

Vacatureteksten trendanalyse rapport voor de tech-industrie

*Evolutie van wervingsteksten
vanaf 2019 tot 2030*



Duidelijk in Tekst

Inhoud

1. Inleiding	3
1.1 Waarom dit rapport?	4
1.2. Hoe we deze trends hebben onderzocht	4
2. Vacatureteksten in de tech-industrie vijf jaar geleden	5
2.1 Algemene kenmerken	5
2.1 Generatievoorkeuren	7
2.3 Periode 2019–2020 samengevat	8
3. Van functiebeschrijving naar verleiding (2024–2025)	9
3.1 Wat vandaag wél werkt	10
3.2 Generatie specifieke aanpassingen in 2024-2025	12
3.3 Tabel: Generatievoorkeuren in vacatureteksten (2019 vs. 2025)	15
4. De toekomst van vacatureteksten in de tech-industrie (2025- 2030)	16
4.1 Wat elke HR-afdeling straks tegenkomt	17
4.2 Hoe generaties je tekst in 2030 lezen	20
4.3 Tabel: de vacaturetekst van 2030 in één oogopslag	22
4.4 AI versnelt, mens overtuigt	22
5. Conclusies en aanbevelingen.....	23
5.1 Zes lessen uit vijf jaar transformatie	24
5.2 Aanbevelingen voor HR-professionals	25
5.3 Tabel: Het verschil tussen oud en nu	26
5.4 Zet inzichten om in actie – en ervaar direct het resultaat.....	27
5.5 Elke zin telt. Elke vacature is een kans	27
6. Persoonlijke vacaturetekst analyse	28
6.1 Wat je ontvangt.....	28
6.2 Wat dit je oplevert	29
6.3 Hoe het werkt	29
6.4 Waarom dit waardevol is	29
7. Over Dominique/ Duidelijk in Tekst	30
8. Bronnen	31

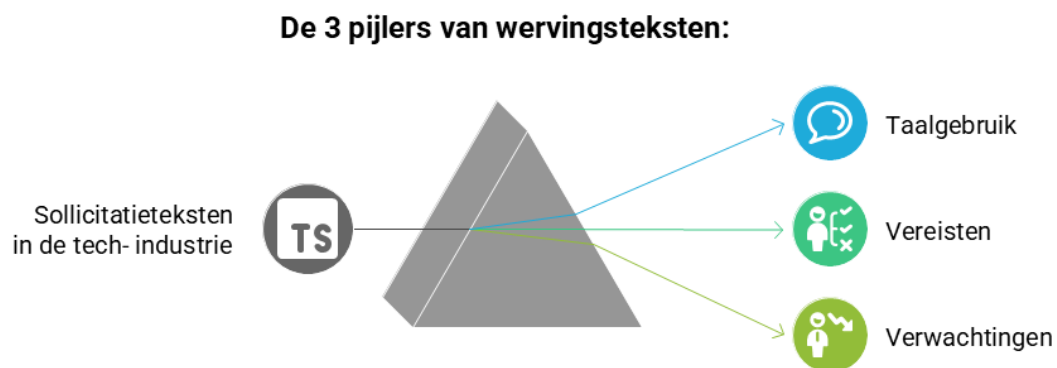
1. INLEIDING

Waarom vacatureteksten de strijd om talent beslissen.

Het tekort aan gekwalificeerde kandidaten in de tech-industrie is al jaren voelbaar. Vacatures staan lang open, terwijl de concurrentie om schaars talent toeneemt. In dit krachtenveld speelt de vacaturetekst een sleutelrol. Het is vaak het eerste contactmoment met een kandidaat en bepaalt of iemand zich aangesproken voelt en solliciteert, of direct verder klikt.

Een vacaturetekst is daarmee méér dan een opsomming van eisen en arbeidsvoorwaarden. Het is een strategisch wervingsinstrument dat laat zien wie je bent als werkgever, waar je voor staat en waarom een kandidaat voor jou zou moeten kiezen.

Dit rapport verkent hoe vacatureteksten in de tech-industrie tussen 2020 en 2025 zijn veranderd en welke richting ze de komende jaren opgaan. Daarnaast bevat het praktische aanbevelingen waarmee HR-professionals direct aan de slag kunnen.



1.1 WAAROM DIT RAPPORT?

De strijd om talent wordt beslist door taal. De juiste woorden trekken het juiste talent aan.

Met dit rapport krijg je een kader waarmee je vacatureteksten:

- Aansluiten bij de drijfveren van vier generaties,
- Meegroeien met maatschappelijke en technologische trends,
- Kandidaten sneller “ja” laten zeggen tegen een gesprek.

1.2. HOE WE DEZE TRENDS HEBBEN ONDERZOCHT

Dit trendrapport is opgebouwd op basis van:

- Analyse van honderden tech-vacatures uit de periode 2019–2025.
- Vergelijking van vacatureteksten per generatie doelgroep (Baby Boomers, Generatie X, Millennials en Gen Z).
- Literatuuronderzoek naar arbeidsmarktontwikkelingen, recruitmenttrends en de invloed van AI op HR.
- Input van ervaren marketeers gespecialiseerd in wervings- en employer branding-teksten.

Door deze bronnen te combineren, ontstaat een breed en onderbouwd beeld van de evolutie van vacatureteksten. We hebben zowel gekeken naar inhoud (wat er wordt gevraagd en beloofd) als naar vorm (toon, stijl en presentatie).

De kracht van dit rapport zit in de vertaling naar de praktijk: Wat betekent dit concreet voor HR-professionals die vacatures schrijven of beoordelen?

2. VACATURETEKSTEN IN DE TECH-INDUSTRIE VIJF JAAR GELEDEN

Toen selectie belangrijker was dan verleiding.

Aan het begin van dit decennium stonden vacatureteksten in de tech-industrie nog grotendeels in het teken van traditie. Werkgevers vertrouwden op vaste formats en formele vereisten. Het doel was vooral selecteren: Wie voldeed aan de lijst, mocht door. Wie daarbuiten viel, viel af. Het gevolg was dat de toon vaak afstandelijk overkwam en de tekst weinig ruimte liet voor beleving of aansluiting bij de kandidaat.

Deze periode is belangrijk om te begrijpen, omdat de tekortkomingen van toen de voedingsbodem vormden voor de vernieuwing die daarna in gang is gezet.



2.1 ALGEMENE KENMERKEN

Hoe vacatures 5 jaar geleden geschreven werden verschilt wezenlijk van de huidige schrijfwijze. Ongemerkt heeft er een verschuiving plaatsgevonden. Het is interessant om te bekijken hoe wervingsteksten in 2019/ 2020 opgebouwd werden.

2.1.1 PAPIER BOVEN POTENTIEEL

Een vacaturetekst begon doorgaans met een lijst harde criteria: Een afgeronde universitaire opleiding, vaak specifiek in informatica of een aanverwant vakgebied, en een minimum aantal jaren ervaring. Werkgevers zagen dit als een betrouwbare filter. Een kandidaat zonder de juiste papieren werd meestal niet verder overwogen, ook al beschikte die over de gevraagde vaardigheden.

Voorbeeld: *“Wij zoeken een software engineer met minimaal 5 jaar ervaring in Java en een masterdiploma computerwetenschappen.”*

Dit type formulering was eerder regel dan uitzondering.

Psychologisch werkte dit selectief: Kandidaten met een sterke cv voelden zich bevestigd, anderen haakten vroegtijdig af, ook wanneer ze inhoudelijk goed hadden kunnen passen.

2.1.2 DE VACATURE ALS CHECKLIST

De teksten waren vaak opgebouwd volgens hetzelfde stramien:

1. Functieomschrijving
2. Verantwoordelijkheden
3. Vereisten

De toon was zakelijk, weinig persoonlijk en gericht op volledigheid. Men wilde niets missen, waardoor veel vacatures lange opsommingen werden. Kandidaten kregen zo vooral het gevoel dat de werkgever controle wilde houden in plaats van dat er sprake was van een uitnodiging tot dialoog.

2.1.3 ARBEIDSVOORWAARDEN ACHTER GESLOTEN DEUREN

Arbeidsvoorwaarden werden zelden genoemd. Salaris bleef onbesproken en secundaire voorwaarden werden vaak samengevat in een enkele zin (*‘marktconform pakket’*). Kandidaten moesten solliciteren voordat zij zicht kregen op de beloning. Dit zorgde voor frustratie, en nog belangrijker, voor tijdsverlies aan beide kanten.

In een periode waarin tech-talent al schaars was, betekende dit dat geschikte kandidaten vaak afhaakten voordat een gesprek plaatsvond.

2.1 GENERATIEVOORKEUREN

Het effect van de veranderde aanpak verschilt sterk per generatie. Wat de een waardeert, is voor de ander juist reden om af te haken.

Generatievoorkeuren in wervingsstrategieën



2.2.1 BABY BOOMERS (1946–1964): ZEKERHEID BOVEN ALLES

Voor Baby Boomers bood de formele toon herkenning. Ze waren gewend aan werkgevers die helderheid boden over structuur en hiërarchie. Vacatures waarin lange dienstverbanden en pensioenregelingen werden benoemd, hadden aantrekkingskracht.

Toch bleef er een gemis: Erkenning voor hun opgebouwde ervaring en de kans om die door te geven aan jongere collega's.

2.2.2 GENERATIE X (1965–1980): VRIJHEID BELANGRIJKER DAN TITELS

Gen X had in 2019 vaak al twintig jaar werkervaring. Hun blik was pragmatischer: Ze wilden weten hoeveel vrijheid een rol bood en hoe de werk-privébalans werd ondersteund. Omdat vacatures daar zelden expliciet iets over zeiden, voelden deze teksten voor hen vaak te beperkt.

Een tekst als *‘flexibele werktijden mogelijk’* kwam voor, maar bleef vaag. De belofte werd daardoor niet overtuigend.

2.2.3 MILLENNIALS (1977–2000): BETEKENIS EN ONTWIKKELING

Millennials keken door een andere bril. Voor hen was de vraag *‘waarom’* belangrijk: Wat is de missie van dit bedrijf, en welke bijdrage lever ik? Vacatures die enkel verantwoordelijkheden en eisen opsomden, misten dit perspectief.

Daarnaast zochten zij ruimte om zich te ontwikkelen. Wanneer een tekst sprak over *‘doorgroeimogelijkheden’* zonder verdere uitleg, voelde dat voor hen te oppervlakkig.

2.2.4 GENERATIE Z (1995–2005): OPGEGROEID IN TRANSPARANTIE

De oudste Gen Z’ers zetten voorzichtig hun eerste stappen op de arbeidsmarkt. Ze waren gewend aan snelheid, digitale communicatie en transparantie. Een statische vacature in Word- of PDF-formaat sloot niet aan op hun beleving. Het ontbreken van duidelijke waarden of maatschappelijke betrokkenheid maakte het lastig om zich met een werkgever te identificeren.

2.3 PERIODE 2019–2020 SAMENGEVAT

Een tijdperk waarin werkgevers de regels bepaalden.

Vacatureteksten in 2019–2020 weerspiegelden vooral de positie van de werkgever: Eisen stellen, formeel communiceren, terughoudend zijn over voorwaarden. Het was een tijd waarin selectie boven aantrekkingskracht ging.

Voor tech-talent dat gewend was aan flexibiliteit, transparantie en snelle communicatie, begon dit model al snel te knellen. Die spanning zette de deur open voor de grote veranderingen die daarna volgden.

3. VAN FUNCTIEBESCHRIJVING NAAR VERLEIDING (2024–2025)

Hoe vacatures compleet zijn omgeslagen.

De afgelopen vijf jaar heeft de manier waarop vacatureteksten in de tech-industrie worden geschreven een forse omslag doorgemaakt. Waar werkgevers in 2019 nog vooral selecteerden op papieren, zien we nu een nadruk op vaardigheden, transparantie en beleving. Daarbij speelt technologie, en met name kunstmatige intelligentie, een steeds grotere rol.

Voor HR-professionals is het nu een spannende periode: De spelregels zijn veranderd en kandidaten verwachten méér dan een lijst eisen. Een vacaturetekst moet overtuigen, vertrouwen wekken en aansluiten bij persoonlijke waarden.

Vacatureteksten anno 2025



3.1 WAT VANDAAG WÉL WERKT

Er hebben diverse transformaties plaatsgevonden die vacatures aantrekkelijk maken. Het werd steeds lastiger om goede technische kandidaten te vinden. Dat zorgde ervoor dat er steeds meer aandacht kwam voor de kwaliteit van de vacaturetekst.

3.1.1 AI SCHRIJFT MEE, HR GEEFT DE ZIEL

AI wordt inmiddels breed toegepast in werving. Het helpt organisaties sneller en consistentere teksten te schrijven. Toch blijkt dat teksten die louter door AI zijn gegenereerd, vaak te generiek voelen. Pas wanneer HR-professionals menselijke nuance en employer branding toevoegen, ontstaan teksten die écht aanspreken.

Voorbeeld:

- **Zonder menselijke nuance en employer branding:**
“Wij zoeken een software engineer met minimaal 5 jaar ervaring in Java en een afgeronde masteropleiding.”
- **Met menselijke nuance en employer branding:**
“Je bouwt mee aan applicaties die dagelijks door duizenden mensen gebruikt worden. We zoeken iemand die Java beheerst en energie krijgt van samenwerken aan complexe projecten. Hoe je die ervaring hebt opgedaan, vinden we minder belangrijk dan je motivatie om door te groeien.”

3.1.2 SKILLS ALS NIEUWE VALUTA

De verschuiving van diploma's naar vaardigheden is een van de duidelijkste veranderingen. Werkgevers benoemen nu zowel technische competenties als soft skills.

Voorbeeld:

- **Oud:**
“Vereist: universitair diploma informatica, 3 jaar ervaring met Python, 2 jaar ervaring met SQL.”
- **Nieuw:**
“Je hebt aantoonbare ervaring met Python en SQL, en weet hoe je data vertaalt naar inzichten. Belangrijker nog: je kunt problemen helder uitleggen aan collega's zonder technische achtergrond.”

3.1.3 SALARIS EN VOORWAARDEN: HELDER IN BEELD

Salaris en arbeidsvoorwaarden worden steeds vaker expliciet vermeld. Dit geeft vertrouwen en voorkomt tijdverlies.

Voorbeeld:

- **Oud:**
“Wij bieden een marktconform salaris en aantrekkelijke secundaire voorwaarden.”
- **Nieuw:**
“Salaris: €4.200–€5.100 (afhankelijk van ervaring). Je krijgt daarnaast 27 vakantiedagen en een jaarlijks opleidingsbudget van €2.000.”

3.1.4 FLEXIBILITEIT ALS VANZELFSPREKENDHEID

Remote en hybride werken zijn structureel onderdeel van vacatures. Het wordt niet meer gepresenteerd als gunst, maar als vanzelfsprekend onderdeel van de rol.

Voorbeeld:

- **Oud:**
“Werkzaam op kantoor in Amsterdam, 40 uur per week.”
- **Nieuw:**
“Je kiest zelf hoe je week eruitziet: deels vanuit huis, deels op ons kantoor in Amsterdam. Teams werken hybride, waardoor je veel vrijheid hebt in het inrichten van je werkdag.”

3.1.5 VAN STANDAARDZIN NAAR OVERTUIGENDE UITNODIGING

DEI-verklaringen zijn een vast onderdeel geworden. De toon is verschoven van afstandelijk naar uitnodigend en concreet.

Voorbeeld:

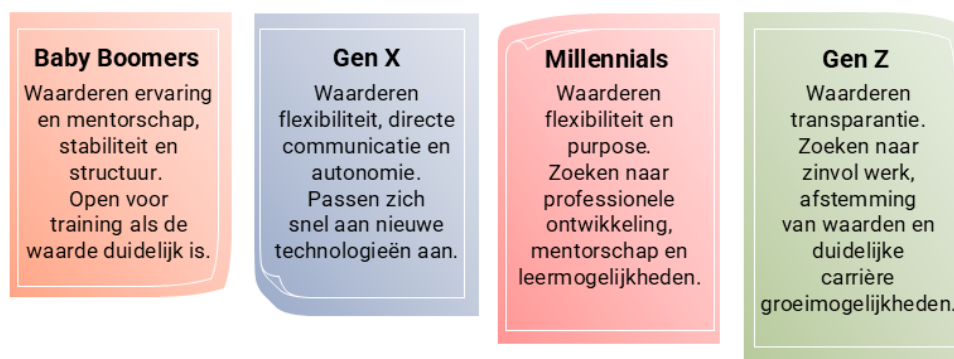
- **Oud:**
“Wij zijn een werkgever die gelijke kansen biedt aan iedereen.”
- **Nieuw:**
“We bouwen actief aan een divers team, omdat verschillende perspectieven ons werk sterker maken. Daarom moedigen we sollicitaties van collega’s met uiteenlopende achtergronden van harte aan.”

3.2 GENERATIE SPECIFIEKE AANPASSINGEN IN 2024-2025

Vier doelgroepen, vier accenten.

Vacatureteksten zijn in 2024–2025 niet meer uniform geschreven. Werkgevers spelen bewuster in op de waarden en voorkeuren van verschillende generaties. Hieronder zie je hoe dat er in de praktijk uitziet.

Generatie specifieke aanpassingen 2024-2025



3.2.1 BABY BOOMERS: ERKENNING VOOR ERVARING

Baby Boomers die nog actief zijn, zoeken zekerheid en erkenning voor hun opgebouwde ervaring. Ze willen dat hun bijdrage betekenisvol is.

Voorbeeld:

- **Oud (2019):**
“Wij zoeken een ervaren professional die zelfstandig projecten uitvoert.”
- **Nieuw (2025):**
“Met jouw ervaring ben je een waardevolle sparringpartner voor ons team. We bieden ruimte om je kennis over te dragen aan jongere collega’s en mee te bouwen aan stabiele, langlopende projecten.”

Waarom dit werkt: Het benadrukt continuïteit én de kans om expertise door te geven – precies waar Baby Boomers waarde aan hechten.

3.2.2 GENERATIE X: HELDERHEID EN GRIP OP WERK

Gen X'ers waarderen flexibiliteit, maar willen ook weten waar ze aan toe zijn. Ze zoeken vacatures die helder communiceren zonder marketingtaal.

Voorbeeld:

- **Oud (2019):**
“Flexibele werktijden zijn bespreekbaar.”
- **Nieuw (2025):**
“Je werkt gemiddeld 3 dagen vanuit huis en kiest zelf hoe je je uren indeelt. Belangrijk is dat jij grip houdt op je werk, niet andersom.”

Waarom dit werkt: concreet, direct en met respect voor autonomie. Geen vage beloftes, maar harde afspraken.

3.2.3 MILLENNIALS: GROEI MET IMPACT

Millennials zijn opgegroeid in een tijd van snelle technologische groei en zoeken werk dat ertoe doet. Voor hen zijn missie, waarden en ontwikkelmogelijkheden doorslaggevend.

Voorbeeld:

- **Oud (2019):**
“Wij bieden mogelijkheden tot doorgroei binnen ons bedrijf.”
- **Nieuw (2025):**
“Je krijgt de kans om je expertise verder uit te bouwen met trainingen en mentorschap. Wat ons drijft? Impact maken met technologie die organisaties helpt duurzamer te werken. Daar speel jij een directe rol in.”

Waarom dit werkt: het koppelt persoonlijke ontwikkeling aan betekenisvol werk en laat zien dat de kandidaat invloed heeft.

3.2.4 GENERATIE Z: KORT, EERLIJK EN PURPOSE-GEDREVEN

Gen Z wil dat een vacature eerlijk en compact is. Ze verwachten dat informatie mobiel leesbaar is, met een toon die dichtbij voelt.

Voorbeeld:

- **Oud (2019):**
“Wij bieden een marktconform salaris, goede arbeidsvoorwaarden en een prettige werkomgeving.”
- **Nieuw (2025):**
“Salaris: €3.000–€3.600 per maand. Je krijgt 25 vakantiedagen, een MacBook en de mogelijkheid om volledig remote te werken. Belangrijker nog: Je werkt mee aan projecten die zichtbaar bijdragen aan maatschappelijke impact.”

Waarom dit werkt: kort, transparant en purpose-gedreven. Precies de mix die Gen Z overtuigt.

3.2.4 KLEINE NUANCE, GROOT VERSCHIL IN OVERTUIGING

De voorbeelden die bij de generaties staan, laten zien dat generatie-specifieke aanpassingen geen grote omwegen hoeven te zijn. Het gaat vaak om nuance in taal en accenten: Zekerheid voor de een, autonomie voor de ander, en purpose of transparantie voor jongere generaties. Juist die subtiele verschillen bepalen of een vacaturetekst voelt als een uitnodiging — of als een standaard lijst van eisen.

3.3 TABEL: GENERATIEVOORKEUREN IN VACATURETEKSTEN (2019 VS. 2025)

Generatie	Toen (2019–2020)	Nu (2024–2025)	Effectieve toon vandaag
Baby Boomers (1946–1964)	“Wij zoeken een ervaren professional die zelfstandig projecten uitvoert.”	“Met jouw ervaring ben je een waardevolle sparringpartner. Je krijgt ruimte om kennis te delen en mee te bouwen aan stabiele projecten.”	Erkenning en stabiliteit benadrukken, kennisdeling expliciet maken.
Generatie X (1965–1980)	“Flexibele werktijden zijn bespreekbaar.”	“Je werkt gemiddeld 3 dagen vanuit huis en kiest zelf hoe je je uren indeelt.”	Autonomie en duidelijkheid: concreet en direct formuleren.
Millennials (1977–2000)	“Wij bieden mogelijkheden tot doorgroei binnen ons bedrijf.”	“Je bouwt expertise uit met trainingen en mentorschap, terwijl je direct impact maakt op duurzame projecten.”	Zingeving en ontwikkeling koppelen aan het grotere doel.
Generatie Z (1995–2005)	“Wij bieden een marktconform salaris en een prettige werkomgeving.”	“Salaris: €3.000–€3.600. 25 vakantiedagen, MacBook en remote werken. Je draagt bij aan projecten met maatschappelijke impact.”	Transparantie en purpose, compact en mobielvriendelijk.

4. DE TOEKOMST VAN VACATURETEKSTEN IN DE TECH-INDUSTRIE (2025-2030)

Hyperpersoonlijk, visueel en waarde gedreven

Vacatureteksten staan opnieuw aan de vooravond van een grote verschuiving. In 2020 waren diploma's de standaard en in 2025 zijn transparantie en vaardigheden de norm. Naar verwachting zal 2030 gekenmerkt worden door hyperpersonalisatie, waarde gedreven communicatie en compactere, visuele formats.

Deze ontwikkeling van vacatureteksten wordt gevoed door drie krachten:

1. **Technologie** – AI maakt het mogelijk om vacatureteksten sneller, specifiek en persoonlijker te genereren.
2. **Arbeidsmarkt** – schaarste aan tech-talent dwingt werkgevers om zich aantrekkelijk te presenteren.
3. **Maatschappij** – duurzaamheid, inclusie en purpose zijn niet langer bijzaken, maar kernonderdelen van employer branding.

Tech vacatureteksten 2025-2030



4.1 WAT ELKE HR-AFDELING STRAKS TEGENKOMT

Er zijn vijf trends te onderscheiden die de spelregels herschrijven:

- Het gebruik van AI
- Leren VS weten
- Duurzaamheid en verantwoordelijkheid
- Aangepaste tone of voice
- Afstemming op het profiel

4.1.1 AI ALS TEKSTPARTNER

Tussen 2025 en 2030 groeit AI uit tot de standaard tool voor het opstellen van vacatureteksten. Waar AI nu vooral wordt ingezet voor consistentie en trefwoorden, zal het straks gepersonaliseerde teksten afleveren die afgestemd zijn op doelgroepen of zelfs individuele profielen.

Psychologisch effect: Kandidaten ervaren de tekst als relevanter en persoonlijker, wat vertrouwen en betrokkenheid versterkt.

Voorbeeld:

- **Oud (2020):**
“Wij zoeken een software engineer met minimaal 5 jaar ervaring.”
- **Huidig (2025):**
“Je bouwt mee aan applicaties die dagelijks door duizenden mensen gebruikt worden. Java-ervaring helpt je daarbij.”
- **Toekomst (2030):**
“Hou je van experimenteren met nieuwe frameworks? In dit team krijg je de vrijheid om dat uit te bouwen, samen met collega’s die jouw drive delen.”

4.1.2 LEREN BELANGRIJKER DAN WETEN

Omdat bijna 40% van de huidige skills in 2030 verouderd zal zijn, verschuift de focus naar leervermogen. Een vacaturetekst wordt een uitnodiging voor kandidaten die kunnen én willen blijven leren.

Voorbeeld:

- **Toekomsttekst:**
“Welke programmeertalen je precies kent, is voor ons minder relevant dan je drive om nieuwe tools snel te beheersen. We zoeken iemand die nieuwsgierig is en kennis met plezier deelt.”

Psychologisch effect: dit spreekt Systeem 1 aan (gevoel: Ik word gezien zoals ik ben) én Systeem 2 (ratio: Mijn ontwikkelbereidheid is een voordeel).

4.1.3 EEN VACATURE MET EEN GEWETEN

Employer branding wordt steeds meer gekoppeld aan maatschappelijke bijdrage. Jongere generaties accepteren een lager salaris bij een werkgever die zichtbaar duurzaam en verantwoord opereert. Vacatureteksten maken dit expliciet.

Voorbeeld:

- **Toekomsttekst:**
“Je werkt mee aan software die bedrijven helpt hun CO₂-uitstoot te verlagen. Daarmee bouw je zowel aan technologie, als aan een toekomst waar je trots op kan zijn.”

4.1.4 SCHRIJVEN VOOR EEN WERELDWIJD PUBLIEK

Omdat remote en hybride werken volledig genormaliseerd zijn, wordt de tone of voice internationaler en inclusiever. Complexe zinsconstructies en jargon verdwijnen, omdat teksten voor een breder publiek begrijpelijk moeten zijn.

Voorbeeld:

- **Toekomsttekst:**
“Ons team werkt vanuit Amsterdam, Nairobi en Berlijn. Waar jij werkt, kies je zelf. Belangrijk is dat we verbonden blijven door onze gezamenlijke doelen.”

4.1.5 EÉN FUNCTIE, DUIZEND VARIANTEN

In 2030 zijn vacatureteksten vaak korter en visueler. Kandidaten krijgen via AI-versies te zien die afgestemd zijn op hun profiel: Starters zien nadruk op begeleiding, ervaren kandidaten op autonomie en impact.

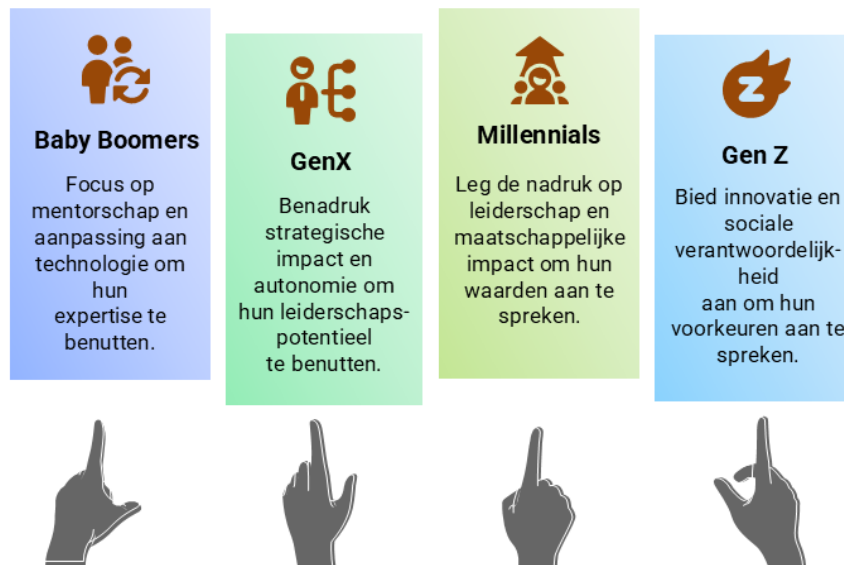
Voorbeeld:

- **Starter:** “Je krijgt begeleiding van senior collega’s en toegang tot trainingen die je carrière versnellen.”
- **Senior:** “Je bepaalt zelf de richting van je project en hebt ruimte om nieuwe technologieën te introduceren.”

4.2 HOE GENERATIES JE TEKST IN 2030 LEZEN

Vier doelgroepen, vier verwachtingen. Vacatures worden meer en meer toegespitst op de beoogde doelgroep.

Hoe HR strategieën ont op de verschillende generaties



4.2.1 BABY BOOMERS HEBBEN ERVARING ALS FUNDAMENT

Vacatures voor deze groep leggen de nadruk op kennisoverdracht en de waarde van hun ervaring.

Voorbeeld:

- **Toekomst:**
“Met jouw ervaring begeleid je jongere collega’s. Daarvoor bieden we tijd, waardering en mogelijkheden om nieuwe digitale tools te leren.”

4.2.2 GEN X WIL ZEGGENSCHAP

Gen X wil meer zeggenschap en invloed op koers en beslissingen.

Voorbeeld:

- **Toekomst:**
“In deze rol bepaal jij de strategie voor ons nieuwe platform. Je krijgt ruimte om zelfstandig keuzes te maken en hebt directe invloed op het eindresultaat.”

4.2.3 MILLENNIALS LEIDEN MET WAARDEN

Millennials schuiven door naar management en verwachten een rol die hun waarden weerspiegelt.

Voorbeeld:

- **Toekomst:**
“Je leidt een multidisciplinair team dat werkt aan duurzame cloudoplossingen. We investeren in jouw groei als leider én in projecten die maatschappelijke impact hebben.”

4.2.4 GEN Z SWIPE JE VACATURE

Gen Z verwacht compacte, digitale en transparante vacatures die op hun smartphone prettig leesbaar zijn. Video en interactieve formats zijn standaard.

Voorbeeld:

- **Toekomst:**
“Salaris: €3.800–€4.500. Je kiest zelf of je 4 of 5 dagen werkt. In deze korte video zie je in 2 minuten met welke technologie je dagelijks aan de slag gaat.”

4.3 TABEL: DE VACATURETEKST VAN 2030 IN ÉÉN OOGOPSLAG

Generatie	Focus (2025–2030)	Voorbeeldformulering	Effectieve toon
Baby Boomers	Mentorschap, continuïteit	“Met jouw ervaring begeleid je jongere collega’s.”	Respectvol, waardierend
Gen X	Strategische invloed, autonomie	“Je bepaalt zelf de aanpak waarmee je het project realiseert.”	Direct, pragmatisch
Millennials	Leiderschap, maatschappelijke impact	“Je leidt een team dat werkt aan duurzame innovaties.”	Waarden-gedreven, inspirerend
Gen Z	Innovatie, transparantie, digital-first	“Bekijk in 2 minuten onze video en ontdek jouw rol.”	Kort, visueel, mobielvriendelijk

4.4 AI VERSNELT, MENS OVERTUIGT

De vacaturetekst van 2030 is compact, persoonlijk en waarden gedreven. De psychologische onderstroom is duidelijk:

- **Wederkerigheid:** Werkgevers laten zien wat zij écht bieden, in plaats van vage beloften.
- **Schaarste:** Helder communiceren over unieke voordelen (zoals remote-first of maatschappelijke impact).
- **Autoriteit:** AI en data geven de tekst een wetenschappelijke onderbouwing.
- **Sympathie en eenheid:** Door transparant en menselijk te schrijven, voelt de kandidaat zich aangesproken als individu.

AI zorgt voor snelheid en personalisatie, maar de menselijke hand bepaalt de overtuigingskracht.

5. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Wat we geleerd hebben – en hoe jij dit in jouw voordeel gaat gebruiken.

Vacatureteksten in de tech-industrie hebben de afgelopen vijf jaar een duidelijke transformatie doorgemaakt. Diploma's en functietitels maakten plaats voor vaardigheden en ontwikkelpotentieel. Transparantie is de norm geworden, en de toon verschoof van afstandelijk naar uitnodigend.

De rode draad: De vacaturetekst ontwikkelde zich van een formeel bericht naar een strategisch middel dat kandidaten overtuigt, verbindt en inspireert.

Wervingstrends in de tech-industrie



5.1 ZES LESSEN UIT VIJF JAAR TRANSFORMATIE

De rode draad in één overzicht:

- 1. Vaardigheden vormen de nieuwe standaard.** Kandidaten worden steeds meer beoordeeld op wat ze kunnen en hoe snel ze nieuwe kennis oppakken. Dat vergroot de kans om talent te werven dat buiten de traditionele paden is opgeleid.
- 2. Transparantie vergroot vertrouwen.** Door salaris, voorwaarden en werkvormen helder te benoemen, ontstaat een eerlijk en geloofwaardig beeld. Kandidaten ervaren de organisatie daardoor als open en betrouwbaar.
- 3. Flexibiliteit is basisverwachting.** Hybride en remote werken zijn structureel onderdeel van het aanbod. Werkgevers die dit duidelijk uitspreken, positioneren zich aantrekkelijker op de arbeidsmarkt.
- 4. Waarden wegen zwaarder dan perks.** Werkzoekenden laten zich meer leiden door missie, duurzaamheid en maatschappelijke impact dan door traditionele secundaire arbeidsvoorwaarden.
- 5. AI versterkt de mens.** AI levert snelheid, variatie en structuur, maar de overtuigingskracht van een vacature komt voort uit menselijke nuance en geloofwaardigheid.
- 6. Generatieverschillen vragen om verfijning.** Elke doelgroep heeft eigen drijfveren. De krachtigste vacatureteksten spelen hierop in met subtiele aanpassingen in toon en inhoud.

5.2 AANBEVELINGEN VOOR HR-PROFESSIONALS

Acht concrete stappen om je vacatures te versterken:

1. **Zie de vacaturetekst als wervingsinstrument.** Beschouw het als een mini-campagne waarmee je jouw organisatie positioneert.
2. **Schrijf op vaardigheden en leergierigheid.** Leg de nadruk op wat iemand kan bijdragen en ontwikkelen, in plaats van op jaren ervaring of diploma's.
3. **Maak arbeidsvoorwaarden concreet.** Geef ranges en benoem voordelen duidelijk. Eerlijke details werken overtuigender dan algemene termen.
4. **Vertaal flexibiliteit naar praktijk.** Beschrijf hoe hybride of remote werken eruitziet in de dagelijkse realiteit.
5. **Laat waarden doorklinken.** Benoem hoe jouw organisatie bijdraagt aan duurzaamheid, diversiteit en maatschappelijke impact.
6. **Stem toon en accenten af op generaties.** Sluit aan bij de behoefte aan stabiliteit van Boomers, autonomie van Gen X, zingeving van Millennials en transparantie van Gen Z.
7. **Gebruik AI slim.** Laat technologie varianten maken en patronen ontdekken, en voeg zelf de menselijke nuance toe die overtuiging creëert.
8. **Blijf testen.** Zet vacatureteksten in als levend document. Analyseer reacties en optimaliseer op basis van data en ervaring.

Strategieën voor het verbeteren van vacatures



5.3 TABEL: HET VERSCHIL TUSSEN OUD EN NU

Element	Oude aanpak (2019–2020)	Nieuwe aanpak (2024–2025)	Effect
Eisen	Diploma's en jaren ervaring	Vaardigheden en leergierigheid	Inclusiever en toekomstbestendiger
Toon	Formeel, afstandelijk	Persoonlijk, uitnodigend	Grotere betrokkenheid
Arbeidsvoorwaarden	Algemene termen (“marktconform”)	Concreet met salarisranges	Meer vertrouwen
Flexibiliteit	Onbenoemd of vaag	Concreet en structureel onderdeel	Aansluiting bij verwachting
Employer branding	Focus op vaardigheden	Focus op waarden en missie	Overtuigender voor jongere generaties
Technologie	Geen rol	AI als tekstpartner	Efficiënter, consistent, menselijk aangevuld

5.4 ZET INZICHTEN OM IN ACTIE – EN ERVAAR DIRECT HET RESULTAAT

Het verschil tussen een gemiddelde vacature en een overtuigende vacature zit in nuance: toon, transparantie en aansluiting bij waarden. Veel organisaties zien dit, maar vinden het lastig om het consequent in de praktijk te brengen.

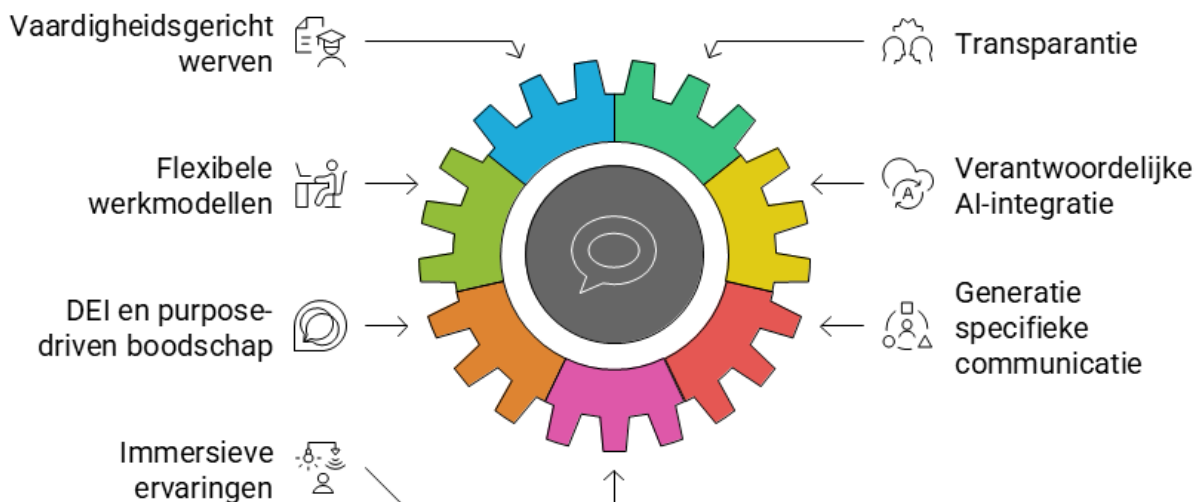
Dit vacaturetekst trendrapport biedt inzicht. Het is een opstap naar actie.

5.5 ELKE ZIN TELT. ELKE VACATURE IS EEN KANS

De toekomst van recruitment wordt vormgegeven in de beleving van kandidaten die een vacaturetekst lezen. Elke zin telt. Elke nuance kan het verschil maken tussen “*dit is mijn plek*” en “*ik scrol verder*”.

Wie nu investeert in taal, toon en overtuigingskracht, zet zich stevig neer in een markt waar talent de keuze heeft.

Adequate stappen voor HR-professionals in de tech-industrie



Wil je weten hoe jouw toekomstbestendige vacaturetekst eruit ziet?

6. PERSOONLIJKE VACATURETEKST ANALYSE

Van inzicht naar directe actie.

De échte waarde van dit trendrapport zit in de toepassing. Daarom sluiten we af met een concrete actie: **De persoonlijke analyse van jouw vacaturetekst.**

Met deze scan ervaar je hoe een tekst verandert zodra hij wordt bekeken door de bril van **zes ervaren marketeers**. Je krijgt een frisse, scherpe blik op jouw wervingstekst.

Het werkt als volgt:

Stuur mij een vacaturetekst en ontvang:

- Een **analyse** op basis van de inzichten van zes ervaren marketeers,
- En de **eerste alinea** herschreven retour.

Zo ervaar je direct hoe jouw vacaturetekst verandert van informatief document naar strategisch wervingsmiddel.

6.1 WAT JE ONTVANGT

Met de vacature-analyse krijg je drie concrete resultaten in handen:

- **Analyse door zes experts**
Je tekst wordt beoordeeld op aantrekkelijkheid, duidelijkheid, overtuigingskracht en aansluiting bij de huidige trends.
- **Concrete verbeterpunten**
Je ontvangt feedback die meteen toepasbaar is: Helder, compact en zonder jargon.
- **Een herschreven eerste alinea**
Je krijgt de eerste alinea van je tekst herschreven terug. Daarmee zie je direct hoe je vacature voelt wanneer hij geschreven is volgens de standaarden van morgen.

6.2 WAT DIT JE OPLEVERT

Zo verandert één scan je werving:

- Kandidaten ervaren je vacature als **helder en relevant**.
- Je organisatie komt **geloofwaardig en aantrekkelijker** over.
- Je ontdekt welke **nuance** het verschil maakt tussen *lezen* en *solliciteren*.

6.3 HOE HET WERKT

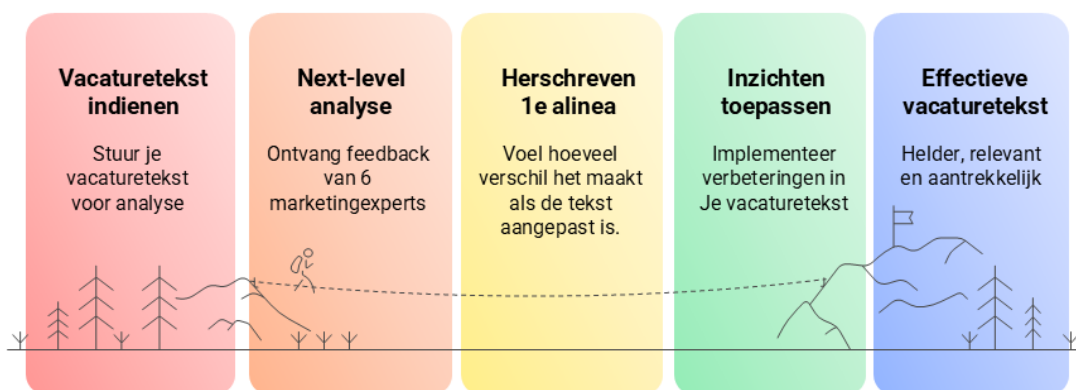
In drie stappen van tekst naar inzicht:

1. Stuur een vacaturetekst naar dominique@duidelijkintekst.nl. (Word, PDF of gewoon in de mail).
2. Ontvang binnen enkele werkdagen de analyse en de herschreven alinea retour.
3. Gebruik de inzichten om je vacatureteksten structureel te versterken.

6.4 WAAROM DIT WAARDEVOL IS

Deze persoonlijke vacature-analyse is een voorproefje van de toekomst in werving. Het laat zien hoe je vacaturetekst zich transformeert naar een instrument dat talent aantrekt.

Persoonlijke vacaturetekst analyse



Met één herschreven alinea voel je al het verschil...

7. OVER DOMINIQUE/ DUIDELIJK IN TEKST

Effectieve teksten ontstaan in de nuances: toon, ritme, woordkeuze. Al meer dan vijftien jaar verdiep ik mij erin, hoe taal het gedrag van de lezer beïnvloedt. Woorden sturen ongemerkt. Een strategisch gekozen formulering kan overtuigen. De structuur bepaalt of iemand doorleest of afhaakt.

Mijn ervaring vormt de basis voor teksten die raken en aanzetten tot actie. Een achtergrond in marketing, sales en copywriting gaf strategisch inzicht. De verdieping in persuasieve copywriting en NLP voegde daar psychologische finesse aan toe. Zo sluit taal aan op zowel gevoel als ratio.

Vacatureteksten passen perfect in dat kader. Ze vragen om helderheid, geloofwaardigheid en aantrekkingskracht tegelijk. Door psychologische principes slim toe te passen, verandert een tekst van een bericht in een uitnodiging. Eén die kandidaten persoonlijk aanspreekt én de organisatie sterker positioneert.

Kwaliteit staat daarbij altijd centraal. Iedere analyse en herschrijving krijgt dezelfde zorg. Een opening die nieuwsgierig maakt. Een opbouw die vasthoudt. Een toon die aanzet tot reactie. Juist in die details ontstaat het verschil tussen gelezen worden en echt in beweging zetten.

Om de lat nog hoger te leggen, werk ik samen met marketeer [John Wallbrink](#). Hij heeft inmiddels ruim 6697 uur AI-expertise sinds de start van Open AI in 2015. Hij heeft 6 AI methodes ontwikkeld, met resultaat. En staat al ruim 35 jaar op het podium, waarbij hij de laatste jaren ondernemers inspireert en laat verwonderen op het gebied van AI. Zijn expertise in communicatiepsychologie en beïnvloedingsstrategieën geeft extra scherpte en body. Samen brengen we taal, gedrag en strategie bij elkaar. Het resultaat: Teksten die aanspreken én aantrekken.

En precies die aanpak ervaar je in de persoonlijke vacature-analyse: Een scherpe blik, een herschreven opening en concrete aanwijzingen die je teksten direct sterker maken.

Dominique van den Boogaard

Duidelijk in Tekst

8. BRONNEN

- <https://www.pmenv.com/resources/environmental-consulting-career-advice/>
- https://www.unav.edu/documents/41617556/91213278/Report_MAY2024.pdf
- <https://www.kornferry.com/insights/featured-topics/leadership/pay-transparency-in-the-workplace>
- <https://www.promarket.org/2021/02/23/millennials-gen-z-lower-wages-sustainable-firms-esg/>
- <https://teamflect.com/blog/employee-engagement/diversity-statements>
- <https://www.esgtoday.com/70-of-gen-z-millennials-consider-environmental-sustainability-important-in-choosing-employers-deloitte-survey/>
- <https://learning.nd.edu/resource-library/writing-a-dei-statement/>
- <https://sgkinc.com/en/insights/single-insight/generations-in-focus-from-baby-boomers-to-gen-z/>
- https://reports.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_Report_2025.pdf
- https://reports.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_Report_2025.pdf
- <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/digest/>
- <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/digest/>
- <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/digest/>
- <https://www.vestas.com/en/sustainability/social/diversity-and-inclusion>
- https://www.eauc.org.uk/file_uploads/example_shared-services_job_description_-_sustainability_project_manager.pdf
- <https://www.sap.com/research/boomers-want-value-integrity-substance>
- <https://www.haystackapp.io/resources/remote-work-revolution-navigating-the-future-of-tech-industry-employment>
- <https://ravio.com/tech-jobs-report-2025>
- <https://haystalentsolutions.com/-/attract-gen-z-talent>
- <https://www.myoutdesk.com/blog/9-best-ai-job-description-generators/>
- <https://www.vtechsolutions.com/the-rise-of-remote-tech-jobs-flexibility/>
- <https://www.grammarly.com/ai/ai-writing-tools/job-description-generator>
- <https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/genz-millennial-survey.html>
- <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/superagency-in-the-workplace-empowering-people-to-unlock-ais-full-potential-at-work>

- <https://www.hcamag.com/ca/specialization/benefits/what-does-each-generation-want-from-work/544093>
- <https://www.talentlyft.com/blog/how-to-write-job-descriptions-that-attract-millennials>
- <https://www.govdocs.com/pay-transparency-laws/>
- <https://www.flexjobs.com/blog/post/generational-snapshot-of-the-workplace-and-job-market>
- <https://blog.amequity.com/longshore-insider/article/the-supervisor-s-guide-to-understanding-different-generations-of-employees>
- <https://habitatpoint.com/blog/purpose-driven-career-paths-your-guide-to-jobs-that-matter/>
- <https://www.indeed.com/hire/c/info/millennials-in-the-workplace>
- <https://enable.green/news/the-top-10-most-in-demand-sustainability-jobs-in-2025/>
- <https://reviserecruitment.com.au/understanding-different-generations-in-the-workplace/>
- <https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/genz-millennial-survey.html>
- <https://www.allyenergy.com/blog/why-the-energy-industry-needs-to-attract-more-gen-z-talent-and-how-they-can-do-it>
- <https://www.usiq.org/what-do-generation-x-y-and-z-wish-from-their-employer/>
- <https://www.focusgts.com/the-2025-tech-hiring-playbook-blueprint-for-technical-recruiters/>
- <https://www.acs.org/about/inclusion/inclusivity-style-guide/job-descriptions.html>
- <https://timesofindia.indiatimes.com/education/news/as-boomers-exit-the-workforce-gen-z-is-changing-how-us-companies-hire/articleshow/122998079.cms>
- <https://www.wrksolutions.com/for-employers/engaging-the-next-generation-motivating-millennials-and-gen-z-in-local-careers>
- <https://visuna.com/navigating-career-transitions/>
- <https://www.deloitte.com/us/en/Industries/consumer/articles/understanding-generation-z-in-the-workplace.html>
- <https://info.recruitics.com/blog/attract-and-retain-gen-z-talent-a-guide-for-hiring-professionals>
- <https://yello.co/blog/how-to-write-a-job-description-for-generation-z/>

- <https://www.allsearchinc.com/2025/04/09/how-to-write-job-descriptions-for-sustainability-manager-roles/>
- <https://www.allyenergy.com/blog/what-millennials-want-in-an-energy-career>
- <https://www.worldwide-rs.com/blog/2025/06/job-applications-tailored-for-renewable-energy/>
- <https://www.workforge.com/blog/make-your-career-opportunities-more-appealing-to-millennials-and-gen-z>
- <https://www.talentlyft.com/blog/how-to-write-job-descriptions-that-attract-millennials>
- <https://adculture.ca/blog/hiring-gen-z-job-description-tips/>
- <https://www.vantagecircle.com/en/blog/millennial-employees/>
- <https://www.repsol.com/en/energy-and-the-future/people/generation-x-y-z/index.cshtml>
- <https://www.burtchworks.com/industry-insights/hiring-in-tech-navigating-the-changing-talent-landscape>
- <https://humanoo.com/en/uncategorized/boomers-to-gen-z-diverse-workforce/>
- <https://talentsphere.ca/millennials/how-to-write-an-effective-job-description-tailored-to-millennials/>
- <https://blog.theinterviewguys.com/the-green-skills-revolution/#:~:text=The%20highest%2Ddemand%20green%20skills,management%2C%20and%20climate%20risk%20assessment.>
- <https://www.themuse.com/advice/gen-x-characteristics>
- <https://www.repsol.com/en/energy-and-the-future/people/generation-x-y-z/index.cshtml>
- <https://stayinthegame.net/remote-work/generational-communication-styles-at-work/>
- <https://www.deloitte.com/us/en/Industries/consumer/articles/understanding-generation-z-in-the-workplace.html>
- <https://www.paychex.com/articles/human-resources/how-to-manage-multiple-generations-in-the-workplace>
- <https://www.peoplescout.com/insights/gen-x-in-the-workplace/>
- <https://www.paychex.com/articles/human-resources/how-to-manage-multiple-generations-in-the-workplace>
- <https://resources.careerbuilder.com/employer-blog/how-to-attract-the-next-generation-of-workers>

- <https://www.deloitte.com/us/en/Industries/consumer/articles/understanding-generation-z-in-the-workplace.html>
- <https://survale.com/how-to-recruit-gen-z/#:~:text=Try%20these%20creative%20strategies%3A,your%20culture%20or%20job%20perks.>
- <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/human-resources/recruiting-trends.shtml>
- <https://www.roberthalf.com/us/en/insights/research/data-reveals-which-technology-roles-are-in-highest-demand>
- <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-top-trends-in-tech>
- <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/digest/>
- <https://codesignal.com/blog/tech-recruiting/top-3-technical-recruiting-trends-of-2020/>
- <https://www.mcgregor-boyall.com/resources/blog/remote-tech-recruitment-in-2025--what-employers-should-know/>
- <https://www.flexjobs.com/blog/post/flexjobs-remote-work-economy-index>
- <https://devsu.com/blog/tech-talent-shortage-key-drivers-solutions>
- <https://med-fom-cpp-2022.sites.olt.ubc.ca/files/2023/10/IREDI-Best-Practice-Inclusive-Job-Postings.pdf>
- <https://www.womentech.net/en-at/how-to/explicit-diversity-statements-in-job-descriptions>
- <https://blog.ongig.com/job-descriptions/writing-effective-job-descriptions-for-technical-roles/>
- <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/superagency-in-the-workplace-empowering-people-to-unlock-ais-full-potential-at-work>
- <https://www.4cornerresources.com/blog/trending-recruiting-technology/>
- <https://info.recruitics.com/blog/attracting-and-recruiting-gen-z-talent>
- <https://timesofindia.indiatimes.com/education/news/as-boomers-exit-the-workforce-gen-z-is-changing-how-us-companies-hire/articleshow/122998079.cms>
- <https://www.intervue.io/blog/gen-z-vs-millennials-in-workplace>
- <https://www.business.com/articles/tech-savvy-millennials-at-work/>
- <https://www.purdueglobal.edu/education-partnerships/generational-workforce-differences-infographic/>

- <https://info.recruitics.com/blog/generational-recruiting-how-to-tailor-your-recruitment-message-for-different-generations>
- <https://recruitmentjuice.com/from-benefits-to-communication-how-hr-can-meet-the-expectations-of-each-generation/>
- <https://bestcorporateevents.com/generational-communication-differences-in-the-workplace>
- <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/digest/>
- <https://www.weforum.org/stories/2025/01/future-of-jobs-report-2025-jobs-of-the-future-and-the-skills-you-need-to-get-them/>
- <https://www.insidejobsblog.com/2025/01/07/new-pay-transparency-laws-effective-in-2025/>
- <https://jdxpert.com/blog/2025-the-year-of-pay-transparency-what-it-means-for-your-business/>
- <https://blog.ongig.com/ai-recruitment/ai-powered-job-descriptions/>
- <https://builtin.com/artificial-intelligence/ai-job-description-generators>
- <https://digitalcommons.liberty.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5966&context=doctoral>
- https://law.stanford.edu/wpcontent/uploads/2019/08/Houser_20190830_test.pdf
- <https://www.hackerearth.com/blog/gender-fluid-tech-jd>
- <https://www.verified.io/blog/professional-development-goals-exampleshttps://www.byteplus.com/en/topic/549143>
- <https://datapeople.io/blog/understanding-how-dei-statements-perform/>
- <https://diversity.com/post/what-employers-need-to-know-about-dei-in-2025>
- <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/immersive-entertainment-market-report>
- <https://www.dice.com/hiring/recruitment/ai-to-help-write-job-description>
- <https://gdhinc.com/skills-based-hiring-in-tech/#:~:text=The%20adoption%20of%20skills%2Dbased,just%2056%20percent%20in%202022.>
- <https://www.testgorilla.com/skills-based-hiring/state-of-skills-based-hiring-2024/>
- <https://vidcruiter.com/resources/gen-z-recruitment/#:~:text=What%20communication%20styles%20do%20Gen,step%20of%20the%20recruitment%20process.>

- <https://resources.workable.com/stories-and-insights/writing-job-descriptions-hiring-millennials>
- <https://www.globacare.co.uk/guides/gen-x-in-the-workplace>
- <https://bestcorporateevents.com/generational-communication-differences-in-the-workplace>
- <https://humanoo.com/en/uncategorized/boomers-to-gen-z-diverse-workforce/>
- <https://diversity.com/post/what-employers-need-to-know-about-dei-in-2025>
- <https://www.aihr.com/blog/dei-initiatives/>
- <https://skima.ai/blog/how-to-use-gamification-in-recruiting-to-attract-and-identify-top-gen-z-talents>
- <https://www.peoplescout.com/insights/virtual-reality-enhancing-experience/>
- <https://essentialdata.com/how-does-ai-impact-technical-writing/>
- <https://www.workast.com/blog/revolutionizing-tech-recruitment-the-impact-of-ai-in-2024/>
- <https://trainingmag.com/maximize-learning-and-developments-impact-by-focusing-on-generational-differences/>
- <https://lindenbergergroup.com/mentoring-and-baby-boomers/>
- <https://www.workforge.com/blog/make-your-career-opportunities-more-appealing-to-millennials-and-gen-z>
- <https://www.wright.edu/human-resources/writing-an-effective-job-description>
- <https://wesolv.com/the-state-of-inclusive-hiring-in-2025-what-hr-leaders-should-know/4431/>
- <https://diversity.com/post/what-employers-need-to-know-about-dei-in-2025>
- <https://iamneo.ai/gamification-in-recruitment/>
- <https://www.talivty.com/ta-tech/using-augmented-and-virtual-reality-in-recruitment-marketing/#:~:text=The%20Growing%20Influence%20of%20AR%20and%20VR%20in%20Recruitment&text=For%20example%2C%20Accenture%20and%20Jaguar,into%20the%20company's%20work%20environment.>
- <https://www.jobscan.co/blog/top-resume-keywords-boost-resume/>
- <https://www.amplifai.com/blog/gamification-statistics>
- <https://skima.ai/blog/industry-trends-and-insights/best-ai-job-description-generator-tools>
- <https://www.mokahr.io/myblog/ai-generated-job-descriptions-benefits-drawbacks/>



1 0 1 0 1

0 1 0 1 0 1

