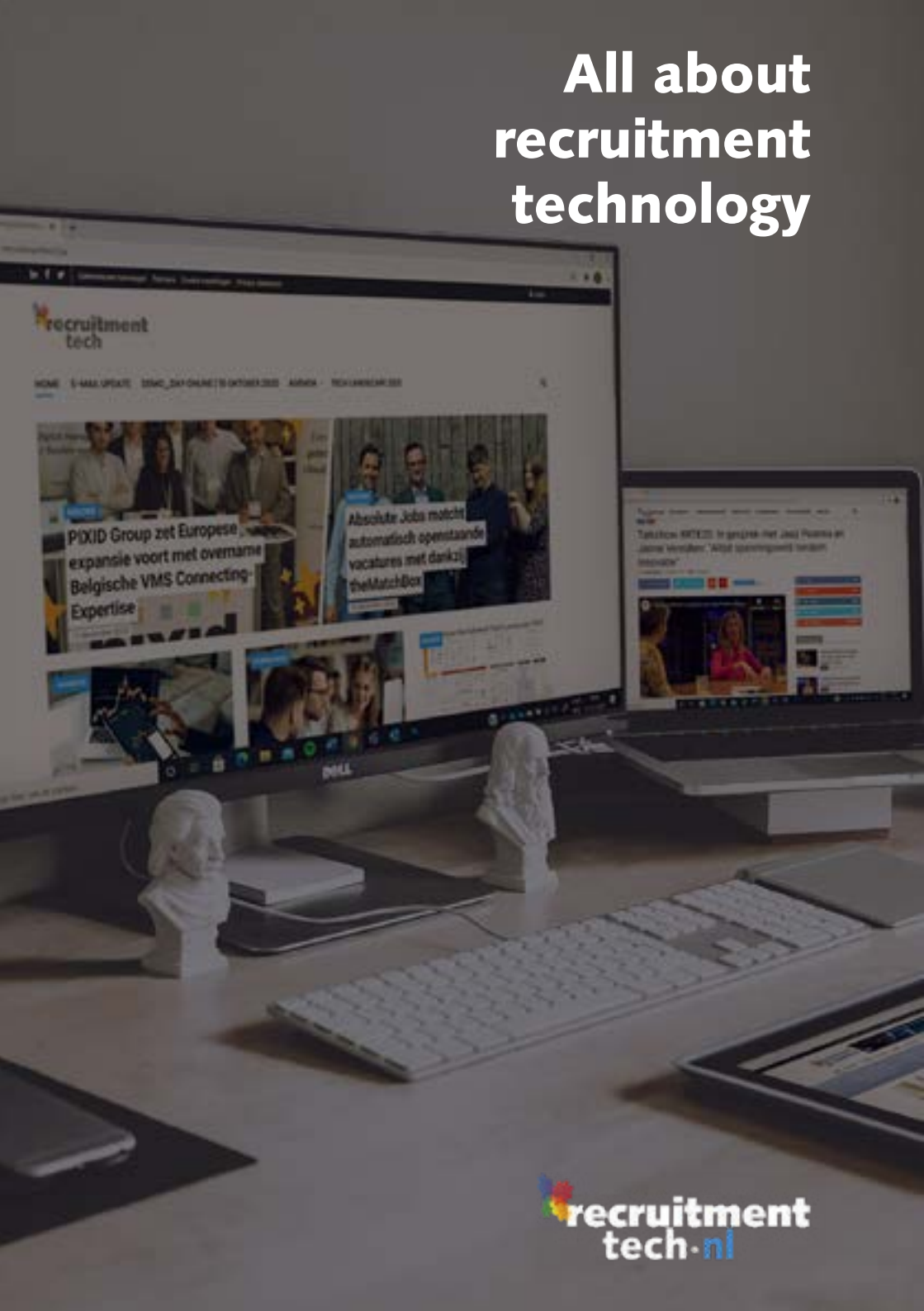
RECRUITMENT TECH SURVEY

recruitment tech



De recruitment tech trends van 2022 & de RT35 met meest gewaardeerde recruitment tech leveranciers

All about recruitment technology



recruitment tech·nl

Optimaliseren

Het optimaliseren van het recruitmentproces is de belangrijkste business driver voor recruiters om recruitmentsoftware in te zetten. Dat blijkt uit de onderzoeksresultaten die je terugvindt in deze Recruitment Tech Survey 2022. De inzet van recruitmenttooling is geen doel an sich en hangt van veel factoren af. Denk aan marktsegment, doelgroep, recruitmentstrategie, regio waar je je op richt en de krapte op de arbeidsmarkt. De invloed van het laatste punt, de krapte, is logischerwijs ook goed terug te zien in de resultaten van het onderzoek.

Met de tweede editie van de Recruitment Tech Survey willen we recruiters inzicht geven in hoe ze software kunnen inzetten om hun recruitment te optimaliseren. Om bijvoorbeeld vacatures sneller in te vullen, om beter te kunnen selecteren, om hun employer brand te versterken of om het recruitmentproces beter te kunnen doormeten. Gebruik de uitkomsten van het onderzoek als benchmark, als inspiratie of als werkdocument om in 2022 het maximale uit jouw recruitment tech stack te halen.

Martijn Hemminga
Founder Recruitment Tech Network

martijn@recruitmenttech.nl



Colofon

Recruitment Tech Survey 2022
is een uitgave van Recruitment Tech Network

April 2022

Deze uitgave is mede mogelijk gemaakt door onderstaande partners. Het partnership heeft geen invloed op de resultaten van dit onderzoek.

Pro partners: Bullhorn, Byner, Mysolution, RecruitNow en Ubeeo.

Partners: BRANDMANNEN, Getnoticed, Jobsupporters, OTYS, Recruition, Stuurlui, Validata en WBNRS.

In 2023 partner worden met extra zichtbaarheid op de Recruitment Tech Landscape, Recruitment Tech Survey en Recruitmenttech.nl/leveranciers? Kijk op www.recruitmenttechnetwork.com voor meer informatie.

Aan deze uitgave werkten mee:

Willemijn van der Heijden, Martijn Hemminga, Michiel Mastenbroek en Eelco Markensteyn (EM Onderzoek).

Copyright © Recruitment Tech Network, 2022
Het auteursrecht op dit rapport berust bij Recruitment Tech Network. Deze uitgave mag niet verveelvoudigd worden. Voor publicatie van (gedeelten van) dit rapport in nieuwsmedia, vakliteratuur of andere uitgaven is toestemming van Recruitment Tech Network nodig. Bovendien dient de opdrachtgever bij publicatie Recruitment Tech Network altijd als bron te vermelden met een verwijzing naar het onderzoek op de website: recruitmenttech.nl/survey.

Inhoud

Onderzoeksopzet 6

Interview Mysolution 10

TRENDS

Business drivers 14

Interview Byner 20

Budget 22

Recruitmentproces 24

Interview Bullhorn 28

Toolinggebruik 30

Interview Ubeeo 38

RT35

Recruitment Tech 35 (RT35) 42

Toolingcategorieën 46

Interview RecruitNow 48

RT35 criteria 50

RT35 criteria top 10 52

Onderzoeksopzet

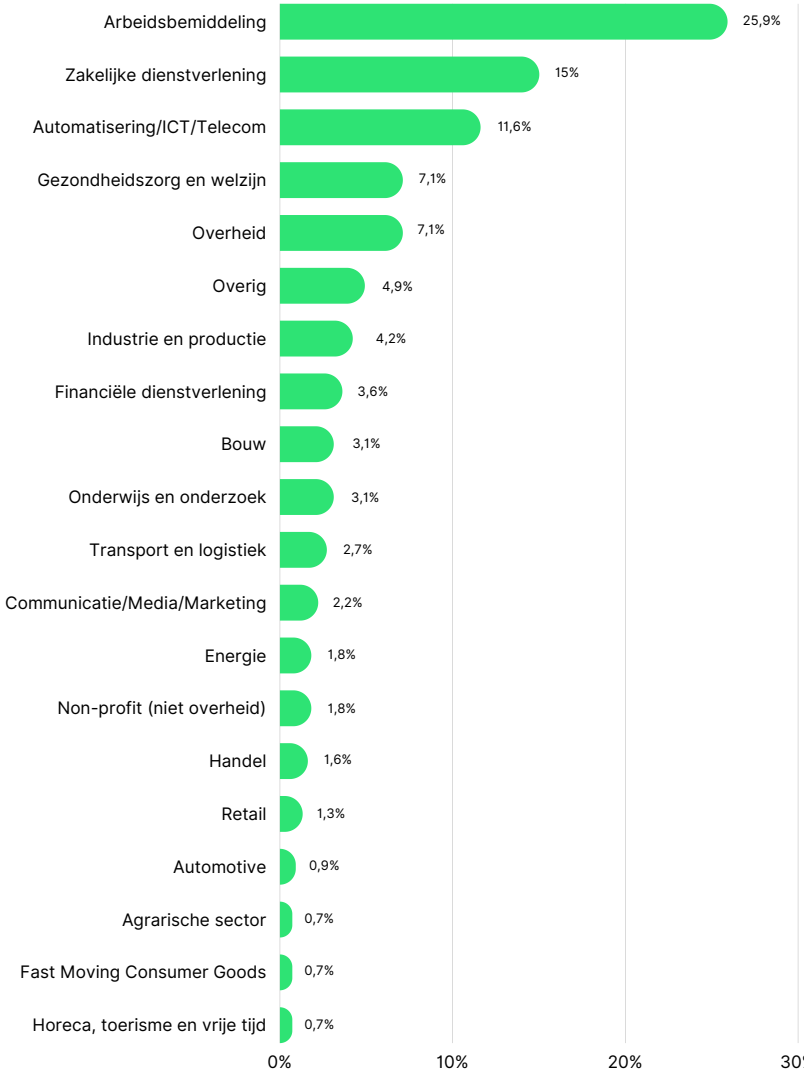
De Recruitment Tech Survey 2022 is opgezet en uitgevoerd in samenwerking met EM Marktonderzoek. EM Marktonderzoek was verantwoordelijk voor het programmeren en analyseren van de onderzoeksdata.

Het verzamelen van de data is verricht middels een online vragenlijst die via diverse kanalen van Recruitmenttech.nl beschikbaar is gesteld. Gedurende de periode van 3 november 2021 tot 8 februari 2022 is via deze internetvragenlijst respons verzameld. In totaal hebben 249 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld en 206 gedeeltelijk. De gedeeltelijk ingevulde vragenlijsten zijn waar mogelijk meegenomen in het onderzoek. 26 respondenten voldeden niet aan de doelgroep van het onderzoek (gebruiker van recruitmenttechnologie) en zijn niet meegenomen in de resultaten van dit onderzoek.

Het onderzoek bestaat uit twee delen. In het eerste deel staat het gebruik van en investeringen in recruitmenttechnologie centraal. In het tweede deel van het onderzoek konden respondenten de leveranciers van recruitmentsoftware die ze gebruiken beoordelen op een zestal criteria. Uit de resultaten hiervan is de RT35 samengesteld.

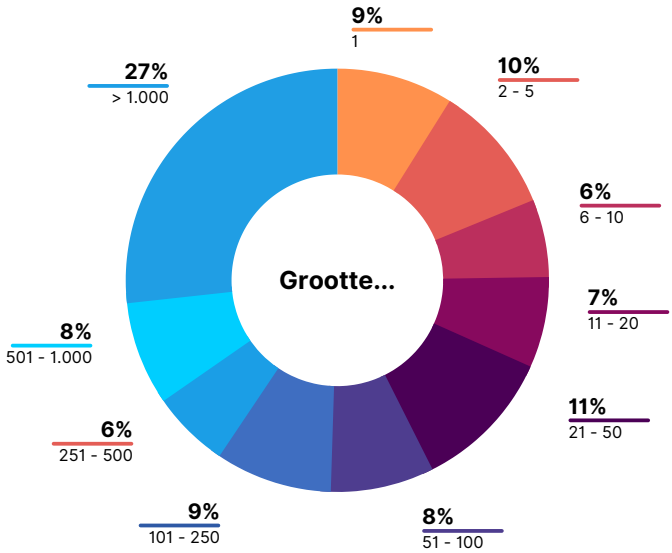
Branche

Iets meer dan een kwart van de respondenten werkt in de arbeidsbemiddeling. Zakelijke dienstverlening (15%) en automatisering/ ICT/Telecom maken de top 3 compleet. Gezondheidszorg en welzijn en overheid komen op plek 4 en 5.


Arbeidsbemiddeling
25,9%
Zakelijke dienstverlening
15%
Automatisering/ICT/Telecom
11,6%
Gezondheidszorg en welzijn
7,1%
Overheid
7,1%
Overig
4,9%
Industrie en productie
4,2%
Financiële dienstverlening
3,6%
Bouw
3,1%
Onderwijs en onderzoek
3,1%
Transport en logistiek
2,7%
Communicatie/Media/Marketing
2,2%
Energie
1,8%
Non-profit (niet overheid)
1,8%
Handel
1,6%
Retail
1,3%
Automotive
0,9%
Agrarische sector
0,7%
Fast Moving Consumer Goods
0,7%
Horeca, toerisme en vrije tijd
0,7%
0%
10%
20%
30

Organisatiegrootte

De grootste groep respondenten is werkzaam bij organisaties met meer dan 1.000 medewerkers. De overige organisatiegroottes zijn vrij ‘evenwichtig’ verdeeld over de verschillende klassen.

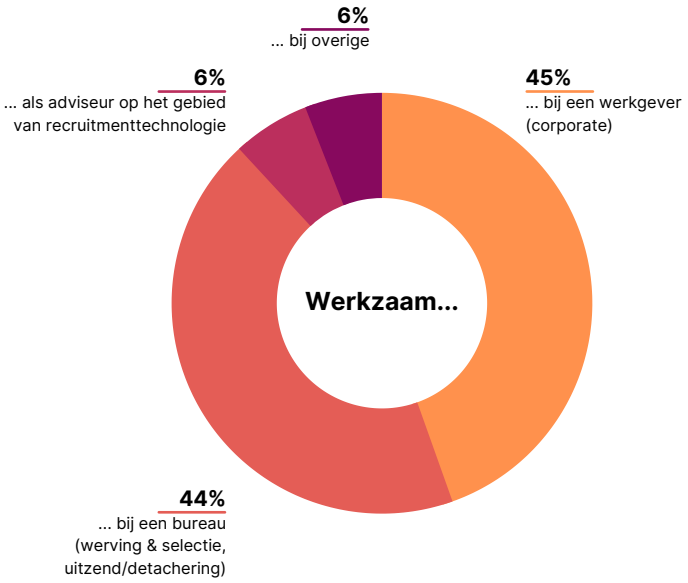


Rol

Van alle respondenten is 30% eindbeslisser, 35% medebeslisser, 22% adviseur, 3% beïnvloeder en 9% gebruiker.

Werkzaam

Het aandeel van respondenten werkzaam aan corporate- of bureauzijde is bijna gelijk. 45% werkt aan de corporatezijde (zowel profit als not for profit) en 44% bij bureaus (uitzend-, werving & selectie- en/of detacheringsbureau).





Jaap Postma (Mysolution):

'Met onze totaaloplossing ondersteunen wij het hele bedrijfsproces: van front- en midoffice tot backoffice'

"Mysolution is leverancier met een totaaloplossing voor de uitzend- en detacheringmarkt en voor werving- & selectiebedrijven, van ATS tot verloning, het hele proces kunnen we ondersteunen met onze softwarepakketten", zegt Jaap Postma, die anderhalf jaar geleden de overstap maakte van de telecomwereld naar Mysolution.

Aanbieder van totaaloplossingen

"De afgelopen twee jaar hebben we twee overnames gedaan, OTYS en OnRecruit. Op deze manier versterken we onze positie als aanbieder van totaaloplossingen. OTYS zit in 17 landen en heeft een grote klantengroep en een lange historie. Zij zitten bovendien op een ander segment qua klanten, waardoor we complementair zijn aan elkaar. Daarnaast werken ze veelal samen met technologiepartners waar wij weer dingen van kunnen leren. Met OnRecruit werkten we al langer samen. Zij zijn goed in data-driven recruitment. Bij al onze klanten voel je dat er een ongelooflijke behoefte is om beter te begrijpen hoe je data inzet om meer business insights te krijgen. De samenwerking was zo goed, dat besloten is OnRecruit onderdeel van onze totaaloplossing te laten worden."

Beluister de uitgebreide podcastversie van dit interview op https://survey.recr.tech/podcasts

Proces vereenvoudigen

"Klanten weten vaak wel dat wij een totaaloplossing bieden en daarom komen ze bij ons. Consultants en intercedenten kunnen in één systeem, zonder dubbele invoer, de werving en selectie en de plaatsing organiseren. Ook wordt belangrijk gevonden dat je met onze oplossingen inzicht hebt in de plaatsingen en de marge. Die informatie naar de voorkant van de organisatie brengen vinden we heel belangrijk. Zodat iedereen ziet, deze kandidaat gaat waarschijnlijk heel waardevol zijn voor de organisatie en aan deze kandidaat en deze plaatsing verdien ik wat minder. Dat soort vraagstukken zijn in een versplinterd applicatielandschap over het algemeen wat moeilijker te realiseren. Omdat data nooit echt centraal staat en koppelingen, integraties, vaak lastig zijn voor veel organisaties. Klanten vragen ons dat proces zo eenvoudig mogelijk te maken. Zodat er meer tijd en werkplezier is."

Ontleden in vier elementen

"Data-driven recruitment is een containerbegrip en wordt al snel corporate bullshit. Wij ontleden het in vier concrete deelgebieden. Ten eerste reporting op orde hebben, eenvoudig kunnen terugkijken hoe je organisatie heeft gefunctioneerd. Verder willen steeds meer klanten (near) realtime dashboarding, zodat iedereen een dashboard heeft, dat centraal en dagelijks kan worden aangepast. Ten derde, nudging. Dat je als intercedent gelijk een signaal krijgt als een kandidaat die in het verleden veel marge heeft opgeleverd op je website zit. En als laatste automation, dat op basis van een trigger-event automatisch recruitmentmarketing wordt gestart. Op die vier onderdelen maken wij een plan met onze klanten. Klanten die dat gestructureerd aanpakken en eigen proberen te maken, zijn over het algemeen ook vrij succesvol."

Concrete namen van klanten

"Wij werken voor grotere generieke uitzenders, zoals Manpower en RGF Staffing. Ook leveren we vaak oplossingen voor groenvoorzieningsbedrijven en voor bedrijven in de zorg, zoals Zorgzuster. Een vrij breed spectrum, met mooie klanten. Als het om uitzenden en detacheren gaat werken we vooral voor middelgrote en grote organisaties en ook de bedrijven met een nadrukkelijke groei agenda."

Kandidaatgedreven markt

"We hebben nu natuurlijk allemaal te maken met een kandidaatgedreven markt. Tegelijkertijd, ook volgens de nieuwe regering, wordt het privacy-thema steeds belangrijker. Die twee ontwikkelingen tezamen maken ons werk en dat van onze klanten niet makkelijker. Aan de andere kant gaat recruitmentsoftware alsmaar beter helpen. Marketing automation en procesoptimalisatie verlopen soepeler en worden eenvoudiger toepasbaar. In een kandidaat- gedreven markt worden de pogingen om meer op basis van soft skills, human skills, te matchen ook steeds serieuzer. De technologie erachter zal nog veel beter worden en dat is ook hard nodig."



TRENDS

Business drivers

Recruitmentsoftware moet een bijdrage leveren aan het behalen van de **recruitmentdoelstellingen**. De investeringen moeten zich tenslotte terugverdienen. Maar wat zijn de belangrijkste business drivers voor recruiters om te investeren in recruitmenttechnologie?

Met stip op 1 bij zowel corporates als recruitmentbureaus staat: het **recruitmentmentproces optimaliseren**. Daar gelijk achter komt het beter kunnen bereiken van kandidaten en op nummer 3 de recruitmentervaring van kandidaten optimaliseren. Ook geven respondenten aan het belangrijk te vinden om het recruitmentproces te kunnen doormeten en analyseren met behulp van recruitmentsoftware.

Uiteindelijk draait het natuurlijk allemaal om het vinden van die - steeds schaarser wordende - **kandidaat**. Dat is ook in de Recruitment Tech Survey 2022 niet anders. Om dat te bereiken wordt veel belang door de respondenten toegekend aan het verbeteren van de communicatie met de kandidaten en de hiring managers.

Het verlagen van de kosten van het recruitmentproces wordt niet gezien als een belangrijke reden om software in te zetten. Ook het **werven & selecteren zonder vooroordelen** (bias free) scoort laag. Dit mag verrassend worden genoemd in een tijd waarin diversiteit en inclusiviteit bij veel organisaties hoog op de agenda staat.

	Overall	Corporate	Bureaus
1.	Recruitmentproces optimaliseren	Recruitmentproces optimaliseren	Recruitmentproces optimaliseren
2.	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten	Candidate experience optimaliseren	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten
3.	Candidate experience optimaliseren	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten	Latent zoekende beter bereiken
4.	Latent zoekende beter bereiken	Proces beter managen	Recruitmentproces beter doormeten
5.	Proces beter managen	Latent zoekende beter bereiken	Actief zoekende beter bereiken
6.	Recruitmentproces beter doormeten	Recruitmentproces beter doormeten	Proces beter managen
7.	Kwaliteit verhogen	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers	Candidate experience optimaliseren
8.	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers	Kwaliteit verhogen	Kwaliteit verhogen
9.	Actief zoekende beter bereiken	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers
10.	Recruiter experience optimaliseren	Actief zoekende beter bereiken	Recruiter experience optimaliseren
11.	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur	Nieuwe medewerker beter laten landen	Recruitmentkosten verlagen
12.	Recruitmentkosten verlagen	Diverser/bias free werven en selecteren	Nieuwe medewerker beter laten landen
13.	Nieuwe medewerker beter laten landen	Recruiter experience optimaliseren	Diverser/bias free werven en selecteren
14.	Diverser/bias free werven en selecteren	Recruitmentkosten verlagen	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur
15.	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen
16.	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen

2022 versus 2021

Het optimaliseren van het recruitmentproces stond vorig jaar ook al op eerste plek wanneer we de resultaten van dit jaar vergelijken met die van 2021. Het **beter bereiken en/of benaderen van kandidaten** is een plek opgeschoven en staat nu op plek 2. De top 3 wordt compleet gemaakt met het optimaliseren van de candidate experience.

De recruitmentkosten verlagen zakt een aantal plekken wat veroorzaakt lijkt te zijn door de krapte. De recruitmentkosten stijgen naarmate het moeilijker wordt om kandidaten te werven. De **latent zoekende beter bereiken** stijgt een tweetal plekken, weer door de krappe arbeidsmarkt.

Tenslotte wordt het **verbeteren van de recruiter experience** door recruitmentsoftware belangrijker in 2022. Software die fijn werkt voor de recruiter verhoogt de productie en tevredenheid wat fijn is in een arbeidsmarkt waarin ook recruiters schaars zijn.

Corporates vs bureaus

Het verlagen van de recruitmentkosten zakt - als motivatie voor het inzetten van recruitmentsoftware - opvallend dit jaar bij corporates. Alles is gericht, afgaande op de antwoorden, op het vinden van geschikte kandidaten. Oftewel het hele proces van zoeken, vinden en selecteren nog beter kunnen managen. Je proeft bijna de ‘pure honger’ naar geschikte kandidaten uit de antwoorden. Het analyseren en doormeten van het recruitmentproces valt dit jaar uit de top 3 bij corporates. Referral recruitment, het inzetten van eigen medewerkers als ambassadeur bij werving, blijft stabiel op plaats 9 staan. In vergelijking met de bureaus zie je bij corporates dat de latent zoekende en actief zoekende kandidaat beter bereiken als minder belangrijke business driver wordt gezien.

	Overall 2022	Overall 2021
1.	Recruitmentproces optimaliseren	Recruitmentproces optimaliseren
2.	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten	Candidate experience optimaliseren
3.	Candidate experience optimaliseren	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten
4.	Latent zoekende beter bereiken	Recruitmentproces beter doormeten
5.	Proces beter managen	Kwaliteit verhogen
6.	Recruitmentproces beter doormeten	Latent zoekende beter bereiken
7.	Kwaliteit verhogen	Proces beter managen
8.	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers
9.	Actief zoekende beter bereiken	Actief zoekende beter bereiken
10.	Recruiter experience optimaliseren	Recruitmentkosten verlagen
11.	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur
12.	Recruitmentkosten verlagen	Diverser/bias free werven en selecteren
13.	Nieuwe medewerker beter laten landen	Recruiter experience optimaliseren
14.	Diverser/bias free werven en selecteren	Nieuwe medewerker beter laten landen
15.	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen
16.	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen

Ook bij de bureaus zie je de vraag naar geschikte kandidaten. De top 3 business drivers is in vergelijking met 2021 bovendien ook nog eens ongewijzigd gebleven. Verder zie je bij zowel bureaus als corporates dat de recruitmentkosten verlagen als motivatie voor de inzet van recruitmentsoftware zakt op de lijst.

	Corporate 2022	Corporate 2021
1.	Recruitmentproces optimaliseren	Recruitmentproces optimaliseren
2.	Candidate experience optimaliseren	Candidate experience optimaliseren
3.	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten	Recruitmentproces beter doormeten
4.	Proces beter managen	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten
5.	Latent zoekende beter bereiken	Kwaliteit verhogen
6.	Recruitmentproces beter doormeten	Proces beter managen
7.	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers	Latent zoekende beter bereiken
8.	Kwaliteit verhogen	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers
9.	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur
10.	Actief zoekende beter bereiken	Recruitmentkosten verlagen
11.	Nieuwe medewerker beter laten landen	Diverser/bias free werven en selecteren
12.	Diverser/bias free werven en selecteren	Recruiter experience optimaliseren
13.	Recruiter experience optimaliseren	Nieuwe medewerker beter laten landen
14.	Recruitmentkosten verlagen	Actief zoekende beter bereiken
15.	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen
16.	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen

Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen wordt door zowel bureaus als corporates niet heel vaak genoemd. Bij de bureaus zien we wel dat er dit jaar meer belang wordt gehecht aan bias free werven, maar het staat nog steeds laag op de lijst met business drivers gezien de actualiteit van het onderwerp.

	Bureaus 2022	Bureaus 2021
1.	Recruitmentproces optimaliseren	Recruitmentproces optimaliseren
2.	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten	Beter bereiken en/of benaderen van kandidaten
3.	Latent zoekende beter bereiken	Latent zoekende beter bereiken
4.	Recruitmentproces beter doormeten	Candidate experience optimaliseren
5.	Actief zoekende beter bereiken	Kwaliteit verhogen
6.	Proces beter managen	Actief zoekende beter bereiken
7.	Candidate experience optimaliseren	Recruitmentproces beter doormeten
8.	Kwaliteit verhogen	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers
9.	Communicatie verbeteren met kandidaten en/of hiring managers	Proces beter managen
10.	Recruiter experience optimaliseren	Recruitmentkosten verlagen
11.	Recruitmentkosten verlagen	Recruiter experience optimaliseren
12.	Nieuwe medewerker beter laten landen	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur
13.	Diverser/bias free werven en selecteren	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen
14.	Eigen medewerkers inzetten als ambassadeur	Nieuwe medewerker beter laten landen
15.	Betrouwbaarheid en integriteit van nieuwe medewerkers waarborgen	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen
16.	Vast- en/of flexmedewerkers beter managen	Diverser/bias free werven en selecteren



Joram Timmerman (Byner):

'Met onze oplossing kun je makkelijk meesurfen met nieuwe standaarden op het Salesforce-platform'

"De basis van Byner is dat het een applicatie is die is gemaakt voor en door partijen in de arbeidsbemiddeling", stelt Joram Timmerman, één van de vier oprichters van Byner. Bovendien benut deze recruitmenttech, die het 'veld' van ATS tot aan factuur bestrijkt, ten volle de kracht van het Salesforce-platform voor commerciële arbeidsbemiddeling.

Binnen bij de klant

"Mede door ons andere bedrijf, Salesforce consultancy partner Talent Peaks, komen we al jaren veel bij klanten binnen", zegt Timmerman. "Dan krijg je allerlei vragen, ook of je nieuwe, goed werkende software wil ontwikkelen. Drie jaar geleden zijn we toen gestart met het van scratch bouwen van Byner. Samen met twee klanten, IT-Staffing en LINKIT. Byner is zo gebouwd dat je heel makkelijk mee kan surfen op de standaarden die zich ontwikkelen op het Salesforce-platform."

Op de troepen vooruit

Timmerman is er duidelijk trots op dat ze klanten werkelijk helpen om sneller en slimmer

Beluister de uitgebreide podcastversie van dit interview op https://survey.recr.tech/podcasts

te werken. “Omdat we opnieuw gingen bouwen, konden we een aantal key features die in recruitment belangrijk zijn of worden, gelijk meebouwen. Op de troepen vooruit. En we geloven echt in de mix die wij hebben gekozen: Byner en daarnaast oplossingen van andere partijen. Onder dezelfde motorkap, op één overzichtelijk platform. Goede integratie is dé manier om je te onderscheiden in recruitmenttech. Het is bovendien erg tof als een klant die je hebt geïmplementeerd zegt: nu kan ik werkelijk slimmer werken.”

Helpen met hogere conversie

“Vaak worden we gebeld door een ondernemer uit de uitzend- of detacheringsbranche die zegt, we hebben een tekort aan goede kandidaten, kun je me helpen om een hogere conversie te bereiken”, geeft Timmerman als voorbeeld. “Ook horen we vaak, leuk al die tools, maar hoe ga ik daar echt mee aan de slag? Nog voordat je het over de tooling gaat hebben, brengen wij dan in kaart: waar wil je naartoe, wie wil ik zijn? Wil ik iedereen bedienen of een specifiek segment, engineering bijvoorbeeld. En hoe wil ik dan het verschil maken?”

Minimaal vijf users

Byner levert applicaties voor minimaal vijf users. “Een user is een consultant of intercedent bij een detacheerder of uitzendbureau. Bij kleinere partijen zeggen we vaak tegen de eigenaar; start met het basispakket en dan helpen wij je het verder door te ontwikkelen. Dan ben je over vier, vijf weken live. Maar we hadden vandaag ook een sessie met een grotere internationale detacheerder die al Salesforce inzet en onze applicatie wil gebruiken om er meer uit te halen. Dan praat je al snel met een heel team.”

Sourcing, sourcing, sourcing

De belangrijkste trend voor 2022 is, zegt Timmerman, ‘sourcing, sourcing, sourcing’. “Hoe krijg ik mezelf op een goede manier gepositioneerd op de arbeidsmarkt, hoe maak ik de onderliggende journeys meer persoonlijk en hoe zorg ik dat ik op de juiste platformen zit voor de juiste instroom van kandidaten. En de tweede trend is een nog betere kandidaat-ervaring creëren. De kandidaat wil snel en slim bediend wil worden.”

Community

Byner is bezig een community op te bouwen van klanten en prospects en daarbij ook experts op de arbeidsmarkt. “Dit jaar is dat topprioriteit. We gaan dat technisch ondersteunen met een platform, waarop klanten bijvoorbeeld trainingsmodules kunnen doorlopen rondom onze applicatie. Ook stellen we daar kennis in documenten en video’s ter beschikking en kun je coachingsessies volgen bij onze consultants. Met zo’n platform kun je ook schaalbaarheid creëren en meer kwaliteit leveren tijdens het gebruik. Daarnaast gaan we natuurlijk door met het technisch doorontwikkelen van onze app en onze klanten goed bedienen.”

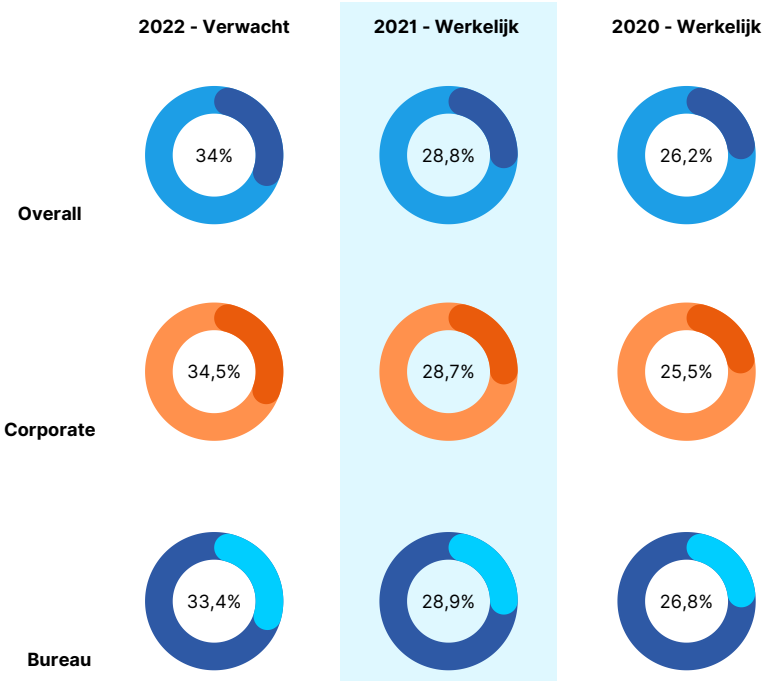


Budget

Het belang van recruitmentsoftware kun je onder meer in beeld brengen door te kijken hoeveel budget er naartoe gaat. In 2021 is er **iets meer budget naar technologie** gegaan in vergelijking tot 2020 als onderdeel van het hele recruitmentbudget. Bij corporates steeg het aandeel met 12% en bij bureaus met 7,8%.

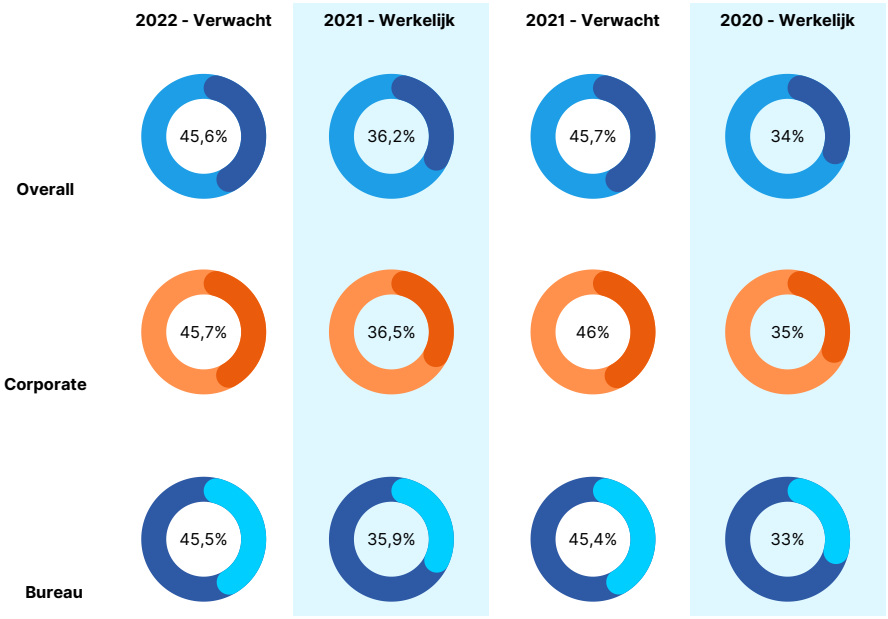
In 2021 zien we overall een duidelijk stijging van het recruitment-budget dat aan recruitmentsoftware wordt besteed. Overigens was de verwachting die over vorig jaar werd uitgesproken ten aanzien van de verhoging van het budget hoger. De kans is dus aanwezig dat in 2022 de verwachting ook niet helemaal behaald wordt.

Verder zien we dat corporates dit jaar iets meer hun investeringsniveau voor recruitmenttechnologie verwachten op te schroeven dan bureaus. De komende jaren gaan we, als de verwachtingen uitkomen, zowel bij corporates als bureaus naar een situatie waarin ongeveer een derde van het totale recruitmentbudget aan recruitmentsoftware wordt besteed.


2022 - Verwacht
2021 - Werkelijk
2020 - Werkelijk
Overall
34%
28,8%
26,2%
Corporate
34,5%
28,7%
25,5%
Bureau
33,4%
28,9%
26,8%

Recruitmentproces

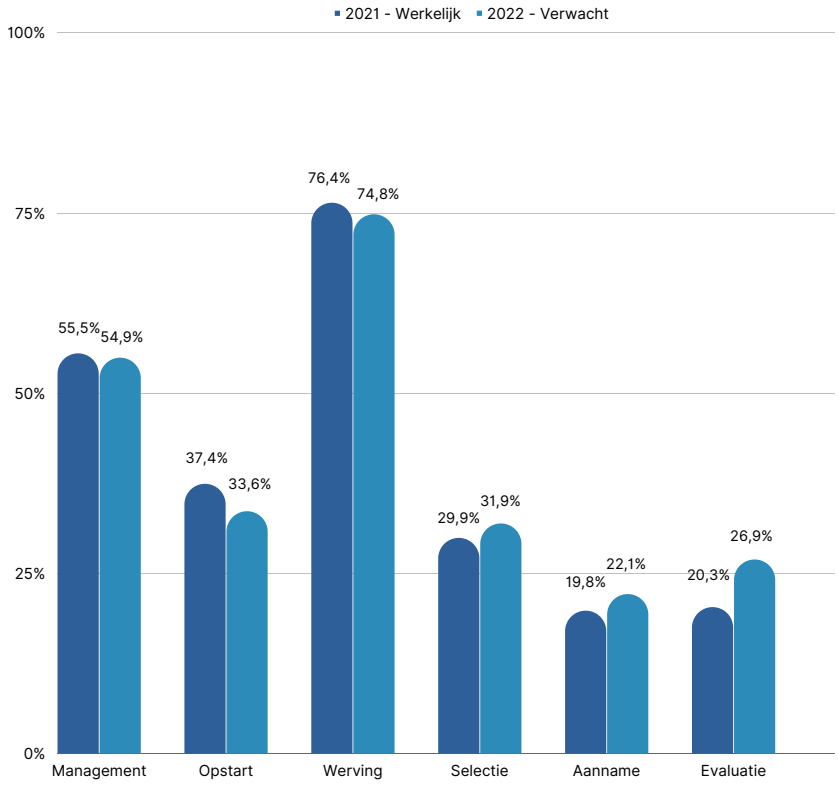
Zowel corporates als bureaus hebben hoge verwachtingen als het gaat om het **automatiseren van het recruitmentproces**. Toch zien we dat deze verwachtingen in de praktijk niet worden gehaald. Bij de werkelijk gerealiseerde automatisering in 2021 vergeleken met 2020 is een lichte stijging te zien. Wanneer de verwachtingen voor verdere automatisering dit jaar wel gerealiseerd worden, zullen grote stappen in het automatiseringsproces worden gezet.



Fases recruitmentproces

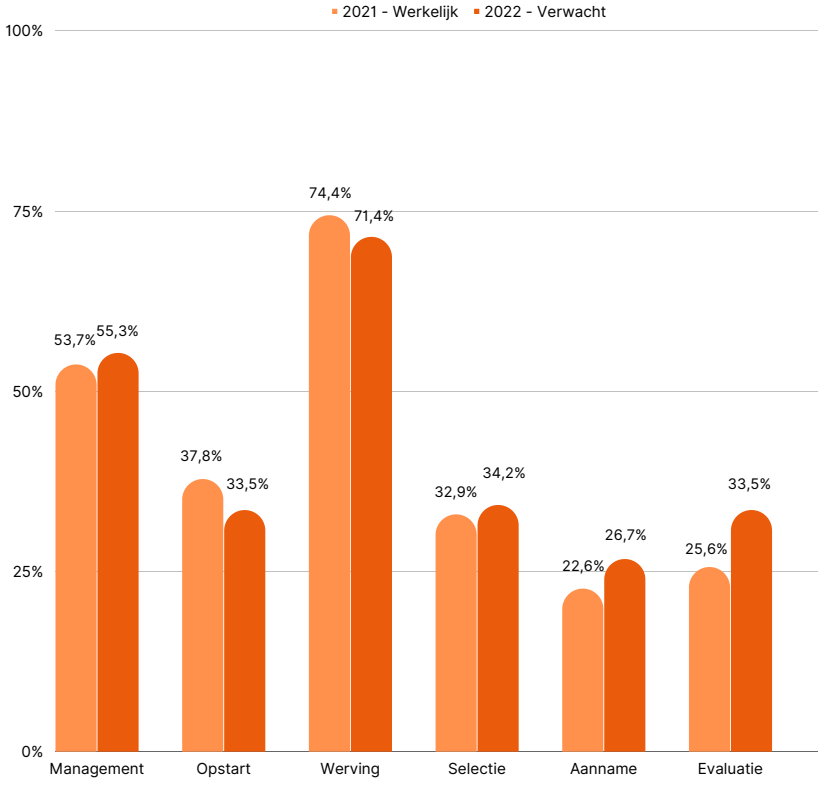
De eerste drie fases van het recruitmentproces zijn het meest van belang als het gaat om de inzet van recruitmentsoftware en er is weinig verschil ten opzichte van 2021.

De grootste verschuiving overall (corporates en bureaus samen) verwachten de respondenten bij de **evaluatiefase**, waar deze toeneemt van 20,3 naar 26,9%. Denk hierbij onder meer aan het meten van de candidate experience bij kandidaten en het recruitmentproces bij de hiring manager.



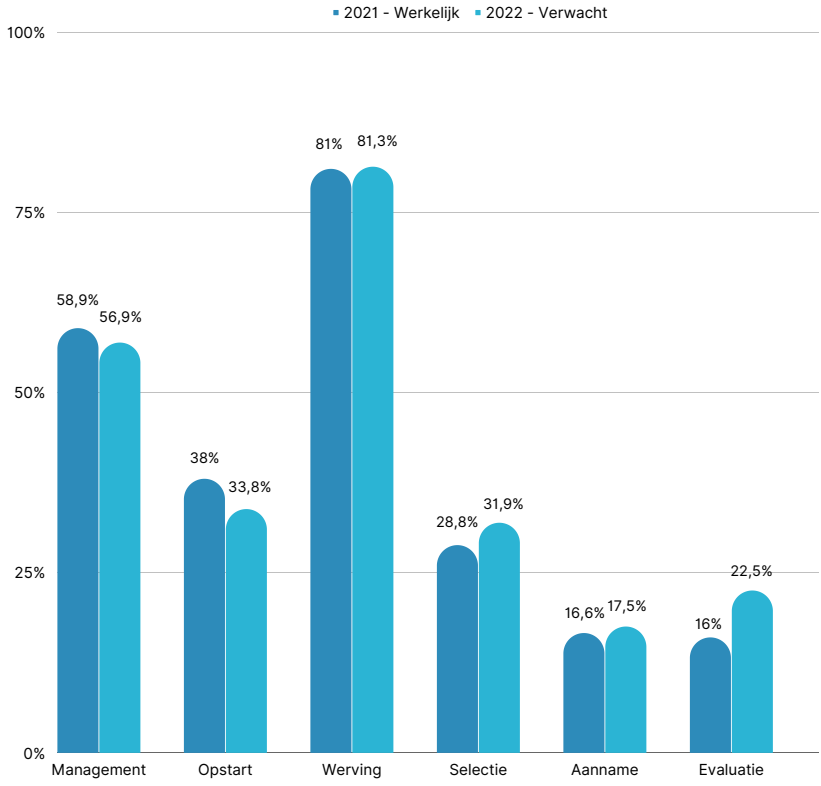
Recruitmentproces bij corporates

Bij corporates springt de toenemende verwachting voor 2022 als het gaat om de **inzet van evaluatietooling** er duidelijk uit: van 22,6% in 2021 naar 33,5% in 2022. Corporates verwachten zelf verder meer software in te zetten voor het **aannemen van kandidaten**, bijvoorbeeld in het pre- en onboardingproces.



Recruitmentproces bij bureaus

Ook bij bureaus wordt het **evalueren van het recruitmentproces** belangrijker en stijgt het van 16% naar 22,5%. Wel scoort het lager dan bij corporates. Tooling voor een soepel aannameproces van kandidaten wordt bij bureaus logischerwijs minder belangrijk gevonden dan bij corporates. Kandidaten komen veelal niet bij de bureaus zelf in dienst.





Marco Boomsma (Bullhorn):

'84% in recruitmentbranche wil investeren in techniek om processen te optimaliseren'

Wereldwijd maken meer dan 10.000 bedrijven, met name in de staffing industrie, gebruik van Bullhorn. Sales Director Europe Marco Boomsma: "Het zoeken, vinden en behouden van de juiste kandidaat is voor de meeste bedrijven echt core business geworden. Staffing agencies helpen daarbij maar ook onder hen ziet inmiddels 60% de talentenjacht als belangrijkste uitdaging."

Verschillende platformen

Bullhorn, opgericht in 1999, is een internationale organisatie, met het hoofdkantoor in Boston. Marco Boomsma: "Vanaf het ontstaan was het bedrijf gericht op software voor de staffing & recruitmentindustrie. We hebben inmiddels kantoren over de hele wereld en circa 1.300 werknemers en meer dan 10.000 klanten. Wat wij zien in de markt is dat iedereen wil digitaliseren, techniek wil gaan inzetten. Waar in 2020 nog 25% van de spelers in de branche nieuwe techniek wilde gaan inzetten, is dat inmiddels al 84% blijkt uit het jaarlijkse trendonderzoek van Bullhorn. Om processen beter, efficiënter en effectiever af te stemmen op de behoefte van de gebruiker en de klant van de klant."

Beluister de uitgebreide podcastversie van dit interview op https://survey.recr.tech/podcasts

Integratie

"Klanten kiezen - in hun behoefte aan efficiency en effectiviteit - steeds vaker voor producten die goed integreren met andere applicaties, zoals onze op Salesforce technologie gebaseerde oplossingen," zegt Boomsma. "Maar ook ons Bullhorn native product kenmerkt zich door een open API en dan kun je met onze marketplace integraties, die we volledig ondersteunen, ofwel met je eigen koppelingen of die van lokale partners aan de gang. Op het vlak van integraties onderscheiden wij ons sterk. Wij kiezen er verder voor om aan de 'voorkant' te blijven met onze oplossingen. ATS- en CRM-software, die we zo open mogelijk aanbieden. Zodat partijen met heel verschillende backoffice-systemen ook goed met onze software kunnen integreren waarbij je flexibiliteit houdt om andere pakketkeuze te maken in de toekomst of oplossingen toe te voegen."

Talentenjacht

"Veel organisaties zijn op zoek naar techniek om het proces van de talentenjacht te vereenvoudigen. Kandidaten wensen op een snelle manier door het recruitmentproces te gaan. Uit onze onderzoeken blijkt bijvoorbeeld dat 50% van kandidaten zegt uit een recruitmentproces te zijn gestapt, omdat het te lang duurde. Ook zegt 93% van de kandidaten gewerkt te hebben met een online platform en daar eigenlijk de voorkeur aan te geven, omdat het proces dan sneller verloopt. Maar tegelijkertijd geeft ook 3 op de 5 kandidaten aan liever contact met een recruiter te hebben, omdat dit persoonlijker is. Veel klanten herkennen die behoefte en zoeken oplossingen om kandidaten sneller door het proces te leiden en het toch persoonlijk te houden. Daar kun je 1001 manieren voor vinden. De manier waarop zij dat realiseren, is voor ieder segment en iedere klantengroep anders. Ik denk dat wij in de komende jaren ook veel meer de kandidaat gaan empoweren, om ze de snelheid en de persoonlijke ervaring te bieden."

Drie sterke punten

Als Boomsma met klanten praat, komen vaak drie motieven om voor Bullhorn te kiezen naar voren. "Dat we echt veel tijd steken in de het bevragen en onderzoeken wat de behoeften van een klant zijn en welke oplossing daar het beste bij aansluit. Het tweede is dat we een plug-and-play automationtool hebben die heel handzaam is, ook voor organisaties die niet allerlei specialismen is huis willen halen om processen te automatiseren. En ten derde, we hadden het net al over API, de integratiemogelijkheden van onze software."

Tenslotte pleit Boomsma dat bureaus in 2022 het moment moeten pakken: "Er liggen ongelooflijke kansen voor recruitmentbureaus, maar alleen voor organisaties die toegerust zijn om daarvan te profiteren. En Bullhorn is er om bureaus te helpen om dit moment te pakken."

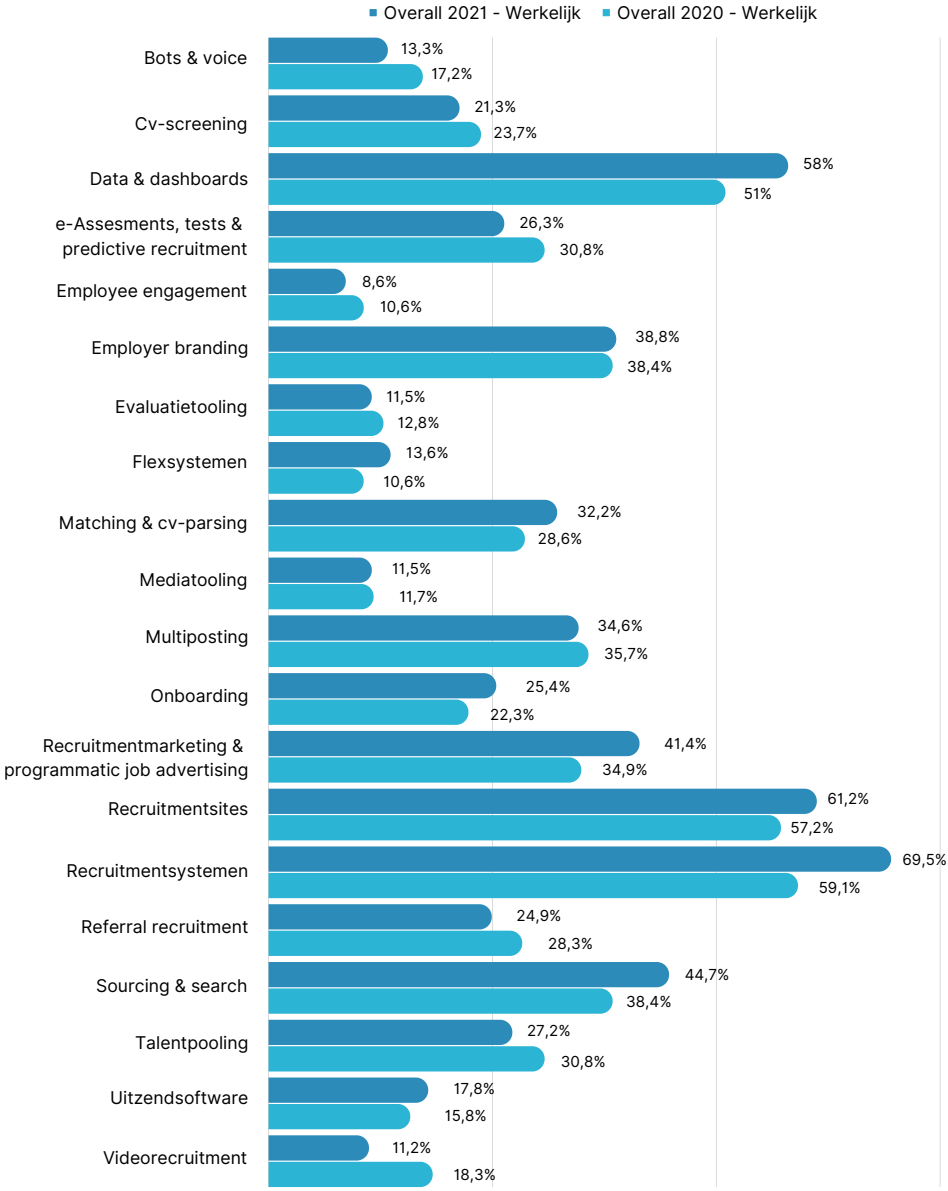


Toolinggebruik 2021

Net als in 2020 worden tools in 2021 het meest ingezet in de wervingsfase. **Recruitmentsystemen** (69,5%), **recruitmentsites** (61,2%) en **data- & dashboards** (58%) vormen de top 3 en zijn alle drie toegenomen ten opzichte van 2020. De krappe arbeidsmarkt heeft hier zeker invloed op gehad. Ook recruitmentmarketing & programmatic job advertising en sourcing & search zijn in gebruik gestegen. In 2021 is ook meer tooling ingezet voor onboarding. Door corona zijn veel organisaties de afgelopen twee jaar onboardingapps en dergelijke gaan inzetten.

In 2021 zijn e-assessments, tests & predictive recruitment en cv-screening minder ingezet als het jaar ervoor. De oorzaak hiervan kan de krappe arbeidsmarkt zijn. Door de inzet van deze tools kunnen kandidaten natuurlijk afvallen zullen organisaties wellicht denken.

Opvallende dalers zijn referral recruitment, talentpooling en video recruitment. Juist in een krappe arbeidsmarkt verwacht je dat deze meer zouden zijn ingezet.


Overall 2021 - Werkelijk
Overall 2020 - Werkelijk
Bots & voice
13,3%
17,2%
Cv-screening
21,3%
23,7%
Data & dashboards
58%
51%
e-Assesments, tests & predictive recruitment
26,3%
30,8%
Employee engagement
8,6%
10,6%
Employer branding
38,8%
38,4%
Evaluatietooling
11,5%
12,8%
Flexsystemen
13,6%
10,6%
Matching & cv-parsing
32,2%
28,6%
Mediatooling
11,5%
11,7%
Multiposting
34,6%
35,7%
Onboarding
25,4%
22,3%
Recruitmentmarketing & programmatic job advertising
41,4%
34,9%
Recruitmentsites
61,2%
57,2%
Recruitmentsystemen
69,5%
59,1%
Referral recruitment
24,9%
28,3%
Sourcing & search
44,7%
38,4%
Talentpooling
27,2%
30,8%
Uitzendsoftware
17,8%
15,8%
Videorecruitment
11,2%
18,3%

Corporates versus bureaus

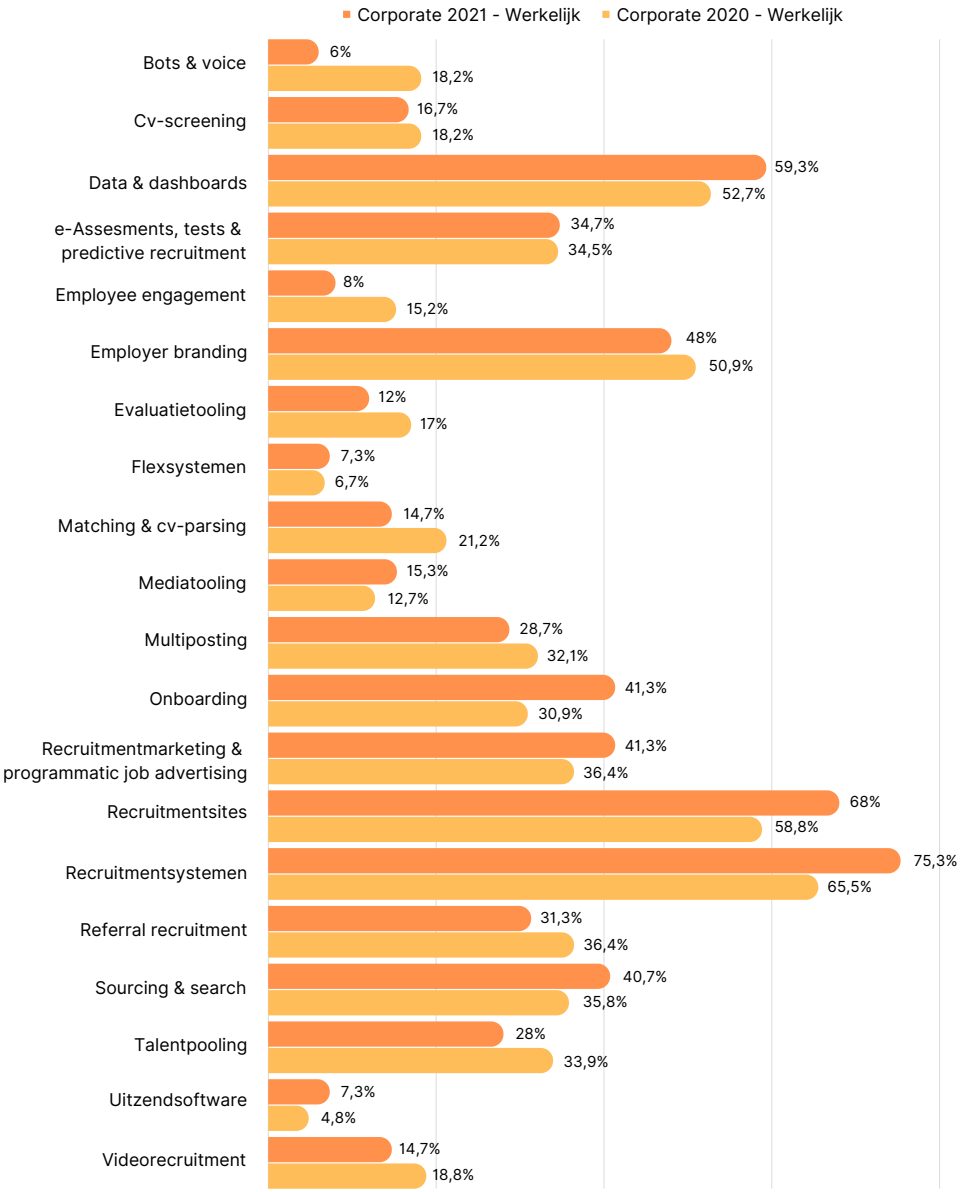
Zowel corporates als bureaus zetten **recruitmentsystemen, recruitmentsites en data & dashboards** het meeste in. Bij corporates staat employer branding op de 4e plaats (48%), wat een typische activiteit is van corporates en bij bureaus veel lager scoort (30,9%). Ook onboarding, wat samen met recruitmentmarketing & programmatic job advertising (beide 41,3%) op de 5e plaats staat, is typisch iets corporates.

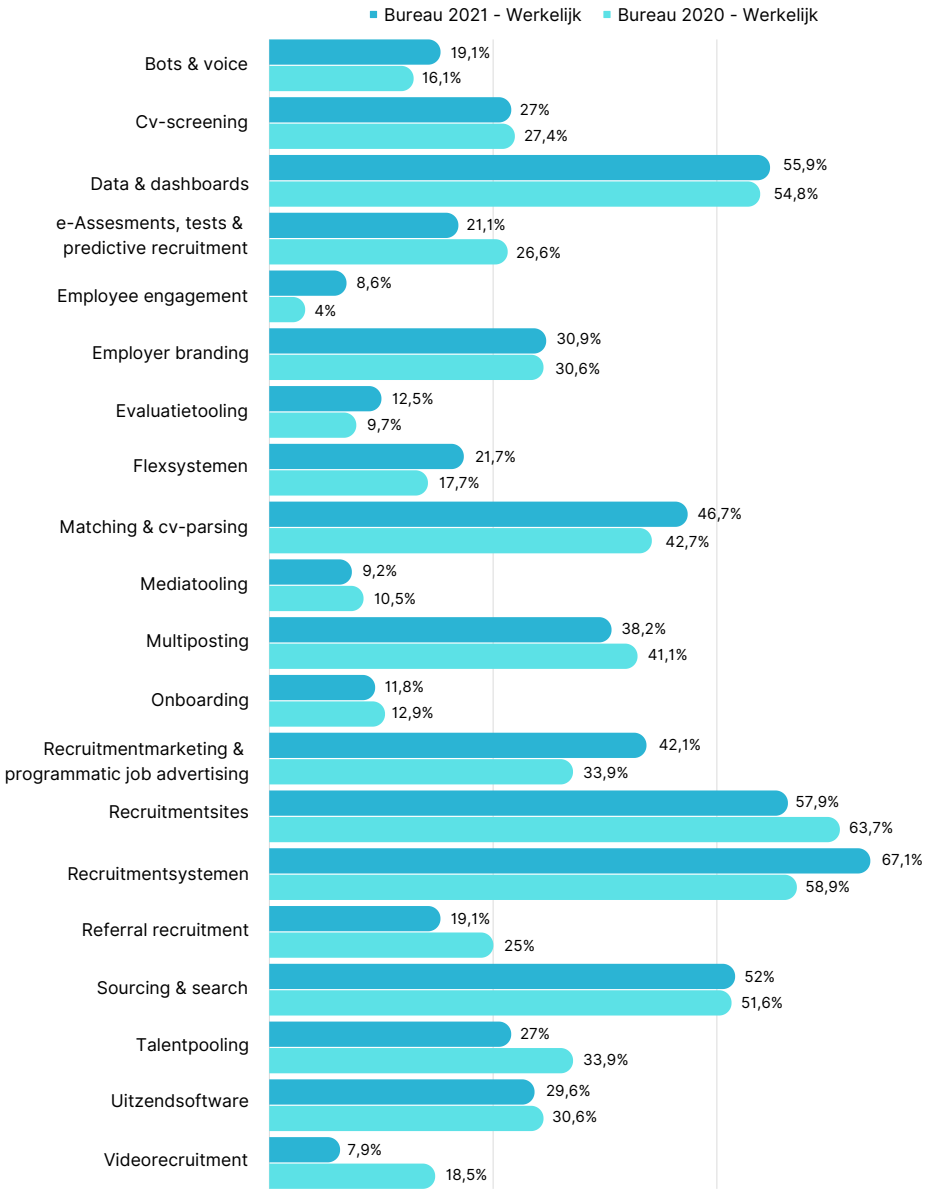
Op de 4e plaats bij bureaus staat het actief benaderen van kandidaten, oftewel sourcing & search (52%). Ook corporates zetten dit steeds meer in, maar daar staat het met 40,7% op plaats 7. Matching & cv-parsing (46,7%) sluit de top 5 af bij bureaus.

Corporates hebben in 2021 meer ingezet op software voor werving zoals recruitmentsystemen, recruitmentsites, recruitmentmarketing & programmatic job advertising en sourcing en search. In 2021 hebben corporates minder ingezet op bots & voice, employee engagement, matching & cv-parsing en referral recruitment.

Bureaus hebben in 2021 vooral meer gebruik gemaakt van recruitmentsystemen, recruitmentmarketing & programmatic job advertising en matching &cv-parsing. De inzet van sourcing & search, uitzendsoftware en data & dashboards is ongeveer gelijk gebleven.

Videorecruitment wordt bij zowel bureaus als corporates minder gebruikt in 2021, maar de afname is het grootste bij bureaus. Ook talentpooling en referral recruitment neemt af bij bureaus ten opzichte van 2020.


Corporate 2021 - Werkelijk
Corporate 2020 - Werkelijk
Bots & voice
6%
18,2%
Cv-screening
16,7%
18,2%
Data & dashboards
59,3%
52,7%
e-Assesments, tests & predictive recruitment
34,7%
34,5%
Employee engagement
8%
15,2%
Employer branding
48%
50,9%
Evaluatietooling
12%
17%
Flexsystemen
7,3%
6,7%
Matching & cv-parsing
14,7%
21,2%
Mediatooling
15,3%
12,7%
Multiposting
28,7%
32,1%
Onboarding
41,3%
30,9%
Recruitmentmarketing & programmatic job advertising
41,3%
36,4%
Recruitmentsites
68%
58,8%
Recruitmentsystemen
75,3%
65,5%
Referral recruitment
31,3%
36,4%
Sourcing & search
40,7%
35,8%
Talentpooling
28%
33,9%
Uitzendsoftware
7,3%
4,8%
Videorecruitment
14,7%
18,8%


Bureau 2021 - Werkelijk
Bureau 2020 - Werkelijk
Bots & voice
19,1%
16,1%
Cv-screening
27%
27,4%
Data & dashboards
55,9%
54,8%
e-Assesments, tests & predictive recruitment
21,1%
26,6%
Employee engagement
8,6%
4%
Employer branding
30,9%
30,6%
Evaluatietooling
12,5%
9,7%
Flexsystemen
21,7%
17,7%
Matching & cv-parsing
46,7%
42,7%
Mediatooling
9,2%
10,5%
Multiposting
38,2%
41,1%
Onboarding
11,8%
12,9%
Recruitmentmarketing & programmatic job advertising
42,1%
33,9%
Recruitmentsites
57,9%
63,7%
Recruitmentsystemen
67,1%
58,9%
Referral recruitment
19,1%
25%
Sourcing & search
52%
51,6%
Talentpooling
27%
33,9%
Uitzendsoftware
29,6%
30,6%
Videorecruitment
7,9%
18,5%

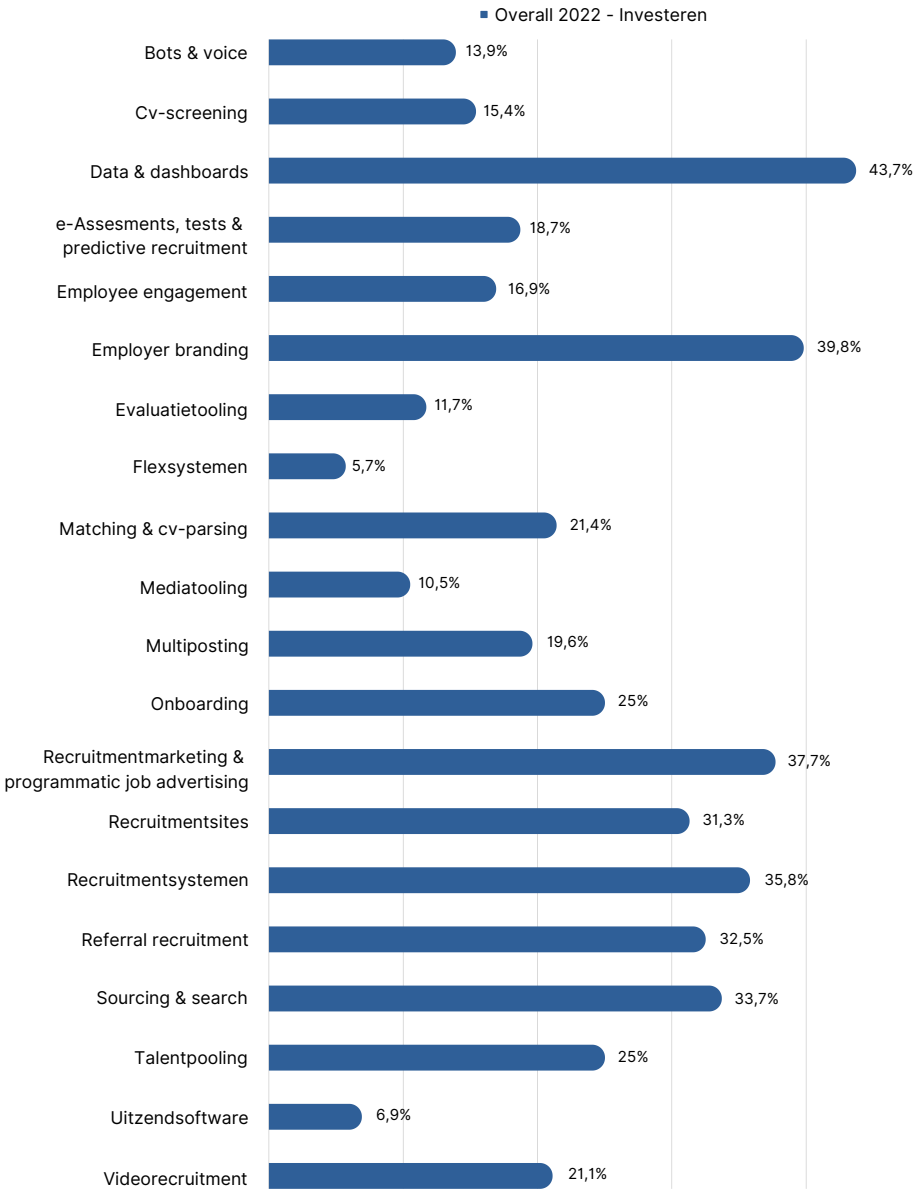
Toolinggebruik 2022

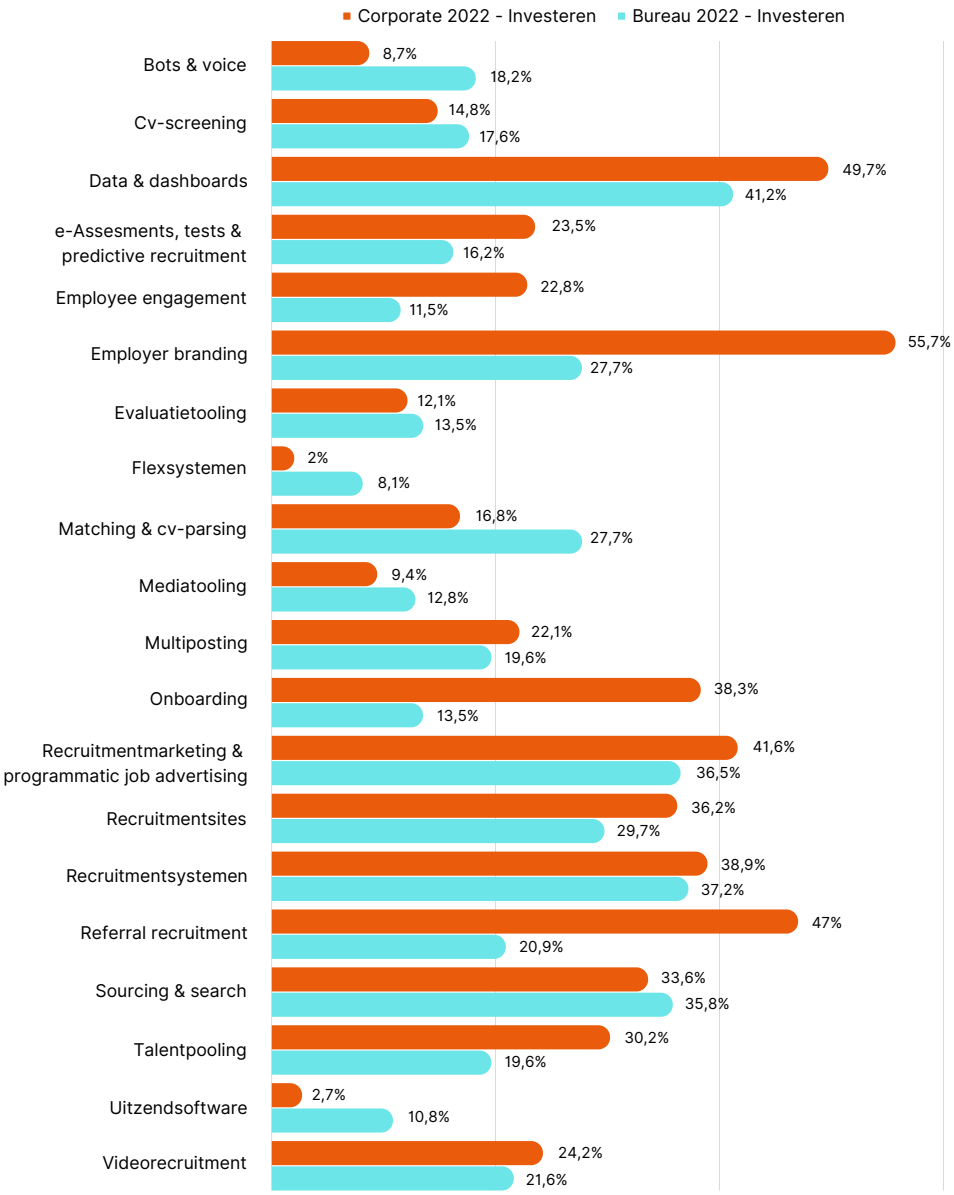
In 2022 willen bureaus en corporates vooral meer investeren in **data & dashboards** (43,7%), **employer branding** (39,8%), **recruitment marketing & programmatic job advertising** (37,7%), **recruitmentsystemen** (35,8%), **sourcing & search** (33,7%) en **referral recruitment** (32,5%). Op data & dashboards na zijn het allemaal tools in de recruitmentfase. De invloed van de krappe arbeidsmarkt is ook hierbij voelbaar. In de middenmoot zien we onboarding, talentpooling en videorecruitment staan. Ondanks dat er veel innovaties zijn op het gebied van bots & voice lijkt het alsof dit voor veel recruiters nog te vroeg komt.

Ondanks dat data & dashboards zowel bij corporates als bureaus hoog scoren, scoort het meten van het recruitmentproces en de candidate experience laag. Evaluatietooling staat samen met mediatooling, flexsystemen en uitzendsoftware onderaan de prioriteiten voor 2022.

Corporates willen in 2022 meer investeren in employer branding (55,7%) gevolgd door data & dashboard (49,7%) en referral recruitment (47%). Zowel employer branding als referral recruitment zijn echte tools corporates. De top drie bij bureaus wordt gevormd door data & dashboard (41,2%), recruitmentsystemen (37,2%) en recruitment marketing & programmatic job advertising (36,5%).

Overall scoort bots & voice laag maar bureaus willen daar meer in investeren dan corporates. Een van de redenen hiervoor is wellicht dat bureaus meer aan volumerecruitment doen.


Overall 2022 - Investeren
Bots & voice
13,9%
Cv-screening
15,4%
Data & dashboards
43,7%
e-Assesments, tests & predictive recruitment
18,7%
Employee engagement
16,9%
Employer branding
39,8%
Evaluatietooling
11,7%
Flexsystemen
5,7%
Matching & cv-parsing
21,4%
Mediatooling
10,5%
Multiposting
19,6%
Onboarding
25%
Recruitmentmarketing & programmatic job advertising
37,7%
Recruitmentsites
31,3%
Recruitmentsystemen
35,8%
Referral recruitment
32,5%
Sourcing & search
33,7%
Talentpooling
25%
Uitzendsoftware
6,9%
Videorecruitment
21,1%


Corporate 2022 - Investeren
Bureau 2022 - Investeren
Bots & voice
8,7%
18,2%
Cv-screening
14,8%
17,6%
Data & dashboards
49,7%
41,2%
e-Assesments, tests & predictive recruitment
23,5%
16,2%
Employee engagement
22,8%
11,5%
Employer branding
55,7%
27,7%
Evaluatietooling
12,1%
13,5%
Flexsystemen
2%
8,1%
Matching & cv-parsing
16,8%
27,7%
Mediatooling
9,4%
12,8%
Multiposting
22,1%
19,6%
Onboarding
38,3%
13,5%
Recruitmentmarketing & programmatic job advertising
41,6%
36,5%
Recruitmentsites
36,2%
29,7%
Recruitmentsystemen
38,9%
37,2%
Referral recruitment
47%
20,9%
Sourcing & search
33,6%
35,8%
Talentpooling
30,2%
19,6%
Uitzendsoftware
2,7%
10,8%
Videorecruitment
24,2%
21,6%



Leon Buijsman (Ubeeo):

'Het is prachtig als je alle recruitment-wensen in één product weet te lijmen'

Ubeeo bouwt en levert sinds 2004 recruitmentsoftware voor organisaties die zelf willen werven. "Het is software in de breedste zin van het woord", vertelt Leon Buijsman, Managing Director van Ubeeo.

'Software in de breedste zin van het woord'

Het Ubeeo-systeem ondersteunt het héle recruitmentproces, ook aan de kant van de kandidaat, zegt Buijsman. 'Dat geïntegreerde proces bestaat uit een strategie waar de hiring manager bij betrokken is. Waarbij er sollicitatiegesprekken of interviews gedaan kunnen worden vanuit de organisatie. En waar uiteindelijk de data ook terug te vinden is in het HR-systeem als een kandidaat in dienst komt. Het fungeert dus niet alleen in een fase waar kandidaten binnen komen, zoals een ATS, maar we leveren ook recruitmentsites waar we eigenlijk alles verzorgen. Inclusief het ontwikkelen van een werkenbij-site.'

De focus op integratie

Recruitmentsystemen zijn er echter in

Beluister de uitgebreide podcastversie van dit interview op https://survey.recr.tech/podcasts

overvloed. Wat maakt Ubeeo's product uniek? "Ik kijk opvallend weinig naar andere producten", zegt Buijsman. "Wat ons product echt goedmaakt is dat we vanaf het begin veel focus hebben gehad op integreren in de werken bij-site. Waardoor de ervaring van de kandidaat beter werd en we in een vroegtijdig stadium mobiele sollicitaties konden ondersteunen en doormeten.'

Dat stond aan de voet van de groei die Ubeeo heeft meegemaakt. "Dat deel van het internet snappen we gewoon heel goed", zegt Buijsman. 'En dat is nou net hetgeen waar andere grote hr-softwareleveranciers als de ADP's, AFAS, Visma RAET en SAP's van deze wereld net wat meer moeite mee hebben. Zij hebben de back-office goed op orde, maar de integratie met de werken bij-site laat te wensen over.'

Van Hireserve naar Ubeeo

Het bedrijf is echter niet altijd door het leven gegaan als Ubeeo. In 2021 werd Hireserve, deels noodgedwongen door de Brexit, Ubeeo. "We zagen ander gebruik onder de doelgroepen", vertelt Buijsman. 'Waar we in Engeland meer traditionele werkenbij-sites en recruiters achter het systeem zagen, zagen we in Nederland een veel sterkere focus op candidate experience en hiring managers en interviewers die gebruik maken van het systeem. Na goed overleg is Hireserve de Engelse markt blijven bedienen en is Ubeeo in Nederland geboren.'

Die transitie was echter wel spannend, zegt Buijsman. 'Jarenlang hebben we Hireserve geheten en waren we met een internationale component een naam op de lijstjes. Je hebt een bepaalde naam in de markt. We werken zonder salesafdeling en moeten het dus hebben van de verhalen die mensen aan elkaar vertellen.'

'Bij ieder bedrijf liggen de accenten anders'

En die verhalen zijn vaak positief. Ubeeo levert inmiddels recruitmentsoftware aan een breed scala Nederlandse bedrijven, waaronder Amsterdam UMC, Avans Hogeschool en T-Mobile. Tot veel plezier van Buijsman. 'Eigenlijk moeten ze hun organisatie als product neerzetten in de arbeidsmarkt', zegt hij. 'En dat is voor elke organisatie anders. Bij ieder bedrijf liggen de accenten anders. Zo'n veranderingsproces kan soms behoorlijk complex worden, maar ontzettend leuk."

De complexiteit is misschien het best aantoonbaar in het gebruik van Ubeeo ATS binnen de Nederlandse Spoorwegen (NS). "Het zijn vier organisaties waarvoor geworven moet worden", vertelt Buijsman. "De retail-tak voor de winkels op de stations, massawerven voor machinisten, specialistisch werven voor IT-functies op het hoofdkantoor en dan nog stages. Het is prachtig als je dat in één product weet te lijmen."



RT35

Recruitment Tech 35

2022	2021			
1	(1)	**ForceFlow**	Recruitmentsystemen	5,642
2	(4)	**Getnoticed**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	5,172
3		**Byner**	Recruitmentsystemen	5,170
4	(5)	**MrWork**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	4,936
5		**Recruition**	Recruitmentsystemen	4,780
6		**JobBoost.io**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	4,710
7	(28)	**Indeed**	Mediatooling	4,705
8	(13)	**Ubeeo**	Recruitmentsystemen	4,676
9	(8)	**Intelligence Group**	Data & dashboards	4,662
10	(21)	**Jobdigger**	Data & dashboards	4,498
11		**Recruitment Accelerator**	Data & dashboards	4,478
12		**Talmark**	Recruitmentsites	4,476
13	(6)	**Joboti**	Bots & voice	4,432
14		**BRANDMANNEN**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	4,427
15	(19)	**Recruit Robin**	Sourcing & search	4,394
16	(22)	**VONQ**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	4,361
17		**Ratecard**	Data & dashboards	4,337
18	(24)	**RecruitNow**	Uitzendsoftware	4,331
19	(29)	**LinkedIn**	Mediatooling	4,222
20		**Appical**	Onboarding	4,207

2022	2021			
21	(30)	**Carerix**	Recruitmentsystemen	4,191
22	(23)	**Mimir**	Multiposting	4,158
23	(26)	**OTYS**	Recruitmentsystemen	4,076
24		**Starred**	Data & dashboards	3,989
25	(11)	**HROffice**	Recruitmentsystemen	3,981
26		**HelloFlex**	Flexsystemen (VMS)	3,935
27	(12)	**Brockmeyer**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	3,893
28	(14)	**Recruitee**	Recruitmentsystemen	3,821
29	(32)	**Bullhorn**	Recruitmentsystemen	3,788
30		**FlexService**	Uitzendsoftware	3,776
31	(25)	**Textkernel**	Data & dashboards	3,732
32	(18)	**IGB**	Multiposting	3,713
33		**Brandchart**	Data & dashboards	3,679
34		**Emply**	Recruitmentsystemen	3,575
35	(33)	**AFAS Software**	Recruitmentsystemen	3,492

Over de Recruitment Tech 35 (RT35)

De Recruitment Tech 35 (RT35) is het overzicht met leveranciers van recruitmenttechnologie met de hoogste waardering door gebruikers in Nederland. Respondenten konden aangeven welke software ze in 2021 hebben gebruikt en deze beoordelen op de zes criteria (zie pagina 52).

In de editie van 2021 van de RT35 is geen rekening gehouden met het aantal beoordelingen per leverancier. Veel of weinig beoordelingen: de leverancier met de hoogste gewogen score was de winnaar. Bij deze editie is het aantal beoordelingen wel als factor meegenomen in het bepalen van de ranglijst. Dit betekent concreet dat veel beoordelingen zwaarder wegen dan weinig beoordelingen. Om in de RT35 te komen, behoorde een leverancier minimaal vijf keer te zijn beoordeeld en een score hebben van minimaal 3,492. Het feit dat een leverancier in de RT35 staat betekent dat deze goed wordt gewaardeerd.

Top 10

Voor het tweede jaar op rij is ForceFlow als eerste geëindigd. Getnoticed, vorig jaar nog op plek 4 staat nu op de tweede plaats. Byner komt vanuit het niets op de derde plek terecht. Andere nieuwkomers in de top 10 zijn Recruition (5) en JobBoost.io (6).

Stijgers en dalers

Opvallende stijger is Indeed die dit jaar een enorme sprong maakt, van plaats 28 naar plaats 7. Andere grote stijgers zijn Jobdigger (van 21 naar 10) en LinkedIn (van 29 naar 19). HROffice is van 11 naar 25 gezakt, Brockmeyer van 12 naar 27, Recruitee van 14 naar 28 en IGB van 18 naar 32.

Nieuw binnen

De volgende leveranciers zijn nieuw binnengekomen in de RT35: Byner (3), Recruition (5), JobBoost.io (6), Recruitment Accelerator (11), Talmark (12), BRANDMANNEN (14), Ratecard.io (17), Appical (20), Starred (24), HelloFlex 26), Flexservice (30), Brandchart (33) en Emply (34).

Uit de RT35

Als er nieuwe leveranciers bij komen moeten er ook een aantal uit de RT35 verdwijnen. Omdat ze minder dan 5 keer zijn beoordeeld of minder scoorden dan 3,492. De volgende leveranciers zijn in 2022 verdwenen uit de RT35: TheNextCrowd (2 in 2021), Cammio (7 in 2021), Radancy (9 in 2021), Salesforce (10 in 2021), OnRecruit (15 in 2021), Homerun (16 in 2021), HFMtalentindex (17 in 2021), Mysolution (31 in 2021), Talentsoft (34 in 2021) en Endouble (35 in 2021).

Toolingcategorieën

Van 3 toolingcategorieën staan 5 of meer leveranciers in de RT35 waardoor we ook een top 5 per toolingcategorie kunnen maken en zelfs een top 10 van recruitmentsystemen.

Recruitmentsystemen

1. **ForceFlow**
2. **Byner**
3. **Recruition**
4. **Ubeeo**
5. **Carerix**
6. **OTYS**
7. **HROffice**
8. **Recruitee**
9. **Bullhorn**
10. **Emply**

Bij de recruitmentsystemen top 10 zien we een vertrouwd beeld, ForceFlow op nummer 1 en nieuwkomer Byner op plek 2. Recruition completeert de top 3. Bullhorn, een van de grootste aanbieders van recruitmentsystemen voor bureaus ter wereld, vinden we hier op plek 9, vlak voor het van oorsprong Deense Emply. In de middenmoot vinden we onder meer de Nederlandse aanbieders Carerix en OTYS.

Recruitment marketing & programmatic job advertising

1. **Getnoticed**
2. **MrWork**
3. **JobBoost.io**
4. **BRANDMANNEN**
5. **VONQ**

Getnoticed vinden we in deze toolingcategorie van recruitmentsoftware op nummer 1, als beste beoordeeld door de respondenten. Het Noordhollandse BRANDMANNEN, een belangrijke nieuwkomer in de RT35, staat op plek 4.

Data & dashboards

1. **Intelligence Group**
2. **Jobdigger**
3. **Recruitment Accelerator**
4. **Ratecard**
5. **Starred**

Het Rotterdamse Intelligence Group, dat dashboards levert met Nederlandse en Europese arbeidsmarktdata, vinden we op de eerste positie. Starred en Textkernel, beiden van oorsprong Nederlands, timmeren wereldwijd flink aan de weg en sluiten de top 5 af.



Jeroen van Heeswijk (RecruitNow):

'Ik geloof in de menselijke intuïtie, maar een ATS ziet veel meer variabelen dan een intercedent'

Na 17 jaar zelf in de detacheringsbranche te hebben gewerkt, is Product Owner Jeroen van Heeswijk nu dagelijks bezig om zijn ervaring door te vertalen naar Cockpit, de ATS-oplossing van RecruitNow. "Ik praat veel met klanten, zodat we zeker weten dat de functionaliteiten die wij brengen ook aansluiten bij hun behoeftes."

In huis ontwikkelen

"We zijn groot geworden met Jobsites, maar ons ATS-product RecruitNow|Cockpit is nu de motor van ons bedrijf. Ook doen we voor veel klanten campagnes op de toonaangevende Jobboards. Met meer dan vijftig RecruitNow'ers werken we voor de hele staffingbranche. Van de lokale mkb'er op de hoek tot de landelijke grote uitzendbedrijven. Wij willen graag innovatief zijn en onze oplossing continu doorontwikkelen. Daarom ontwikkelen we veel zelf. Als Product Owner is het dan prettig om input van veel verschillende klanten te ontvangen en snel te kunnen schakelen tussen wat gebruikers willen

Beluister de uitgebreide podcastversie van dit interview op https://survey.recr.tech/podcasts

en wat onze developers kunnen bouwen."

Optimaal gebruik van de kandidatendatabase
"Bijna al onze klanten vinden het momenteel lastig om goede kandidaten te vinden. Vaak blijken ze tijdrovende systemen te gebruiken, die veel administratie vereisen en vaak ook niet goed gekoppeld zijn met de backoffice. Ze hebben meestal een goede database, maar kunnen de kandidaten er niet goed 'uit krijgen' ofwel match-en. Een goed werkend systeem ziet veel meer variabelen dan een intercedent in het oog kan houden. Waardoor je veel meer rendement uit je database kunt halen."

Heel gebruikersvriendelijk
"Eén van de belangrijkste kenmerken van Cockpit is de enorme gebruikersvriendelijkheid", stelt Van Heeswijk. "Het is voor en door intercedenten gebouwd, de mensen uit het vakgebied. Dat zorgt ervoor dat het systeem ook die laatste 10% tot 15% kan bieden, de verfijning in het dagelijks werk. Daarnaast innoveren we continu. Vorig jaar hadden we dertien nieuwe releases, met telkens nieuwe functionaliteiten. Wij willen het product zo blijven door ontwikkelen dat het bureaus helpt om te groeien. Het systeem is in tien minuten te leren, maar als je steeds nieuwe functionaliteiten ontwikkelt, is het belangrijk dat wij onze klanten helpen het maximale uit het ATS te halen."

Van klein tot groot
"RecruitNow werkt voor grote klanten zoals Luba, waarmee we Cockpit als developing partner hebben ontwikkeld. Vorig jaar zijn daar Olympia, Actief Nederland en Carrière Uitzendbureau bijgekomen. Maar ook kleinere organisaties, zoals NasWerkt en Eqib, een werving- en selectiebureau uit het oosten van het land. Een goede mix. We zijn ook trots dat nagenoeg hetzelfde product goed werkt voor kleine bureaus met circa vijf intercedenten én voor bureaus als Olympia met zo'n 700 intercedenten."

Grote stap in marketing automation
Dit jaar wil RecruitNow grote stappen maken met marketing automation. "Dat is een onderwerp wat bij veel uitzendbureaus hoog op de agenda staat. Om dat aan te kunnen bieden, hebben wij recent een nieuwe partner gevonden. Samen met deze partner en één van onze klanten voeren we nu de eerste gesprekken om tot een nieuwe, voor al onze klanten goed bruikbare tool te komen. Het is eigenlijk een soort integratie tussen onze jobsites en Cockpit." Daarbij wordt ook aan de kandidaat gedacht: "Als je naar de kapper gaat krijg je vaak meer begeleiding dan de doorsnee kandidaat. Daar willen we verandering in brengen. Dat je bijvoorbeeld niet alleen een app krijgt wanneer je als kandidaat een gesprek ingaat, maar ook erna, om te informeren hoe het gegaan is. Echt een goede customer journey integreren in de oplossing."



RT35 criteria

Respondenten hebben de recruitmentsoftware die ze gebruiken **beoordeeld op een zestal criteria**. Voor de deelnemers is het ene criterium waarop een leverancier wordt beoordeeld meer van belang dan het andere. Vandaar dat na de beoordeling van de leveranciers is gevraagd welke criteria ze het meest belangrijk vinden. Deelnemers hebben hiertoe de zes criteria gerankt.

Belangrijkste criteria

Net als vorig jaar staan **productkwaliteit** en **innovatievermogen** bovenaan als belangrijkste criteria voor het beoordelen van leveranciers op het gebied van recruitmentsoftware. Opvallend is dat **proactief meedenken** door de leverancier bij de corporates duidelijk belangrijker wordt gevonden dan bij de bureaus.

2021 versus 2022

De top 2 is hetzelfde gebleven als vorig jaar met productkwaliteit en innovatievermogen. Klantgerichtheid en servicegerichtheid zijn wat belangrijker geworden en de prijs-kwaliteit verhouding van de tooling en het proactief meedenken van de leverancier van recruitmentsoftware wat minder belangrijk.

Corporates versus bureaus

Bij corporates zijn de criteria in de top 3 hetzelfde gebleven. Bij de drie daaropvolgende criteria is er sprake van wat stuivertje wisselen. Al zakt het beoordelingscriterium prijs-kwaliteitverhouding twee plaatsen. Bij de bureaus zien we wel een verschuiving in de top 3. De klantgerichtheid is van plaats 4 naar plaats 3 opgeschoven.

	Overall	Corporate	Bureaus
1.	Productkwaliteit	Productkwaliteit	Productkwaliteit
2.	Innovatievermogen	Innovatievermogen	Innovatievermogen
3.	Klantgerichtheid	Proactief meedenken	Klantgerichtheid
4.	Prijs-kwaliteitsverhouding	Klantgerichtheid	Prijs-kwaliteitsverhouding
5.	Servicegerichtheid	Servicegerichtheid	Servicegerichtheid
6.	Proactief meedenken	Prijs-kwaliteitsverhouding	Proactief meedenken

	2022	2021
1.	Productkwaliteit	Productkwaliteit
2.	Innovatievermogen	Innovatievermogen
3.	Klantgerichtheid	Prijs-kwaliteitsverhouding
4.	Prijs-kwaliteitsverhouding	Proactief meedenken
5.	Servicegerichtheid	Klantgerichtheid
6.	Proactief meedenken	Servicegerichtheid

RT35 criteria top 10

In alle 6 de criteria is ForceFlow knap de winnaar geworden. Vorig jaar was ForceFlow ook al de winnaar, maar toen stonden ze in 4 van de 6 criteria bovenaan. Ook andere leveranciers die hoog scoren in de RT35 staan bovenaan in de criteria top 10. Toch zie je per criterium dat specifieke leveranciers naar voren komen, vandaar dat we ze je niet willen onthouden.

	Productkwaliteit	Klantgerichtheid	Prijs/Kwaliteit
1	ForceFlow	ForceFlow	ForceFlow
2	Getnoticed	Byner	Getnoticed
3	LinkedIn	Getnoticed	Byner
4	Byner	MrWork	MrWork
5	Indeed	Recruition	Recruition
6	Jobdigger	JobBoost.io	JobBoost.io
7	Intelligence Group	BRANDMANNEN	Indeed
8	MrWork	Indeed	Ubeeo
9	OTYS	Ubeeo	Intelligence Group
10	VONQ	Intelligence Group	Jobdigger

Betekenis 6 criteria

- **Productkwaliteit**: hoe goed zijn de producten?
- **Klantgerichtheid**: staat de klant centraal of de oplossing?
- **Prijs/kwaliteit**: zijn product en investering in balans?
- **Innovatievermogen**: wordt product voldoende vernieuwd?
- **Servicegerichtheid**: word je goed geholpen bij vragen(helpdesk)?
- **Proactief meedenken**: denkt leverancier uit zichzelf mee?

	Innovatievermogen	Servicegerichtheid	Proactief meedenken
1	ForceFlow	ForceFlow	ForceFlow
2	Byner	Getnoticed	Byner
3	Getnoticed	Byner	Getnoticed
4	MrWork	Recruition	Recruition
5	Recruition	MrWork	MrWork
6	Recruitment Accellerator	Ubeeo	JobBoost.io
7	Joboti	Recruitment Accelerator	Ubeeo
8	Ubeeo	JobBoost.io	Talmark
9	Intelligence Group	Talmark	Intelligence Group
10	RecruitNow	Intelligence Group	Indeed

Hoe zetten corporates en bureaus succesvol recruitmentsoftware in om hun doelstellingen te behalen?

Krijg een kijkje in de keuken bij collegarecruiters en laat je inspireren door de beste recruitment tech cases tijdens Recruitment Tech Case_Day op donderdag 3 november 2022.


recruitment
tech·case_day
Boek nu jouw fysieke of digitale bioscoopstoel voor de eerste editie van dit nieuwe hybride event, live vanuit Pathé Leidsche Rijn in Utrecht:
www.recruitmenttech.nl/caseday

RECRUITMENTTECH.NL



www.recruitmenttech.nl/survey