



Trends Werving en Selectie Nederland

3 Belangrijke trends in werving en selectie voor 2015

LinkedIn Talent Solutions

Inleiding

Om in 2015 aan kop te blijven in de werving- en selectiebranche volg je de trends op de voet. Technologische ontwikkelingen beïnvloeden de branche en zorgen voor dynamische en interessante tijden.

Over dit onderzoek

We ondervroegen 1.994 experts in de werving- en selectiebranche om erachter te komen wat hen bezighoudt en hoe zij vooruit kijken naar 2015. In Nederland ondervroegen we 201 mensen. Werp alvast een blik vooruit op 2015: lees de resultaten van het onderzoek en bepaal je koers op weg naar succes.

02 Inleiding

03 Samenvatting

04 Deel 1: De werving- en selectiebranche in 2015

08 Deel 2: Sourcen

14 Deel 3: Merk

18 Deel 4: De toekomst voor de branche

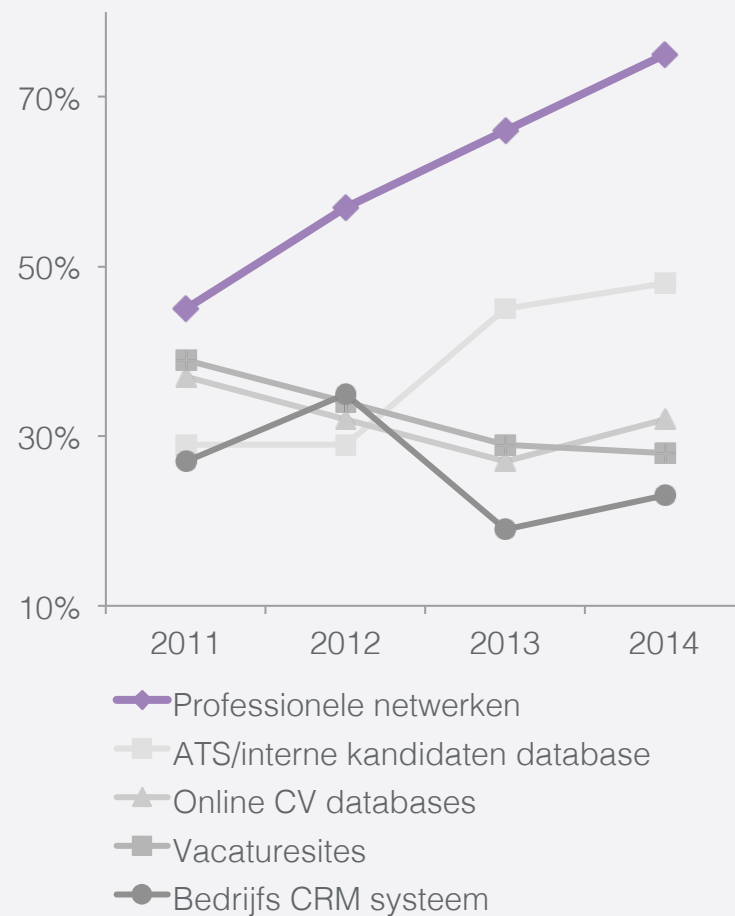
Samenvatting: trends in werving- en selectie

3 Belangrijke trends en voorspellingen voor 2015

1 Sourcen: Professionele netwerken zijn veruit de populairste bron van hoogopgeleiden voor de werving- en selectiebranche.

2 Merk: De meeste bedrijven maken van hun merk een prioriteit. En ze komen in actie.

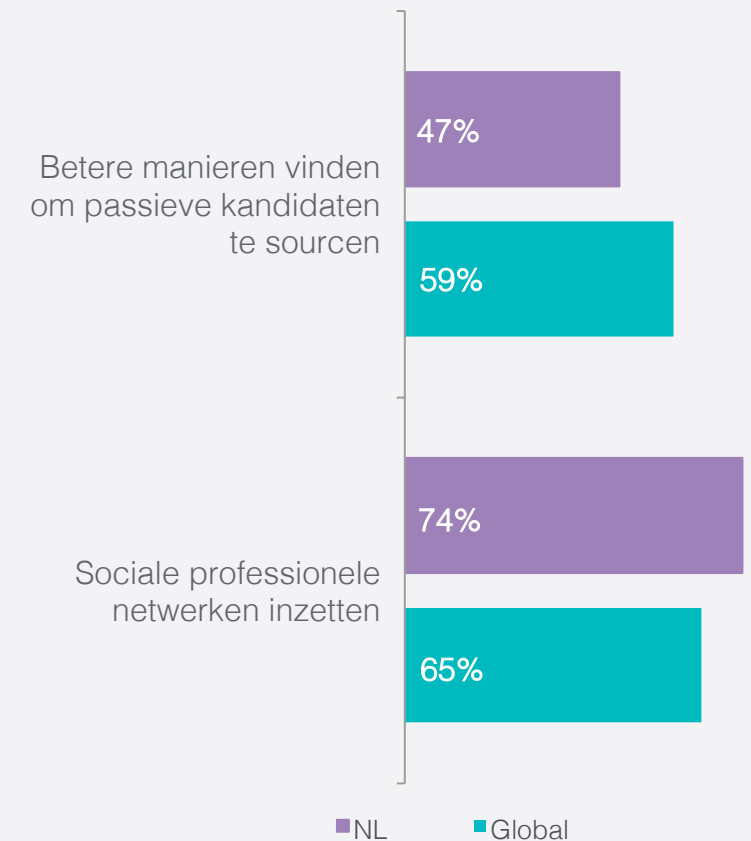
3 De toekomst: Aandacht voor het sourcen van passieve kandidaten en voor sociale professionele netwerken.



"Kijkend naar de belangrijkste aannames van het afgelopen jaar binnen uw bedrijf, welke bronnen waren dan het belangrijkste voor deze aannames?"



"In welke mate bent u het eens met de volgende stellingen over uw merk"



"Wat zijn volgens u de drie belangrijkste en langdurige trends in recruiting?"



Deel 1: De werving- en selectiebranche in 2015

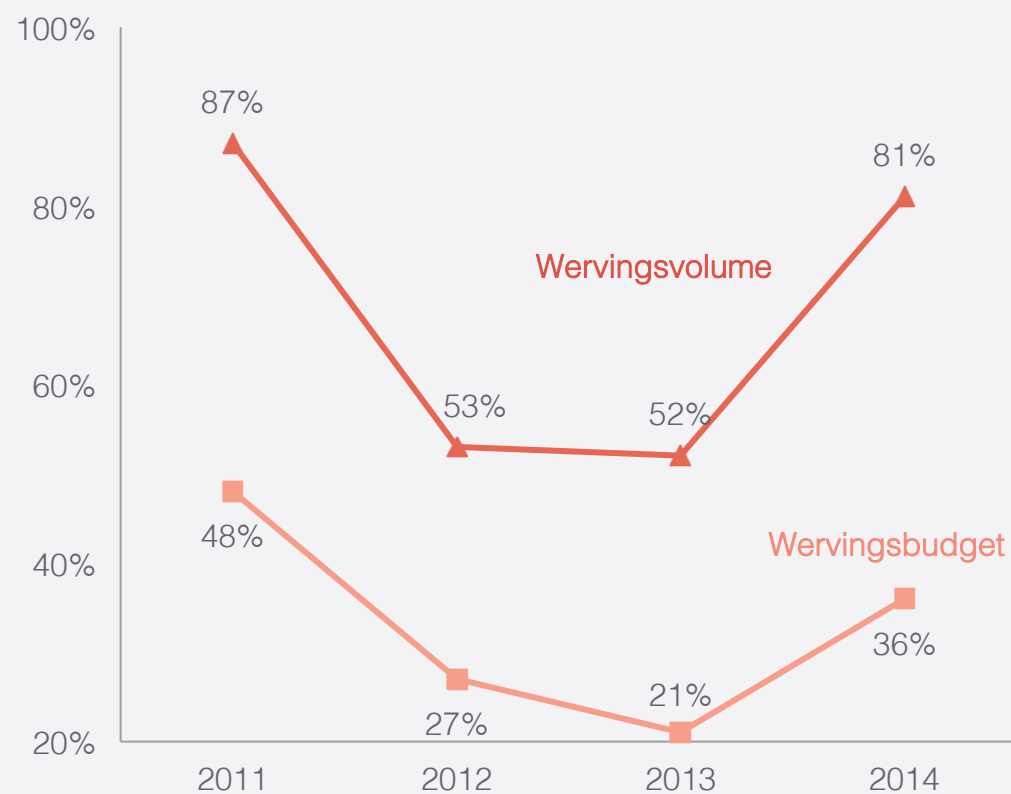
Interne druk en externe uitdagingen

Wervingsvolumes en -budgetten terug op niveau 2011

Maar liefst 81% van de Nederlandse werving- en selectie specialisten denkt dat hun volume qua fulltime functies dit jaar zal stijgen. Het gat tussen volumes en budgetten blijft groot. Recruiters moeten daarom de omvang van hun activiteiten nauwkeurig bepalen en slim investeren.

Sociale media, teamversterking en merk inzetten om onderlinge competitie te weerstaan

Nederlandse werving- en selectiebureaus focussen sterker op netwerken en sociale media dan hun internationale collega's.



"Kijkend naar fulltime en parttime medewerkers, hoe schat u voor uw organisatie de vacature-ontwikkeling in qua volume?"

"Hoe verhoudt het recruiting budget in uw organisatie zich tegenover dat van vorig jaar?"



"Waarvoor bent u het meest bang bij de competitie?"

Topprioriteiten: een strategische partner zijn en nieuwe klanten vinden

Het vinden van nieuwe klanten en een strategisch partner zijn, dat zijn de belangrijkste prioriteiten volgens bureaus

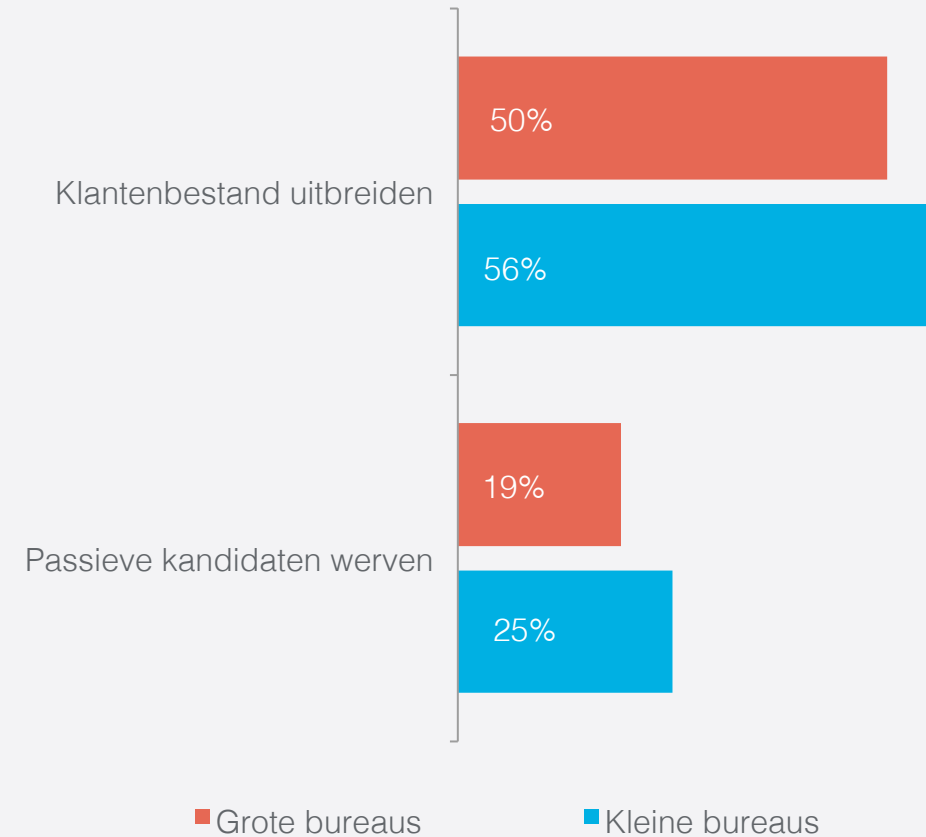
Nederlandse werving- en selectiebureaus focussen sterker op strategisch partnerschap dan hun internationale collega's.

Wereldwijd zijn er verschillen tussen grote en kleine bureaus

Kleine bureaus richten zich sterker op het vinden van nieuwe klanten en het werven van passieve kandidaten. Kleine bureaus hebben in dit onderzoek minder dan 10 recruiters.



"Kijkend naar de topprioriteiten voor uw recruiting organisatie in 2015, welke van de volgende gebieden vindt u dan de belangrijkste voor uw organisatie?"



"Kijkend naar de topprioriteiten voor uw recruiting organisatie in 2015, welke van de volgende gebieden vindt u dan de belangrijkste voor uw organisatie?"

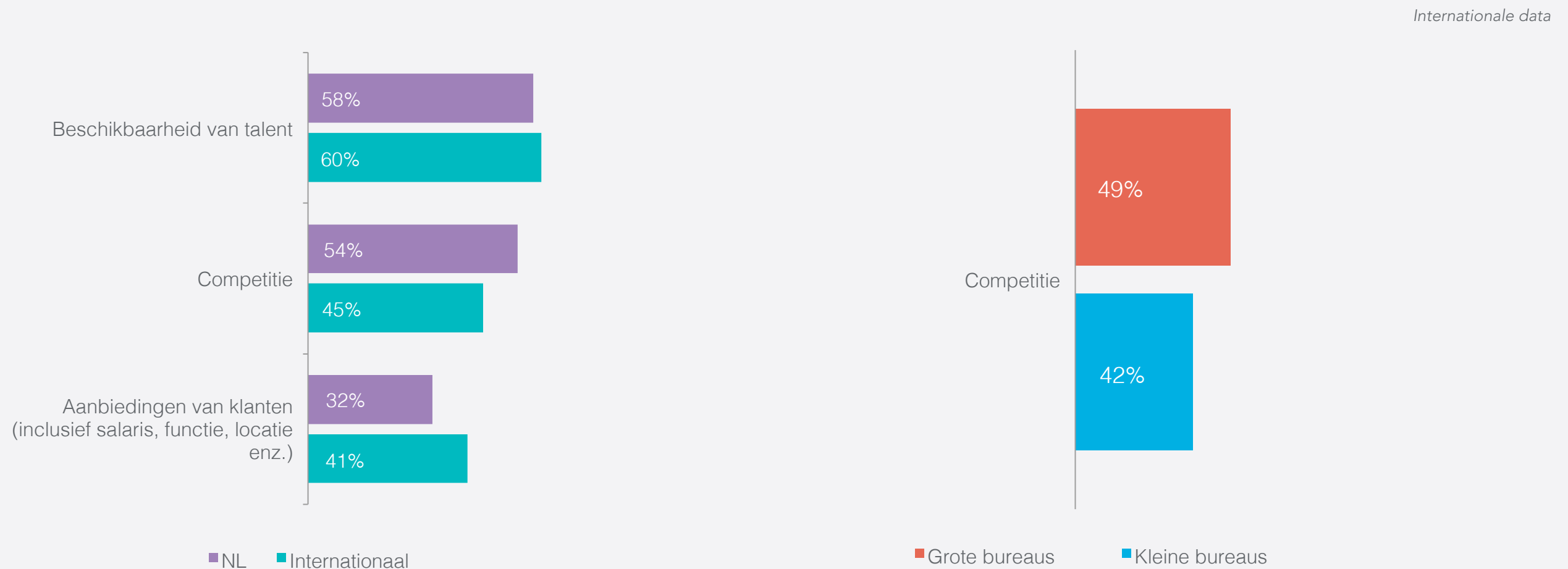
Obstakels: in 2015 is schaarste het grootste obstakel bij het binnenhalen van talent

Schaarste is het grootste obstakel

De beschikbaarheid van toptalent is het belangrijkste obstakel voor Nederlandse bureaus bij het aantrekken van kandidaten. Daarna volgen competitie en aanbiedingen van klanten.

Vooraf grote bedrijven zien competitie als obstakel

Competitie wordt wereldwijd vooral door grote bureaus gezien als obstakel bij het binnenhalen van talent. Voor wat betreft 'Aanbiedingen van klanten' is het verschil minder groot.



"Wat zijn voor uw bedrijf de belangrijkste obstakels bij het aantrekken van toptalent?"

"Wat zijn voor uw bedrijf de belangrijkste obstakels bij het aantrekken van toptalent?"



Deel 2: Sourcen

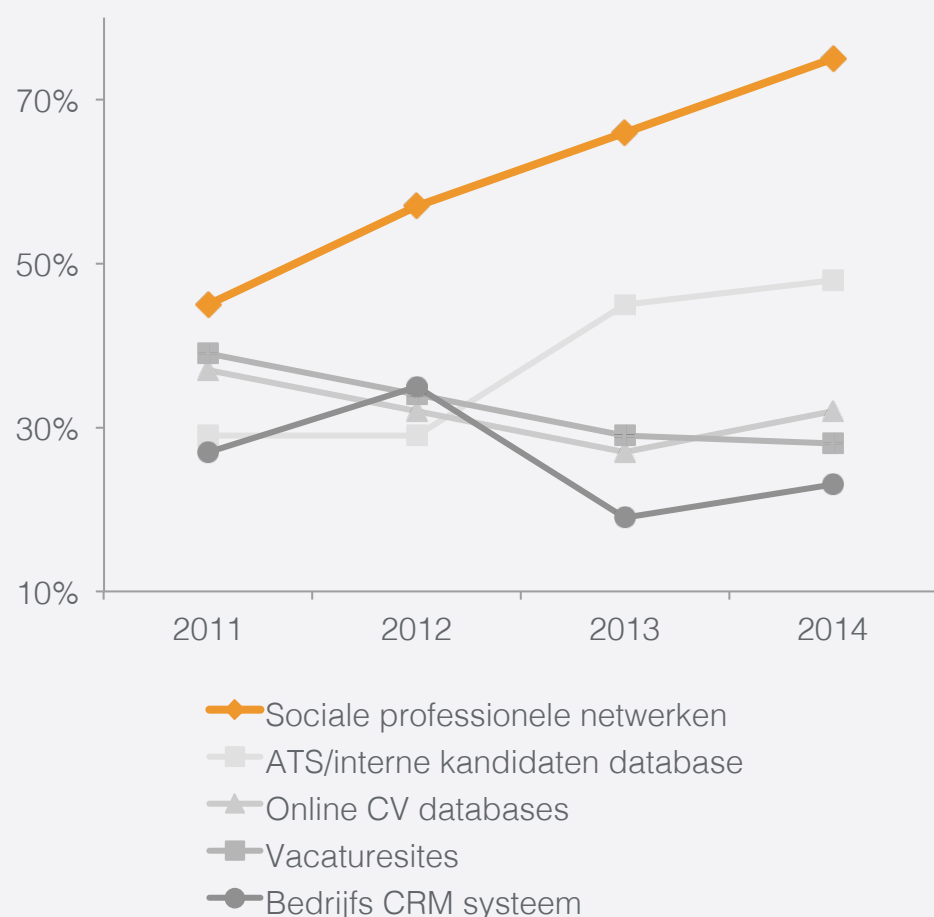
Belangrijkste bron van kwaliteit: professionele netwerken

Sociale professionele netwerken worden de belangrijkste bron voor toptalent

In Nederland zijn sociale professionele netwerken de belangrijkste en snelst groeiende bron voor toptalent, met een verdubbeling over de laatste 4 jaar. Maak gebruik van de mogelijkheden en blijf de concurrentie voor.

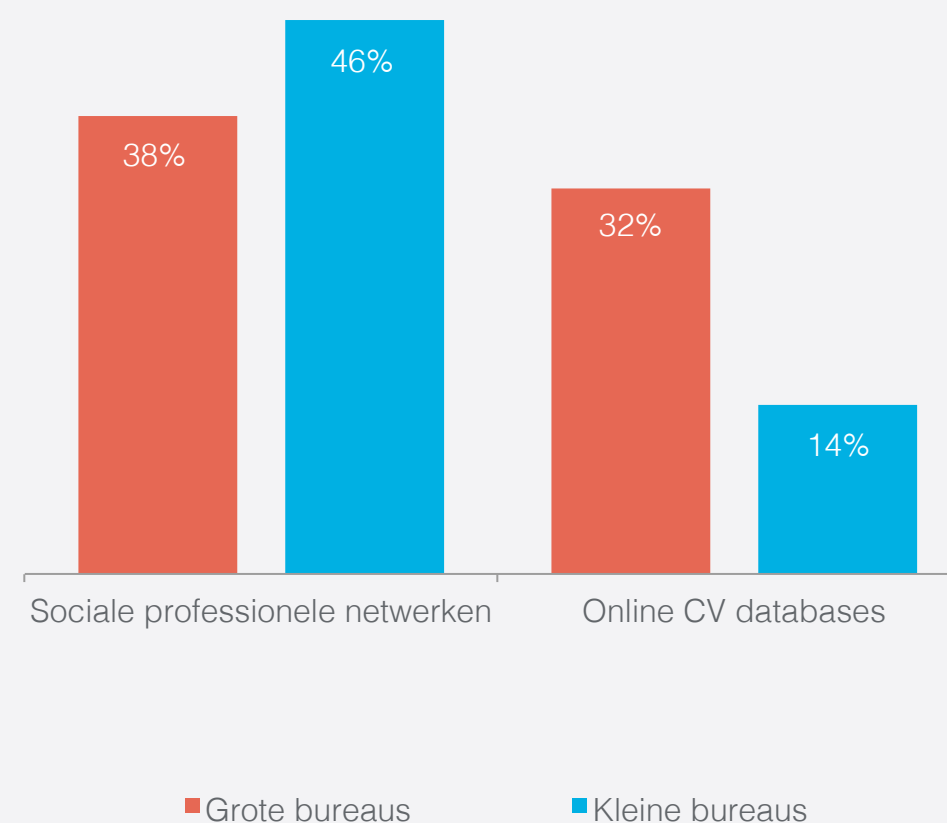
Wereldwijd maken grote en kleinere werving- en selectiebureaus gebruik van social recruiting

Grote bureaus maken meer gebruik van online CV databases om topkandidaten te vinden voor hun klanten. Nu kleinere bureaus steeds gemakkelijker toegang krijgen tot data en informatie is dit een interessante trend om te volgen.



"Kijkend naar de belangrijkste aannames van het afgelopen jaar binnen uw bedrijf, welke bronnen waren dan het belangrijkste voor deze aannames?"

Internationale data



"Kijkend naar de belangrijkste aannames van het afgelopen jaar binnen uw bedrijf, welke bronnen waren dan het belangrijkste voor deze aannames?"

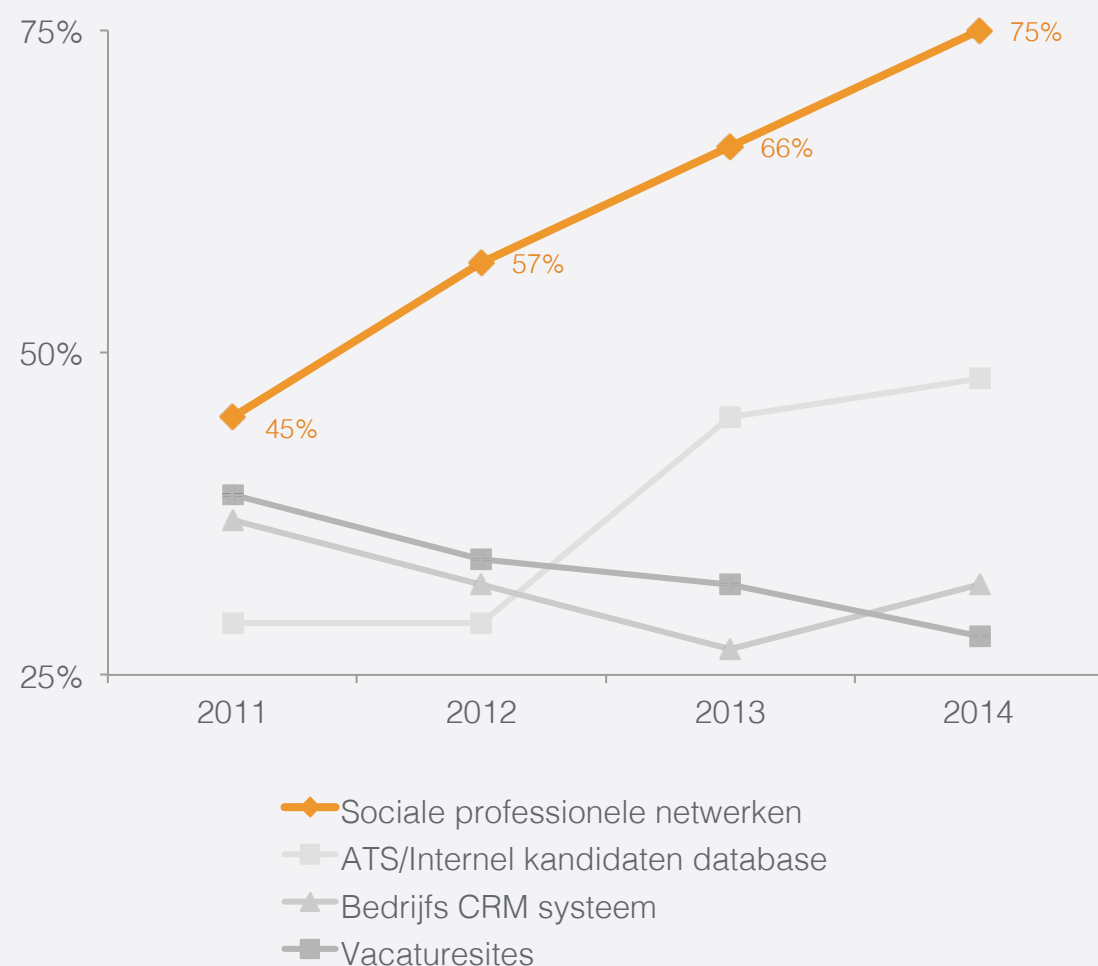
Belangrijkste bron van kwantiteit: professionele netwerken

Sociale professionele netwerken zijn een belangrijke bron voor toptalent

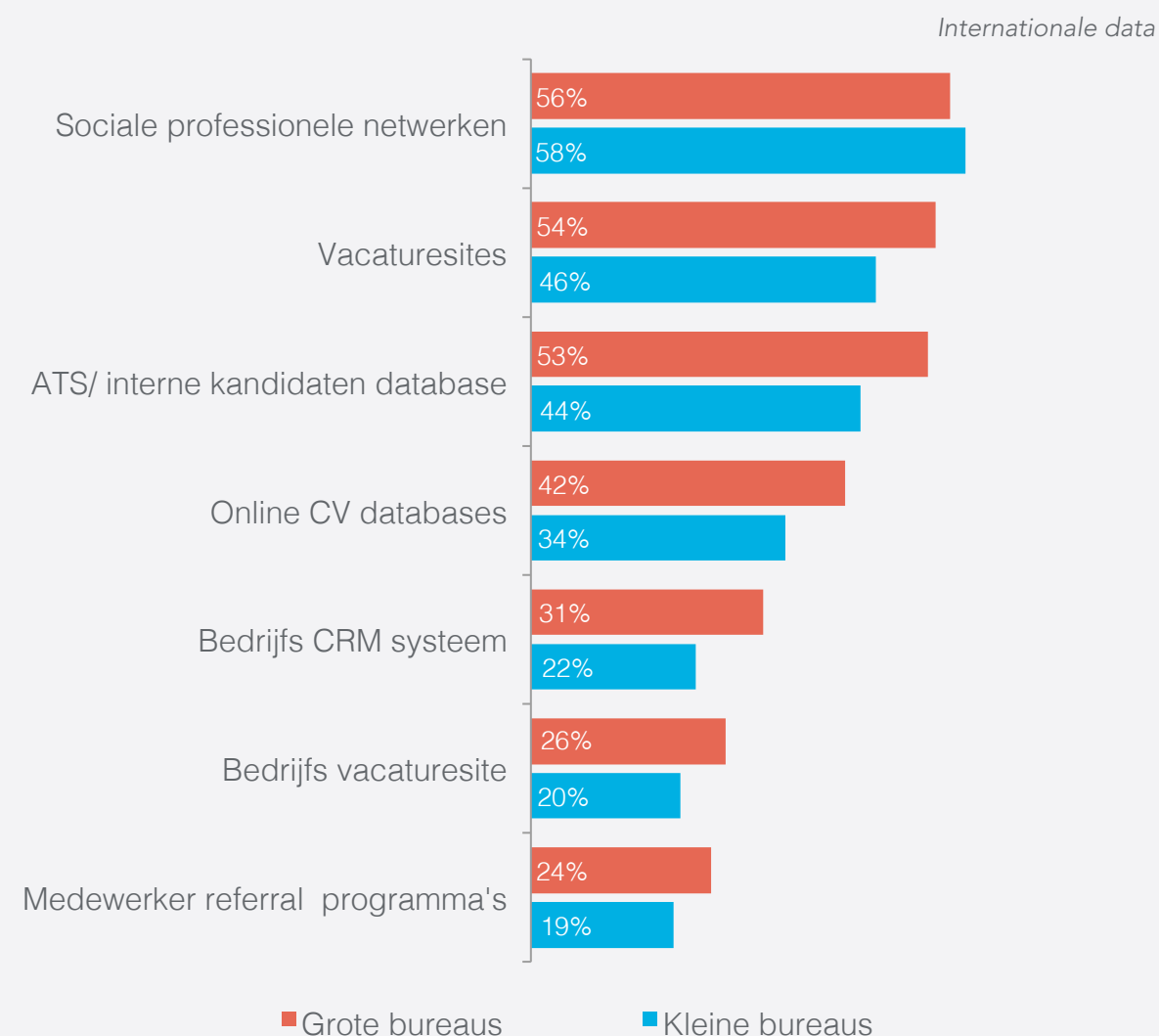
In Nederland zijn voor werving- en selectiebureaus professionele netwerken een belangrijke bron omdat ze de grootste hoeveelheid plaatsingen opleveren. Kandidaten-databases zijn een goede tweede. Vacaturesites worden wat de aantallen betreft steeds minder belangrijk.

Wereldwijd gebruiken grote werving- en selectiebureaus de meeste bronnen

Met als uitzondering sociale professionele netwerken, benutten grote bureaus alle bronnen meer dan kleine bureaus.

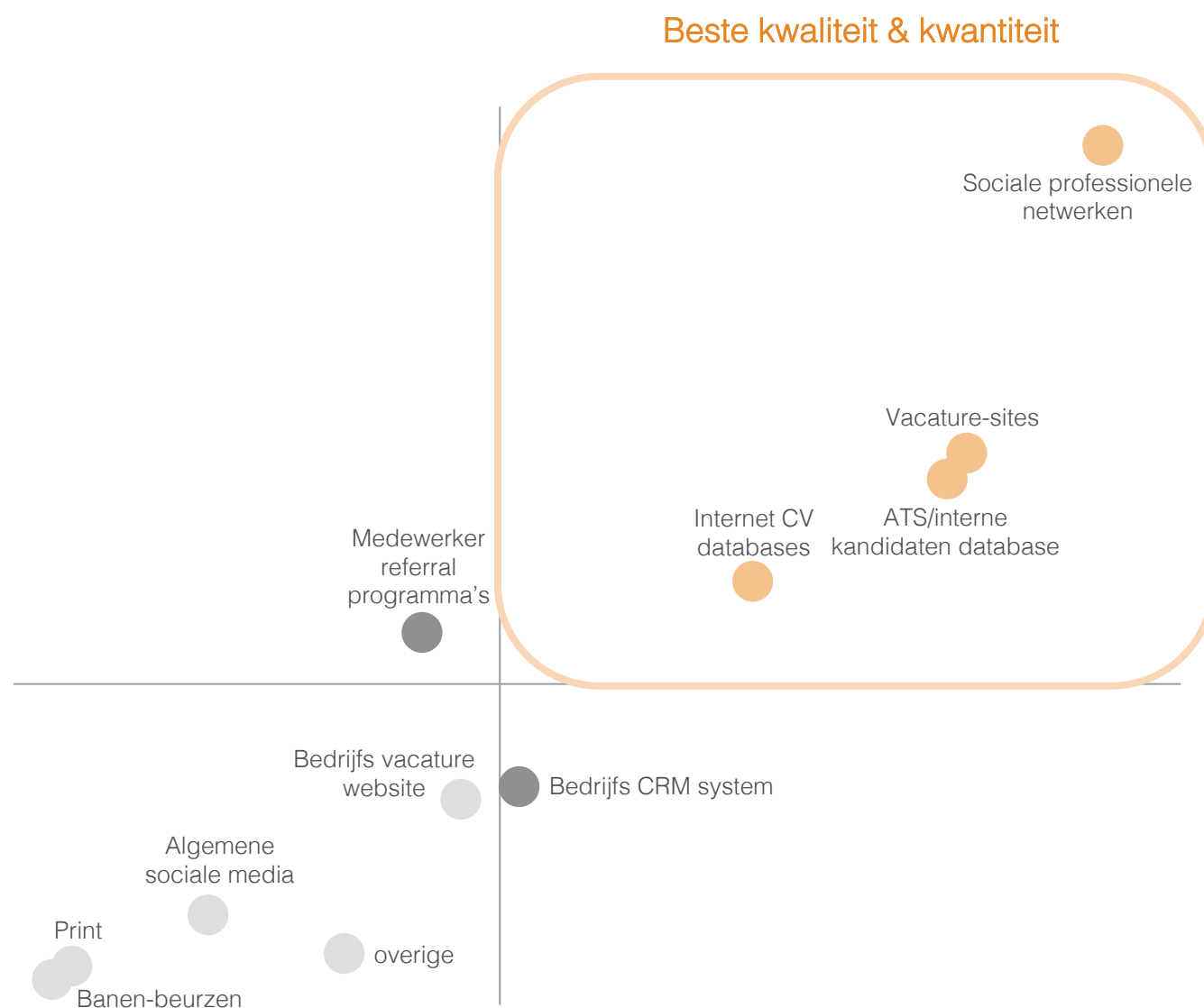


"Hoe belangrijk waren de volgende bronnen voor kantoorpersoneel (kandidaten geplaatst door uw bedrijf) in het afgelopen jaar?" (>15% van de aannames)



Sourcen: enkele bronnen leveren zowel kwaliteit als kwantiteit

4 bronnen van talent die wereldwijd zowel kwaliteit als kwantiteit leveren



54%

van de toprecruiters wereldwijd is van mening dat ze de return on investment van de verschillende bronnen nog niet goed analyseren. Er is volop ruimte voor verbetering

Omdat het gat tussen wervingsvolume en –budget groter wordt, is het tijd om te investeren in de bronnen die zowel kwaliteit als kwantiteit opleveren.

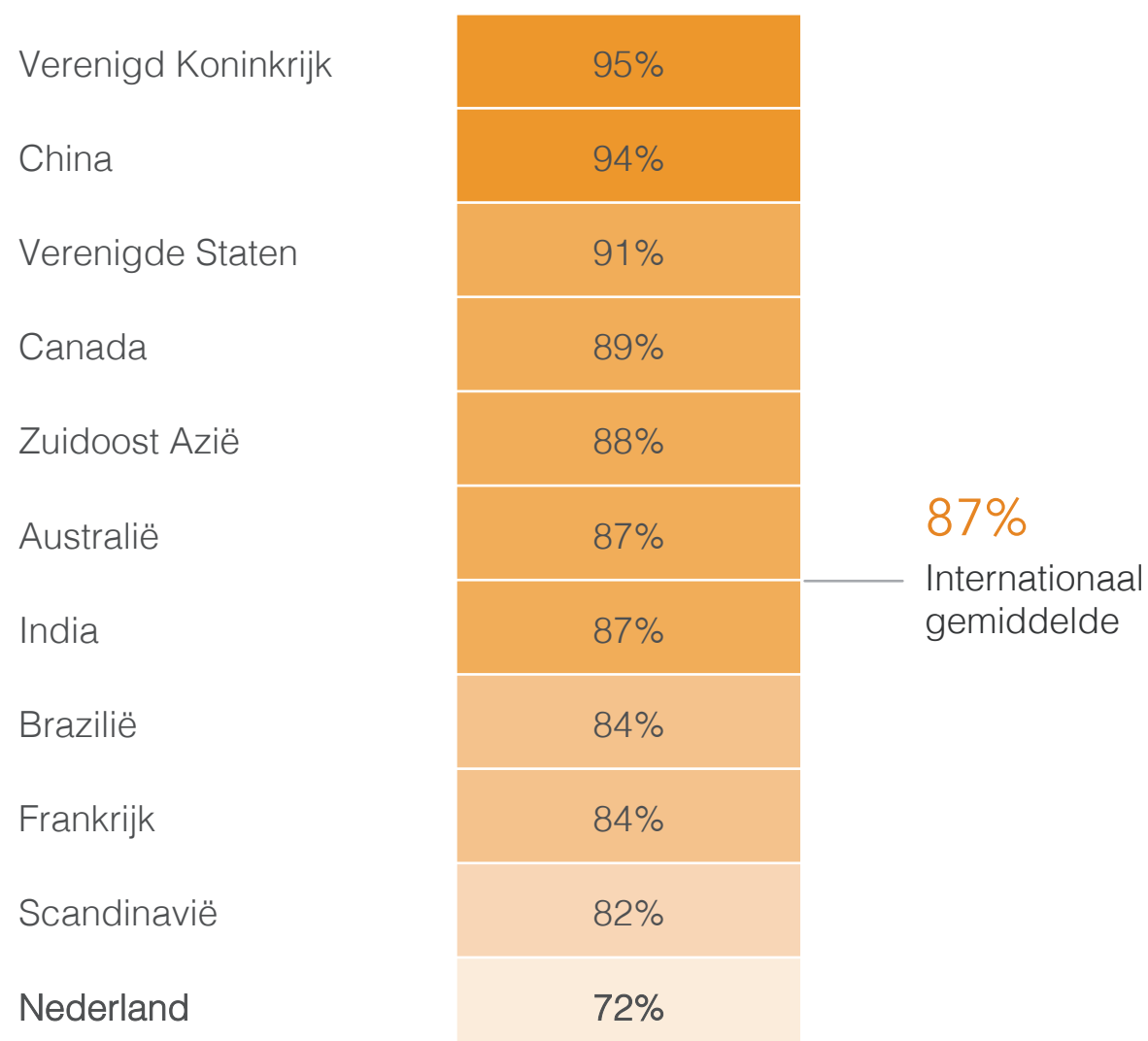
"Hoe belangrijk waren de volgende bronnen voor kantoorpersoneel (kandidaten geplaatst door uw bedrijf) in het afgelopen jaar?" (>15% van de aannames)"

"Wat waren de belangrijkste bronnen voor deze kandidaten?"

Passieve kandidaten werven: VS en China op kop

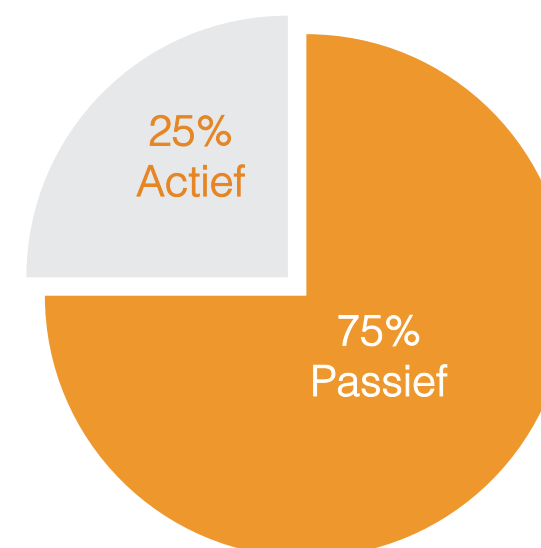
72% van de Nederlandse werving- en selectiebureaus werft passieve kandidaten

Waarom het werven van passieve kandidaten werkt
Wereldwijd beschouwt 75% van de kandidaten zichzelf als passief



"In hoeverre richt uw recruiting organisatie zich op de werving van passieve kandidaten?"

Kandidaten wereldwijd



"Hoe omschrijft u uw status als werkzoekende?"
Bron: LinkedIn's Talent Trends 2014 study

Actieve kandidaten (definitie)

- ✓ Zoeken actief
- ✓ Zoeken terloops enkele keren per week

Passieve kandidaten (definitie)

- ✓ Rekenen op hun persoonlijke netwerk
- ✓ Staan open voor gesprekken met recruiters
- ✓ Zijn tevreden; hoeven niet te veranderen

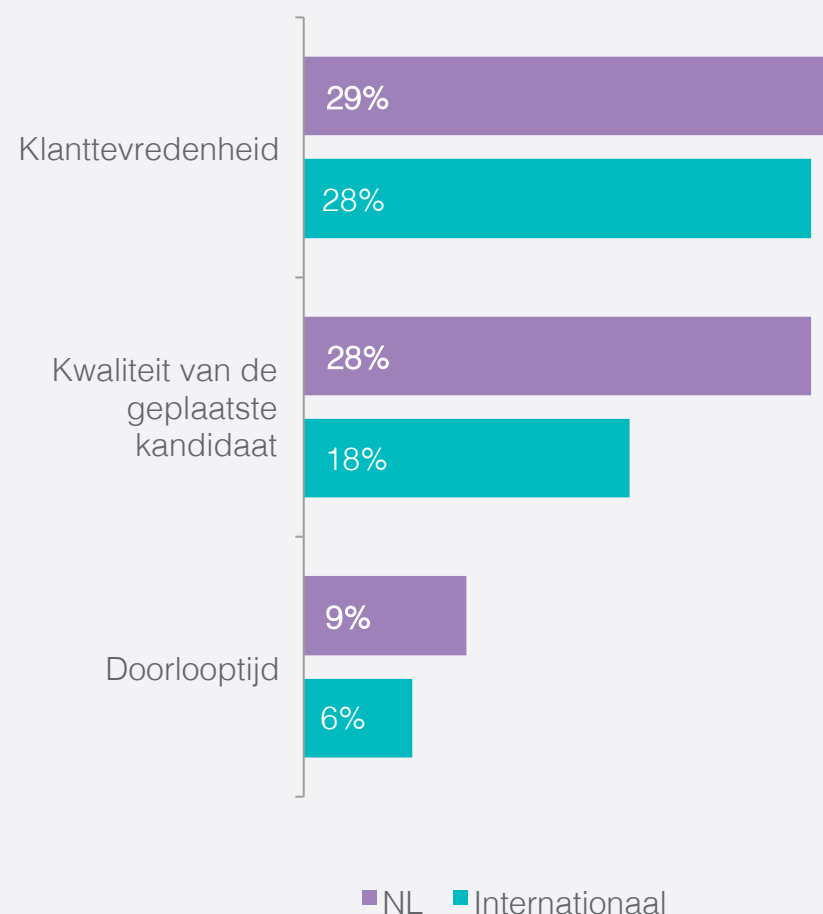
Sourcen: klanttevredenheid is het belangrijkste

Klanttevredenheid is het belangrijkste cijfer voor Nederlandse werving- en selectiebureaus

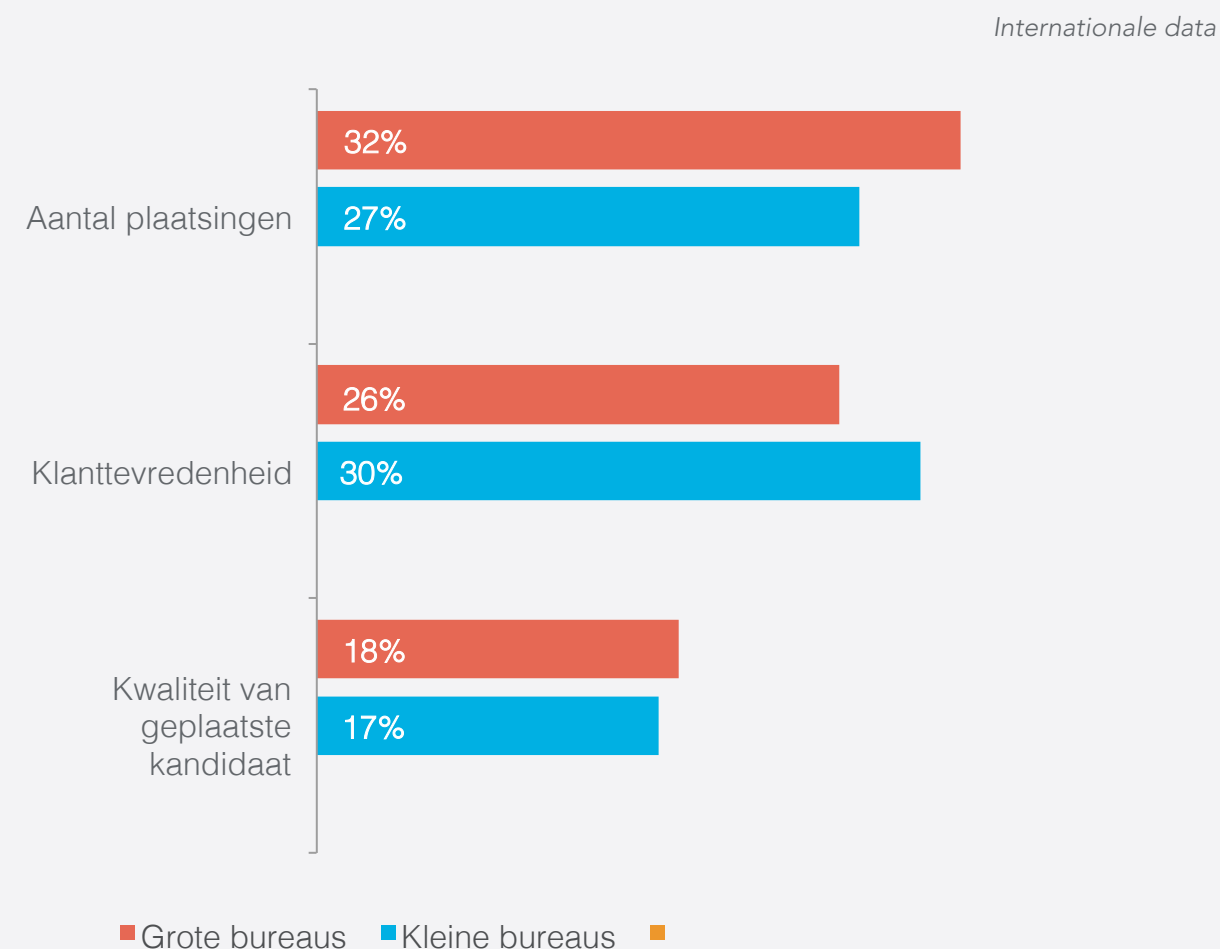
Doorlooptijd en kwaliteit van de geplaatste kandidaat worden door bureaus ook vaak gebruikt voor kwaliteitsmeting.

Grote bedrijven focussen op aantallen

Wereldwijd beoordelen bureaus zichzelf op aantallen plaatsingen. Kleinere bureaus vinden vaak klanttevredenheid belangrijker.



"Wat is het belangrijkste cijfer dat u gebruikt om de prestaties van het recruiting team te meten?"



"Wat is het belangrijkste cijfer dat u gebruikt om de prestaties van het recruiting team te meten?"



Deel 3: Merk

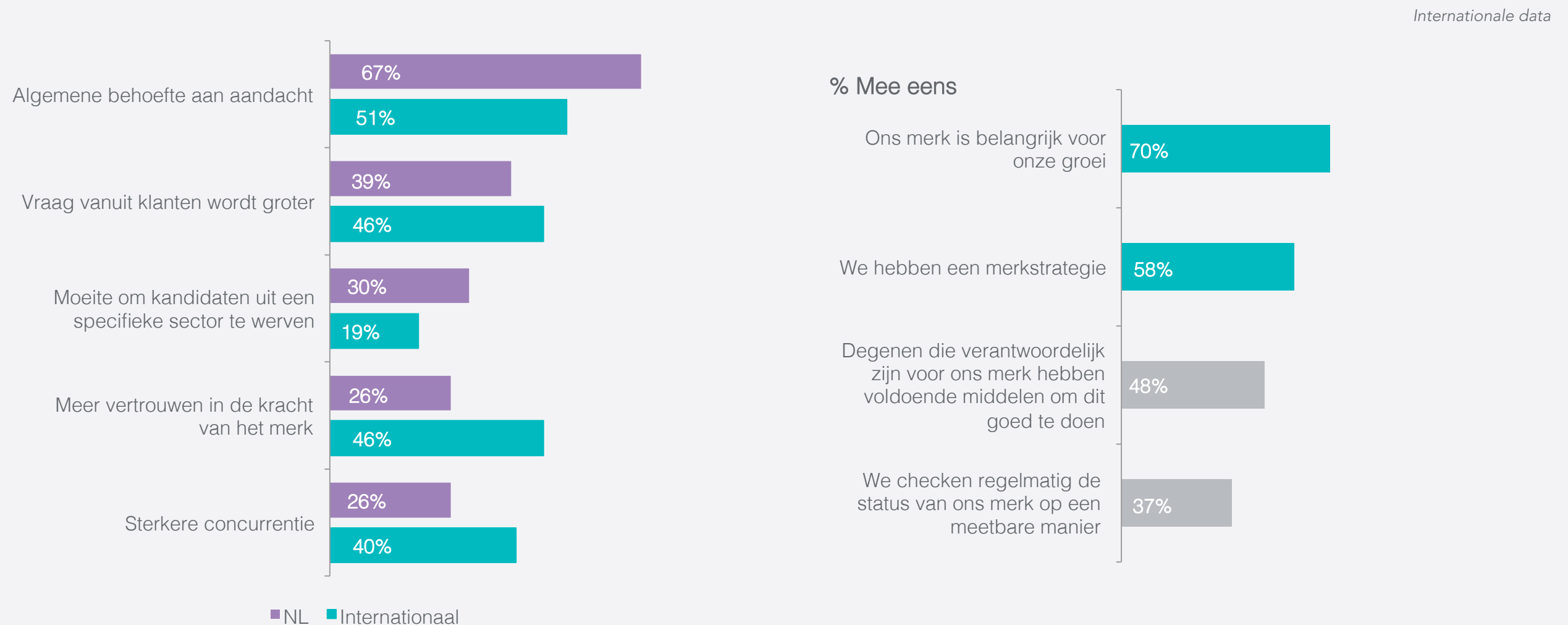
Merk: prioriteit en redenen om erin te investeren

5 Redenen waarom bureaus in hun merk investeren

De eerste reden waarom Nederlandse bureaus in hun merk investeren is om algemene aandacht te krijgen. Nederlandse bureaus noemen deze reden vaker dan hun internationale collega's. Wereldwijd investeren bureaus meer omdat ze sterker gaan geloven in de kracht van hun merk.

Merk is wereldwijd prioriteit en aandacht

Wereldwijd vinden werving- en selectie-experts dat hun merk een impact heeft op hun vermogen om toptalent te plaatsen. Ze komen ook in actie. Bureaus met een proactieve merkstrategie hebben een concurrentievoordeel.



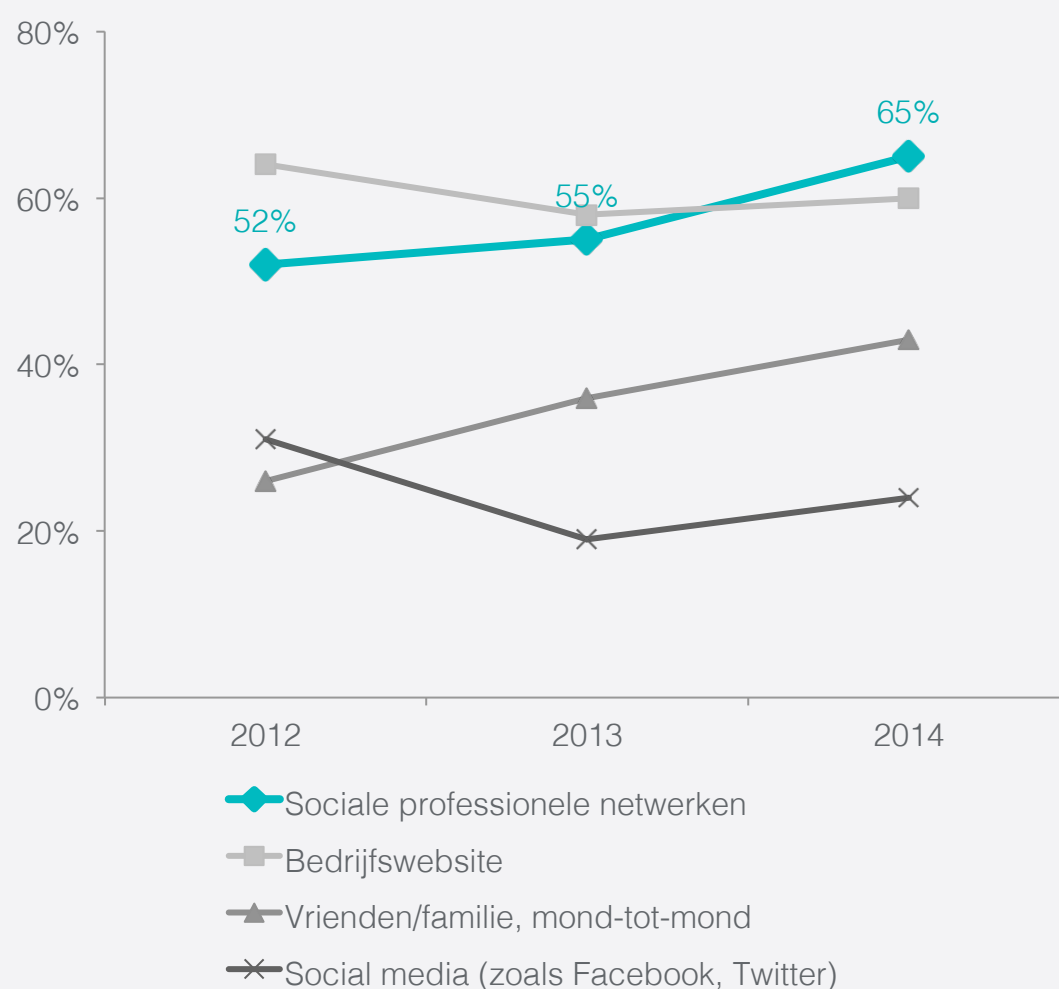
"Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen over merk?"

"Om welke redenen investeert u dit jaar meer in uw merk?"

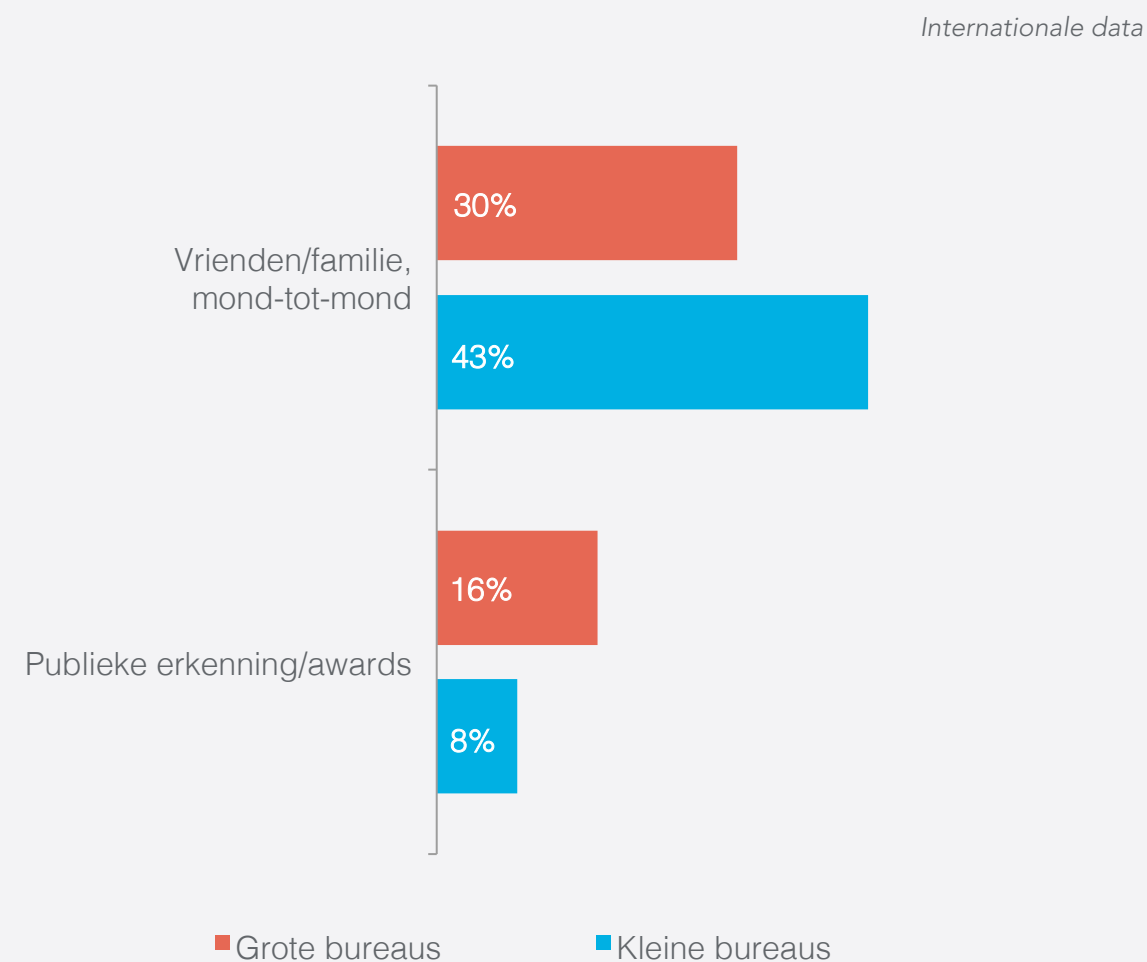
Merk: professionele netwerken zijn het beste kanaal voor het promoten van het merk

In Nederland zijn sociale professionele netwerken het snelst groeiende kanaal voor het promoten van een werving- en selectiemerk

Kleine bureaus rekenen vaker op familie, vrienden en klanten om hun merk te promoten. Grotere bureaus rekenen dubbel zo vaak op publieke awards en erkenning



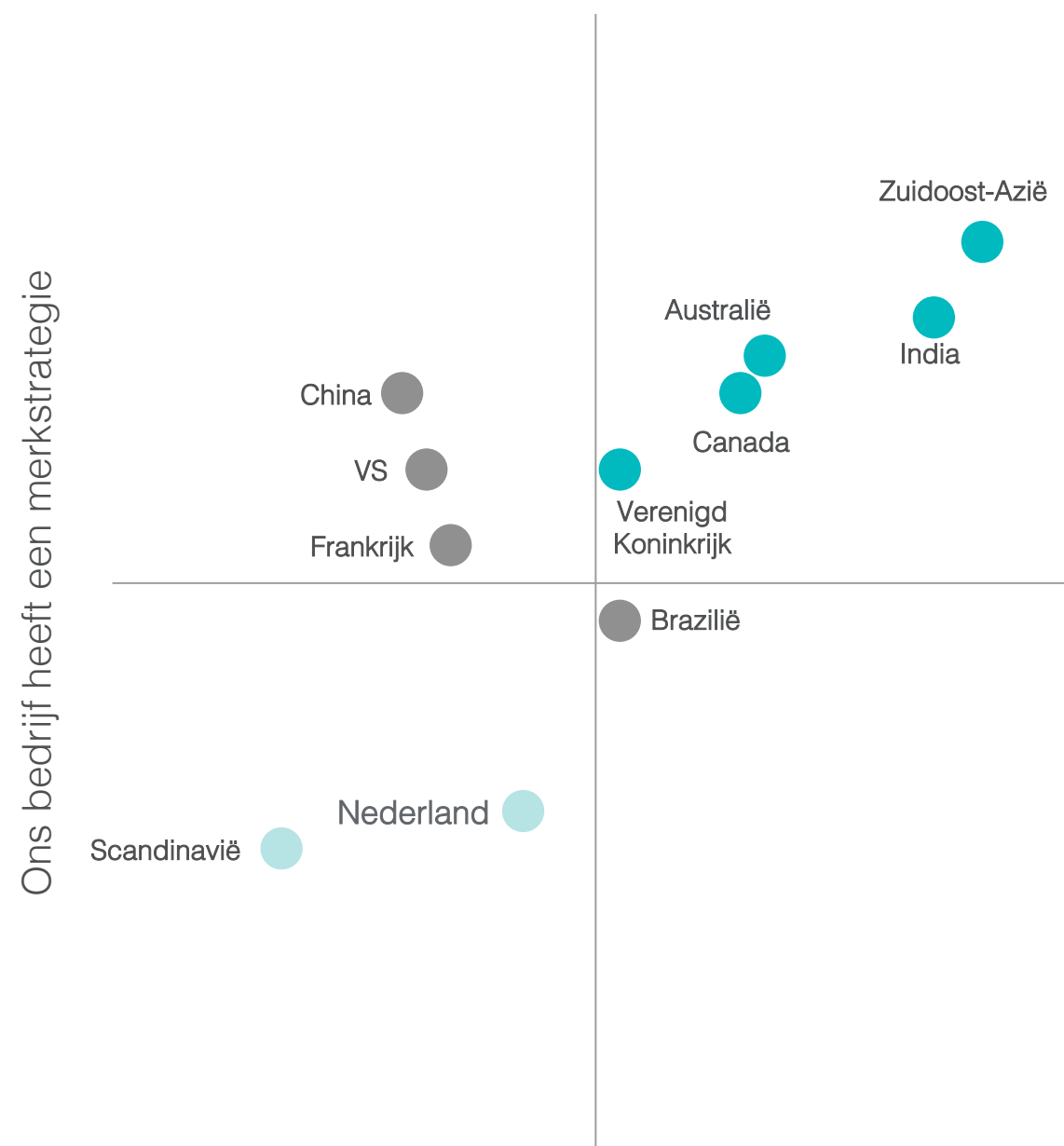
"Welke kanalen of instrumenten vindt u het meest effectief voor het promoten van uw bureau?"



"Welke kanalen of instrumenten vindt u het meest effectief voor het promoten van uw bureau?"

Merk: Nederlandse bureaus onder het gemiddelde bij het prioriteren en ondersteunen van hun merk

Zuidoost-Azië en India lopen voorop bij bureau-branding. Ga aan de slag met je merk. Maak het tot prioriteit en ondersteun het met investeringen.



Ons merk is een top prioriteit voor onze organisatie



Deel 4: Werving en selectie in de toekomst

De toekomst: professionele netwerken en een betere matching van kandidaat en functie

Professionele netwerken en het werven van passieve kandidaten niet meer weg te denken

Nederlandse en internationale wervingsexperts denken dat sociale professionele netwerken en het werven van passieve kandidaten belangrijk zullen blijven.

Trendspotten: kandidaat-functie matching

Het matchen van de kandidaat met de functie zal een vlucht gaan nemen. Dit kan de branche ingrijpend veranderen.



“Wat zijn volgens u de drie belangrijkste en langdurige trends in recruiting?”



“Welke van deze nieuwe en opkomende trends zullen volgens u de komende 5 tot 10 jaar een belangrijke rol gaan spelen binnen de branche?”

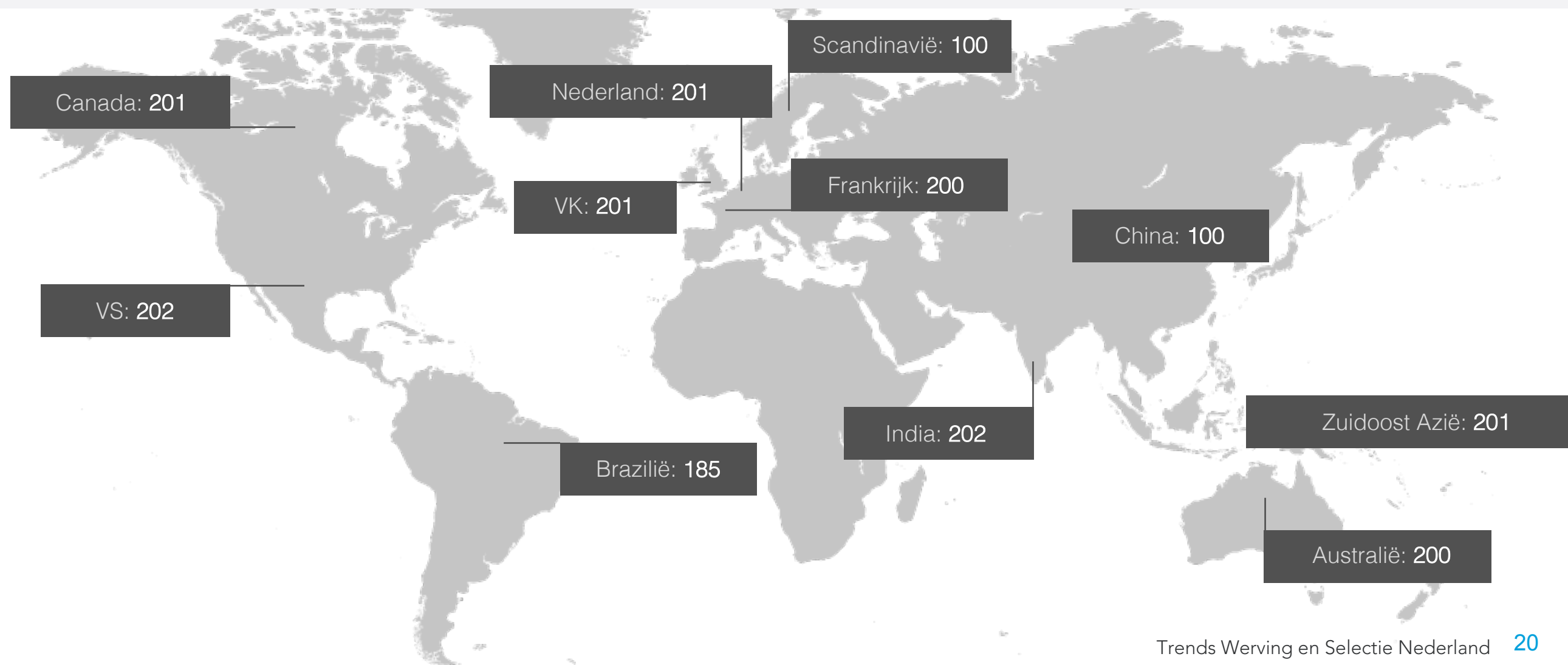
Onderzoek en methodologie

Onderzoek

- Respondenten zijn recruiting experts die:
 - Werken voor een werving- en selectiebureau
 - Een mix vormen van kleine, middelgrote en grote bureaus
 - Enige autoriteit hebben bij het bepalen van het budgetten
 - Zich volledig richten op professionele werving voor klanten
- De respondenten zijn leden van LinkedIn die willen meewerken aan onderzoeken. Ze zijn geselecteerd op basis van informatie op hun LinkedIn profiel en via email benaderd

Data Vergelijkingen

- Wereldwijde vergelijkingen zijn verwerkt als ongewogen gemiddelden van de vermelde landen
- Historische data vergelijkingen zijn genomen van 2011, 2012 en 2013 Global Recruiting Trends research, met gelijksoortige onderzoekscriteria en methodologie als 2014:
 - 2014 enquête gehouden augustus-september 2014 onder 201 NL respondenten
 - 2013 enquête gehouden april-mei 2013 onder 182 NL respondenten
 - 2012 enquête gehouden mei-juli 2012 onder 186 NL respondenten
 - 2011 enquête gehouden april-juni 2011 onder 99 NL respondenten



Over LinkedIn Talent Solutions

LinkedIn Talent Solutions heeft een compleet aanbod aan recruiting solutions waarmee grote en kleine organisaties toptalent kunnen vinden, aantrekken en binnenhalen.

LinkedIn, opgericht in 2003, verbindt professionals wereldwijd en maakt hen productiever en succesvoller. Met meer dan 300 miljoen leden, waaronder managers van elk bedrijf in de Fortune 500, is LinkedIn 's werelds grootste professionele netwerk.



Abonneer op onze Blog: talent.linkedin.com/blog/



Volg ons op Slideshare: slideshare.net/linkedin-talent-solutions



Volg ons op Twitter: [@hireonlinkedin](https://twitter.com/hireonlinkedin)



Volg ons op You Tube: youtube.com/user/LITalentSolutions



Ontdek extra inzichten: talent.linkedin.com



Volg ons op LinkedIn: www.linkedin.com/company/1337

Over de schrijvers



Sam Gager

Research Consultant
LinkedIn Talent Solutions

Sam is een ervaren onderzoeker binnen het LinkedIn Insights team.

Met zijn collega's ontsluit hij op data gebaseerde inzichten vanuit LinkedIn's eigen data.



Wouter van Vloten

Senior Marketing
Manager Benelux
LinkedIn Talent Solutions

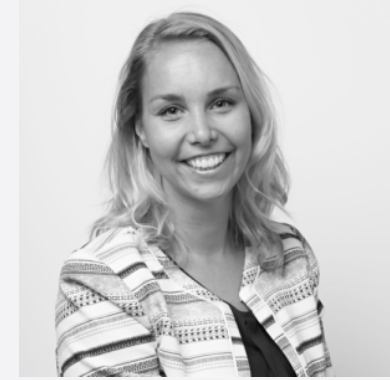
Wouter richt zich op de ontwikkelingen en trends voor LinkedIn Talent Solutions in Nederland, België en Luxemburg.



Esther Cruz

Insights and Content
Marketing Manager
LinkedIn Talent Solutions

Esther is altijd op zoek naar de connectie tussen mensen en kansen. Ze produceert graag content en houdt van vernieuwende denkwijzen voor de recruiting branche.



Caroline de Vos

Associate Marketing
Manager Benelux
LinkedIn Talent Solutions

Caroline focust zich op het voorzien van content op het goede tijdstip, via het juiste kanaal aan de juiste personen.