MONSTER YEAR REPORT

2014/2015

MONSTERBOARD

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord 5

Interview: Frank den Butter 6

Algemene arbeidsmarktontwikkelingen 9

Vacatureontwikkelingen Monsterboard 12

Interview: Andrea Bertone 14

Gedrag Monsterboard bezoekers 16

Interview: Kevin Wheeler 21

Ingezoomd: IT-arbeidsmarkt 24

Ingezoomd: Technische arbeidsmarkt 26

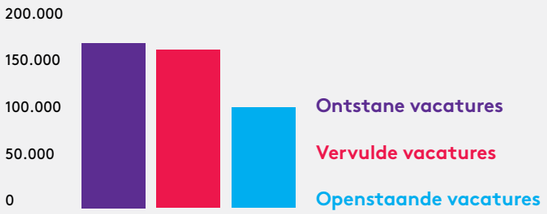
Wat vinden de recruiters? 28

Toelichting gebruikte bronnen 34

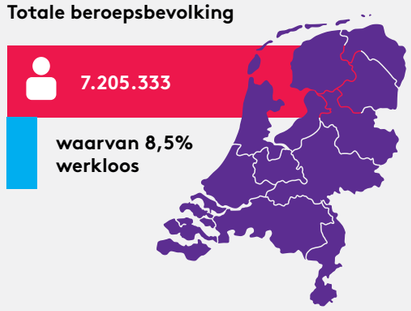
Slotwoord 35

DE ARBEIDSMARKT IN 2014

Vacatures per kwartaal

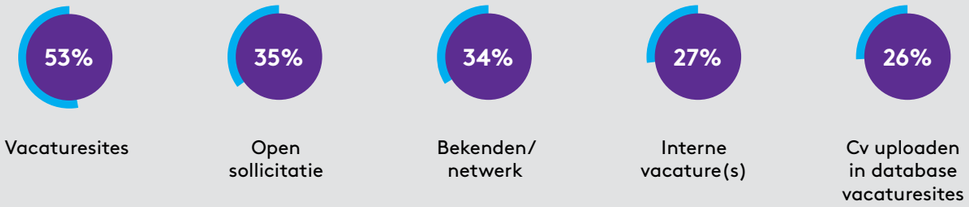


Totale beroepsbevolking



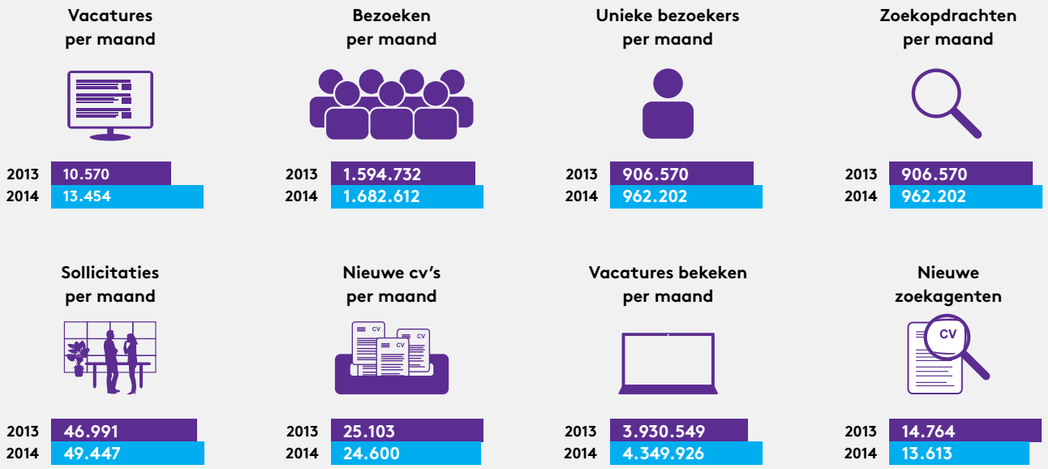
Bron: CBS

Hoe zoeken werkzoekenden op Monsterboard?



Bron: AGO

Monsterboard in 2014



Bron: Monster data 2014

Per vacature zijn er...

Een bezoeker...

Bron: Monster data 2014

2014: HET JAAR VAN HERSTEL

Zoals u van ons gewend bent, kijken we met het Monster Year Report terug op het afgelopen jaar. Dit doen we aan de hand van externe en interne data, maar we laten ook verschillende professionals aan het woord die vanuit hun expertise over trends praten die we ook aankomend jaar zullen zien.

Zo ziet prof. Dr. Frank den Butter wel iets in 'wencontracten' om de opkomende beweging op de steeds flexibelere arbeidsmarkt te stimuleren. Andrea Bertone, President Monster Europe, schetst dat de baan van een recruiter flink veranderd is; het vinden van kandidaten vereist een nieuwe aanpak omdat ze op steeds meer verschillende manieren oriënteren.
Recruitmentgoeroe Kevin Wheeler stelde het op het Monster Year Event van afgelopen jaar nog wat harder: hij denkt dat de baan van recruiter zoals we het nu kennen gaat verdwijnen en plaats maakt voor data-analysten en marketeers. In zijn interview in het Monster Year Report legt hij uit wat hij daarmee bedoelt.

Maar blijkt dit uit de praktijk ook allemaal? Dit jaar hebben we bevindingen van de geïnterviewde experts voorgelegd aan een panel met recruiters en arbeidsmarktexperts. Ervaren zij in de praktijk ook dat hun functie veranderd is afgelopen tijd, door fragmentatie of door alle nieuwe tools die steeds beschikbaar zijn? Of vinden en verleiden zij kandidaten nog steeds op de manier waarop ze het altijd gedaan hebben?

U kunt het allemaal lezen in het Monster Year Report 14/15. Met dit rapport willen we u inzicht geven in de arbeidsmarkt van afgelopen jaar, maar we willen u ook uitdagen om na te denken over huidige en opkomende trends die wellicht ook uw werk gaan beïnvloeden.

Gian Zandonà
Managing Director
Monsterboard

Meer informatie over de gebruikte bronnen kunt u vinden op pagina 34.

‘VOORKOMEN VAN VERKEERDE BAANKEUZES VERHOOGT DYNAMIEK OP DE ARBEIDSMARKT’

Wat kunnen we doen om de arbeidsmarkt nog een handje te helpen? We vroegen Frank den Butter, hoogleraar Algemene Economie aan de Vrije Universiteit, om zijn visie op de huidige stand van zaken en om de trends voor komend jaar.

Prof. dr. Frank A.G. den Butter (1948) studeerde econometrie aan de Universiteit van Amsterdam en is gepromoveerd op een onderwerp over de macro-economische modelbouw aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Hij was lange tijd (1973-1988) werkzaam bij de Nederlandsche Bank. Sinds 1988 is hij hoogleraar Algemene Economie aan de Vrije Universiteit. Hij was van 1998 tot 2003 lid van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid.

Wat zijn uw verwachtingen voor 2015 wat betreft de economie en de arbeidsmarkt?
‘Hoe het met de economie gaat is nog onzeker. Er wordt een groei van zo’n 1¼ procent verwacht, maar dat heeft men vaker gezegd. Ik hou dus nog een slag om de arm. En de arbeidsmarkt loopt altijd iets achter de economie aan, dus die reageert volgend jaar pas op de groei van 2014. Die was niet hoog, maar wel beter dan de jaren ervoor. Dus ik verwacht wel een stabilisatie van de arbeidsmarkt. Opvallend is wel dat het aantal uitzendbanen snel groeit. Dat kan duiden op een opleving maar ook op meer flexibele arbeid.’

Doen we als land genoeg om de arbeidsmarkt vlot te trekken?
‘Je kan als overheid minder doen dan de politiek denkt. Het zal vooral van het bedrijfsleven zelf moeten komen.’

Wat kunnen zij doen om de arbeidsmarkt te helpen?
‘Vooral door zelf succesvol te zijn. Dus door te blijven innoveren en in te spelen op nieuwe technologische ontwikkelingen. Maar om de economie echt vlot te trekken, ben je als Nederland ook gewoon afhankelijk van de wereldhandel. Als in Duitsland even de vraag naar huisbrandolie afneemt, zie je dat zo terug in de exportcijfers. Maar als de wereldhandel toeneemt, kunnen wij wel weer profiteren, vooral ook door als handelsnatie van die opleving gebruik te maken.’

Hebben we nog wel enige invloed als we zo afhankelijk zijn van de rest van de wereld?
‘Ja natuurlijk hebben we nog wel invloed. Maar die ligt vooral bij de sociale partners. Die moeten de gewenste flexibilisering niet in de weg zitten. Plus bereid zijn om lonen te verhogen voor krappe beroepen en verlagen voor functies waar minder vraag naar is. Er zijn banen die echt productief zijn, dus daar moet het loon omhoog. Zo kun je hopelijk zorgen dat er meer mensen voor die beroepen kiezen en de mismatch op de arbeidsmarkt afneemt.’

Is een hoger loon de oplossing voor de schaarste?
‘Hopelijk wel. Zo geef je in elk geval een signaal dat dit de belangrijke beroepen zijn waar je mensen wilt hebben. Maar dat werkt dan wel pas op de langere termijn, want mensen moeten zich eerst daar nog in scholen. Daarnaast geldt dat mensen het werk natuurlijk ook nog altijd leuk moeten vinden. Mijn zoon heeft een master financiering, maar wil toch niet bij een grote bank werken, omdat hij dat niet leuk vindt. Misschien geldt dat ook wel voor technische banen, dat te weinig mensen in Nederland dat leuk vinden.’

‘Een hoger loon is oplossing voor schaarste’

Heeft u de indruk dat de dynamiek wel toeneemt?
‘Daar lijkt het wel op, al wordt dat niet echt gemeten. Dat is eigenlijk best jammer, want de dynamiek op de arbeidsmarkt is interessanter dan het aantal nieuwe banen dat wordt gecreëerd. De overheid kan wel roepen dat ze 100.000 banen willen creëren, maar als er aan de andere kant 100.000 banen verdwijnen, schiet je per saldo niks op.’

Gebeurt dat?
‘Er verdwijnen voortdurend banen. Het CBS heeft dat voor 2004 goed berekend; daaruit bleek dat er een heleboel kortlopende banen waren, die korter dan een jaar of zelfs drie maanden duurden. Op zich is dat niet erg, want soms is bepaald werk gewoon niet meer nodig. Voor de economie kan het goed zijn als bepaalde banen verdwijnen en nieuwe verschijnen. En als het goed is, gaan die mensen op den duur weer naar die baan waar wel vraag naar is. Die stromen zouden we wat meer inzichtelijk moeten maken, want dan weten we pas echt hoe het er met de arbeidsmarkt in ons land voorstaat. Als je alle baantjes meerekent, worden er wel anderhalf miljoen banen per jaar gecreëerd. Maar er worden er minstens zoveel weer vernietigd, waardoor de werkloosheid toch niet daalt.’

Is dynamiek goed voor de arbeidsmarkt?
‘Veel verandering zorgt voor fris bloed in een bedrijf, wat goed is. Daar staat tegenover dat bedrijfsspecifieke ervaring ook van belang is. De resultante van die twee laat zien dat te weinig dynamiek niet goed is maar te veel dynamiek ook niet.

Dynamiek wordt ook afgeremd door hoge transactiekosten. Dat zijn de kosten die nodig zijn om iemand aan te nemen: voor het zoeken van kandidaten en het inwerken van je personeel. Maar ook de werknemer maakt kosten bij een nieuwe baan. Als de transactiekosten lager zouden zijn, zou dat de dynamiek nog verder verhogen, blijkt uit onderzoek. Probleem is dat door een verkeerde baankeuze die kosten vaak nog hoger zijn, omdat personeel dan weer te snel vertrekt en het zoeken opnieuw begint. Als we dat aan weten te pakken, kunnen we kosten verlagen en de dynamiek verhogen.’

Hoe zouden we dat kunnen doen?
‘In de eerste plaats kan het verder standaardiseren van het zoekproces helpen bij het verlagen van de transactiekosten. In de tweede plaats bestaan transactiekosten voor een groot deel uit informatiekosten. De werkgever wil informatie over de geschiktheid van de kandidaat en of die past bij het bedrijf. De werknemer wil op zijn beurt weten wat de cultuur is, de toekomstperspectieven en dergelijke. Zou je beide partijen meer de tijd geven aan elkaar te wennen, dan kun je die vragen ondervangen. Dat zou in de vorm van ‘wencontracten’ kunnen.’

Een soort stage?
‘Ja, maar dan niet alleen voor starters maar ook voor mensen die een andere uitdaging zoeken of noodgedwongen een andere baan zoeken. Of voor zzp’ers die terug willen keren in loondienst.’

Kan dat niet gewoon in de vorm van een halfjaarcontract?
‘Een halfjaarcontract zou een voorbeeld van een wencontract kunnen zijn. Maar ik denk aan veel meer flexibiliteit en mogelijkheden: van een stage of een paar dagen per week meelopen, tot een jaarcontract. Natuurlijk moeten er vanuit juridisch perspectief standaardcontracten worden opgesteld, maar hoe

meer flexibiliteit je hebt en je je kunt aanpassen aan de specifieke wensen, hoe beter.'

Kevin Wheeler zegt in een interview in dit rapport dat hij denkt dat computers het vinden en matchen van personeel in de toekomst makkelijker maken. Kan dat ook een oplossing zijn?
'Voor een deel wel. Maar deze toevlucht op dit soort big data geldt uitsluitend voor de zoekkosten als onderdeel van de transactiekosten van de werkgever. Er blijven aspecten over die uitsluitend in de werksituatie zelf duidelijk worden. Wencontracten blijven wat mij betreft dus nodig, ook voor de werknemer om te bezien of het de baan is waar men zich in kan vinden en voldoening uithaalt.'

Forbes gaf onlangs tien trends voor 2015. Een ervan was dat mensen vaker van baan zullen switchen. Denkt u dat ook?
'Ja, hoewel we daar niet echt een goede tijdreeks over hebben. Maar we weten wel dat de gemiddelde baanduur afneemt, dus het lijkt er wel op. Wat je verder ziet is dat mensen tegenwoordig minder blijven hangen in hun bedrijfsspecifieke kennis en hun kennis meer delen met hun netwerk van gelijkgestemden. Daardoor kunnen ze de kennis ook makkelijker aanwenden in een andere bedrijfsomgeving dan de bestaande. En dat maakt switchen dus weer makkelijker.'

'Wencontracten verlagen de kans op een mismatch'

Een andere trend die Forbes noemt: meer vrouwen krijgen leidinggevende posities. Eens?
'Het kan heel goed zijn dat we wat meer feminisering in de bedrijfsorganisatie krijgen. Hier in mijn woonplaats Ouderkerk a/d Amstel bestaat het hele gemeentebestuur momenteel uit vrouwen. Kan toeval zijn, maar toch is het opvallend.'

Hebben we nog speciale quota nodig om meer vrouwen aan de top te krijgen?
'Nee, quota zijn onzin. Als vrouwen echt goed zijn, dan worden ze wel in de leiding gezet.'

Zijn ze niet goed genoeg dan?
'Zeker wel. Misschien dat het merendeel vooralsnog een andere ambitie heeft. Maar als ze willen, is er echt wel plek. Ik denk ook dat er wel behoefte is aan vrouwelijke bestuurders. Die hebben over het algemeen toch een andere manier van leidinggeven. Empathischer en met minder haantjesgedrag.'

Ook het loonverschil tussen mannen en vrouwen neemt af volgens Forbes.
'Uit onderzoek blijkt dat nu al. En als blijkt dat bedrijven met vrouwen aan de top productiever zijn, zou dat zelfs nog wel eens in het voordeel van vrouwen kunnen doorslaan. Want dan worden die vrouwen met dat soort leiderschapskwaliteiten schaars.'

'Door het delen van kennis binnen een netwerk wordt switchen van baan makkelijker'

Een andere trend: het tekort aan goed opgeleide vakmensen neemt alleen maar toe.
'Goede mensen zijn altijd schaars, dat is altijd zo geweest. Wat je wel ziet is dat er meer behoefte is aan technische vakmensen die ook nog goed kunnen communiceren. En daar zijn er niet zo veel van. Waar ik behoefte aan heb is niet een introverte loodgieter, maar een loodgieter die met mij kan spreken over wat er mis is. En dan is dat technische wel van belang natuurlijk. Dus al die managers die niets van techniek begrijpen, dat lijkt mij ook niet echt goed.'

Welke trend ziet u zelf nog voor de toekomst?
'De verdwijning van het middenkader. Dat komt niet echt uit mijn koker, maar ik kan het me wel goed voorstellen. Voor de onderkant van de arbeidsmarkt - de schoonmaker en de verzorgenden - zal wel werk blijven, net als voor de bovenkant waar de hoogopgeleide specialisten zitten die niet-codificeer werk doen. Maar juist het middenkader dat routinematig werk doet dat ook geautomatiseerd kan worden, verdwijnt. Dan praat je over baliepersoneel bij banken, maar ook zelfs over accountants en wellicht notarissen. Die moeten zich meer zorgen maken dan iemand die aan bed ouderen verzorgt. Want dat werk is minder makkelijk te automatiseren.'

ALGEMENE ARBEIDSMARKT-ONTWIKKELINGEN

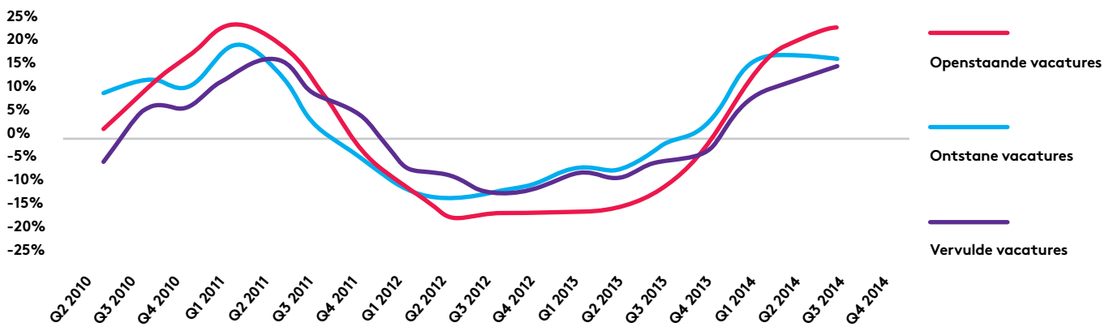
Hoe ontwikkelde de arbeidsmarkt zich in 2014 en wat zijn de verwachtingen voor het komend jaar? Als de tekenen niet bedriegen, lijkt het in 2015 nog weer iets beter te gaan.

Vacatureaanbod blijft stijgen
In het derde kwartaal van 2014 steeg het aantal vacatures opnieuw. Dat blijkt uit cijfers van het CBS. Eind september stonden er 113.000 vacatures open, 5.000 meer dan het kwartaal ervoor. Het was alweer het vijfde kwartaal op rij dat het aantal vacatures in Nederland steeg. De groei van het aantal vacatures was over de hele linie te zien, maar was het duidelijkst in de handel en de industrie.

Dynamiek neemt toe
Het aantal openstaande vacatures dat het CBS aan het einde van een kwartaal berekent, wordt onder meer bepaald door de nieuwe vacatures die gedurende het kwartaal zijn ontstaan en de vacatures die zijn vervuld. Hoe hoger beide zijn, hoe meer beweging er is op de arbeidsmarkt. De afgelopen vijf kwartalen groeiden volgens het CBS zowel het aantal nieuwe als het aantal vervulde vacatures gestaag. In het derde kwartaal van 2014 kwamen er 179.000 nieuwe vacatures bij en werden er 174.000 vervuld. Het aantal vervulde vacatures is sinds eind 2011 niet meer zo hoog geweest.

Ook meer banen
Ook het aantal daadwerkelijke banen nam volgens het CBS in het derde kwartaal van 2014 iets toe. In totaal waren er 5.500 banen (van werknemers en zelfstandigen) meer dan in het tweede kwartaal. De banengroei in de afgelopen twee kwartalen volgde op ruim twee jaar banenverlies. In totaal gingen in die periode ruim 200.000 banen verloren. Het aantal banen van werknemers nam in het derde kwartaal met 2.000 toe en het aantal banen van zelfstandigen met 3.500. Het is het tweede kwartaal op rij dat het aantal banen van werknemers is gestegen.

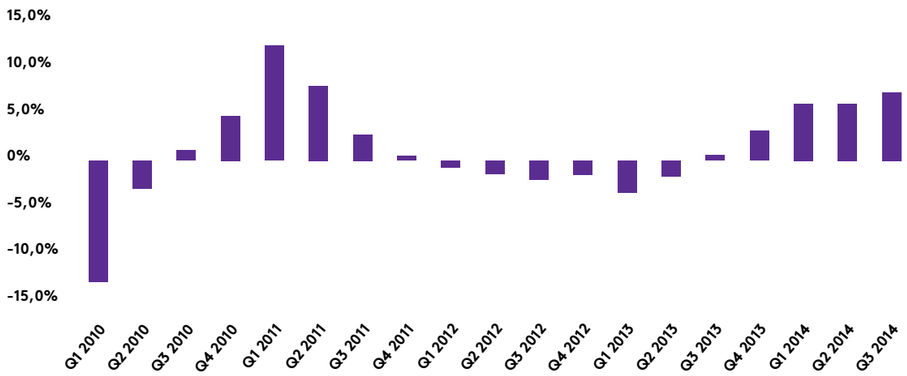
Ontwikkeling vacatures jaar op jaar



Bron: CBS

Grootste stijging aantal uitzenduren sinds 2010
Het CBS zag ook een stijging in het aantal uitzenduren. In het derde kwartaal van 2014 is het totale aantal uitzenduren met 2,5% toegenomen ten opzichte van een kwartaal eerder. Dit is de grootste stijging in vier jaar tijd. Vooral het aantal uitzenduren in langlopende contracten is opnieuw fors gestegen. Het aantal uitzenduren in kortlopende contracten nam voor het eerst sinds eind 2013 toe. Net als het totaal aantal uitzenduren is ook de omzet van de uitzendbranche voor het zesde kwartaal op rij gestegen. Een stijging van het aantal uitzenduren duidt meestal op herstel op de arbeidsmarkt.

Ontwikkeling uitzenduren (Uitzendbureaus)



Bron: CBS

Toenemende flexibilisering
De stijging van het aantal uitzenduren in langlopende contracten, zoals detachering of payrolling, bedroeg in het derde kwartaal 3,5%. Deze vorm van uitzendwerk neemt volgens het CBS al geruime tijd toe en is in lijn met de toenemende flexibilisering van de arbeidsmarkt: 'Werkgevers willen flexibeler zijn in het aannemen en afstoten van personeel en geven werknemers steeds vaker een langlopend uitzendcontract in plaats van een vaste aanstelling.' Het aantal uren in kortlopende contracten steeg ook, namelijk met 1,4%. Dit was voor het eerst dit jaar. De ontwikkeling van de kortlopende uren loopt doorgaans voor op de rest van de arbeidsmarkt.

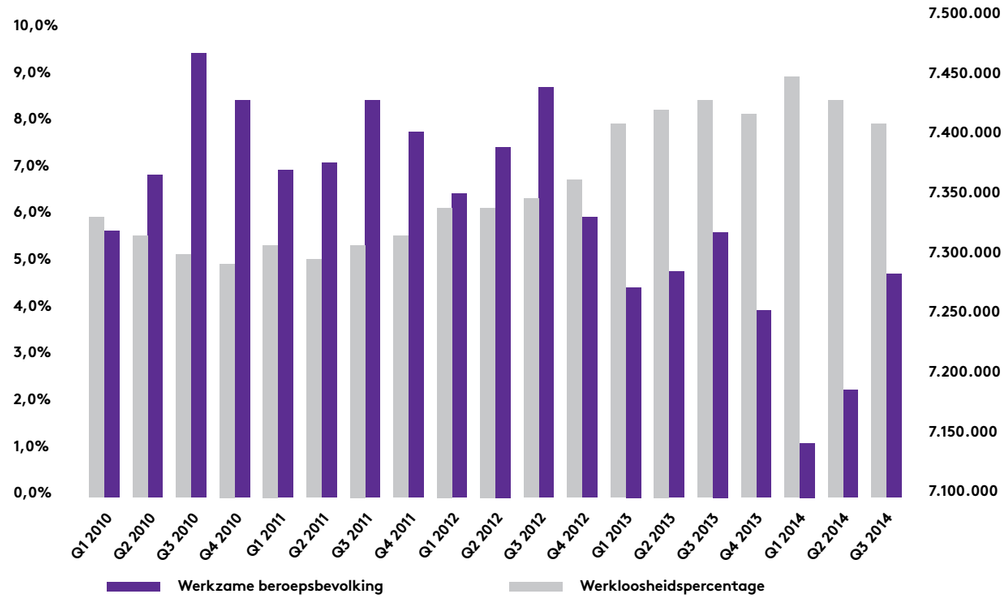
Grootste banenstijging in de zakelijke dienstverlening
Het snelst steeg het aantal banen in de zakelijke dienstverlening. Het ging hier voornamelijk om uitzendkrachten. Ook in de handel, waar in voorgaande kwartalen het aantal vacatures toenam, waren er meer banen. Er zijn echter ook sectoren waar de werkgelegenheid nog steeds daalt, zoals de zorg en de bouw.

Werkloosheid licht gedaald
De werkloosheid daalde volgens het CBS in 2014 licht. De (voor seizoeninvloeden gecorrigeerde) werkloosheid kwam in december uit op 642.000 personen. Dat is 26.000 lager dan aan het begin van het jaar. In de eerste maanden van 2014 liep de werkloosheid weliswaar nog snel op, maar vervolgens was er van mei tot en met augustus een scherpe daling. In het najaar nam het arbeidsaanbod toe: meer mensen die eerder geen deel uitmaakten van de beroepsbevolking begaven zich op de arbeidsmarkt. Een deel van hen vond niet direct een baan. Door het toegenomen aanbod stabiliseerde de werkloosheid en bleef vier maanden op rij 8,0% van de beroepsbevolking. In december nam de werkloosheid weer iets toe en kwam uit op 8,1%. Het arbeidsaanbod bleef gelijk in december, maar de werkzame beroepsbevolking nam in omvang af. Daardoor steeg de werkloosheid.

Onder jongeren bleef het aantal werklozen net als de voorafgaande maanden vrijwel gelijk. De toename van de werkloosheid in december kwam volledig voor rekening van mensen van 25 jaar en ouder. Eerder in 2014 daalde de werkloosheid bij 25- tot 45-jarigen nog. Bij 45-plussers bleef de werkloosheid lange tijd vrijwel onveranderd. Volgens het CBS is de werkloosheid bij 45-plussers bovendien vaak langdurig. In het derde kwartaal was 45% van alle werklozen minimaal een jaar werkloos. Onder 45-plussers was dat zes op de tien.

Minder werkzoekenden per vacature
Door de toename in openstaande vacatures en de lichte afname van de werkloosheid halverwege 2014, neemt ook het aantal werkzoekenden per openstaande vacature af. In het derde kwartaal van 2014 was het aantal werkzoekende per openstaande vacature 6,1 wat gelijk is aan het aantal van eind 2012. Na kwartalen van stijging in het aantal werkzoekenden per vacature is er vanaf het vierde kwartaal 2013 een daling te zien.

Werkzame beroepsbevolking en werkloosheid

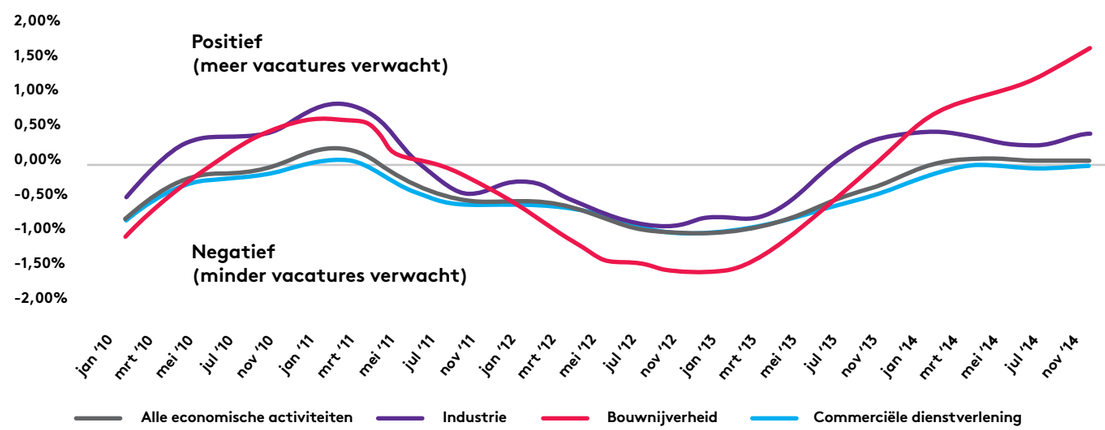


Bron: CBS

Lichte economische groei verwacht voor 2015
Het Centraal Planbureau verwacht dat de economische groei volgend jaar aantrekt tot 1,5% van het bruto binnenlands product. Dit is hoger dan eerdere verwachtingen dit jaar. Vooral de waardedaling van de euro en lagere olieprijzen zijn gunstig voor de economie, aldus het CPB. Niet alleen profiteert de uitvoer van de verbetering van de concurrentiepositie, ook de consumptie neemt toe, mede door de lagere energieprijzen. Het CPB verwacht dat als gevolg van deze groei ook de werkgelegenheid toeneemt. De groei van het aantal banen komt volgens het bureau volgend jaar uit op 1%, waar in september nog van 0,5% werd uitgegaan. Het aantal werklozen daalt naar 570.000, vergeleken met een eerdere verwachting van 605.000.

Vacature-indicator onveranderd
Als er afgelopen jaar aan werkgevers gevraagd werd naar een prognose van de vacatureverwachtingen van de toekomst, waren de meningen verdeeld. Alle visies bij elkaar, ligt de gemiddelde verwachting op een stabilisatie van de vacaturemarkt. Werkgevers waren wel erg positief over de vacature verwachtingen in de bouw en de industrie.
Dat blijkt uit de vacature-indicator van het CBS. De maandelijkse vacature-indicator geeft een snelle indicatie over het verwachte verloop van de vacatures in het bedrijfsleven, gebaseerd op het oordeel van werkgevers. Van september tot en met november lijken de verwachtingen gelijk te blijven. Maar vóór de stabilisatie van de laatste maanden steeg de indicator wel anderhalf jaar lang onafgebroken.

Vacature indicator



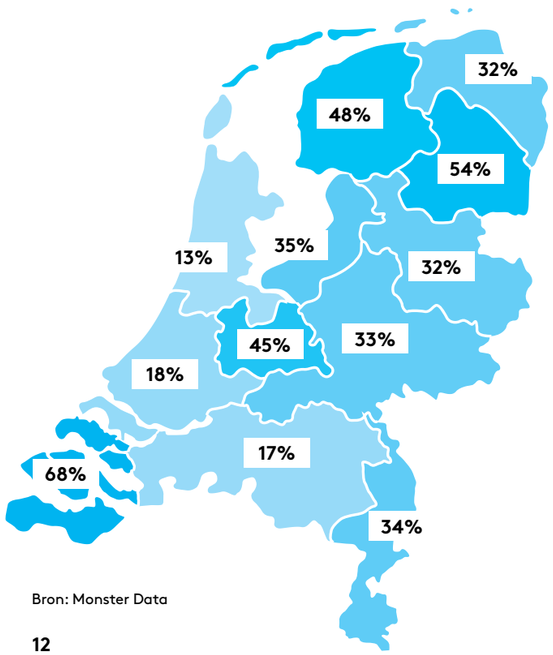
Bron: CBS

VACATURE-ONTWIKKELINGEN MONSTERBOARD

2014 was een beduidend beter jaar dan 2013. Hoe vertaalde die groei zich naar de cijfers van Monsterboard? Steeg het aantal vacatures hier ook? En waar was die groei precies te zien? Welke sectoren en provincies deden het goed?

Ruim een kwart meer vacatures

De opleving van de arbeidsmarkt was ook goed terug te zien in de cijfers van Monsterboard. In 2014 werden maar liefst 27,3% meer vacatures geplaatst dan het jaar ervoor. Dat leidde tot een totaal van 161.446 nieuwe vacatures. Dit aantal is ook nog 7,9% hoger dan dat van 2012.



Bron: Monster Data

Aantal nieuwe vacatures per maand

Bron: Monster Data

Opleving in Zeeland en Drenthe

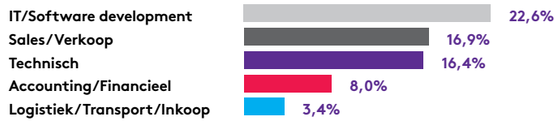
Vooral in de provincie Zeeland groeide het aantal vacatures met 68% sterk. Maar ook Drenthe (+54%) en Friesland (+48%) kenden een flinke opleving. Dit waren dan ook wel de provincies die flinke klappen hadden gekregen tijdens de crisis. Dit gold volgens het CBS met name voor Drenthe waar tussen 2011 en 2013 het BBP met 3% het sterkst was gekrompen. Drenthe had al het laagste BBP per hoofd van de bevolking en door de economische krimp was dat verschil alleen nog maar groter geworden.

Ook in de overige provincies was groei te zien van vacatures, waarbij ook Utrecht (+45%) en Limburg (34%) in het oog sprongen. Voor Utrecht betekende het een toename van 6.833 vacatures in een jaar tijd. In absolute aantallen volgden de provincies Zuid-Holland (+4.877) en Noord-Holland (+4.184). Noord-Holland en Zuid-Holland waren (in die volgorde) ook in 2014 weer de provincies met het grootste aantal vacatures.

Projectmanagement in de lift

In nagenoeg alle beroepscategorieën was een groei te zien van vacatures. Alleen Accounting/Financieel kende 2% minder vacatures dan in 2013. De sterkste groei was te zien in Horeca dat met 109% een ware opleving kende. Deze sector heeft zware klappen gehad door de economische crisis en lijkt nu eindelijk de weg omhoog weer gevonden te hebben. Ook de categorie Projectmanagement kende met een toename van 74% flink meer vacatures dan vorig jaar. Dit klinkt als een goed teken voor de economie, want het ontstaan van meer projecten kan er op duiden dat er weer meer ontwikkeling komt in het bedrijfsleven. De categorie met de meeste vacatures blijft IT/Software Development. Bijna een kwart (23%) van de vacatures op Monsterboard.nl viel hieronder. Gevolgd door Sales (17%) en Techniek (16%).

Vacatureplaatsing per categorie

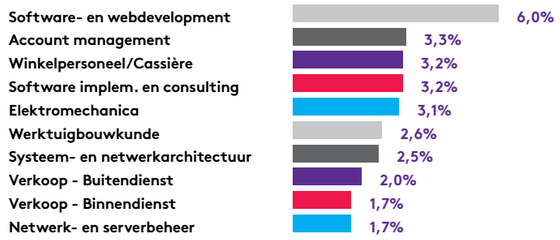


Bron: Monster Data

Meer vraag naar winkelpersoneel

Op beroepsniveau werd net als in 2013 het meest naar personeel binnen Software- en Webdevelopment gevraagd. Het aandeel steeg zelfs van 5,4% in 2013 naar 6% van het totaal geplaatste vacatures in 2014. Ook Accountmanagement scoorde weer goed met 3,3% van alle vacatures in 2014. Een opvallende groei is te zien in de vraag naar Winkelpersoneel en Caissières. Het aandeel steeg in een jaar tijd van 1,9% naar 3,2%. Ook naar medewerkers in de Elektromechanica werd een stuk meer gevraagd dan in 2013. Hun aandeel steeg van 2,6% naar 3,2%. Nieuw in top-10 is Verkoop (binnendienst). Dit ging ten koste van Financiële Analyse en Rapportage die uit de top-10 is gevallen.

Meest gevraagde functies 2014

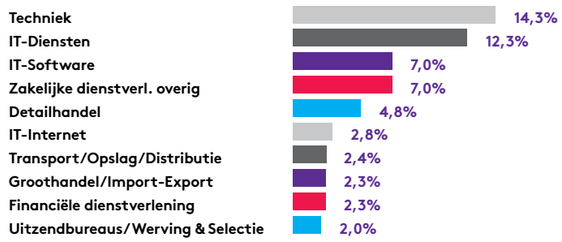


Bron: Monster Data

Techniek en IT domineren de sectoren; sterke opkomst Detailhandel

Bij de sectoren hebben er in 2014 aardige verschuivingen plaatsgevonden. Techniek is nu de grootste sector als het gaat om geplaatste vacatures. In 2013 moest het die plaats nog delen met IT-diensten dat nu op de tweede plaatst staat. Dat Techniek en IT het vacaturelandschap bepalen, blijkt ook uit nummer 3 (IT-software) en 6 (IT-internet). IT-software heeft hiermee de plaats ingenomen van Zakelijke Dienstverlening dat naar de 4e plaats is gezakt. Opvallend is de opkomst van Detailhandel dat van de 10e plaats is opgeklommen naar de 5e positie. Bankwezen en Consumentenleningen en Productie (overig) zijn uit de top-10 verdwenen. Nieuw zijn: Transport/Opslag/Distributie en Uitzendbureaus/Werving & Selectie.

Geplaatste vacatures per industrie 2014

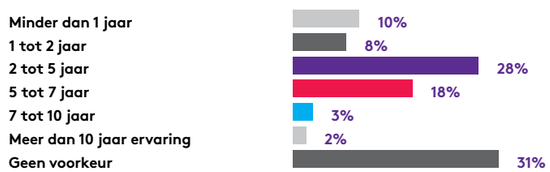


Bron: Monster Data

Meer vraag naar starters

Het aantal vacatures voor medewerkers met minder dan één jaar werkervaring is het afgelopen jaar bijna verdubbeld. Goed nieuws voor de starters dus. Er kwamen voor hen in 2014 7.250 meer vacatures bij. Ook voor de midcareers (5-7 jaar ervaring) stonden een stuk meer vacatures (6.594) open dan in 2013.

Vacatureplaatsing per aantal jaar ervaring 2014



Bron: Monster Data

‘HET VINDEN VAN KANDIDATEN EN BANEN WORDT MINDER COMPLEX’

Monsterboard heeft een nieuwe strategie ontwikkeld om bedrijven en werkzoekenden nog beter bij elkaar te brengen. Andrea Bertone, President Monster Europe, legt uit waarom deze nieuwe aanpak zo hard nodig is in deze tijd en wat we allemaal kunnen verwachten.

Andrea Bertone

Waarom deze nieuwe strategie?
‘De arbeidsmarkt is de afgelopen jaren een stuk gefragmenteerder en complexer geworden. Werkzoekenden, zowel actief als passief, bewegen zich op steeds meer verschillende plekken op het internet. Denk aan de opkomst van social media, maar ook aan het ontstaan van meerdere specialistische vacaturesites. Door deze wildgroei aan middelen, fragmentatie van werkzoekenden en een verschuiving in de samenstelling en het gedrag van de beroepsbevolking is het voor recruiters steeds lastiger om de juiste aanpak te bepalen voor hun doelgroep. Ze moeten steeds vaker te werk gaan als een marketeer die precies weet waar zijn doelgroep zich bevindt, wat zijn drijfveren zijn en welke boodschap hij moet overbrengen om de kandidaat over de streep te trekken.’

‘Omgekeerd is het door het gefragmenteerde aanbod voor een werkzoekende onduidelijker geworden waar ze nu precies hun banen kunnen vinden. Uit onderzoek blijkt dat ze vaak het gevoel hebben dat ze niet echt meer een goed overzicht hebben en dat er veel meer vacatures zijn dan ze kunnen vinden. Wij willen beide partijen weer beter bij elkaar brengen. Jeff Taylor begon Monster twintig jaar geleden vanuit zijn visie *‘Bringing people together to advance their lives’*. Met dit in het achterhoofd willen wij dat samenbrengen opnieuw tegen het licht houden en aanpassen aan de huidige tijd. Dat vereist vereenvoudiging van het proces voor beide partijen.’

Hoe gaat Monster dat aanpakken?
‘Allereerst gaan we de schaal van onze business aanzienlijk vergroten. *Wherever the people are, we are; wherever the jobs are, we are.* Dat betekent dat we zowel het aantal vacatures als het aantal kandidaten enorm uitbreiden. Dit doen we met innovatieve tools en technologieën die ervoor zorgen dat het voor bedrijven eenvoudiger wordt om meer kwalitatieve kandidaten te vinden.’

Kunt u een voorbeeld van deze tools geven?
‘TalentBin by Monster is een goed voorbeeld. Dit is een tool waarbij geaggregeerde kandidaatprofielen van verschillende websites en social platforms worden verzameld. Zo hoef je als recruiter niet meer op al die plekken te zoeken, maar krijg je in een keer een overzicht van de kandidaten plus rijke informatie over hen. Daarnaast bieden we via Monster TwitterCards en Social Job Ads (dit jaar ook in Nederland beschikbaar, red) de mogelijkheid om vacatures snel en gemakkelijk te verspreiden via social media.’

Je bent een groot voorstander van nieuwe technologieën. Zijn zij de sleutel tot succes?
‘Dat vind ik wel. Kevin Wheeler zei het mooi tijdens het Monster Year Event: waar machines in de vorige eeuw onze spierkracht ondersteunden, zullen computers in deze eeuw ons brein helpen om meer te kunnen in minder tijd. Op tal van terreinen wordt hier al winst mee geboekt en ik zie daar ook nog veel ruimte voor in recruitment. Veel recruiters vertrouwen nog steeds op traditionele tools en technieken en zien vaak nieuwe technologieën nog over het hoofd. Maar nieuwe tools maken hun werk juist efficiënter waardoor ze meer tijd over hebben om nieuwe vaardigheden te leren of op een andere manier meer waarde toe te voegen aan hun positie binnen de organisatie.’

De nieuwe producten leggen een sterke focus op ‘social distributie’. Zijn social media wat Monster betreft vaste waarden geworden in recruitment?
‘Social media zijn nu in elk geval erg belangrijk in het landschap en dat zal voorlopig ook nog blijven. Een goede marketeer, en goede recuiters zijn marketeers, moet de mogelijkheden van deze kanalen dus absoluut omarmen. Met onze producten spelen we hier concreet op in door tools te bieden voor de kanalen die nu volop gebruikt worden zoals Twitter en Facebook. Social media is een prachtige manier om veel mensen te bereiken, vooral ook passief werkzoekenden.’

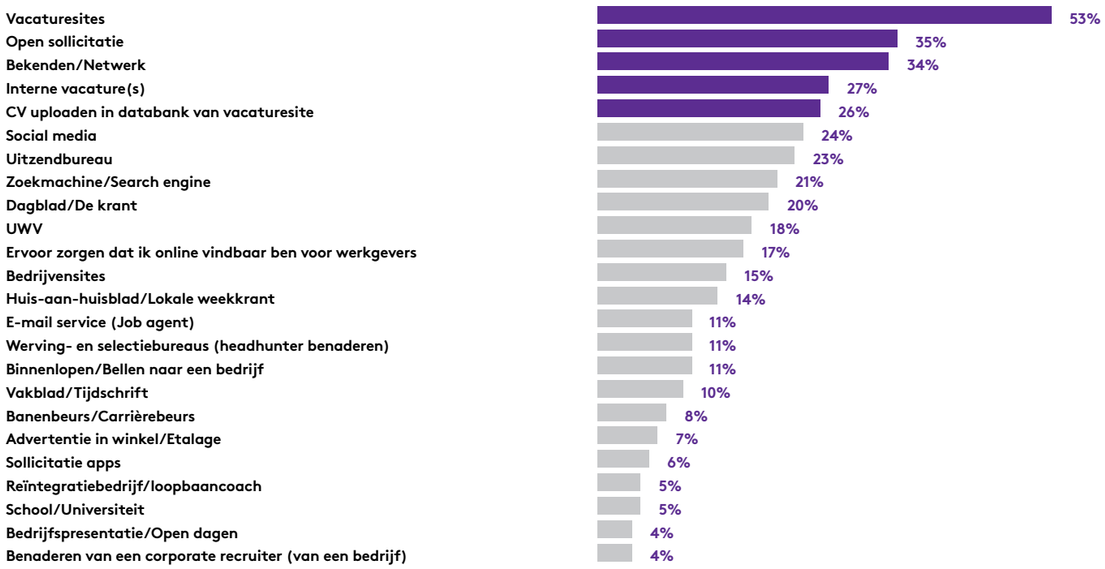
Hoe belangrijk zijn passieve kandidaten voor Monster?
‘Erg belangrijk. Zeker voor de schaarse beroepen is het vaak een belangrijke manier om goede mensen te vinden. Maar het belang van actieve kandidaten moet ook niet vergeten worden. Daarom richten we ons duidelijk op beide groepen.’ Al denk ik dat we niet meer moeten denken in actieve en passieve kandidaten. Mede dankzij de technologie is iedereen een kandidaat, want je kunt met iedereen contact leggen.

Monsterboard heeft zich altijd geprofileerd als carrièresite, dus een plek waarbij het niet alleen om het vinden en invullen van vacatures gaat, maar ook om het ontwikkelen van je carrière. Is daar nog ruimte voor in de nieuwe strategie?
‘Zeker. In januari hebben we twee speciale communities op onze site gelanceerd, speciaal voor IT’ers en Technici. We bieden ze hierin relevante content over werk en carrière. Een achterliggende gedachte is natuurlijk ook om deze schaarse doelgroep op deze manier nog meer aan ons te binden. Zo slaan we twee vliegen in één klap.’

GEDRAG MONSTERBOARD BEZOEKERS

Op welke manier zochten werkzoekenden in 2014 naar een baan en hoeveel deden dat via Monsterboard? Waar kwamen ze vandaan en naar welke beroepen waren zij op zoek?

Ontwikkeling in gebruik van oriëntatiebronnen



Bron: AGO

Vacaturesite blijft meest gebruikt
De vacaturesite is nog steeds de meest gebruikte oriëntatiebron voor werkzoekenden. Iets meer dan de helft (53%) zegt zich op deze manier te oriënteren op een nieuwe baan. Dat blijkt uit cijfers van het Arbeidsmarkt GedragsOnderzoek (AGO) van Intelligence Group. De open sollicitatie (35%) en de inzet van het eigen netwerk (34%) stonden ook dit jaar op de respectievelijk tweede en derde plaats. Vacaturesites worden daarnaast ook nog veelvuldig gebruikt voor het plaatsen van een cv (26%) en het aanmaken van een job agent, een vacature e-mailservice (11%).

Online vindbaar
Nieuw is dit jaar de categorie 'ervoor zorgen dat ik online vindbaar ben voor werkgevers'. Werkzoekenden zijn steeds bewuster bezig met hun digitale footprint: persoonlijke informatie die ze online achterlaten. Werkgevers, in het bijzonder sourcers, zoeken immers op steeds meer verschillende plekken op het internet naar geschikte kandidaten. 17% van de werkzoekenden zegt actief bezig te zijn, zodat ze door deze sourcers gevonden kunnen worden.

Social media
In het verlengde hiervan ligt het gebruik van social media. Dit kan ook op een indirecte manier gebeuren, doordat werkgevers iemand benaderen die een interessant profiel heeft achtergelaten, maar ook als werkzoekenden actief reageren op vacatures die op social media verschijnen. 24% van de werkzoekenden geeft aan social media te gebruiken voor het vinden van een baan. Nog eens 4% zegt dat ze een corporate recruiter rechtstreeks benaderen voor een baan. Dit is ook een nieuwe categorie binnen het AGO. Er staat niet specifiek bij via wel medium dit gebeurt. Hoewel social media wel een geschikte, laagdrempelige plek is voor het oriënteren op een nieuwe baan, kan het natuurlijk ook op andere manieren gebeuren. Nieuw in het AGO is ook de inzet van een sollicitatie-app. 6% zegt deze te gebruiken voor het oriënteren op een andere baan.

Monsterboard: Bijna 1 miljoen bezoekers per maand
In 2014 waren er maandelijks 962.202 unieke bezoekers op Monsterboard. Dat is een toename van 6,1% ten opzichte van 2013 en een stijging van 12,4% vergeleken met 2012. De bijna 1 miljoen bezoekers brachten samen 1.628.612 bezoeken aan Monsterboard wat neerkomt op een gemiddelde van 1,75 bezoeken per bezoeker. Ook dit is een stijging ten opzichte van 2013 (5,8%) en 2012 (9,6%).

Het gemiddeld aantal zoekopdrachten per maand lag in 2014 op 7.021.011. Dit zijn ruim 1,5 miljoen zoekopdrachten meer per maand dan in 2013. Procentueel is dat een groei van 26,8% ten opzichte van 2013 en 30% ten opzichte van 2012. Ook het aantal vacatures dat werd bekeken, is aanzienlijk gegroeid naar een ruime vier miljoen per maand.

Bezoeken

Zoekopdrachten

Unieke bezoekers

Aantal keer dat vacatures zijn bekeken

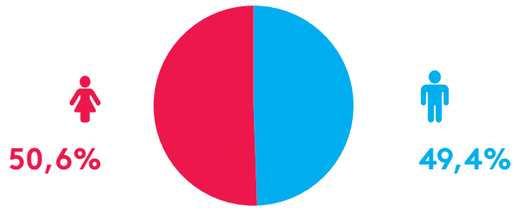
Bron: Monster Data. Data zijn gemiddeld per maand

Iets meer vrouwen dan mannen
In 2014 bezochten iets meer vrouwen dan mannen Monsterboard, maar het verschil is minimaal. Alle leeftijdscategorieën zijn gelijkmatig vertegenwoordigd, met een kleine meerderheid in de groep van 25 tot 34 jarigen.

Leeftijd bezoekers

Bron: ComScore

Bezoekers 2014

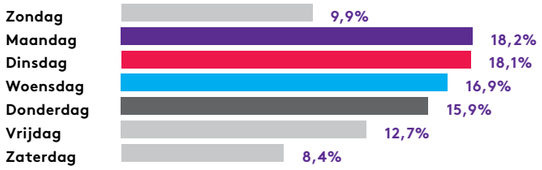


Bron: ComScore

Meeste drukte begin van de week
Maandag en dinsdag waren ook in 2014 de drukst bezochte dagen op Monsterboard. Op die eerste twee dagen van de week vindt een derde (36,3%) van de bezoeken plaats. Woensdag is ook een druk bezochte dag met 16,9%. Na woensdag neemt het bezoek op Monsterboard langzaam aan af met zaterdag als meest rustige dag (8,3%).

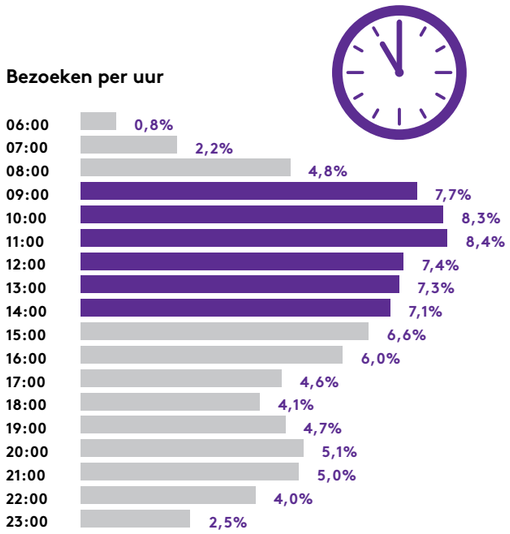
De drukst bezochte dagen in 2014 waren maandag 6 oktober (79.472 bezoeken) en maandag 27 oktober (80.765 bezoeken).

Bezoeken per dag



Bron: Monster Data

Bezoeken per uur



Bron: Monster Data

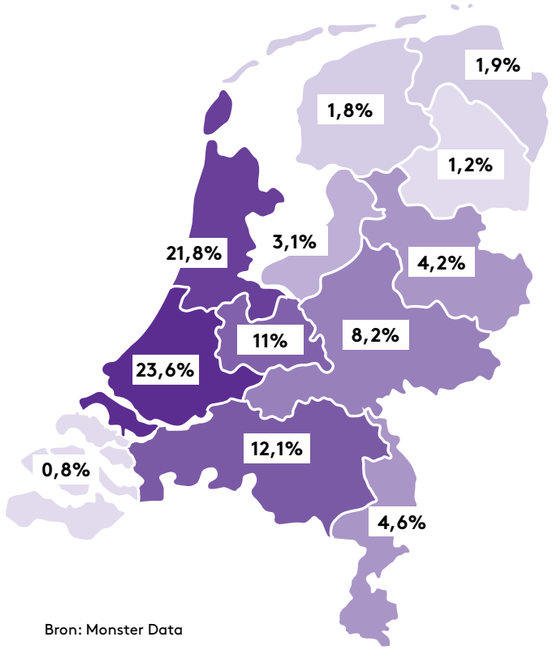
Piek in de ochtenduren
In 2014 was het tussen 9 uur en 12 uur het drukst op Monsterboard.nl. Binnen deze uren wordt bijna een kwart van de bezoeken gedaan (24,4%). Tussen 12:00 uur en 15:00 uur bevindt gemiddeld 7% van de bezoekers zich op de site en naarmate de avond nadert, nemen ook de bezoekers af. Vanaf 19:00 uur wordt het weer wat drukker, het lijkt er op dat mensen na het avondeten weer op zoek gaan naar een baan.

Verdubbeling mobiel gebruik in twee jaar tijd
In 2014 kwam 30% van de bezoekers op Monsterboard binnen via een mobile device (smartphone of tablet). In 2013 was dit 25% en in 2012 nog slechts 15%. Dat betekent dat het mobiele gebruik in twee jaar tijd verdubbeld is. Naar verhouding wordt er via een mobile device minder gesolliciteerd. Waar 12% van de bezoeken via een computer leidt tot een sollicitatie is dat in het geval van een mobiel apparaat drie keer zo weinig: 4%. Ook bekijken bezoekers die inloggen via een vaste computer bijna twee keer zoveel pagina's als via een mobile device. Het komt overeen met resultaten uit het AGO, waar 6% aangeeft een sollicitatie-app te gebruiken bij het oriënteren op een baan.

70%	Bezoeken per apparaat	30%
12%	Bezoeken per type apparaat - gestarte sollicitaties per bezoek	4%
5,0	Bezoeken per type apparaat - # bekeken pagina's	2,7

Bron: Monster Data

Bezoek Monsterboard



Bron: Monster Data

Meeste bezoek uit Randstad
Net als andere jaren komt het meeste bezoek van Monsterboard uit de Randstad. Dit is niet verwonderlijk aangezien hier de meeste mensen wonen en de meeste vacatures zijn. Zuid-Holland neemt met 23,6% het grootste deel voor zijn rekening, gevolgd door Noord-Holland met 21,8%. 12,1% van de bezoekers komt uit Noord-Brabant en 11% uit Utrecht. Het minste bezoek komt uit Zeeland (0,8%).

Limburgers en Hagenaars meest mobiel
Amsterdam levert als hoofdstad de meeste bezoekers aan Monsterboard, gevolgd door de andere twee grote steden Den Haag en Rotterdam.

Limburgse bezoekers van Monsterboard blijken aanzienlijk mobieler dan bezoekers uit andere provincies. Maar liefst 45% van de bezoekers uit Limburg kwam in 2014 binnen via een mobiel apparaat, terwijl het landelijk gemiddelde op 30% ligt. Op nummer twee qua mobiel gebruik staat Zuid-Holland (34%). Den Haag voert ook de ranglijst aan als stad waar het meeste mobiel verkeer naar Monsterboard vandaan komt, hoewel het aandeel wel minder is geworden in 2014.

Mobiel bezoek Monsterboard

Bron: Monster Data

Bijna 25 duizend nieuwe cv's per maand
Gemiddeld waren er vorig jaar 756.580 mensen met een MyMonster-account en werden er maandelijks 13.623 nieuwe accounts aangemaakt. Per maand werden er gemiddeld 24.600 nieuwe cv's geplaatst op Monsterboard. Het gemiddeld aantal zoekagenten (e-mails met nieuwe relevante vacatures) bedroeg vorig jaar 317.732 stuks. Er kwamen er maandelijks gemiddeld 13.613 bij.

Verdubbeling cv's in vele categorieën
Voor sommige beroepscategorieën verdubbelde het aantal nieuw cv's in 2014. Het gaat hierbij om cv's voor Productie/Fabricage, Redactie/Journalistiek, Klantenservice en Horeca. Ook de nieuwe cv's voor Sales en Techniek verdubbelden bijna ten opzichte van 2013. In de beroepscategorie Administratief/Secretarieel werden ook in 2014 weer de meeste cv's geplaatst, zelfs 12.000 meer dan in 2013. Ook de beroepscategorieën Sales/Verkoop (12.000 meer dan in 2013), Accounting/Financieel (7.000 meer) IT/Software Development (6.600 meer) en Logistiek/Transport (6.000 meer) waren afgelopen jaar goed vertegenwoordigd.

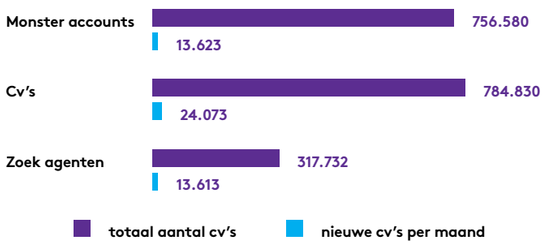
Meest gewilde functies

10. VERKOOP - BINNENDIENST
9. RECEPTIONIST(E)
2. ACCOUNT MANAGEMENT
3. SECRETARIËLE ONDERSTEUNING
4. BOEKHOUDING
1. ADMINISTRATIEF
5. MANAGEMENT ASSISTANT/ PERSONAL ASSISTANT
7. OFFICE MANAGEMENT
6. VERKOOP - BUITENDIENST
8. MARKETINGCOMMUNICATIE

Bron: Monster Data

Meest gebruikte zoekwoord: Secretaresse
De voorkeur voor secretariële en administratieve beroepen is ook duidelijke terug te zien in het overzicht van gebruikte trefwoorden waarop gezocht wordt op Monsterboard. Secretaresse staat daarbij weer fier bovenaan, gevolgd door Administratief en Administratie dat vorig jaar voor het eerst bovenaan stond. Op de vijfde plek staat ook nog Administratief medewerker als zoekwoord dat eerder niet eens in de top-200 stond. Ook Koerier kwam van buiten de top-200 in de top-10 terecht. Andere opvallende stijgers zijn de zoekwoorden Horeca, Chauffeur, Receptioniste en Parttime. Communicatie, Onderwijs en Schoonmaak zijn trefwoorden die dit jaar buiten de top-20 zijn gevallen

Op Monsterboard:



Bron: Monster Data

Cv's per beroepscategorie

Bron: Monster Data

Administratieve beroepen meest populair
Een administratief beroep was ook in 2014 weer het meeste gewild, gevolgd door beroepen voor Accountmanagement en Secretariële Ondersteuning. Dit is dezelfde top-3 als in 2013. Nieuw in de top-10 is Verkoop (binnendienst) ten koste van Debiteuren/ Crediteurenadministratie dat uit de top-10 verdween.

Populaire zoekwoorden

↑ 1	1. Secretaresse	↓ -5	11. Hr
↑ 2	2. Administratief	↓ -7	12. Manager
↓ -2	3. Administratie	→ 0	13. Controller
↑ 8	4. Horeca	↓ -3	14. Logistiek
↑ 217	5. Adm. medewerker	↑ 24	15. Receptioniste
↑ 31	6. Chauffeur	↑ 7	16. Parttime
→ 0	7. ICT	↓ -1	17. Zorg
↑ 2	8. Verkoop	↓ -9	18. Accountmanager
↓ -6	9. Marketing	↓ -11	19. Sales
↑ 210	10. Koerier	↓ -2	20. Financieel

Bron: Monster Data

'TECHNOLOGIE VERANDERT DE ROL VAN DE RECRUITER'

De Amerikaanse recruitmentgoeroe Kevin Wheeler schetste tijdens het Monster Year Event vier recruitmenttrends voor de komende jaren op het gebied van het vinden van kandidaten, het afnemen van sollicitatiegesprekken, het analyseren van data en de vaardigheden van recruiters. We vroegen hem na afloop om een toelichting.

Voor Wheeler wordt onze huidige eeuw gekenmerkt door een nieuwe technologische revolutie die de functie van ons brein steeds meer overneemt. Waar de industriële revolutie uit de vorige eeuw vooral spierkracht (van man, paard, os etc.) verving en verbeterde, worden nu onze hersenen geholpen door computers die het denken en analyseren niet alleen makkelijker maken, maar vooral ook veel sneller en beter. Computers bestaan natuurlijk al een aantal decennia en ook het internet is niet van gisteren, maar de ontwikkeling die deze technologie de afgelopen jaren heeft doorgemaakt, is zo spectaculair dat het volgens Wheeler steeds meer impact heeft op ons werkende leven.

Ook recruitment verandert volgens Wheeler onder invloed van deze voortschrijdende technologische ontwikkeling. Onder meer op de manier waarop we banen zoeken en kandidaten vinden. Internet heeft dit de afgelopen vijftien jaar natuurlijk al drastisch veranderd, maar daardoor is het er de laatste tijd niet overzichtelijker op geworden. Wheeler verwacht daarom een soort tegenbeweging die hij *consolidation* noemt en die het vinden van kandidaten minder complex moet maken.

Hoe gaan we in de toekomst onze kandidaten vinden?
'Het landschap is de afgelopen jaren erg gefragmenteerd geworden. Kandidaten zijn niet meer op één plek te vinden en ook de banen staan op talloze verschillende jobboards, nichesites, werkgeverssites en social media. Dat maakt het voor werkzoekenden moeilijker om de juiste baan te vinden en voor recruiters lastiger om de juiste kandidaten te vinden. Ik denk dat we weer teruggaan naar een paar bronnen waar we alle banen of alle kandidaten vinden. Eigenlijk net als vroeger.'

'Ik denk dat we weer teruggaan naar een paar bronnen waar we alle banen of alle kandidaten vinden'

Hoe ziet dat in praktijk eruit? En hoe helpt de nieuwe technologie daarbij?
'Jobboards zullen meer als een aggregator gaan werken die alle banen en alle kandidaten van verschillende plekken verzamelen. Voor banen gebeurt dat nu al wel, maar het zal nog geavanceerder worden, omdat computers steeds beter worden in het begrijpen wat je zoekt. Je moet het vergelijken met het online boeken van een vliegticket. Dan typ je je bestemming en datum in en krijg je twaalf opties met verschillende maatschappijen en prijzen die daar aan voldoen. Zo zullen we in de toekomst ook kandidaten gaan vinden. Je typt bijvoorbeeld een aantal kwalificaties in en dan geeft de computer jou een lijst met mogelijke kandidaten die verzameld worden uit het hele internet. Je krijgt er bijvoorbeeld honderd te zien en als je een criterium aanpast, verfijn je het tot tien of minder. Zo vind je heel snel en specifiek jouw kandidaat uit een aanbod van verschillende bronnen.'

Zijn dat dan alleen actieve kandidaten die ooit hebben aangeven dat ze geïnteresseerd zijn in een baan, of is de technologie ook zo sterk dat ze passieve kandidaten vinden die dat niet hebben aangegeven?
'Ik denk dat de software zo sterk zal worden dat ze ook passieve kandidaten kunnen vinden. TalentBin doet dat nu al voor ICT'ers waarvan ze de profielen verzamelen uit verschillende bronnen waar niet alleen actieve banenzoekers op zitten. Dat gaat steeds verder. Want zelfs als je denkt dat je geen informatie achterlaat op internet, doe je dat toch. Neem Facebook: al vul je bijna niks in bij je profiel, dan nog weet Facebook binnen de kortste keren tachtig verschillende zaken van je op basis van je berichten, je leesgedrag en je likes. Waar je woont, welke sport je leuk vindt, welk eten je lekker vindt of je veel of weinig inkomen hebt. Het gaat er niet om wat je zegt, maar om wat je doet. Het web is je cv en social media jouw referenties.'

'Het web is je cv en social media jouw referenties'

Dat heeft ook effect op sollicitatiegesprekken, noemt u als tweede trend. Gaan die verdwijnen?
'Wel op de manier zoals we dat nu gewend zijn. De belangrijkste reden voor een interview nu is om te kijken of iemand de kwalificaties heeft voor de baan. Dat zal in de toekomst niet meer nodig zijn. Dat kan een computer veel beter beoordelen op basis van wat iemand allemaal al heeft achtergelaten op het internet. Of het kan heel goed gecheckt worden met online tests of games. Daaruit kun je heel adequaat iemands vaardigheden, competenties en mogelijkheden analyseren. IBM kan zelfs al iemands persoonlijkheid ontcijferen op basis van 200 tweets. Ik was onlangs nog bij ze en het is echt verbluffend wat ze allemaal kunnen. Maar een sollicitatiegesprek kan nog steeds nuttig zijn om te kijken of je iemand leuk vindt en of je denkt dat diegene in jouw team past. Die vorm zal altijd wel blijven. Maar dan is vooral interessant voor de hiring manager.'

Analyse wordt steeds belangrijker voor recruiters, zegt u ook. Uw derde trend. Kunt u dat toelichten?
'Ik denk dat recruiters nu nog veel te weinig gebruik maken van de data die beschikbaar zijn. Terwijl er zo veel mogelijkheden zijn. Informatie over welk soort kandidaten in jouw bedrijf het meest succesvol zijn, welke het makkelijkste te werven zijn, welk wervingskanaal het beste werkt. Of wat nodig is om jouw doelgroep te bereiken en ze op de juiste manier aan te spreken dat ze graag bij jou willen werken. Marketeers werken al decennia op deze manier, maar recruiters lijken nog niet veel raad te weten met al deze informatie die gewoon beschikbaar is en die steeds meer beschikbaar komt. Wie mee wil met de toekomst zal daar beter mee om moeten kunnen gaan. Probeer te achterhalen waarom die ene kandidaat wel makkelijk te werven was en die andere niet. En ga experimenteren met verschillende manieren. Wat werkt wel, wat werkt niet.'

Zoals Google ook ondervond.
'Dat is inderdaad een heel goed voorbeeld. Google heeft jarenlang alleen maar mensen geworven die hoge resultaten hadden gehaald op bepaalde universiteiten, totdat ze gingen analyseren wie de beste werknemers waren. En toen bleek dat andere competenties veel belangrijker waren dan schoolprestaties. Nu hebben ze die eis van een academische titel losgelaten en selecteren ze op negen andere criteria. Allemaal gebaseerd op bestaande data van hun personeelsbestand.'

Maar is dit nog wel iets wat bij het vak van recruiter hoort? Moeten ze daar niet gewoon een data-analyst of marketeer voor inhuren?
'Dat is vaak ook de beste oplossing. Je kunt bijvoorbeeld iemand inhuren die voor jou de analyses maakt. Je hebt ook maar een iemand nodig voor een hele recruitment-afdeling. Diegene kan jou helpen met het begrijpen van de data en het opstellen van een A/B-test om verschillende strategieën uit te proberen en naast elkaar te leggen. Maar de verantwoordelijkheid om zo iemand in te huren, moet wel bij een recruiter liggen, anders gebeurt het niet. Recruiters moeten dus inzien dat analyses in hun voordeel werken.'

'IBM kan al iemands persoonlijkheid ontcijferen op basis van 200 tweets'

De vaardigheden van recuiters veranderen sowieso door de veranderende technologie zegt u in uw vierde trend.
'Ja. Terwijl het steeds minder complex wordt om kandidaten te vinden, wordt het wel steeds belangrijker om mee te denken welke kandidaten het beste voor het bedrijf zijn. Het gaat niet om *finding*, maar om *defining*. De markt verandert zo snel dat de mensen die je morgen zoekt wellicht overmorgen al niet meer nodig zijn. Ik denk dat de grootste zwakte van veel hiring managers is dat ze niet weten wat ze precies zoeken. Dan kijken ze naar het zittend personeel en zeggen ze 'ik wil iemand zoals hij', terwijl die vaardigheden voor de toekomst van het bedrijf misschien niet meer zo nodig zijn. Een goede recruiter helpt de hiring manager met het scherp definiëren van de functie-omschrijving die beter past voor waar het bedrijf over een aantal jaar staat.'

Waarom is dat een taak voor de recruiter? Dat kan de hiring manager toch ook bedenken?
'Ik denk dat het een gedeelde verantwoordelijkheid is en ik denk dat veel hiring managers blij zouden zijn als een recruiter op dat niveau met ze meedenkt. Ik spreek veel hiring managers en ze zijn meestal te druk bezig om hun dagelijks werk af te krijgen dan dat ze bezig zijn met wat het bedrijf over twee jaar nodig heeft. Een recruiter zou op zijn minst het gesprek hierover moeten aangaan.'

Ziet u nog andere veranderingen voor de recruiter van de toekomst?
'Ik denk dat ze zich moeten realiseren dat het eigen netwerk ook nog steeds cruciaal is, ondanks dat een groot deel van de kandidaten gevonden wordt via automatische tools. Vroeger was men daar beter in, omdat ze geen andere keuze hadden. Toen vond je de meeste kandidaten door rond te vragen bij de mensen die je kende. Dat zouden we weer meer moeten doen.'

Waarom? Als de technologie ons zo goed kan helpen, waarom zouden we dan nog netwerken?
'Je kunt inderdaad de technologie gebruiken om iemand te vinden, maar je hebt je netwerk nog wel nodig om ervoor te zorgen dat iemand ook echt bij jou komt werken. Je kunt je netwerk namelijk ook gebruiken om nog meer van iemand te weten te komen. Zo krijg je een nog beter beeld. Technologie zal nooit 100% mensen vervangen, maar het maakt mensen wel slimmer. Je hoeft nu niet meer op twintig mensen te jagen, maar nog maar op vijf. Maar van die vijf wil je dan nog wel weten wie echt de beste is. Dan kan een netwerk goed van pas komen. Het gaat om de combinatie van goede technologie, goede analyses en een goed netwerk. Dat is hoe de recruiter van de toekomst er wat mij betreft uit ziet.'

En zullen er daardoor minder recruiters nodig zijn?
'Ja, ik denk dat er minder recruiters nodig zijn zoals we die nu kennen. Veel recruiters zijn pure sourcers of alleen bezig met interviewen. Dat zal verdwijnen, want die vaardigheden kunnen prima door een computer worden gedaan, zoals ik heb uitgelegd. Maar de recruiter die meedenkt met de strategie van het bedrijf en als een marketeer zorgt dat met de juiste analyses de juiste mensen bij het bedrijf komen, die zullen nog wel nodig zijn. Iemand die in staat is om een kandidaat te overtuigen om bij het bedrijf te werken, die een coach is voor de kandidaat en een coach voor de hiring manager. Het zal minder om het zoeken van de kandidaat gaan en meer om het verkopen van de functie. Recruitment zal dus steeds meer een sales- en marketingfunctie worden.'

Op welke termijn zullen deze trends waarheid worden?
'Ik denk dat we het meeste ervan al wel binnen de komende vijf jaar zullen meemaken. Of wellicht al eerder. Sommige zaken gebeuren nu al, kijk bijvoorbeeld naar TalentBin van Monserboard. Binnen een of twee jaar is dat soort technologie nog geavanceerder en zullen meer mensen het gebruiken. En dan zullen mensen ineens zeggen: 'Hé, ik heb helemaal geen aparte sourcer meer nodig.' Eerst zal het om de eenvoudigere banen gaan en dan om de complexere, dus niet alle sourcers zullen meteen hun baan kwijtraken, maar heel veel wel. Het is een geleidelijk proces, maar voor je het weet is het zo ver. Zoals de bekende uitspraak van Calvin uit de strip Calvin & Hobbes: "Know what's weird? Day by day nothing seems to change, but pretty soon... everything's different." Je kunt dus beter maar voorbereid zijn.'

Kevin Wheeler is een Amerikaanse recruitmentgoeroe. Hij is oprichter en CEO van Global Learning Resources, Inc. een bedrijf dat andere organisaties wereldwijd helpt en adviseert met het aantrekken van toptalent. Hij is tevens oprichter en voorzitter van de Future of Talent Institute dat zich bezighoudt met het in kaart brengen en verklaren van trends op het gebied van recruitment en talent acquisitie. Hij is een veelgevraagd spreker en heeft meerdere boeken achter zijn naam staan, waaronder de Corporate University Workbook.

INTERVIEW | KEVIN WHEELER

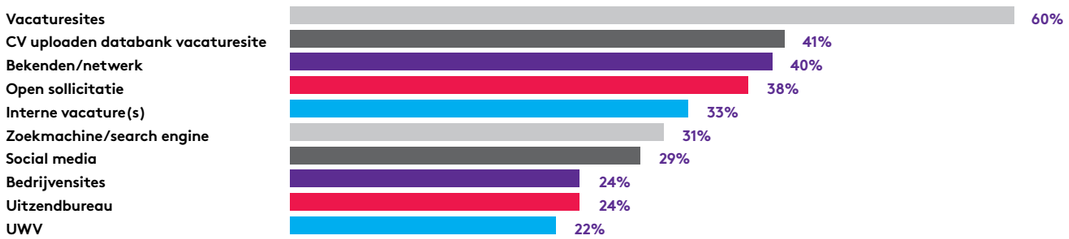
INGEZOOMD: IT-ARBEIDSMARKT

Mede door de versnelling van de technologische ontwikkelingen zal de vraag naar IT'ers de komende tijd verder stijgen. Zo steeg alleen al op Monsterboard het aantal IT-vacatures in een jaar tijd met 22%. Ook het UWV zag een vergelijkbare toename en verwacht dat het aantal in 2015 nog verder zal toenemen. Hoe zijn deze IT'ers te vinden?

Vooral vraag naar Software- en Webdevelopment
Uit cijfers van Monsterboard blijkt dat er vooral veel vraag is naar werknemers in de categorie Software- en Webdevelopment. Maar liefst een kwart van de IT-vacatures (25,2%) op Monsterboard vraagt hiernaar. Dat is twee keer zoveel als de nummer twee op de lijst: Software-implementatie en consulting (12,5%). Op de derde plaats staan Netwerk- en Serverbeheerders (9,9%). Computer- en Netwerkbeveiliging staat onderaan met 3,4% van het aantal vacatures.

Vacaturesites populair onder IT'ers
Voor het vinden van een baan gebruiken werkzoekenden binnen de categorie IT/Software Development voornamelijk vacaturesites. 60% van de IT'ers zegt zich op deze manier te oriënteren. Dat blijkt uit de gegevens van Wervingswereld via Intelligence Group. Ook het uploaden van het cv in de databank van een vacaturesite wordt door bijna de helft van de werkzoekenden binnen IT/Software Development gedaan (41%).

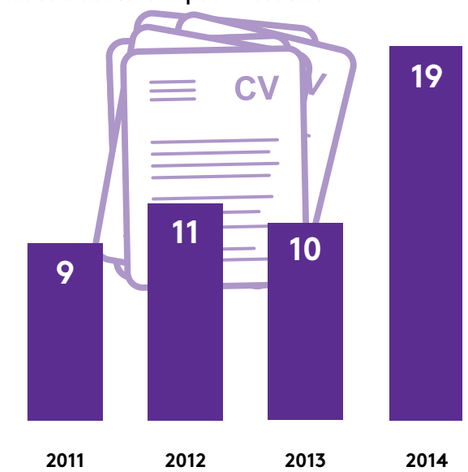
Belangrijkste oriëntatiebronnen



Bron: Wervingswereld

42 duizend cv's van IT'ers
Dat veel IT'ers hun cv uploaden voor het vinden van een baan, blijkt ook de gegevens van Monsterboard. Over 2014 stonden er gemiddeld 42.000 cv's in de database van Monsterboard van mensen die een baan zochten in de beroepscategorie IT/Software Development. En maandelijks kwamen daar gemiddeld 1.460 nieuwe cv's bij. De meeste vraag was er naar een baan binnen Project Management (16%) en binnen Kantoorautomatisering en Support (12%). Op de derde plaats staan Netwerk- en Serverbeheer, Software Implementatie en Consulting en de groep overige (alle 10%).

Gemiddeld aantal cv's per IT vacature



Bron: Monster Data

Aantal cv's per vacature stijgt
Het aantal cv's per openstaande vacature is de afgelopen vier jaar constant toegenomen. Waren er in 2011 nog 9 cv's per openstaande vacature, in 2014 was dat aantal meer dan verdubbeld met 19 cv's per vacature.

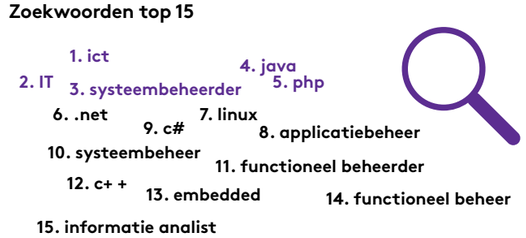
256 zoekopdrachten per IT-vacature
Iedere maand worden er op Monsterboard.nl door werkzoekenden gemiddeld 740.000 zoekopdrachten gedaan naar IT-vacatures. Dit betekent dat er per vacature binnen IT/Software Development 256 zoekopdrachten plaatsvonden in 2014. Ook deze verhouding is de afgelopen vier jaar toegenomen.

Gem. aantal zoekopdracht naar IT vacatures

Bron: Monster Data

Veel zoekwoorden over ontwikkelen en programmeren
IT'ers die op Monsterboard naar een vacature zoeken, gebruiken naast de voor de hand liggende zoekwoorden ICT en IT, ook vaak het woord Systeembeheerder. Maar ook zoekwoorden die te maken hebben met ontwikkelen en programmeren worden veelgebruikt. Het gaat hier om woorden als java, php, .net en linux.

Zoekwoorden top 15



Bron: Monster Data

Gevraagde functietitels door werkgevers
De zoekwoorden die IT'ers gebruiken, sluiten aan bij de functietitels waar naar wordt gevraagd in vacatures. Bovenaan staat de Java Developer, gevolgd door PHP Developer en de .Net Developer. Omdat de functietitel een belangrijk trefwoord is, is de kans op een match groot voor de zoekwoorden die door de werkzoekenden worden gebruikt.

Top 20 IT functietitels

- Java developer
- PHP developer
- .Net developer
- Front end developer
- Systeembeheerder
- Embedded software engineer
- Functioneel beheerder
- Applicatiebeheerder
- Informatie analist
- Helpdeskmedewerker
- Java software engineer
- Consultancy ICT/Business Intelligence
- Software Engineer
- Business Analist (ICT)
- Linux Engineer
- C# ASP .Net Developer
- Linux systeembeheerder
- C# Developer
- Stage IT
- Packager

Bron: Monster Data

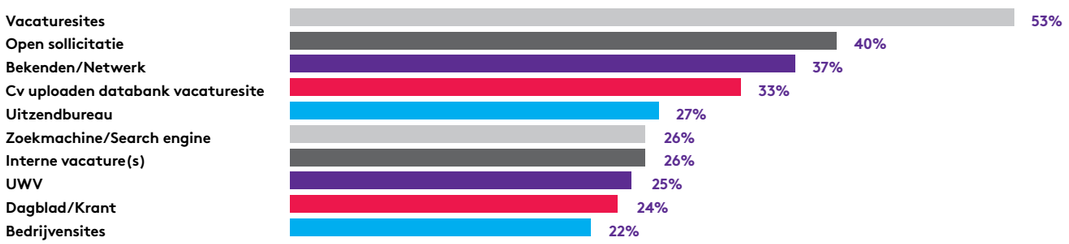
INGEZOOMD: TECHNISCHE ARBEIDSMARKT

Ook de vraag naar technici is het afgelopen jaar verder toegenomen. Het gaat hierbij zowel om hoogopgeleide technici als om de praktijkgerichte technici. Monsterboard zag het totaal aantal technische vacatures het afgelopen jaar toenemen met 30%.

Vooral vraag naar Elektromechanica
Uit cijfers van Monsterboard blijkt dat er vooral veel vraag is naar werknemers in de categorie Elektromechanica. Bijna een kwart van de technische vacatures vraagt hiernaar (23,6%). Ook binnen Werktuigbouwkunde is de vraag hoog (18,9% van het aantal vacatures). Deze worden gevolgd door vacatures voor werknemers in de Technische bedrijfskunde (6,9%) en Civiele Techniek (5,8%).

Vacaturesites ook populair onder technici
Net als IT'ers gebruiken technici vooral vacaturesites voor het vinden van een baan. 53% van de technici zegt zich op deze manier te oriënteren. Dat blijkt uit de gegevens van van Wervingswereld. Ook het uploaden van de cv in de databank van een vacaturesite wordt door een derde van de technische werkzoekenden gedaan (33%).

Belangrijkste oriëntatiebronnen



Bron: Wervingswereld

25 duizend technische cv's
Technici uploaden hun cv ook op Monsterboard. Over heel 2014 stonden er gemiddeld 25.000 cv's in de database van Monsterboard van mensen die een baan zochten in de Techniek. En maandelijks komen daar gemiddeld zo'n 866 nieuwe cv's bij. De meeste vraag was er naar een baan binnen Werktuigbouwkunde (15%) en Elektromechanica (14%). Op de derde plaats staan cv's die vragen om een baan als Technisch tekenaar (CAD) (13%), gevolgd door cv's voor Technische Bedrijfskunde (7%).

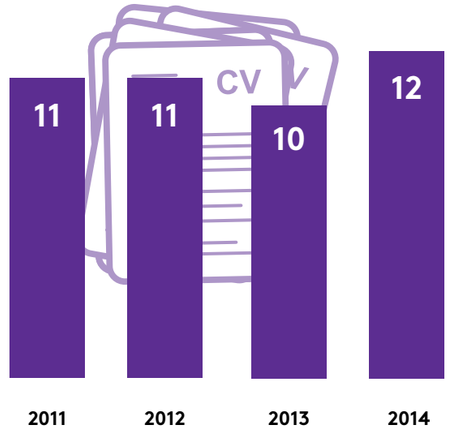
Aantal cv's per vacature stijgt
Het aantal technische cv's per openstaande vacature is in 2014 licht toegenomen. Waren er in 2013 nog 10 cv's per openstaande vacature, in 2014 was dat gestegen naar 12. Dat aantal is daarmee het hoogste van de afgelopen vier jaar.

385 zoekopdrachten per vacature
Er worden maandelijks op Monsterboard.nl gemiddeld 759.000 zoekopdrachten gedaan naar technische vacatures. Dit betekent dat er per vacature binnen de Techniek 385 zoekopdrachten plaatsvonden in 2014. Dat aantal is flink hoger dan in 2013 toen er nog maar 261 zoekopdrachten per vacature waren. In 2012 waren er zelfs maar 120 zoekopdrachten per vacature.

Veel zoekwoorden over PLC
Het zoekwoord dat door technici het meest wordt gebruikt is PLC (naast de voor de hand liggende woorden als Techniek en Engineer). PLC staat voor programmable logic controller (programmeerbare logische eenheid), een bepaald elektronisch apparaat. Daarnaast werd er veel gezocht op trefwoorden die met (auto)cad te maken hadden en met chemie.

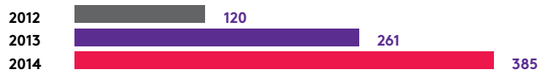
Gevraagde functietitels door werkgevers
Werkgevers zochten in 2014 met name naar de functies Elektrotechnisch Engineer, Mechanical Engineer en Project Engineer. Constructeur/Tekenaar, waar door werkzoekenden veel op gezocht werd, stond op plaats 4.

Gemiddeld aantal cv's per techniek vacature



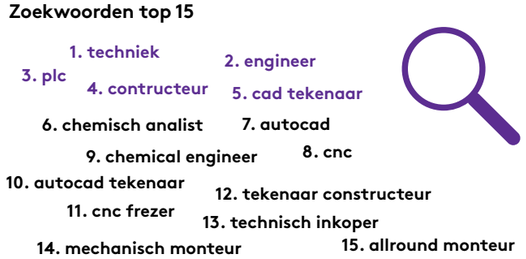
Bron: Monster Data

Gemiddeld aantal zoekopdracht naar techniek vacatures



Bron: Monster Data

Zoekwoorden top 15



Bron: Monster Data

Top 20 technische functietitels

- Elektronisch Engineer
- Mechanical Design Engineer
- Project Engineer
- Constructeur/Tekenaar
- Process Engineer
- Werkvoorbereider/Calculator
- Product Engineer
- Service Monteur
- Field Service Engineer
- E&I Engineer
- Engineer Werktuigbouwkunde
- Maintenance Engineer
- Service Engineer
- Hardware Engineer
- Sales Engineer
- Service & onderhoudsmonteur Elektrotechniek
- System Engineer
- CNC draaier/frezer
- CAD Tekenaar/Engineer
- Adviseur Waterbouw

Bron: Monster Data

WAT VINDEN DE RECRUITERS?

De interviews uit dit rapport legden we in een paneldiscussie voor aan een aantal recruiters en arbeidsmarktexperts. Hoe kijken zij tegen bepaalde stellingen aan vanuit hun praktijkervaring?

Panelleden

Rob van Elburg

@RAVanElburg

Eigenaar van RAVE-cruitment en sinds drie jaar werkzaam als Senior Global IT Recruiter a.i. bij ING waar hij naar eigen zeggen meehelpt om van de bank ook een tech-bedrijf te maken. Ook is hij initiator van het Recruitment Industry Dance Event (RIDE). In januari 2015 werd hij tevens door 2500 stemmers verkozen tot Meest Invloedrijke Recruiter van het Jaar.

Britt van Capelleveen

@brittvc

Werkt als adviseur e-Recruitment voor de Randstad Group Nederland, een samenvoeging van Randstad, Yacht en Tempo-Team. Britt werkt op de afdeling Corporate Recruitment waar ze verantwoordelijk is voor de werving. Daarnaast werkt ze in haar eigen bedrijf Realtime Recruitment als interim sourcer. In 2013 werd ze verkozen tot Meest Invloedrijke Recruiter van het Jaar.

Jasper de Weerdt

@jasper_deweerdt

Sinds 2008 werkzaam als Corporate Recruiter bij Achmea. Jasper heeft een passie voor het zoeken-vinden-benaderen van talent. Hij werkte eerder bij Start, SNS en Agens. In 2012 reed hij me drie vrienden van Amsterdam naar Dakar, een tocht van 7000 kilometer. Doel was geld in te zamelen voor een betere gezondheidszorg voor kinderen in Gambia.

Bas van de Haterd

@bvdhaterd

Ondernemer die zich als adviseur bezighoudt met 'het koppelen van technologische ontwikkelingen aan sociaal maatschappelijke trends, zolang het maar met werk te maken heeft'. Hij geeft daarnaast lezing, trainingen en schreef de boeken '*(R)evolutie van werk*', '*Werken Nieuwe Stijl*' en '*10 banen die verdwijnen & 10 banen die verschijnen*' dat eind 2014 uitkwam.

Dennis Schutte

@dennis_schutte

Sinds twee jaar werkzaam als Senior Corporate Recruiter bij Accenture waar hij verantwoordelijk is voor sourcing BeNeLux. Daarvoor werkte hij als IT-recruiter bij PEAK-IT.

Stelling 1: Een hoger salaris is de oplossing bij schaarste

'Een hoger loon is de oplossing voor schaarste. Zo geef je in elk geval een signaal dat dit de belangrijke beroepen zijn waar je mensen wilt hebben. Maar dat werkt dan wel pas op de langere termijn, want mensen moeten zich eerst daar nog in scholen.' (Frank den Butter)

'Liever aanbod groter maken'
Rob van Elburg ziet geen oplossing in het verhogen van de lonen en wil liever het aanbod groter maken door naar het buitenland te kijken. 'Vraag en aanbod bepalen de prijs. Dus als de schaarste toeneemt, kun je de lonen verhogen, maar ook het aanbod.' Als IT-recuiter bij ING doet hij dat door werknemers uit het buitenland te halen. 'Een paar jaar geleden was 10% van de vacatures binnen ING Engelstalig, inmiddels is dat 30%. Ik vermoed ook dat de voertaal voor IT volledig Engels zal worden.'

'Hogere lonen economisch niet gunstig'
Dennis Schutte, Senior Corporate Recruiter van Accenture, kiest voor dezelfde strategie. 'Voor bepaalde niche skills is er maar een kleine pool van mensen in Nederland die kunnen wat wij zoeken. Wij kunnen in het model dat wij hanteren, met salarissen die zijn gekoppeld aan ervaringsniveaus, niet zomaar de lonen gaan verhogen om mensen toch aan ons te binden. We kijken daarom naar kandidaten uit landen als Spanje, Portugal, Polen en bijvoorbeeld Litouwen die ook de skills hebben die wij zoeken maar qua salaris beter passen.' De reden dat hij de lonen niet wil verhogen is ook een economische: 'Als de lonen omhoog gaan, dan gaan ook de kosten voor de klant omhoog. En dat is voor hen natuurlijk niet het ideale scenario.'

'Salaris is niet het enige dat belangrijk is'
Britt van Capelleveen, adviseur e-Recruitment bij Randstad, Tempo-Team en Yacht, is van mening dat een hoger salaris geen intrinsieke motivatie zou moeten zijn voor mensen om ergens te gaan werken. Daarnaast is ze bang voor scheve gezichten binnen een organisatie als je andere medewerkers die niet schaars zijn, maar wel belangrijk werk verrichten en net zo hard werken, minder betaalt. Jasper de Weerdt merkt op dat salaris niet het enige is dat een baan prettig maakt en neemt zijn eigen baan als Corporate Recruiter als voorbeeld. 'Mijn baan bij Achmea heeft nog een aantal andere aspecten die ik belangrijk vind, zoals de flexibiliteit en het vertrouwen dat ik krijg. Dat heeft dus niks met hoger salaris te maken.'

'Kijk naar effect lange termijn'
Ondernemer, adviseur, schrijver en 'professioneel bemoeial' Bas van de Haterd kan zich juist wel vinden in de stelling, omdat hij hem iets letterlijker leest: 'Iedereen heeft het nu over de korte termijn, terwijl Den Butter het over de langere termijn heeft. Want de mensen moeten zich eerst scholen. Daar geloof ik wel in.' Hij geeft managers als voorbeeld: 'Waarom willen de meeste mensen manager worden? Omdat ze daarmee uiteindelijk in een hogere schaal terechtkomen. Terwijl ik weet dat de meeste mensen die manager worden dat helemaal niet echt willen.' Dat gaat volgens Bas ten koste van de goede specialisten, omdat die nu dus manager worden. De politie had daar volgens hem ook last van, omdat de beste rechercheurs allemaal vanwege het salaris door wilden groeien naar manager. 'Dat hebben ze opgelost door te regelen dat toprechercheurs nu net zoveel kunnen verdienen als hun manager. Zo konden die behouden blijven.'

'Loon is respect'
Rob is het met hem eens dat het goed is dat specialisten nu hetzelfde of meer kunnen verdienen dan managers en ziet dat ook binnen de IT gebeuren. Maar hij betwijfelt of dat nu ook leidt tot meer IT-specialisten. 'Of dit de reden is dat een vwo'er met een bèta-pakket gaat besluiten om java-developer te worden, omdat hij dan €90.000 kan verdienen in plaats van €60.000 geloof ik niet.' Bas denkt juist van wel. 'Het gaat niet om die €60.000 of €90.000, het gaat om het respect dat uitstraalt vanuit het beter betaalde beroep.' Hij haalt een anekdote aan van een businesspartner die ooit door Bussum fietste met zijn zoontje dat vroeg wie toch in die grote huizen woonden. Toen de vader in kwestie zei dat dat vooral accounts waren, zei zijn zoontje 'dan wil ik accountant worden.' Bas, enigszins gekscherend: 'Dát is de reden dat wij nog steeds accountants in Nederland hebben. Omdat ze de grootste huizen hebben. Niet omdat iemand accountant wil worden.'

Stelling 2: Recruiters hebben last van fragmentatie

‘Door een wildgroei aan middelen, fragmentatie van werkzoekenden en een verschuiving in de samenstelling en het gedrag van de beroepsbevolking is het voor recruiters steeds lastiger om de juiste aanpak te bepalen voor hun doelgroep.’ (Andrea Bertone)

‘Moeilijker dan tien jaar geleden’
Britt is het met de stelling eens: ‘Ik merk het zelf in mijn huidige baan nu heel sterk. Vroeger was er alleen Monsterboard en daar vonden werkgevers en werkzoekenden elkaar. Er was gewoon één plek, lekker makkelijk. Nu is het internet zo groot geworden en gaan doelgroepen in peergroepjes op allerlei gefragmenteerde plekken online zitten. Als recruiter is het niet altijd even makkelijk uit te vinden waar de doelgroep zich bevindt. Dus voor mij als wervingsspecialist is het nu moeilijker om ze te vinden dan tien jaar geleden.’

‘Peergroepjes geven ook richting’
Het zelf zoeken van mensen is volgens Britt ook hard nodig, want ze ervaart ook veel mismatch als het gaat om de kandidaten die uit zichzelf reageren op openstaande vacatures. Jasper merkt dat ook wel. ‘De reactieve kant van post-and-pray werkt voor ons steeds minder, dus je moet inderdaad wel zelf gericht zoeken.’ Maar hij ziet ook juist een positieve kant van al die peergroepjes: ‘Het geeft je ook een zekere richting. Want je doelgroep zoekt elkaar nu meer op, waardoor ze allemaal bij elkaar zitten. Al is het in het begin lastig om te weten waar dat precies is.’

‘Gefragmenteerd, maar ook afgebakend’
Rob ziet dat ook als een voordeel, zeker als het gaat om het vinden van schaarse IT-specialisten. ‘Vroeger moest je een hele database doorzoeken, terwijl ik nu bijvoorbeeld gewoon rechtstreeks naar Stackoverflow of GitHub kan voor een IT’er. Hoewel het wel meer verspreid is, zijn de plekken waar ze zitten juist ook meer afgebakend. Deze ontwikkeling maakt het voor mij als IT-recruiter een stuk makkelijker.’ ‘Maar je moet ze wel eerst vinden’, werpt Britt nogmaals tegen. Rob erkent dat het voor hem als specialistische recruiter makkelijker is, omdat hij maar op een paar plekken hoeft te kijken. ‘Voor generalistische recruiters zal het inderdaad wat lastiger geworden zijn.’

‘Verleiden belangrijker dan vinden’
Jasper vindt het verleiden van een kandidaat misschien nog wel belangrijker dan het vinden. ‘Het is mooi dat je weet waar ze zitten, maar wat maakt jou nu uniek dat zo’n iemand bij jou zou willen werken?’ Rob is het daar wel mee eens en voegt daaraan toe dat vorm hierbij ook belangrijk is. ‘Ik zoek nerds en nerds communiceren alleen met nerds. Dus ik heb als recruiter helemaal niet de illusie dat ik met ze kan communiceren of ze kan verleiden. Dan lopen ze weg of lachen ze me hard uit. Maar ik kan wel mijn eigen nerdstroepen mobiliseren en zo via hen met die kandidaten communiceren. Bijvoorbeeld via Hacketon of het hosten van een GitHubgroup of het sponsoren van IT-events. De hele trukendoos, zeg maar.’ Jasper wil het geen trukendoos noemen. ‘Misschien is het zo wel veel eerlijker. Het eerlijke verhaal komt van een medewerker en niet van een paar mooie foto’s waarvan je zelf al denkt ‘werken die mensen hier?’’ Britt is het daar ook mee eens. ‘Als ik een regiodirecteur zoek, dan laat ik diegene ook liever benaderen door een andere regiodirecteur die ik dan hoogstens een beetje instrueer.’

Stelling 3: Nieuwe tools maken werkt efficiënter

‘Veel recruiters vertrouwen nog steeds op traditionele tools en technieken en zien vaak nieuwe technologieën over het hoofd. Maar nieuwe tools maken hun werk juist efficiënter waardoor ze meer tijd over hebben om nieuwe vaardigheden te leren of op een andere manier meer waarde toe te voegen aan hun positie binnen de organisatie.’ (Andrea Bertone)

‘Tools zijn objectiever’
Rob herkent het dat veel recruiters nog op traditionele tools vertrouwen. ‘De meest gebruikte ATS is nog steeds een Excelsheet.’ Hoewel hij erkent dat je daar best een eind mee kunt komen, gelooft hij ook in de waarde van nieuwe tools. Bij ING staat tijdens het wekelijkse IT-overleg dan ook standaard ‘tools’ op de agenda. ‘Want ik weet absoluut zeker dat tools het werken efficiënter kunnen maken. Als voorbeeld noemt hij de Codility-test die hij sinds enige tijd gebruikt om IT’ers te testen op hun kwaliteiten. Je had een tijd dat het niet meer hip zou zijn om via Monsterboard IT’ers te vinden. Maar uit mijn testen bleek dan bijvoorbeeld dat een IT’er via Monsterboard veel hoger kon scoren dan bijvoorbeeld via het populaire GitHub. Zo zie je dat zo’n tool veel objectiever is en je betere informatie over een kandidaat kan geven.’

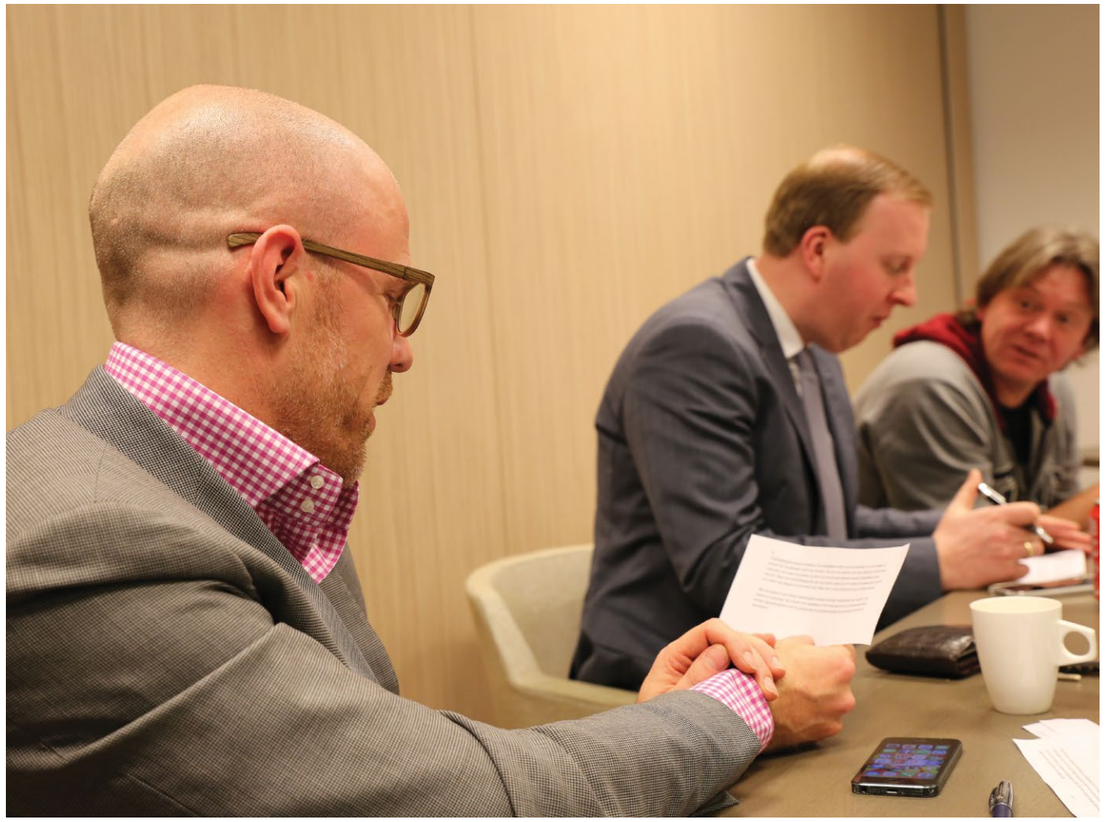
‘Minder verloop door TalentPitch’
Bas is het ermee eens dat tools erg goed de kwaliteit van een kandidaat kunnen bepalen. Beter dan uit een cv blijkt, meent hij. ‘De VU onderzocht eens welke punten uit een cv een positieve correlatie hadden met een goede callcentermedewerker. Het enige wat ze konden vinden was dat mensen die in de gevangenis hadden gezeten, grotere kans hadden om een goede medewerker te zijn. Dat was de enige correlatie.’ Een goede tool vindt hij in dit kader TalentPitch van Arvato die is ontwikkeld door Harver. ‘Zij hebben daarmee hun hoge verloop in de organisatie enorm weten terug te brengen doordat ze geschiktere kandidaten kregen. Dat bespaarde ze niet alleen tijd, maar ook veel geld.’

‘Automatische afwijzing werd als persoonlijk ervaren’
Jasper wil een onderscheid maken tussen tools voor searchers en voor recruiters. Hij denkt dat tools voor recruiters die selecteren minder relevant zijn, omdat die meer op gevoel moeten doen. Bas werpt tegen dat een tool als TalentPitch daar juist ook bij kan helpen. ‘De grap is dat het bij Arvato vooral de selecteurs waren die de tool gebruikten. Vroeger spraken ze iemand gemiddeld veertig minuten waarvan de selecteurs dertig minuten bezig waren om de skills van iemand te achterhalen en tien minuten voor de match. Nu spreken ze nog maar twintig minuten die volledig over de match gaan, want die skills weten ze al uit de test.’ En zelfs op het punt van afwijzen kan zo’n tool prima werken volgens Bas: ‘Afgewezen kandidaten mailden terug dat ze nog nooit zo’n persoonlijke afwijzing hadden gekregen. Terwijl die dus door het systeem waren gemaakt!’

‘Recruitment is meer evolutie dan revolutie’
Jasper vindt wel dat het goed is om kritisch naar de verschillende tools te kijken die verschijnen. ‘Er komt elk half jaar wel weer wat uit wat de nieuwste revolutie is. De ontwikkeling gaat zo hard dat het maken van keuzes daarin belangrijk is. Wat leer je daarin zo en wat vertellen anderen over hun ervaringen?’ Rob is het daar wel mee eens. ‘Je hebt ook echt van die toolfetisjisten die altijd het nieuwste willen gebruiken. Dat hoeft van mij ook weer niet. Ik zie recruitment meer als evolutie dan als revolutie.’ Rob vertelt over een vriend die 300 dagen per jaar in het buitenland is om events te bezoeken over de nieuwste technologieën. ‘Hij probeert van elke nieuwe tool een blog te schrijven, maar zelfs dat lukt hem niet eens.’

‘Verleiden blijft mensenwerk’
Jasper denkt dan ook dat tools niet voor alles zaligmakend zijn en komt weer terug op het punt van verleiden, waarvan hij meent dat dat uiteindelijk toch mensenwerk is. ‘Uiteindelijk vindt een goede sourcer de kandidaten toch wel. Maar dan gaat het erom hoe je ze kunt verleiden dat ze bij je komen werken.’ Ook daar denkt Bas dat tools toch weer een toegevoegde waarde kunnen zijn. ‘Ik heb net een demo gedaan van TalentBin by Monster en als je ziet hoeveel informatie je dan krijgt van een kandidaat. Dat maakt het verleiden dan juist makkelijker. Als je weet dat iemand een theedrinker is, bied je hem geen kopje koffie aan. En als je weet dat iemand graag motor rijdt, dan kun je dat gebruiken als je over het aanbieden van leasevoertuigen praat.’

‘Als het zonder tools lukt, is dat toch ook prima?’
Het ligt er volgens Dennis ook wel aan wat voor rollen je zoekt. ‘Als jij in een kleine organisatie werkt en je bent HR-manager en recruiter tegelijk dan kan dat weer anders zijn. Als je op traditionele manier je vacatures plaatst en wacht tot de cv’s binnenkomen en dat werkt, dan is dat toch prima?’ Jasper ziet wat dat betreft ook een verschil tussen al die ontwikkelingen en de praktijk bij veel organisaties. ‘Dan kunnen wij als recruiter wel alle nieuwe technologieën bijhouden, maar dan kom je terug bij een bedrijf dat zegt: ‘Ik wil gewoon de beste kandidaat en het liefst iemand als Pietje.’ Bas geeft zich niet gewonnen en weet ook hier een leuke tool voor: ConnectCube. ‘Dan laat je alle bestaande mensen testen in je organisatie en kun je aan de manager vragen welk karakter hij zoekt. Dat karakter van Pietje, Jan, Klaas of Carlijn? En het systeem zorgt dan dat de kandidaten matchen met die karakters.’



Stelling 4: (Sommige) recruitmentvaardigheden worden overbodig door techniek

‘De belangrijkste reden voor een interview nu is om te kijken of iemand de kwalificaties heeft voor de baan. Dat zal in de toekomst niet meer nodig zijn. Dat kan een computer veel beter beoordelen op basis van wat iemand allemaal al heeft achtergelaten op het internet. Een sollicitatiegesprek kan nog steeds nuttig zijn om te kijken of je iemand leuk vindt en of je denkt dat diegene in jouw team past. Maar dan is vooral interessant voor de hiring manager. (...) Met de opkomst van nieuwe technologieën worden sommige vaardigheden van recruiters in de toekomst overbodig. Het sourcen van kandidaten of het interviewproces zal in toenemende mate worden geautomatiseerd met als gevolg dat de functieomschrijving van de recruiter drastisch zal veranderen.’ (Kevin Wheeler)

‘Computers zijn niet afhankelijk van de vorm van de dag’
Dennis is het er voor een deel wel mee eens: ‘Ik denk dat heel veel zaken niet meer in een persoonlijk gesprek gereflecteerd hoeven te worden.’ Maar of iemand in een organisatie past, blijft voor hem wel de taak van een recruiter. ‘Een hiring manager verwacht dat ook van ons. Die kijkt naar de kwaliteit, wij moeten beoordelen of er een match met de organisatie is.’ Dat computers het denkwerk van recruiters over kunnen nemen, geloofde Rob pas echt toen schaakcomputer Deep Blue de wereldkampioen Kasparov wist te verslaan. ‘De beschikbare tools geven mij de juiste informatie en zijn niet afhankelijk van de vorm van de dag. Aan de andere kant kan de human interaction nog wel het verschil maken tussen een hire en geen hire.’ Daarom is Dennis het ook maar deels eens met de stelling. ‘Het persoonlijke stukje bij recruitment blijft nog steeds heel belangrijk.’ Dat is de reden dat Britt het er juist niet mee eens is: ‘Het sociale en menselijke moet en kan niet door een computer vervangen worden. Uiteindelijk gaat het om verleiden en daar gaat echt geen computer aan te pas komen.’

‘Computerkennis aanvullen met menselijke creativiteit’
Bas denkt ook dat de combinatie van een computer en een menselijke component het sterkst is. ‘Het leuke aan de vergelijking met de schaakcomputer die Kasparov versloeg is dat Deep Blue later wel werd verslagen door een groep Russische studenten met een iPhone. Oftewel: als wij mensen de beschikking hebben over een beetje computerkennis en die aanvullen met onze creativiteit, dan zijn we ineens weer heel erg goed.’ Hij denkt dus wel dat sollicitatiegesprekken nuttig zijn om te kijken of iemand past. Maar door technologie hoef je volgens hem wel minder mensen uit te nodigen. ‘Arvato is van drie kandidaten per hire gegaan naar 1,3 kandidaten.’

‘Persoonlijke aspect ook belangrijk voor kandidaten zelf’
Britt vindt dat een persoonlijk gesprek ook voor de kandidaat van belang is. ‘Een computer kan degene niet vertellen hoe zijn werkplek aanvoelt.’ Ze maakt een vergelijking tussen Randstad en Tempo-Team. ‘Wij werven op precies dezelfde wijze kandidaten, voor exact dezelfde vacatures, maar als je bij het ene bedrijf binnenloopt, voel je een andere sfeer dan bij het andere.’ Dennis is het daar wel mee eens. ‘Als ik aan mensen vraag waarom ze uiteindelijk voor bijvoorbeeld IBM, KPMG of Deloitte hebben gekozen, dan komt daar toch vaak het menselijke aspect naar boven.’ Jasper gaat nog verder: ‘Bij keuzes maken, kijkt een goede recruiter ook naar de toekomst. Dan kan een kandidaat voor nu wel heel geschikt blijken, maar past hij niet bij waar het bedrijf naar toe wil.’ Wat dat betreft blijft er voor de recruiter nog steeds een belangrijke rol weggelegd, maar dan ook vooral op het strategische vlak. Iets wat Wheeler overigens juist ook benadrukt in zijn interview.

‘Hiring managers worden geen sourcers’
Dan is het nog de vraag of de sourcer gaat verdwijnen door de vereenvoudigde zoektechnologieën. Rob betwijfelt of het zoeken allemaal echt zoveel makkelijker wordt als Wheeler beweert. Dus dat je met een druk op de knop alle kandidaten op internet vindt. Bas bekijkt het van een andere kant. ‘Wheeler zegt dat de tools zo geavanceerd worden dat de hiring manager zelf sourcer kan worden. Ik ben het met hem eens dat die tools zo geavanceerd kunnen gaan worden, ik denk alleen niet dat de hiring manager dit werk gaat overnemen. Als je kijkt hoeveel moeite het nu al kost om hem naar een cv te laten kijken.’ Rob ziet dat ook: ‘Sourcen begint voor een hiring manager vaak pas om vrijdagmiddag om 16.00, terwijl een dedicated sourcer al om maandagmorgen 9.00 uur aan de slag gaat.’

TOELICHTING OP GEBRUIKTE BRONNEN

Monster Data
Maandelijks bezoeken bijna een miljoen mensen Monsterboard.nl en worden er circa tienduizend vacatures geplaatst. De data die we vergaren van onze site geeft inzicht in het profiel en gedrag van onze bezoekers, de balans tussen vraag en aanbod en belangrijke trends.

Arbeidsmarkt GedragsOnderzoek
Intelligence Group voert sinds 2003 het grootste en breedste arbeidsmarktonderzoek van Nederland uit: het Arbeidsmarkt GedragsOnderzoek (AGO). Het onderzoek bestaat uit een online vragenlijst die elk kwartaal door gemiddeld 5.000 unieke respondenten wordt ingevuld. Na elk kwartaal worden de data verrijkt met informatie van nieuwe respondenten. Ook het onderzoek zelf wordt telkens weer geactualiseerd: jaarlijks worden vragen toegevoegd, aangepast of verwijderd. Daarbij blijft de kern van de vragenlijst bestaan en zijn trends en ontwikkelingen al bijna tien jaar te volgen.

Centraal Bureau voor de Statistiek
Het Centraal Bureau voor de Statistiek heeft als taak het publiceren van betrouwbare en samenhangende statistische informatie, die inspeelt op de behoefte van de samenleving. De informatie die het CBS publiceert, omvat vele maatschappelijke aspecten, van macro-economische indicatoren als economische groei en consumentenprijzen, tot de inkomenssituatie van personen en huishoudens.

ComScore
ComScore is een toonaangevende onderneming in internettechnologie die meet wat mensen doen in de digitale wereld. Iedere maand meet ComScore meer dan 1 biljoen interacties uit 172 verschillende landen.

Schaarste-indicator
De schaarste-indicator presenteert verschillende actuele en relevante arbeidsmarktgegevens met betrekking tot schaarste. De website schaarste-indicator.nl is ontwikkeld door Intelligence Group. Bij de ontwikkeling is veelvuldig gebruik gemaakt van het Arbeidsmarkt GedragsOnderzoek (AGO). Elk kwartaal wordt deze data geactualiseerd. Naast het AGO is er gebruik gemaakt van de data uit arbeidsmarktwaarde-online.nl waar gerekend wordt met data van Jobfeed.nl, CBS en het UWV.

UWV
UWV is het Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekeringen. UWV zorgt voor de landelijke uitvoering van de werknemersverzekeringen (zoals WW, WIA (IVA en WGA), Wajong, WAO, WAZ, Wazo en Ziektewet), en voor arbeidsmarkt- en gegevensdienstverlening. Dat doet UWV als zelfstandig bestuursorgaan (ZBO) in opdracht van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.

Met dit Monster Year Report kijken we terug op 2014; de data laten zien hoe de arbeidsmarkt reageerde op de economisch veranderingen en daarnaast vertellen deskundigen en professionals hoe zij omgaan met de belangrijkste recruitment trends. Met een voorzichtige vooruitblik laten zij zich uit over de toekomst, maar wat verwacht Monsterboard van 2015? We vroegen het Rachael Parratt, Marketing Director bij Monsterboard.

Twee jaar geleden voorspelden verschillende bronnen een voorzichtige groei voor 2014. Terugkijkend kunnen we inderdaad stellen dat zij het bij het juiste eind hadden. Soms waren het kleine stapjes vooruit, maar overall zijn de berichten positief. Zo bleef het vacatureaanbod stijgen, de dynamiek op de arbeidsmarkt nam toe en ook het aantal vacatures en bezoekers op Monsterboard steeg.

Kijkend naar de data en inzichten van experts in dit rapport valt het mij op dat de flexibilisering van de arbeidsmarkt steeds meer een feit wordt en dat er weer meer beweging lijkt te komen in de arbeidsmarkt. Maar zoals Frank den Butter al aangeeft, misschien hebben we nog te weinig inzicht in het verdwijnen van banen om echt conclusies over de dynamiek te kunnen trekken.

Het vinden van de juiste kandidaat blijft dan ook een uitdaging. De markt is gefragmenteerd en het grote aanbod van bronnen en tools maakt het complex. De meeste experts denken dat technologie hier uiteindelijk de oplossing voor gaat geven. Het volgen en bijhouden van deze ontwikkelingen kan recruiters en bedrijven een voorsprong geven in deze markt.

En nergens is het vinden van talent een grotere uitdaging dan binnen de IT-sector. Al jaren is dit een doelgroep waar vraag en aanbod niet in verhouding zijn. Veel van deze werknemers zijn niet actief op zoek. Misschien dat de dynamiek in de arbeidsmarkt en het toenemende vertrouwen er voor zorgt dat ook IT'ers weer meer in beweging komen. Om ze op dat moment binnen te halen is het belangrijk om nu al aan engagement van talent te werken. Als Monsterboard richten wij ons ook steeds meer op deze specifieke doelgroep met o.a. de lancering van twee niche sites en de introductie van TalentBin by Monster op de Nederlandse markt.

Maar wat mij het meeste opvalt is de toename van mobiel gebruik; in twee jaar tijd zijn de bezoeken aan Monsterboard via mobile devices verdubbeld! Mobiel gebruik is niet meer weg te denken uit het dagelijks leven. Op dit moment wordt het vooral als oriëntatiebron gebruikt, maar hoe zal dat zich dit jaar verder ontwikkelen? En hoe heeft dit invloed op het sollicitatieproces en de candidate experience? Belangrijke vragen waar wij in 2015 zeker verder induiken.

Rachael Parratt
Marketing Director

MONSTERBOARD.NL

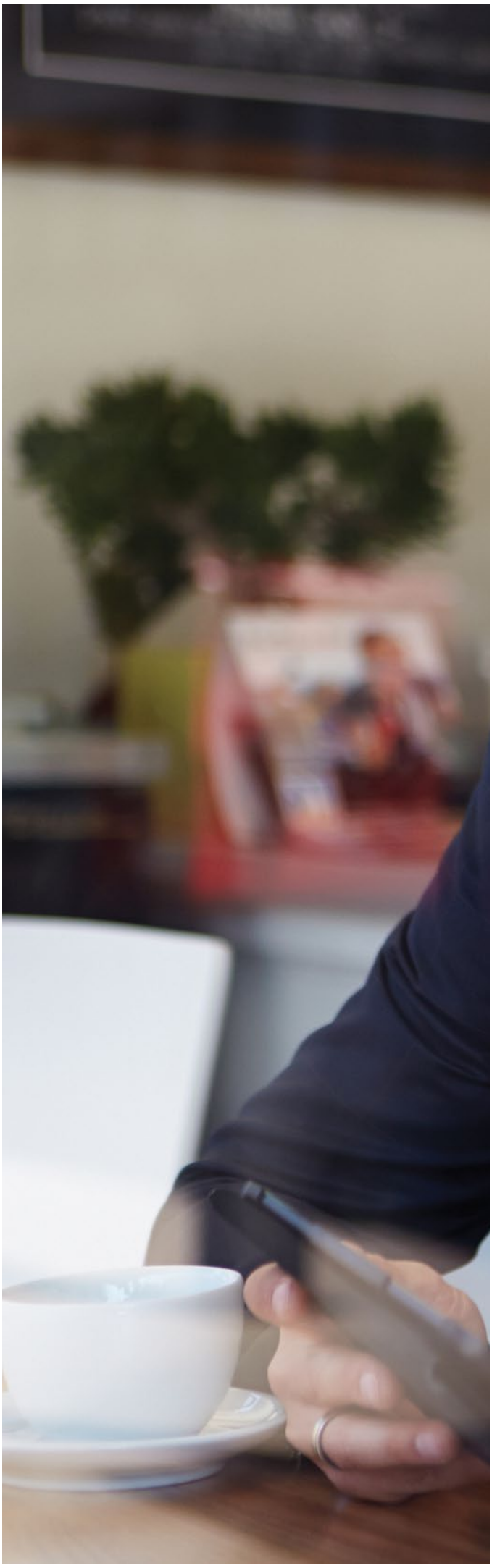
Website	www.monsterboard.nl
E-mail	verkoop@monsterboard.nl
Telefoonnummer	0800 – 023 19 48
Faxnummer	020 – 851 11 33
Bezoekadres	John. M. Keynesplein 1 1066 EP Amsterdam
Postadres	Postbus 90215 1006 BE Amsterdam

VOOR WERKZOEKENDEN

Facebook	Monsterboard
Twitter	@monsternieuws
Online magazine	www.gavoorbeter.nl

VOOR WERKGEVERS

Twitter	@WerkenVandaag
Blog	www.werkenvandaag.nl
Werkgeverswebsite	hiring.monsterboard.nl

Dit is een uitgave van Monsterboard. Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen en/of op enigerlei wijze worden gereproduceerd zonder toestemming van Monsterboard.

Ontwerp: Wijzijnwolf.nl