



Recruiting Trends België

3 Belangrijke trends in werving en selectie voor 2015
Jaarlijks rapport - editie 1

LinkedIn Talent Solutions

Inleiding

Om in 2015 succesvol te kunnen zijn, volg je als recruiter en ondernemer de actuele recruiting trends op de voet. Bedrijven en organisaties staan onder druk om toptalent binnen te halen tegen lagere kosten. Daarbij moeten ze concurreren tegen grote merken en veelbelovende start-ups. Sociale media en online marketing zijn de nieuwe norm in werving en selectie. Innovatieve technologieën en methoden zorgen voor de democratisering van de branche. Elk bedrijf – groot of klein – heeft nu met de juiste tools en strategie toegang tot de bron. In dit rapport lees je hoe je in 2015 op deze trends kunt inspelen.

Over dit onderzoek

We ondervroegen 4,125 vooraanstaande recruiters in 31 landen en 14 branches om erachter te komen wat hen bezighoudt en hoe zij vooruit kijken naar 2015. In België ondervroegen we 77 invloedrijke recruiters. Neem alvast een voorproefje op 2015: lees de resultaten van het grootste werving- en selectieonderzoek ter wereld en bepaal je koers op weg naar succes.

02 Inleiding

03 Samenvatting

04 Deel 1: De recruiting branche in 2015

10 Deel 2: Sourcen

19 Deel 3: Talent brand

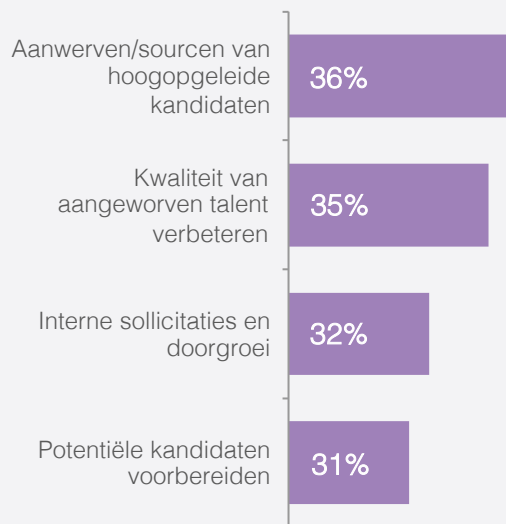
25 Deel 4: De toekomst

29 Epiloog: Interessante gegevens

Samenvatting: Recruiting Trends België

3 Belangrijke trends en voorspellingen voor 2015

1 Prioriteiten: Belgische recruiters vinden dat kwaliteit van aangeworven talent en het aanwerven van goed opgeleide mensen prioriteit hebben.



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

2 Trends in de branche: Recruiting gaat steeds meer op marketing lijken en werken op afstand kan de arbeidsmarkt gaan beïnvloeden.



"Welke van deze nieuwe en verwachte trends zullen volgens u een belangrijke rol spelen in de ontwikkeling van werving en selectie in de komende 5 jaar?"

3 Verwachte trends: Sociale en professionele netwerken vormen de meest essentiële en langdurige trend in recruiting.



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



Deel 1: De recruiting branche in 2015

Deel 1: De recruiting branche 2015

- ✓ Technologie: context en invloeden
- ✓ Organisatie: druk en prioriteiten
- ✓ Competitie

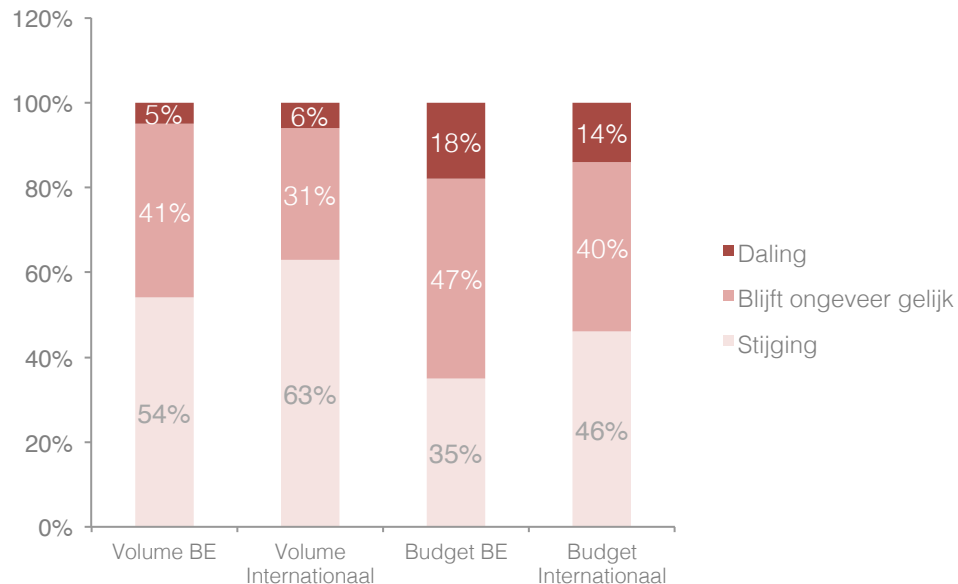
In België zullen de wervingsbudgetten en -volumes stijgen. Vanwege het groter wordende gat tussen budget en aannames moet je als recruiter de omvang van je activiteiten nauwkeurig bepalen. Meer resultaat met minder middelen, dat is waar het om gaat. Competitie en salariëring zijn nog steeds de belangrijkste obstakels bij het aantrekken van toptalent. Het dwingt je als recruiter om slim gebruik te maken van database-technieken. Grote en kleinere bedrijven hebben hun eigen recruiting-problematiek en moeten hun eigen concurrentievoordelen benutten. Brede technologische ontwikkelingen hebben grote invloed op de branche en zullen gaan zorgen voor een dynamische en spannende toekomst.

Ontwikkeling	Invloed op recruiting branche
Sociale media	De online bereikbaarheid en verbondenheid van kandidaten maakt hen beter vindbaar – dit zorgt voor een open markt.
Digitale Marketing	Gericht adverteren, op basis van demografische gegevens en online gedrag druppelt van marketing naar recruiting. Bedrijven kunnen door segmentering met grote nauwkeurigheid de juiste kandidaten opsporen en het meest relevante aanbod doen.
Mobiel	Door de wereldwijde opmars van mobiele devices bekijken kandidaten vacatures en bedrijven steeds meer in een vorm die aangepast is aan mobiel gebruik.
Systemen worden slimmer	Adaptieve algoritmes kunnen kandidaten aan vacatures koppelen op basis van real-time analyse van gedrag (zoals vacatures bekijken, klikken om te solliciteren).
"Big Data" analyse	Doordat de opslag, verwerking en het doorsturen van data goedkoper worden, zijn recruiters begonnen om deze data te gebruiken voor strategische en tactische beslissingen

Druk op de organisatie

Wervingsvolumes en -budgetten stijgen

54% van de Belgische recruiters denkt dat er dit jaar meer full-time medewerkers zullen worden aangeworven. Desondanks zullen de wervingsbudgetten ongeveer gelijk blijven. Daarom moet je als recruiter de omvang van je activiteiten nauwkeurig bepalen en slim investeren.



"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?"

35%

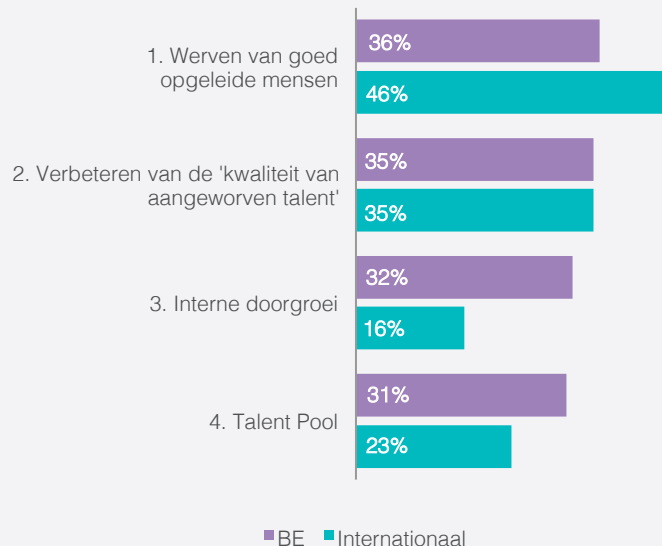
van de Belgische CEO's denkt volgens een LinkedIn Executive Research uit september 2014 dat het volume van de aanwervingen zal stijgen.

De Belgische CEO's zijn optimistischer dan hun collega's wereldwijd.

Organisatorische prioriteiten: sourcen en kwaliteit zijn top

Sourcen en kwaliteit zijn topprioriteiten

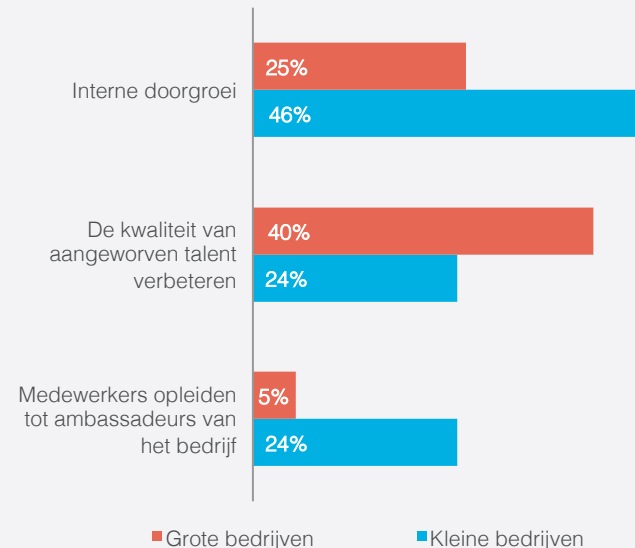
Belgische en internationale recruiters zijn het erover eens dat het sourcen van hoogopgeleiden de kerntaak is van elke succesvolle organisatie. Het verbeteren van de 'kwaliteit van aangeworven talent' heeft de op één na hoogste prioriteit.



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

Verschillen tussen grote en kleine bedrijven

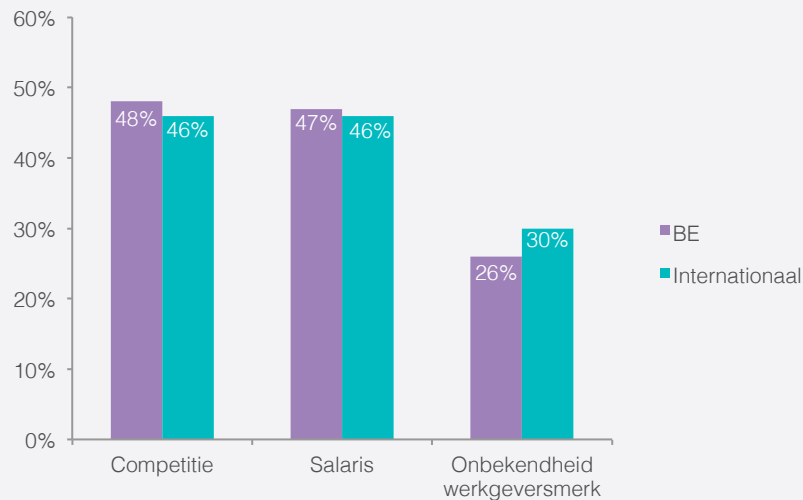
Kleinere Belgische bedrijven (KMO's) vinden het belangrijk dat medewerkers ook ambassadeurs van het bedrijf zijn. Grotere bedrijven hechten meer belang aan de 'kwaliteit van aangeworven talent'. Bedrijven tot 500 mensen beschouwen we in dit rapport als kleiner.



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

Competitie: in 2015 is competitie het grootste obstakel bij het binnenhalen van talent

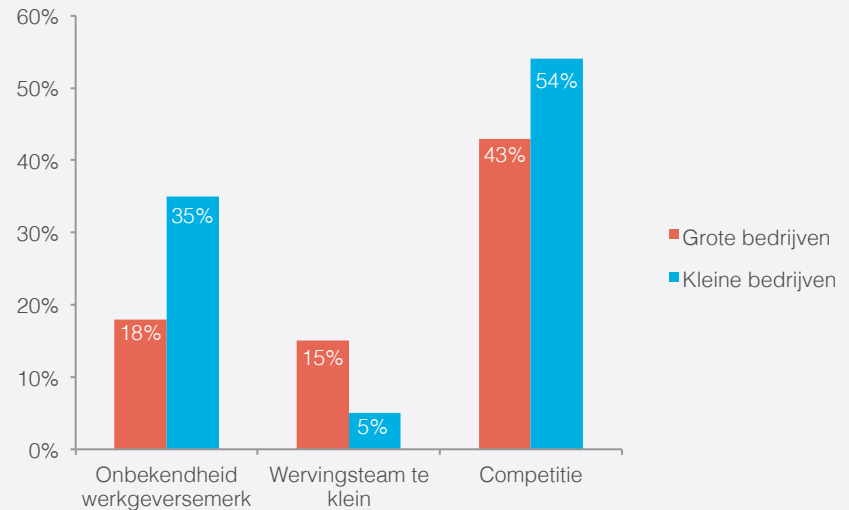
In België zijn competitie en salaris het belangrijkste obstakel bij werving



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

Kleine bedrijven zijn bezorgd over de bekendheid van hun werkgeversmerk dan grote bedrijven

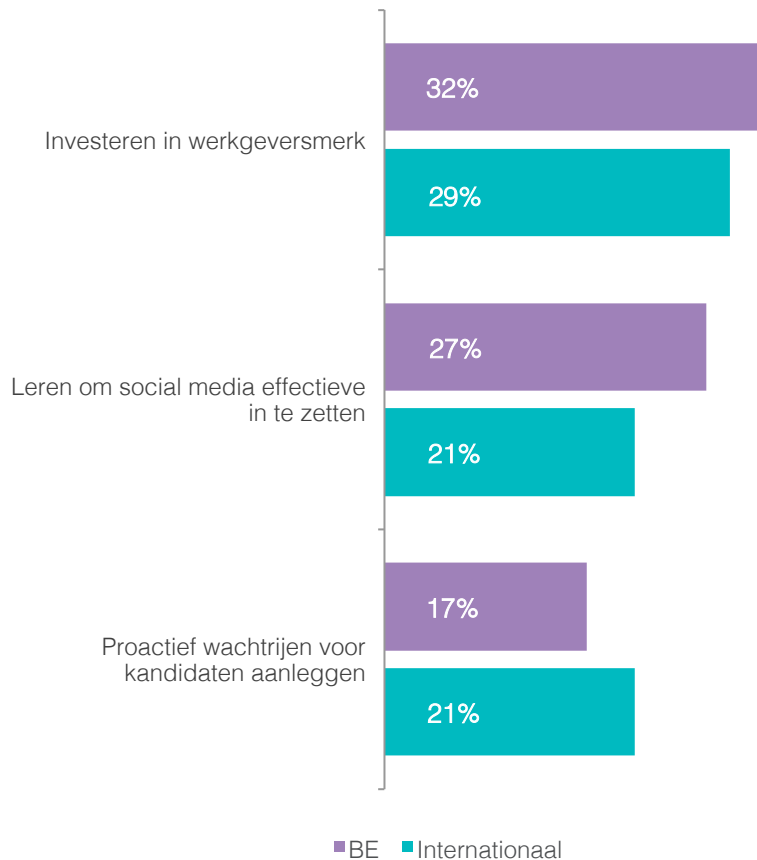
Kleine bedrijven zijn bezorgd over de bekendheid van hun werkgeversmerk. Grote bedrijven zijn bezorgd om de omvang van hun wervingsteams. Ze vinden deze vaak te klein. Kleine en grote bedrijven maken zich zorgen om de competitie. Voor kleine bedrijven geldt dit sterker.



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

Uitdagingen in België en daarbuiten

Talent pools, sociale media en werkgeversmerk zijn de belangrijkste wervingsuitdagingen in België en internationaal.



“Waarvoor bent u het meest bang bij je competitie?”

41%

van de Belgische bedrijven werft passief talent.

4 jaar

is internationaal de gemiddelde tijd dat een medewerker bij een bedrijf blijft, volgens een LinkedIn onderzoek uit augustus 2014.

46%

van de Belgische toprecruiters zegt dat hun werkgeversmerk een topprioriteit is voor hun bedrijf.



Deel 2: Sourcen

Deel 2: Sourcen

- ✓ Belangrijkste bronnen voor kwaliteit en kwantiteit
- ✓ Passieve kandidaten werven
- ✓ Beste recruiting meetsystemen
- ✓ Mobile recruiting

Zoals een kampioensteam bestaat uit spelers en coaches, is een bedrijf gebouwd op talent. Maar waar vinden bedrijven vandaag hun toptalent?

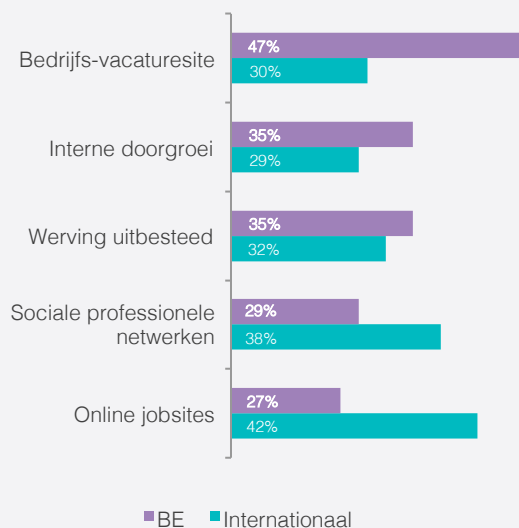
In 2015 is sourcing anders dan voorheen. Het gebruik van sociale professionele netwerken is geëxplodeerd en het is nu de belangrijkste bron voor werving van hoogopgeleiden. Het werven van passieve kandidaten wint in België langzaam aan populariteit. Het is voor velen al de kern van hun wervingsstrategie. Passieve kandidaten vormen wereldwijd ongeveer 75% van alle professionals.

Omdat kandidaten steeds mobieler worden, richten bedrijven zich steeds sterker op mobiele werving. De mobiele revolutie is in de wervingsbranche in volle gang en zal zich in 2015 voortzetten.

Belangrijkste bron voor kwaliteit: bedrijfs-vacaturesite

Bedrijfsvacaturesites en interne doorgroei zijn de belangrijkste bronnen voor talent

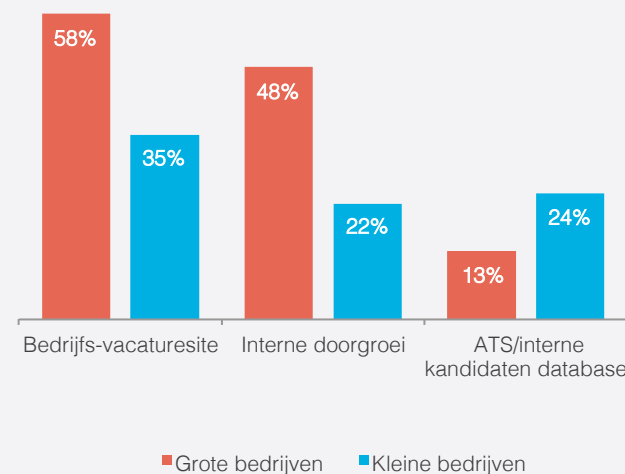
In België zijn bedrijfs-vacaturesites en interne doorgroei de belangrijkste bronnen voor talent. Andere belangrijke bronnen zijn headhunters, sociale professionele netwerken en online jobsites.



“Hoe belangrijk waren de volgende bronnen voor kantoorpersoneel (kandidaten geplaatst door/aangenomen voor) uw bedrijf in het afgelopen jaar?”

Kleine en grote bedrijven vertrouwen op bedrijfsvacaturesites

Kleine Belgische bedrijven vertrouwen meer op hun ATS, de interne kandidaten-database en op de bedrijfs-vacaturesite. Grote bedrijven steunen op interne doorgroei en bedrijfs-vacaturesites.

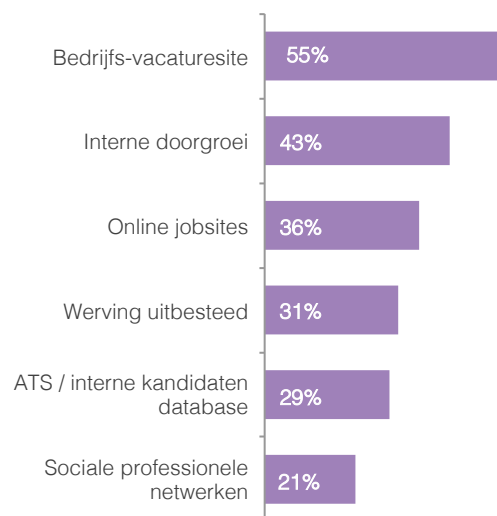


“Hoe belangrijk waren de volgende bronnen voor kantoorpersoneel (kandidaten geplaatst door/aangenomen voor) uw bedrijf in het afgelopen jaar?”

Belangrijkste bron voor kwantiteit: bedrijfs-vacaturesites

Vacaturesites leveren de meeste aannames op

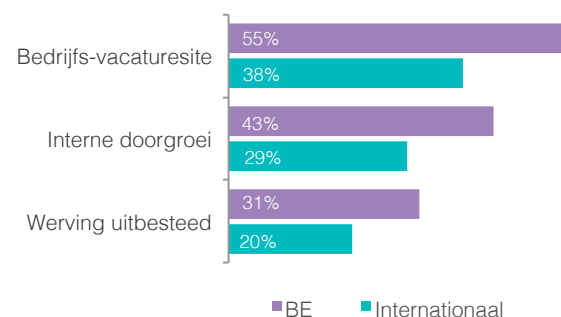
Bedrijfs-vacaturesites leveren in België de grootste hoeveelheid kandidaten op. Kwantiteit is echter niet altijd gelijk aan kwaliteit. Recruiters moeten werken aan het sollicitatieproces om te zorgen voor balans tussen kwantiteit en kwaliteit.



“Hoe belangrijk waren de volgende bronnen voor kantoorpersoneel (kandidaten geplaatst door/aangenomen voor) uw bedrijf in het afgelopen jaar?”

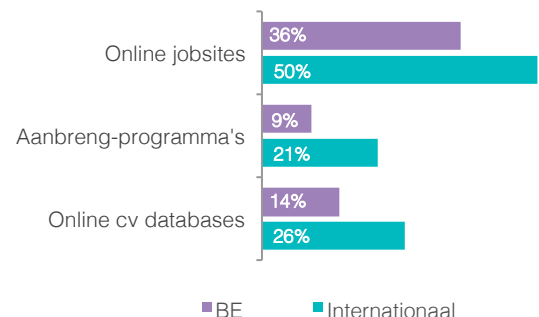
Waar in België verschilt van de rest

Bedrijfs-vacaturesites, interne doorgroei en uitbesteede werving zijn in België populairder dan internationaal.



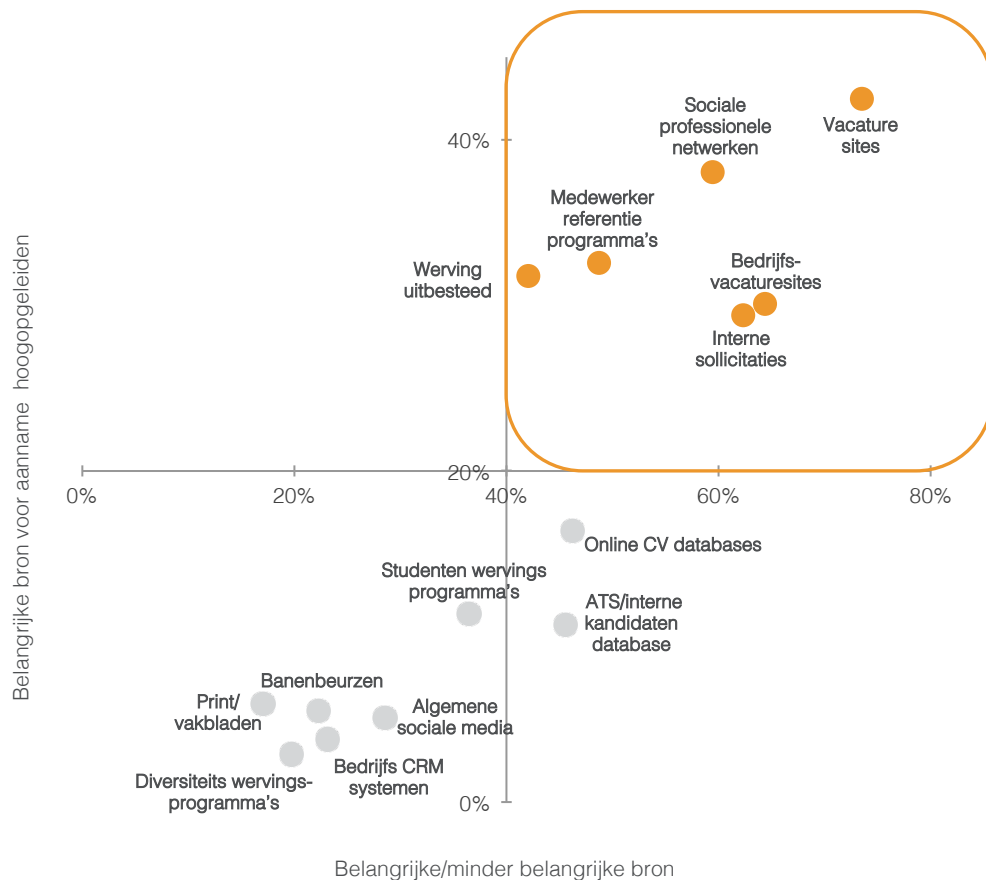
Bronnen internationaal

Wereldwijd zijn online jobsites, aanbreng-programma's en online cv databases belangrijker dan in België.



Sourcen wereldwijd: slechts enkele bronnen leveren zowel kwaliteit als kwantiteit

6 bronnen voor kwaliteit en kwantiteit



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

86%

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

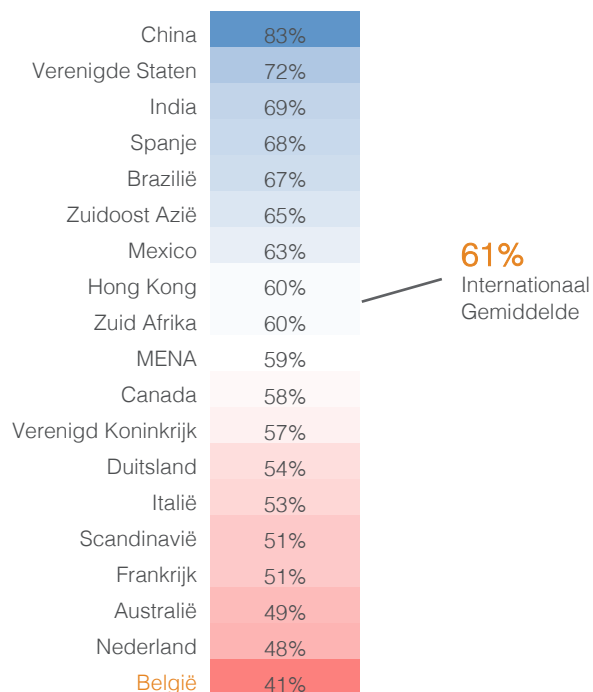
Omdat het gat tussen wervingsvolume en –budget groter wordt, is het tijd om te investeren in de bronnen die zowel kwaliteit als kwantiteit opleveren.

"In het algemeen, hoe goed analyseert uw bedrijf de ROI op van al uw wervingsbronnen?"

Passieve kandidaten werven: VS en China op kop

41% van de Belgische bedrijven werft passieve kandidaten, terwijl 75% van de kandidaten passief is.

(Gebaseerd op: Trends 2014 data)

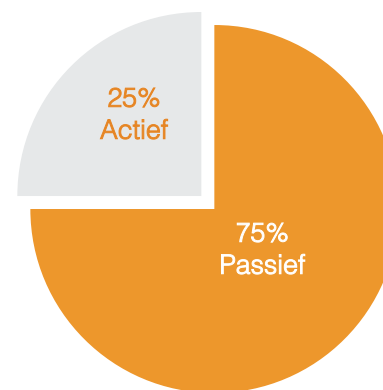


"In hoeverre richt uw recruiting organisatie zich op de werving van passieve kandidaten?"

Waarom het werven van passieve kandidaten werkt.

Wereldwijd beschouwt 75% van de kandidaten zichzelf als passief.

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

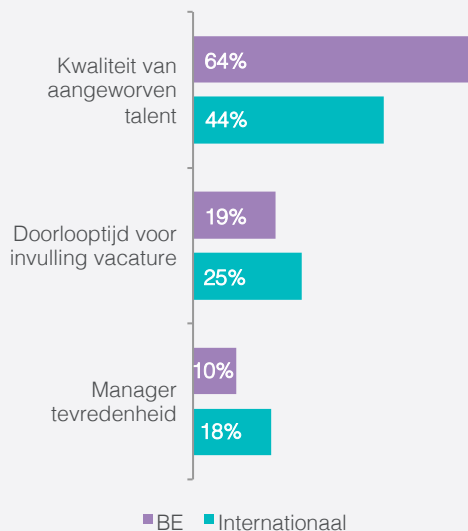
Passieve kandidaten (definitie)

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

Sourcing: kwaliteit is het belangrijkste cijfer

Kwaliteit van aangeworven talent is het belangrijkste

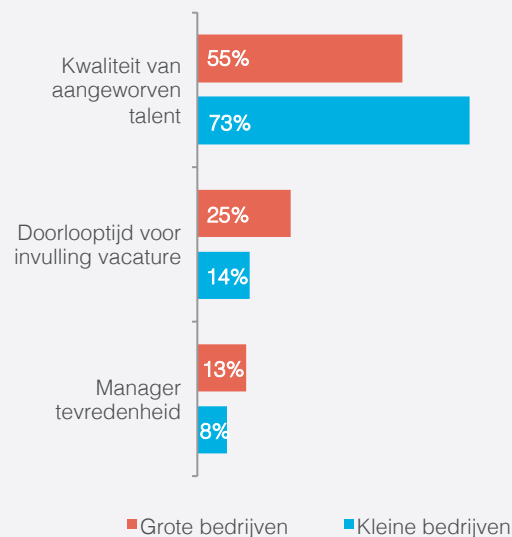
Belgische en internationale recruiters zijn het erover eens dat kwaliteit van aangeworven talent het meeste waardevolle cijfer is om de prestatie van het recruiting team te meten, gevolgd door de doorlooptijd en de manager tevredenheid.



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

Kleine bedrijven waarderen kwaliteit van werving

In België hechten KMO's significant meer waarde aan kwaliteit van aangeworven talent dan grote bedrijven. Grote bedrijven vinden doorlooptijd als cijfer belangrijker dan het KMO.



“Wat is het belangrijkste cijfer dat u gebruikt om de kwaliteit van het aangeworven talent te meten?”

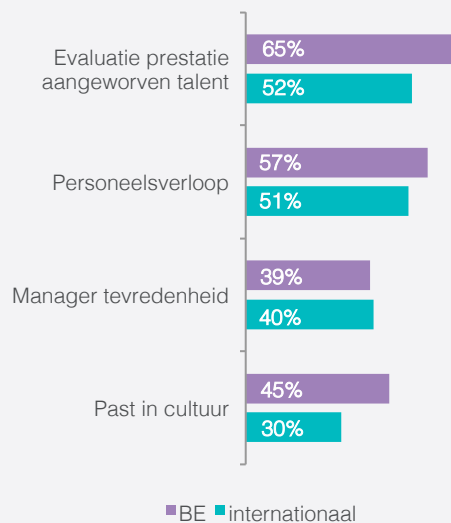
Sourcen: kwaliteit van aangeworven talent afmeten aan diens prestatie

Prestatie van aangeworven talent is de manier om kwaliteit te meten

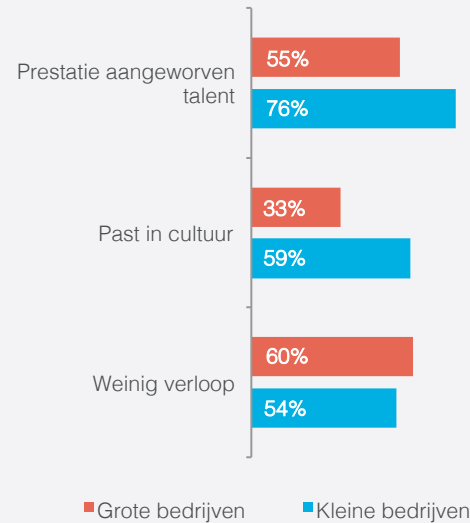
Kwaliteit van aangeworven talent wordt gezien als de heilige graal bij het meten van recruiting prestaties. Vandaag de dag zijn Belgische en internationale recruiters het eens over de drie beste manieren om recruiting kwaliteit te meten. Belgische recruiters neigen naar de prestaties van aangeworven talent en het behoud van personeel.

Omvang van bedrijf beïnvloedt manier waarop kwaliteit gemeten wordt

Kleine bedrijven in België hebben een voorkeur voor de prestatie van de nieuwe medewerker als meetinstrument voor de kwaliteit van aangenomen talent. Grotere bedrijven vinden 'weinig verloop' een belangrijk instrument om dit te meten.



“Welk instrument gebruikt u om de kwaliteit van aangeworven talent te meten?”

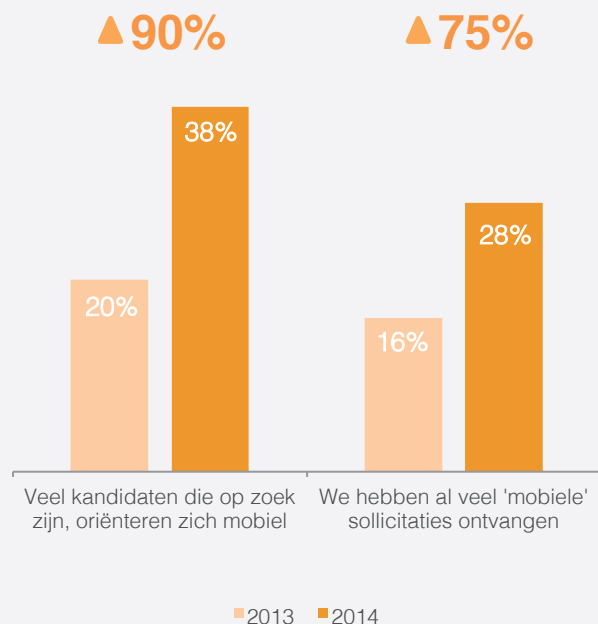


“Welk instrument gebruikt u om de kwaliteit van aangeworven talent te meten?”

Sourcen: de aanhoudende groei van mobiel

Kandidaten wereldwijd zijn steeds meer mobiel

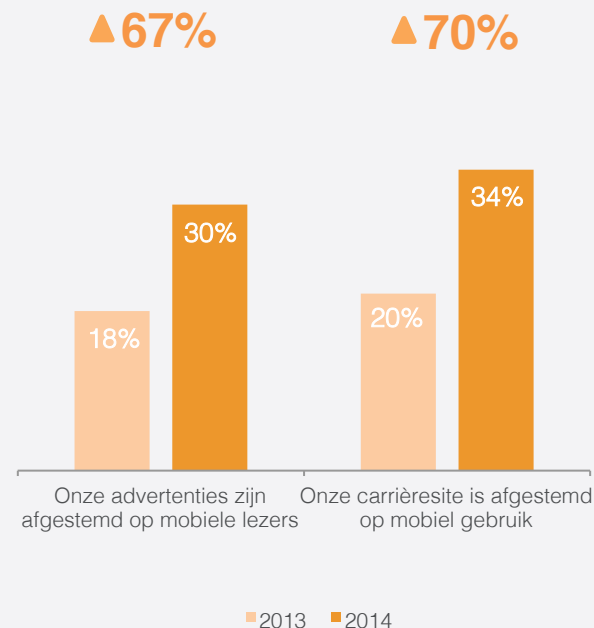
Internationale recruiters constateren dat kandidaten steeds meer mobiele apparaten gebruiken bij het zoeken naar een baan. Deze trend zal zich voortzetten in 2015.



"In welke mate bent u het eens met de volgende stellingen over mobile recruiting?"

Bedrijven investeren in mobiel

Bedrijven investeren steeds meer in mobiele strategieën. Advertenties en carrièresites worden steeds meer afgestemd op mobiel gebruik.



"In welke mate bent u het eens met de volgende stellingen over mobile recruiting?"



Deel 3: Talent brand

Deel 3: Talent brand

Wat is je talent brand en waarom is het belangrijk? Je talent brand is wat (potentiële) kandidaten over jou als werkgever denken. Een sterk talent brand kan de kosten per aanname tot 50% verminderen en het personeelsverloop met 28% verlagen.¹

Omdat recruiting steeds meer op marketing gaat lijken, gaan recruiters hiermee aan de slag. Recruiters kunnen de competitie voor zijn door snel te investeren en een proactieve talent brand strategie te creëren. Wil je hierover meer weten, lees dan LinkedIn's [Handleiding voor Employer Brand](#).

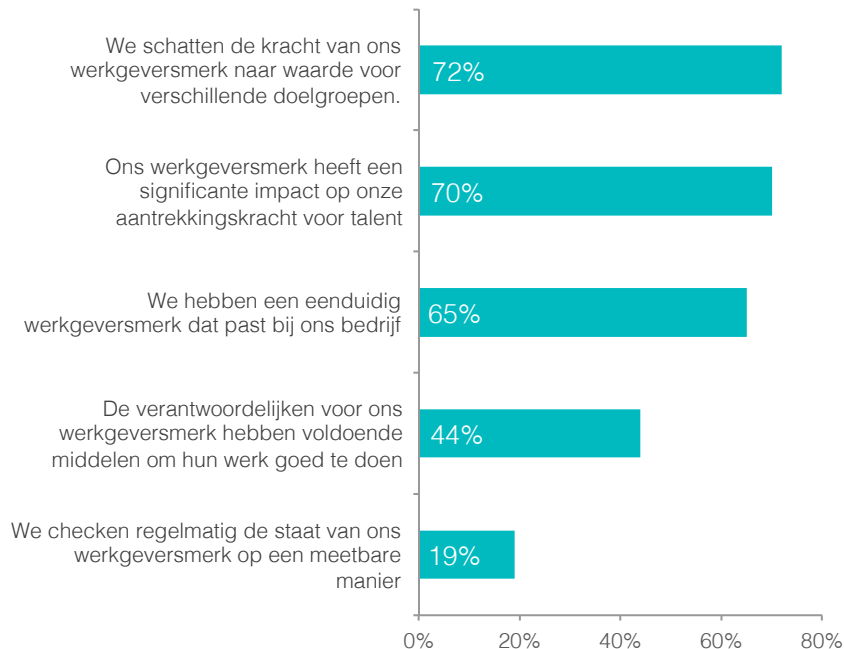
Marketing	Recruiting
Segment	Bepaal de segmenteringscriteria voor gewenste kandidaten
Doel	Prioriteer en benader kandidaten op basis van top criteria
Positie	Creëer een verhaal en een boodschap bij je talent brand om daarmee kandidaten aan te trekken en te behouden
Product	De baan, het team, het bedrijf
Prijs	Het salaris en de bijkomende voordelen
Promotie	<u>Naar buiten toe</u> : Vacature advertenties, public relations <u>Inbound</u> : Bouw relaties op met talent communities, sociaal, digitaal, en content marketing
Distributie medium	Vacaturesites, sociale netwerken, email

1. Eda Gultekin, *What's the Value of Your Employment Brand?*, <http://lnkd.in/valueofEB> (December 1, 2011).

- ✓ Hoe bedrijven prioriteren en handelen
- ✓ Kanalen om je werkgeversmerk te promoten
- ✓ Waarom bedrijven investeren

Talent brand: bedrijven geven het prioriteit maar handelen er niet naar

In België zijn recruiters het erover eens dat talent brand een prioriteit is die hun aantrekkingskracht op talent beïnvloedt. Ze handelen er echter nog niet naar. Bedrijven met een proactieve talent brand strategie hebben een concurrentievoordeel.



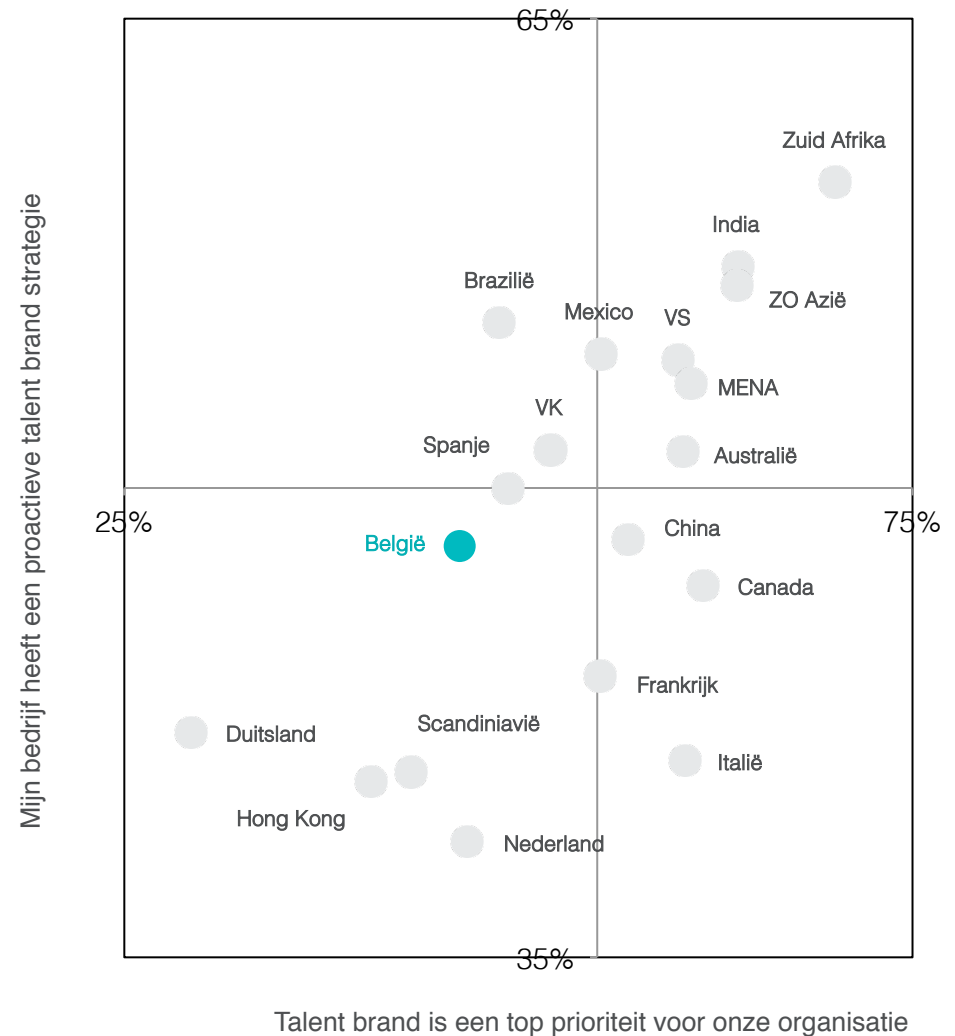
"Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen over uw werkgeversmerk?"

70%

van de Belgische recruiters zegt dat talent brand een significante impact heeft op hun aantrekkingskracht op talent.

Talent brand: Belgische bedrijven scoren onder het gemiddelde

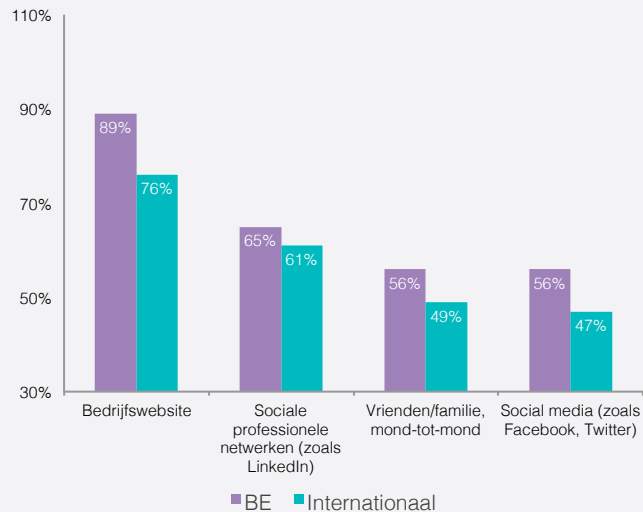
Belgische bedrijven scoren onder het gemiddelde als het gaat om het prioriteren en proactief managen van hun talent brand. Zuid-Afrikaanse, Indiase, en Zuid-Oost Aziatische bedrijven zijn opvallend sterk in de ondersteuning van hun talent brand.



Talent brand: top 4 promotiekanalen

Belangrijkste kanaal voor talent brand

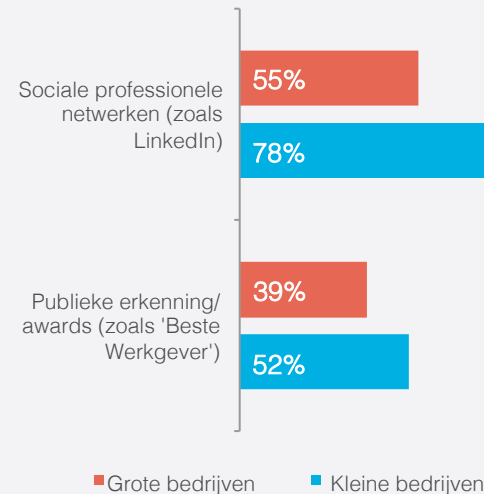
In België zijn bedrijfswebsites en sociale professionele netwerken het belangrijkste kanaal voor het promoten van het talent brand.



“Welke kanalen of instrumenten vindt u het meest effectief voor het promoten van uw werkgeversmerk?”

Hoe KMO's hun talent brand promoten

In België gaan kleinere bedrijven slim om met hun beperkte middelen. Ze gebruiken aanzienlijk vaker sociale professionele netwerken om hun talent brands te promoten.

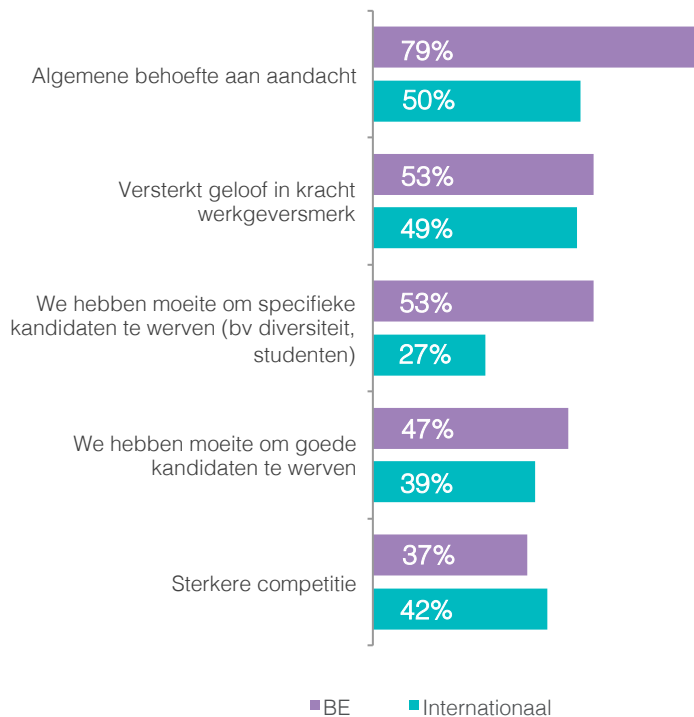


“Welke kanalen of instrumenten vindt u het meest effectief voor het promoten van uw werkgeversmerk?”

Talent brand: wat is de return on investment?

Waarom bedrijven in talent brand investeren

Belgische en internationale bedrijven zijn het eens over de 5 beste redenen om in je talent brand te investeren. Deze redenen vormen de basis voor een goed business model om middelen te reserveren.



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

3 Redenen om in talent brand te investeren:

50% Hoeveel je kan besparen per aanname¹

28% Hoe sterk je personeelsverloop kan beperken¹

75% van de recruiters zegt dat talent brand een grote impact heeft op hun vermogen om toptalent aan te trekken

1. Eda Gultekin, *What's the Value of Your Employment Brand?*, <http://lnkd.in/valueofEB> (December 2011).



Deel 4: Recruiting in de toekomst

Deel 4: Recruiting in de toekomst

- ✓ Langdurige trends
- ✓ Top- en aankomende trends

Het is tijd om vooruit te kijken. Recruiters voorspellen hoe de toekomst er in hun branche uit zal zien. Ze wagen zich ook aan het signaleren van nieuwe trends op het gebied van recruiting.

Belgische en internationale recruiters denken hetzelfde over de toekomst. Ze verwachten dat sociale professionele netwerken en recruiting volgens het marketingmodel over 5 tot 10 jaar de norm zal zijn. Als we kijken naar de snelle ontwikkelingen van de afgelopen 4 jaar, zal het wellicht zelfs sneller gaan dan we eerst dachten.

De toekomst: professionele netwerken en het versterken van werkgeversmerken

Sociale en professionele netwerken zijn niet meer weg te denken

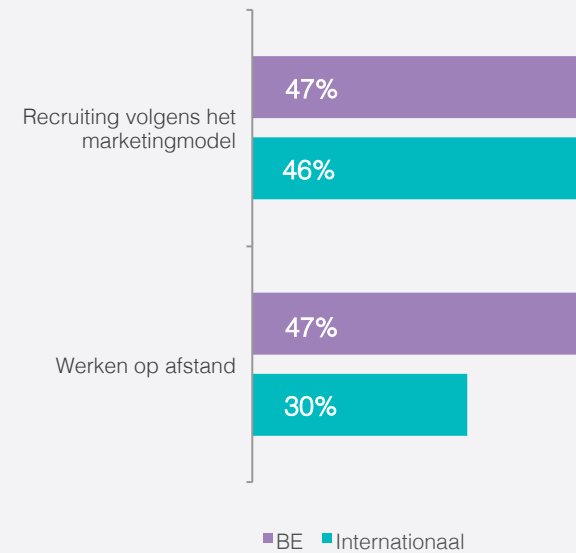
Belgische recruiters: Sociale en professionele netwerken zijn de meest essentiële en langdurige trend in werving en selectie.

Trend spotten: recruiting gaat steeds meer op marketing lijken en werken op afstand

Recruiting volgens het marketing model en werken op afstand kunnen de branche in België veranderen.

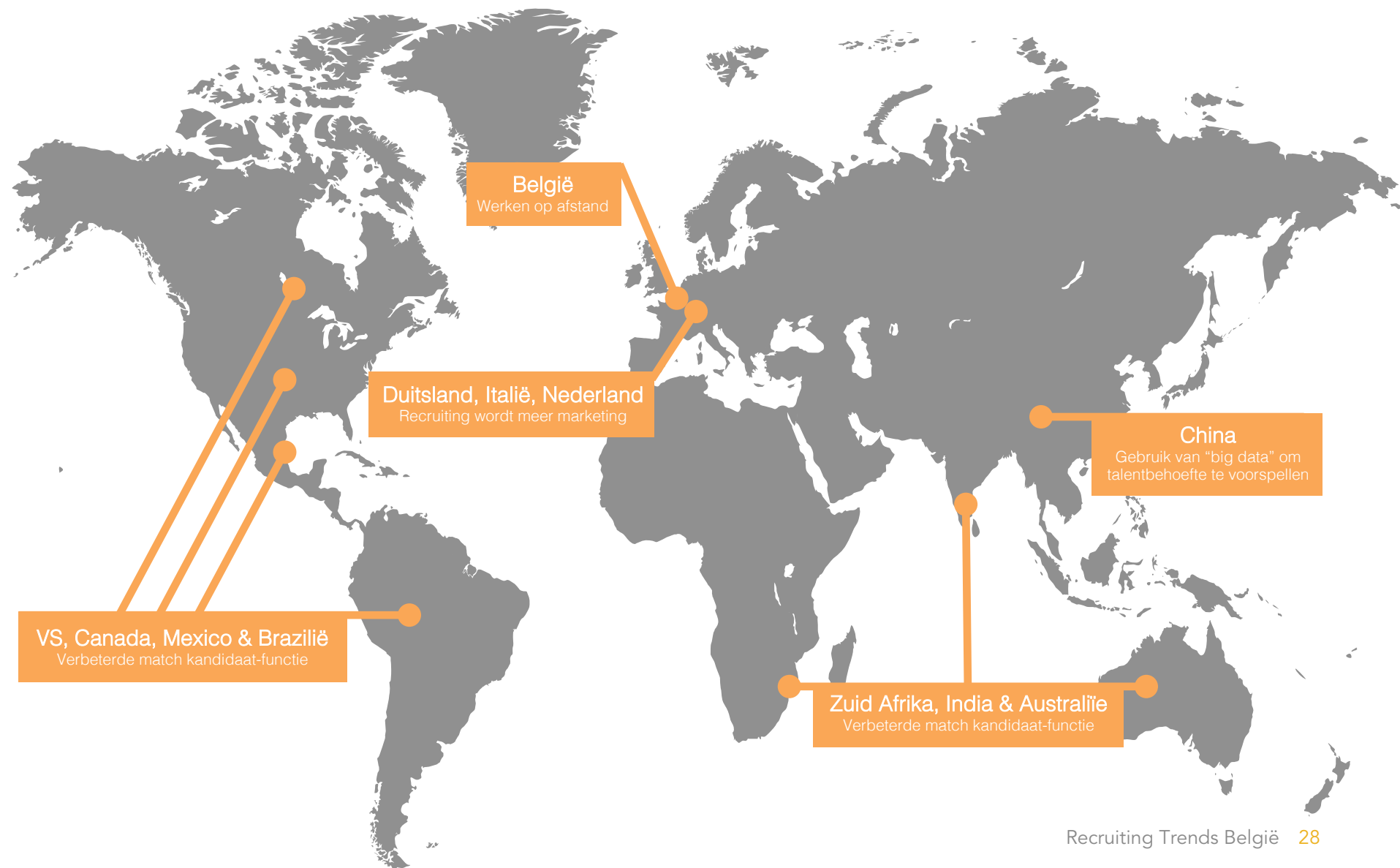


“Wat zijn volgens u de drie belangrijkste en langdurige trends in recruiting?”



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

Trends verschillen per regio





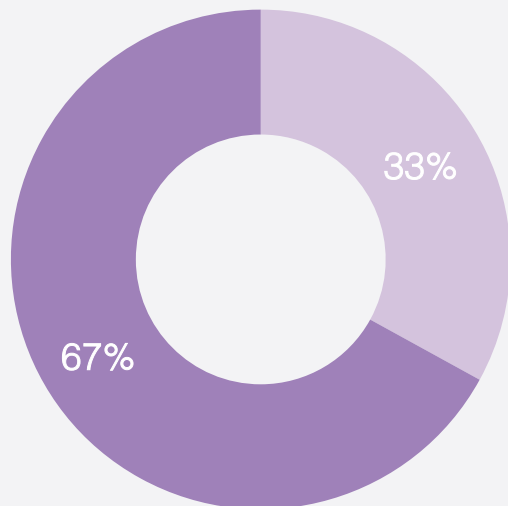
Epiloog: Interessante gegevens

1. Student Recruiting
2. Data gedreven Recruiting

Student Recruiting: de meeste bedrijven doen het

Wereldwijd vormt het werven van studenten vaak een onderdeel van de wervingsstrategie. Die trend wil je niet missen.

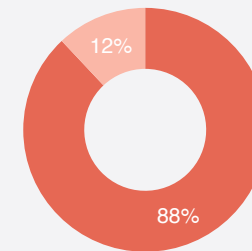
De meerderheid van de grote en kleinere bedrijven in België werft studenten.



- Het werven van jonge professionals staat centraal in onze wervingsstrategie
- Het werven van jonge professionals staat niet centraal in onze wervingsstrategie

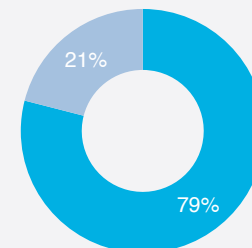
"In welke mate werft uw bedrijf jonge professionals? Jonge professionals zijn hier 0-3 jaar afgestudeerd."

Grote bedrijven



- Werven studenten en jonge professionals
- Werven geen studenten en jonge professionals

Kleine bedrijven



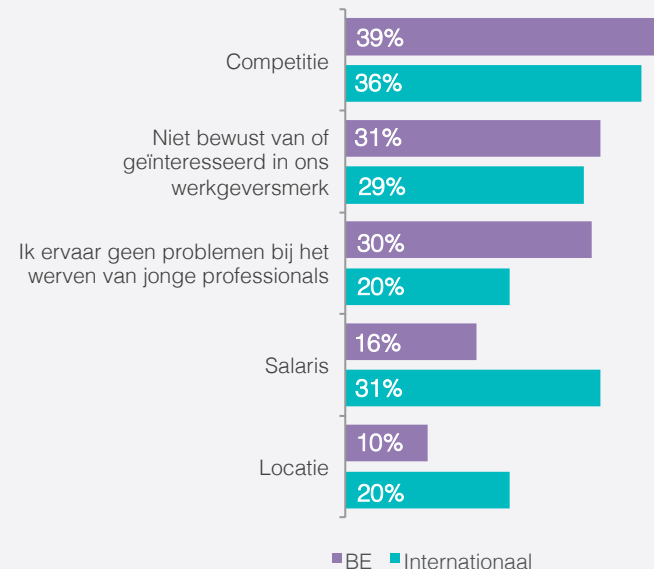
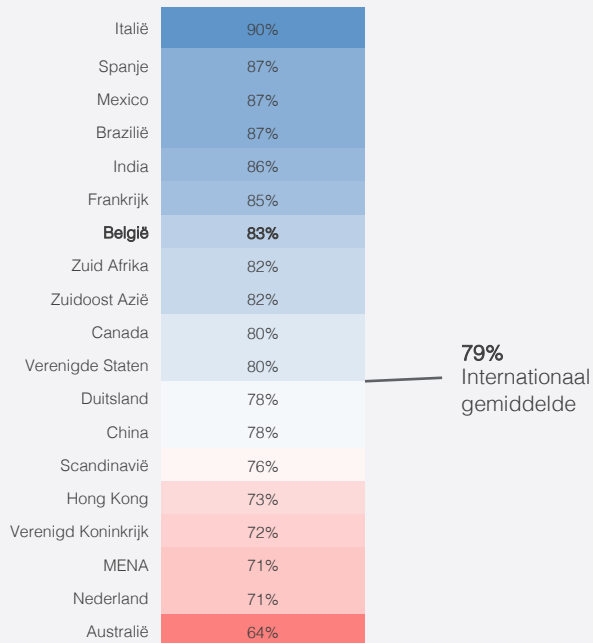
- Werven studenten en jonge professionals
- Werven geen studenten en jonge professionals

Student Recruiting: Belgische bedrijven bovengemiddeld

83% van de Belgische bedrijven werft studenten
België werft bovengemiddeld jonge professionals.

Competitie is het belangrijkste obstakel bij het
werven van studenten

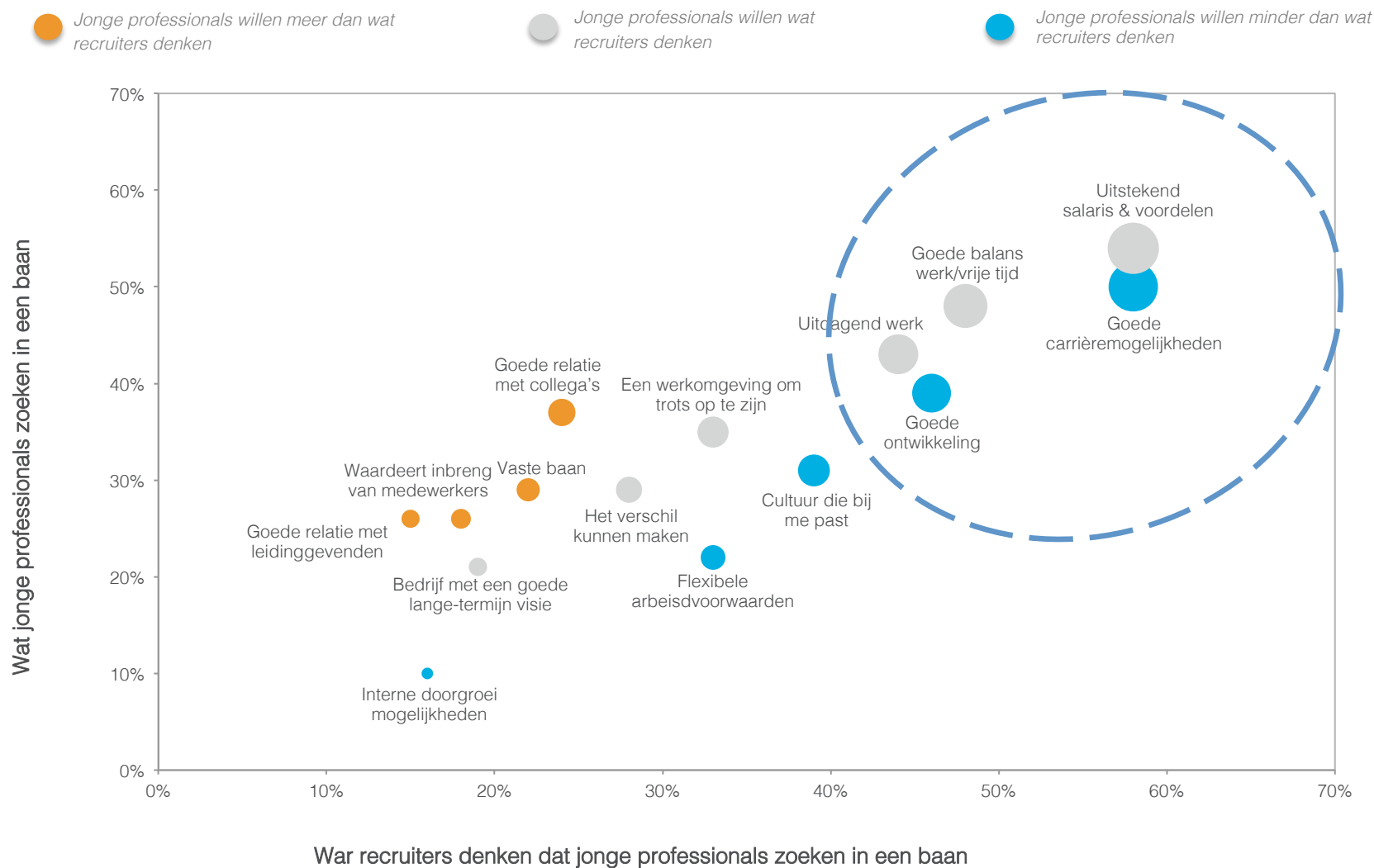
Wie je ook aanwerft, de competitie is altijd groot, dus bereid je voor.



“In welke mate werft uw bedrijf jonge professionals? Jonge professionals zijn hier 0-3 jaar afgestudeerd.”

“Wat zijn voor uw bedrijf de grootste obstakels bij het werven van jonge professionals?”

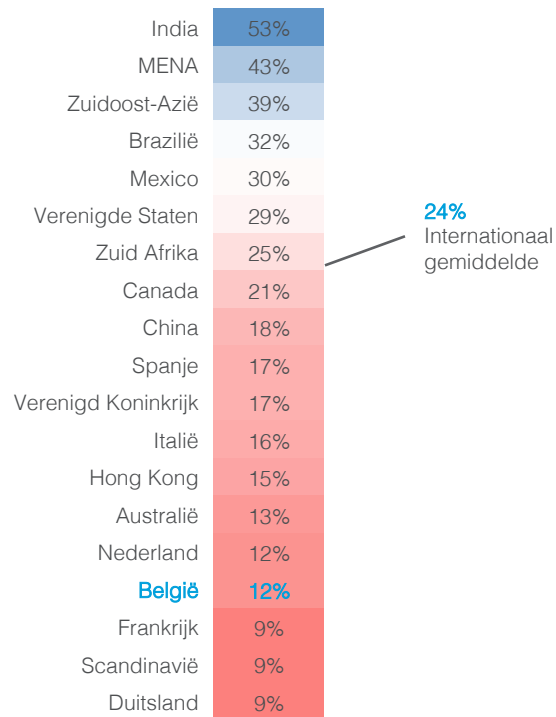
Recruiters weten aardig wat jonge professionals willen



Talent analytics: veel bedrijven gebruiken data niet goed genoeg

De meeste internationale bedrijven gebruiken data niet goed

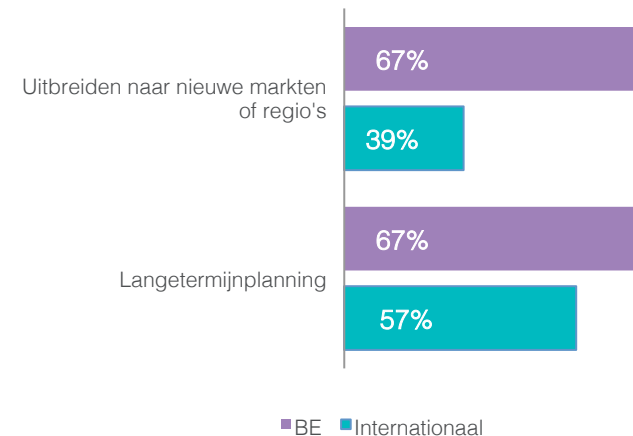
Recruiters moeten hun talent analytics vaardigheden verbeteren om aan kop te blijven



Belgische bedrijven gebruiken data vooral om uit te breiden naar nieuwe markten/regio's en langetermijnplanning

59%

van de Belgische recruiters denkt dat hun organisatie data goed gebruikt voor recruiting doeleinden.



“Hoe goed denkt u dat uw organisatie data gebruikt met het oog op recruiting effectiviteit en kansen?”

“In het algemeen, op welke terreinen denkt u dat uw organisatie data effectief gebruikt met het oog op recruiting effectiviteit en kansen?”

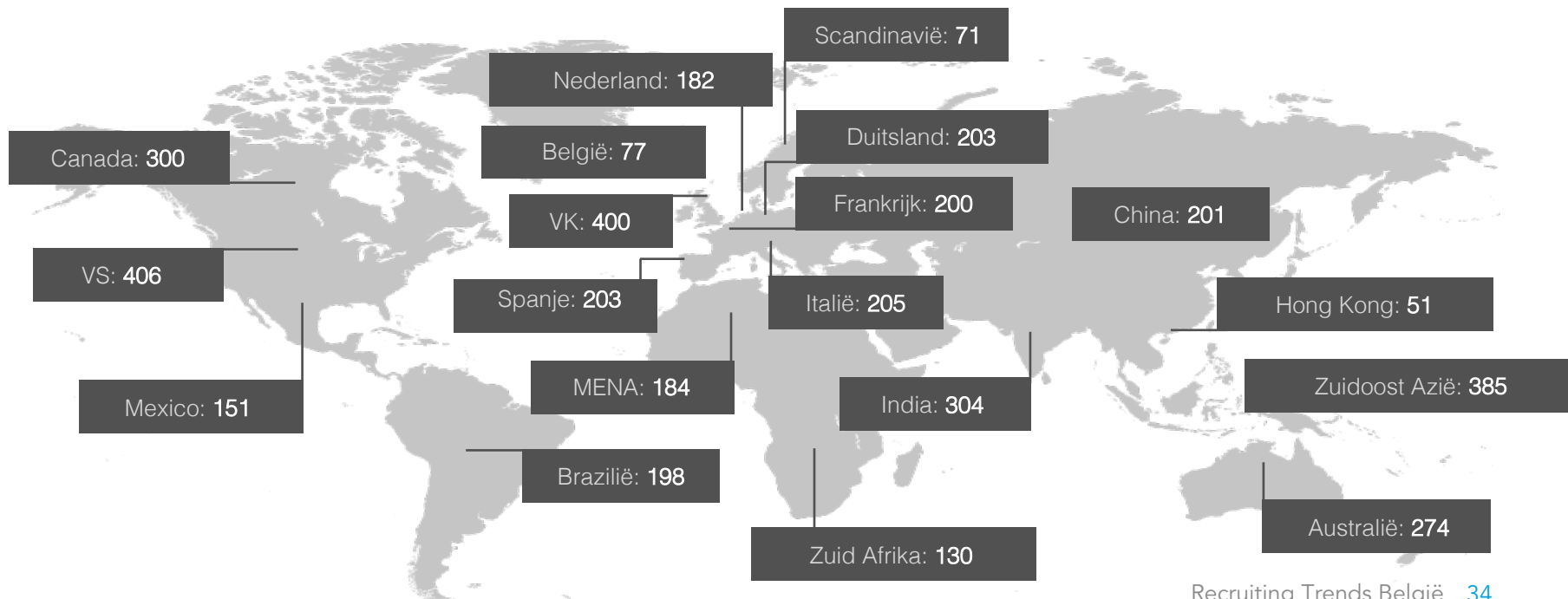
Onderzoek en methodologie

Onderzoek

- Respondenten zijn recruiters die:
 - Werken in een HR afdeling van een bedrijf
 - Enige autoriteit hebben bij het bepalen van het wervingsbudget
 - Zich richten op recruiting, een recruiting team leiden of werken als HR generalisten die meer dan 25% van hun tijd met recruiting bezig zijn
- De respondenten zijn leden van LinkedIn die willen meewerken aan onderzoeken. Ze zijn geselecteerd op basis van informatie in 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



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

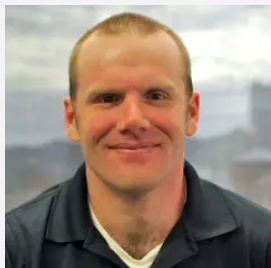


Ontdek extra inzichten: talent.linkedin.com



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.