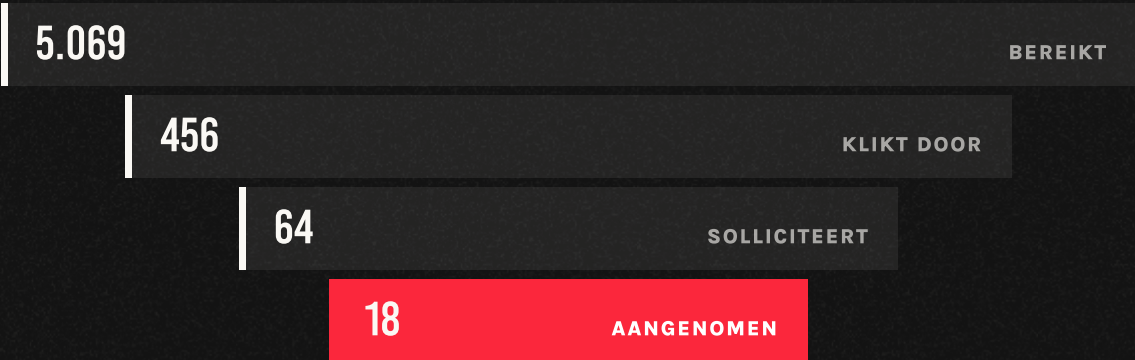
7.040

8%

WISSELERMIJN

Binnen 6 maanden	2.640	3%
Binnen 1 jaar	7.040	8%
Binnen 2 jaar	15.840	18%
Binnen 5 jaar	25.520	29%
Op termijn	50.160	57%

ZO VERLOOPT EEN CAMPAGNE VAN ÉÉN JAAR



Landelijke indicatie. Voor één werkgever geldt alleen het deel binnen de reisafstand van de vestiging.

Van de 7.040 mensen die binnen een jaar openstaan voor een switch verwacht je 64 sollicitaties en 18 aangenomen kandidaten in heel Nederland. Rekenwijze: doelgroep x wisseltermijn, daarna bereik, doorklik, sollicitatie en aanname. Gebaseerd op vergelijkbare WeAchieve trajecten; indicatie, geen garantie.

CAMPAGNEADVIES.

10 — VERVOLG

CAMPAGNE-AANDACHTSPUNTEN

BELANGRIJKSTE DOELGROEPSEGMENT

Latent zoekende monteur, 30–45 jaar, binnen 30 minuten reisafstand van de vestiging

BEWIJS DAT JE MOET TONEN

Beelden van machines, werkplaats, servicebus, diagnoseapparatuur en betaalde merkopleidingen

AANBEVOLEN CONTENTVORM

Verticale video van 20 seconden waarin een monteur een storing verhelpt

GEWENSTE CONTACTVORM

WhatsApp of bellen — geen cv, terugkoppeling binnen 2 werkdagen

AANBEVOLEN BOODSCHAP

Complexe machines, een complete bus en de ruimte om het zelf op te lossen.

GESCHIKTE KANALEN

YouTube en Facebook advertising, WhatsApp-instroom, eigen werkenbij-pagina via Google

GEWENSTE COMMUNICATIESTIJL

Persoonlijk, visueel, direct en zonder marketingtaal

BELANGRIJKSTE SOLLICITATIEBARRIÈRE

Cv verplicht, lange procedure en ontbrekende salarisindicatie

BUSINESSCASE.

11 — VERGELIJKING VAN INVULOPTIES PER FTE, PER JAAR.

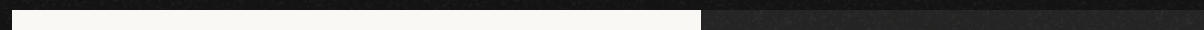
Hier zet je de invulopties financieel naast elkaar, inclusief de meerkosten ten opzichte van zelf aannemen. Zo onderbouw je intern de keuze voor een wervingsaanpak.

GESCHATTE JAARKOSTEN PER FTE

Het rode deel is wat een alternatief extra kost

LOONDIENT — DE BASIS

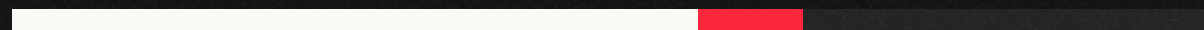
REFERENTIE · ZELF AANNEMEN € 78.000



€ 52.000 bruto incl. vakantiegeld + 30% werkgeverslasten + servicebus

W&S-BUREAU, JAAR 1

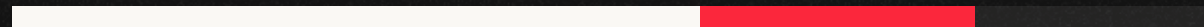
+€ 11.700 € 89.500



Fee 20 – 25% van € 52.000 = € 10.400 – € 13.000 bovenop de basis

ZZP-INHUUR

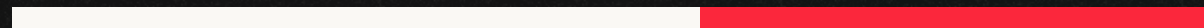
+€ 31.000 € 109.000



€ 55 – € 70 per uur × 1.750 uur, elk jaar opnieuw

UITZENDEN OF DETACHERING

+€ 58.000 € 136.000



€ 70 – € 85 per uur × 1.750 uur — bureaumarge boven een loondienstverband, dus boven het ZZP-tarief

BESPARING DOOR ZELF WERVEN

Per jaar, ten opzichte van uitzenden of detachering

BIJ 1 AANNAME

€ 58.000

BIJ 2 AANNAMES

€ 116.000

BIJ 3 AANNAMES

€ 174.000

UWV | CAO | 2026

BRON: UWV, KANSRIJKE BEROEPEN 2026; CAO METAAL & TECHNIK / METALEKTRO 2026; EIGEN TARIEFINVENTARISATIE JAN – DEC 2025 · PEILDATUM: 2026

CONCLUSIE

Elke maand detachering kost ± € 3.800 – € 5.900 méér dan een eigen monteur: een wervingscampagne is terugverdiend met ruim één maand voorkomen inhuur.

Indicatieve schatting per fte per jaar, afgerond op € 1.000. Geen offertes of gemeten marktprijzen. De volledige rekenregels staan in het online dashboard.



OVER WEACHIEVE

GEGARANDEERD NIEUWE COLLEGA'S. ZONDER UITZENDBUREAU.

Of je nu twee keer per jaar één schaarse specialist zoekt of maandelijks meerdere vakmensen nodig hebt: met recruitment marketing brengen we jouw verhaal bij de juiste doelgroep en leveren we sollicitanten die je ook echt wilt aannemen. **Vanaf €3.000 per maand garanderen wij nieuwe collega's.** Hoeveel dat er zijn bepalen we samen vooraf, op basis van het profiel. Lukt dit niet, dan draaien wij kosteloos door totdat het gelukt is. Heb je grotere groeiplannen? Dan schalen we mee.

Door Fonk150 uitgeroepen tot het #1 recruitment marketingbureau van Nederland in 2025.



We onderzoeken wat jullie als werkgever echt onderscheidt



Eén jaar lang zichtbaar zijn bij jouw doelgroep



Resultaatgarantie op nieuwe collega's, anders draaien we kosteloos door

ARE YOU READY TO ACHIEVE?

Wil je weten wat deze cijfers betekenen voor jouw wervingsaanpak? Plan een kennismaking, dan lopen we het dashboard samen met je door.

BEZOEKADRES

Stationsweg 26
5211 TW 's-Hertogenbosch

E-MAIL

hello@weachieve.nl

TELEFOON

073 23 40 844

WEB

weachieve.nl