
RECRUITMENT TECH SURVEY
recruitment tech
2021
De recruitment tech trends van 2021
& de RT35 met meest gewaardeerde
recruitment tech leveranciers

All about recruitment technology



recruitment tech.nl



Waardering

Na het Recruitment Tech Event, Recruitmenttech.nl/.com/.be/.de en Demo_Day hebben we iets nieuws: de Recruitment Tech Survey. Een jaarlijks onderzoek onder gebruikers van recruitmenttooling waarbij we kijken naar gebruikerstrends en ervaringen van gebruikers met leveranciers: de Recruitment tech 35 (RT35).

Voor de RT35 heb ik me laten inspireren door de vele lijstjes die er al zijn. En mijn wens was de Recruitment Tech 100. Een lijst met de 100 meest gewaardeerde leveranciers van recruitmenttechnologie in Nederland. In deze eerste editie zijn we tot een top 35 gekomen op basis van input van meer dan 300 recruiters. Wie weet lukt het om de komende jaren alsnog naar een top 100 door te groeien. Gezien de mooie tooling die we hebben in Nederland en haar vele gebruikers, valt er genoeg te waarderen.

Martijn Hemminga
Founder Recruitment Tech Network

martijn@recruitmenttech.nl

Colofon

Recruitment Tech Survey 2021
is een uitgave van Recruitment Tech Network

April 2021

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

Pro partners: Bullhorn en RecruitNow.

Partners: AFAS Software, Brandmannen, Cammio, Carerix, Gini-Recruit, Getnoticed, IVY works, Jobsupporters, Mysolution, OTYS, Recruition, Starred en Validata.

In 2022 partner worden? Kijk op www.recruitmenttechnetwork.com.

Aan deze uitgave werkten mee:

Martijn Hemminga, Willemijn van der Heijden, Erwin Hokken, Eelco Markensteyn (EM Onderzoek) en Saskia Koudijs.

Copyright © Recruitment Tech Network, 2021
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

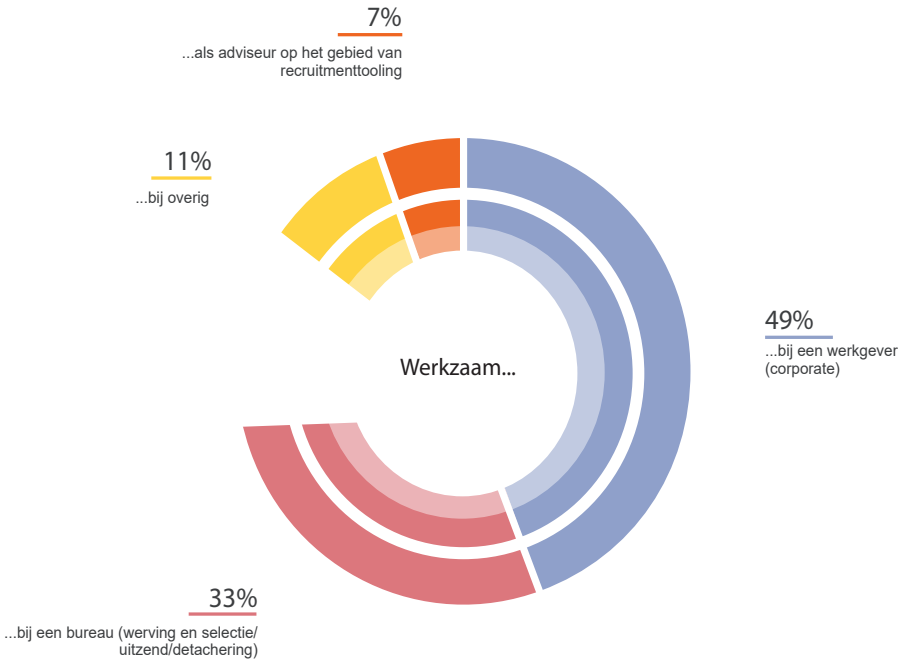
Voorwoord	3
Colofon	4
Inhoud	5
Onderzoeksopzet	6
Business drivers	10
Recruitmentproces	12
Interview Bullhorn	14
Toolinggebruik 2020 & 2021	16
Interview RecruitNow	20
RT35: meest gewaarderde leveranciers	23
Interview ForceFlow: nummer 1 in de RT35	26
RT35: top 10 waarderingscriteria	28

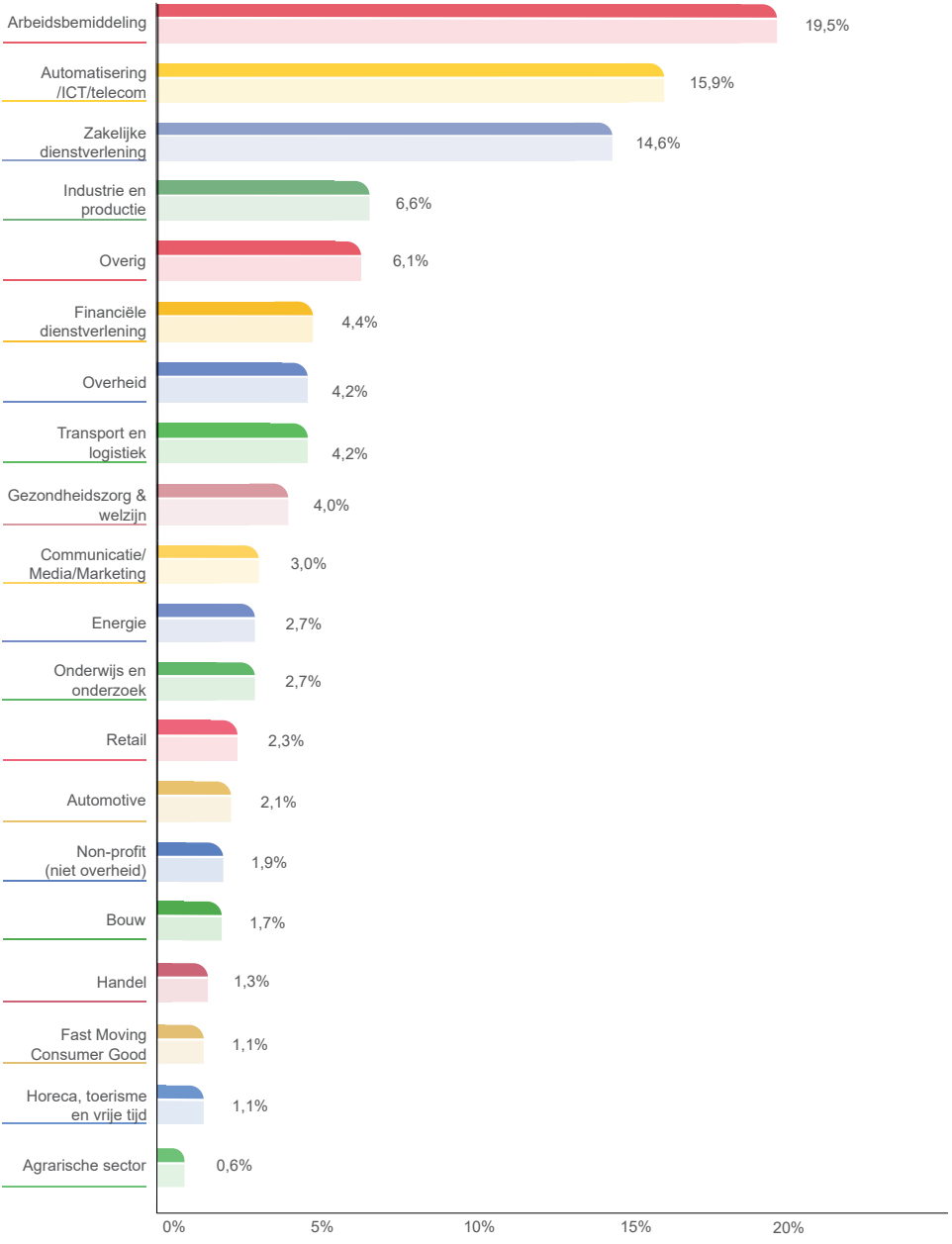
Onderzoeksopzet

De Recruitment Tech Survey 2021 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 gebeurd middels een online vragenlijst die via diverse kanalen van Recruitment Tech beschikbaar is gesteld. Gedurende de periode van 1 november 2020 tot 12 januari 2021 is via deze internetvragenlijst respons verzameld. In totaal hebben 322 respondenten het onderzoek in z'n geheel ingevuld en 125 gedeeltelijk. 111 respondenten voldeden niet aan de criteria (bijvoorbeeld leverancier van recruitmenttechnologie) en zijn niet meegenomen in de resultaten van dit onderzoek.

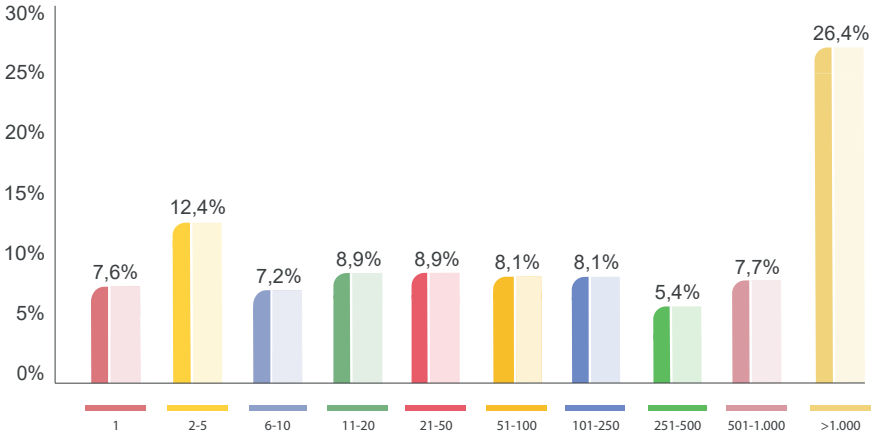
Van alle respondenten is 24% beslisser, 33% medebeslisser, 32% adviserende rol of beïnvloeder en 11% gebruiker of overig.




Arbeidsbemiddeling
19,5%
Automatisering /ICT/telecom
15,9%
Zakelijke dienstverlening
14,6%
Industrie en productie
6,6%
Overig
6,1%
Financiële dienstverlening
4,4%
Overheid
4,2%
Transport en logistiek
4,2%
Gezondheidszorg & welzijn
4,0%
Communicatie/ Media/Marketing
3,0%
Energie
2,7%
Onderwijs en onderzoek
2,7%
Retail
2,3%
Automotive
2,1%
Non-profit (niet overheid)
1,9%
Bouw
1,7%
Handel
1,3%
Fast Moving Consumer Good
1,1%
Horeca, toerisme en vrije tijd
1,1%
Agrarische sector
0,6%
0%
5%
10%
15%
20%

Het onderzoek omvat twee delen. In het eerste deel van het onderzoek is gekeken naar de trends. Welke recruitmenttooling zijn in 2020 gebruikt en waar wordt meer in geïnvesteerd in 2021? Welke fases van het recruitmentproces zijn het meest geautomatiseerd en welke business drivers zijn het meest belangrijk om recruitmenttechnologie in te zetten.

Iets meer dan een kwart van de respondenten werkt bij organisatie met meer dan 1.000 medewerkers en is daarmee de grootste categorie. De overige respondenten zijn redelijk verdeeld over de kleine categorieen met een kleine uitschieter voor de categorie 2 tot en met 5 medewerkers.



In het tweede deel van het onderzoek konden respondenten de leveranciers van de recruitmenttooling die ze gebruiken beoordelen op een zestal criteria:

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

Na de beoordeling van de leveranciers is gevraagd hoe belangrijk respondenten de aspecten vinden. Deelnemers hebben hiertoe de zes aspecten moeten ranken. Het meest belangrijke aspect bovenaan en het minst belangrijke aspect onderaan. Hieronder zie de overall ranking en de ranking van corporate en bureaurecruiters. Productkwaliteit en innovatievermogen zijn voor beide doelgroepen het meest belangrijk en servicegerichtheid het minst belangrijk.

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

Business drivers

De inzet van recruitmenttooling moet bijdragen aan het behalen van de recruitmentdoelstellingen. Liefst 270 recruitment- en hr-professionals gaven aan dat het optimaliseren van het recruitmentproces een belangrijke reden is om recruitmenttechnologie in te zetten, waarbij aangetekend dient te worden dat men meerdere antwoorden kon geven.

Daarnaast vinden recruiters en hr-medewerkers het belangrijk dat de candidate experience positief is, wat erin resulteerde dat dit de tweede business driver werd voor het inzetten van technologie onder de participanten. Het beter bereiken en benaderen van kandidaten sloot de top drie. Opvallend was dat het verlagen van de recruitmentkosten pas op plek tien terug te vinden was, terwijl dat veelal als groot voordeel van het gebruik van recruitmenttechnologie wordt omschreven: het besparen van tijd (en dus geld) voor de recruitment- en hr-afdeling.

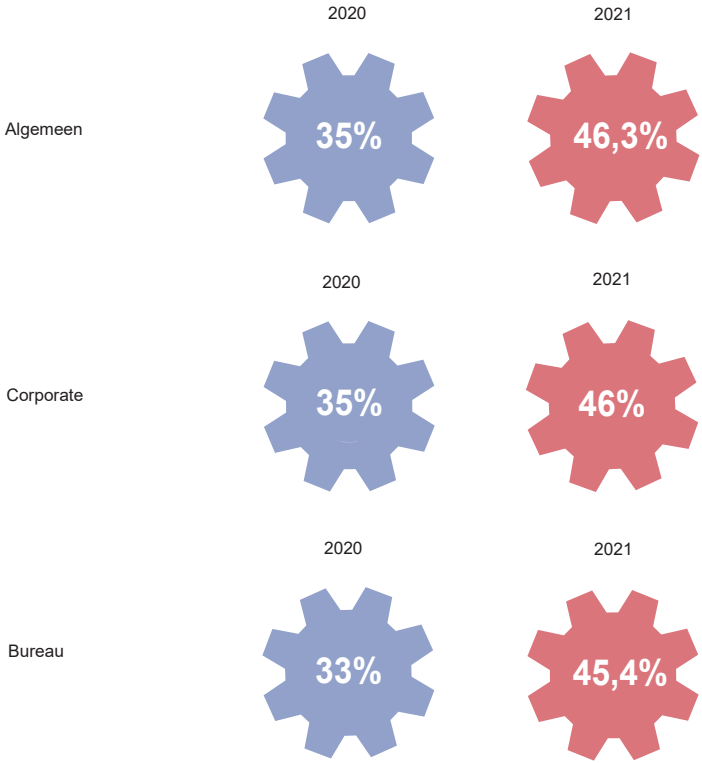
Op plek twaalf werd door de deelnemers van de survey ‘Diverser/bias free werven en selecteren’ gewaardeerd. Dit mag opvallend genoemd worden omdat bias en discriminatie ook in recruitment een hot topic zijn. Uit een uitgebreid interview met 4 experts op het gebied van bias in recruitment in de Recruitment Tech Guide 2020 kwam naar voren dat discriminatie zo’n 5 tot 10% van het probleem op de arbeidsmarkt is, onbewuste vooroordelen zo’n 90% van het probleem.

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

Recruitmentproces

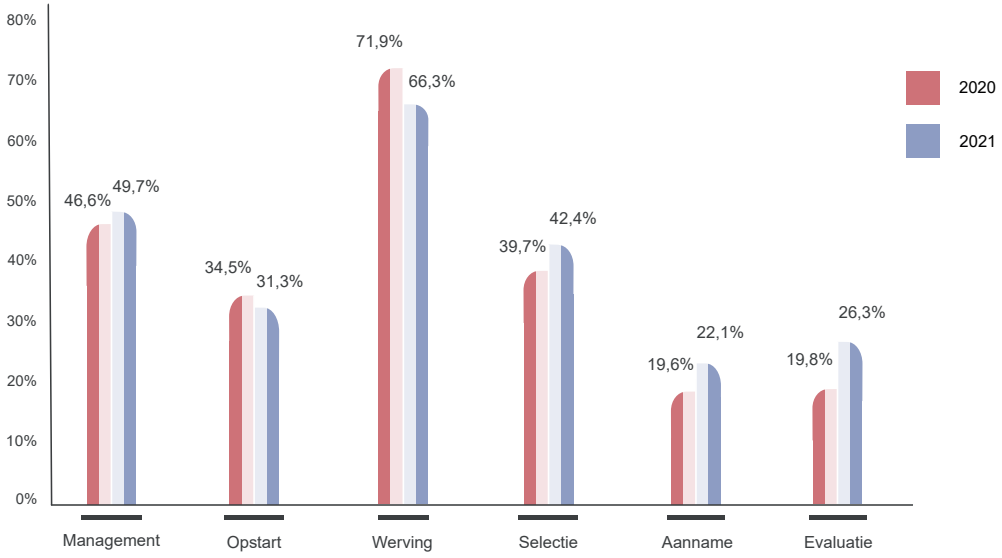
In 2020 was 35% van het recruitmentproces geautomatiseerd. Tijdens de vierde editie van Demo_Day op 11 juni 2020 vroegen we de deelnemers hoe hun automatisering ervoor stond, hieruit kwamen ongeveer dezelfde cijfers: het merendeel (35%) gaf aan dat zo'n 21% tot 40% van het proces in 2020 geautomatiseerd was.

Voor 2021 verwachten de respondenten een stijging van tien procent ten opzichte van 2020. Bij de resultaten van 2020 en 2021 is er overigens vrijwel geen sprake van verschillen tussen bureaus en corporates.



In de wervingsfase van het recruitmentproces is de inzet van tooling het belangrijkst, gaf 71% van de respondenten aan. Op gepaste afstand volgden Management (46.6%) en Selectie (39,7%) en Opstart (34,5%). Tooling was het minst belangrijk in de fases Evaluatie en Aanname.

Tussen bureaus en corporates zit weinig verschil. Respondenten werkzaam bij corporates maken wel meer gebruik van tooling in de selectiefase (43,7% versus 36,4%), terwijl bureaus juist meer gebruik maken van tooling in de wervingsfase (78,3% versus 70,7%).





Marco Boomsma (Bullhorn):

"Belangrijk om kennis te blijven vergaren over en te delen met de branche"

Bullhorn is wereldwijd marktleider in ATS/CRM- en operationele software voor de recruitmentbranche. Regional Sales Director Marco Boomsma vertelt ons meer over de organisatie.

Wat doet Bullhorn?

"Onze geavanceerde ATS/CRM- en operationele technologie voor datamanagement en klantinzicht helpt organisaties om kandidaten en klanten te vinden en te binden. Meer dan 10.000 klanten vertrouwen op het cloudgebaseerde platform van Bullhorn om sales te stimuleren, dienstverlening naar een hoger niveau te brengen en het recruitmentproces te stroomlijnen. Als werkgever is Bullhorn uitgegroeid tot meer dan duizend medewerkers wereldwijd."

Voor welke problemen bieden jullie een oplossing? Hoe helpen jullie bedrijven groeien?

"Klanten van Bullhorn werken efficiënter, realiseren meer groei en vergroten de winst met behulp van onze oplossingen en die van onze partners, onder andere door het automatiseren van de handmatige processen. Een voorbeeld hiervan is het succesverhaal van Recrewtment, een snelgroeiend recruitment- en uitzendbureau uit België. Tijdens de coronacrisis had de organisatie moeite om kandidaten te vinden in een al schaarse markt. In de database bevonden

zich tal van kandidaten waar al meer dan 6 maanden geen contact mee was geweest. In één week hebben zij zo'n 2.000 kandidaten een mail gestuurd met de vraag of ze zochten naar werk. Van meer dan 300 kandidaten kwam een reactie."

Wat voor een type organisaties maken gebruik van jullie oplossingen?

"Onder onze klanten rekenen we nationale en internationale organisaties die zich bezighouden met uitzenden, executive search, werving & selectie, detacheren en contracting. In de Benelux zijn dat ongeveer 700 bedrijven in een dwarsdoorsnede van de markt. Van bureaus met één of twee medewerkers tot de grootsten in de industrie. De overeenkomst tussen deze klanten zit hem vaak in hun eis naar een zeer intuïtieve ATS/CRM dat specifiek is gebouwd voor het proces van arbeidsbemiddeling en volledig integreerbaar is met andere applicaties die gebruikt worden in het werkproces."

Welke ontwikkeling hebben jullie de afgelopen 2 jaar doorgemaakt?

"De afgelopen twee jaar is de klantenkring van Bullhorn sneller gegroeid dan de markt zelf. Daarnaast lopen wij in de pas met de behoefte van de markt om te digitaliseren, integreren en te automatiseren. Vooral op deze laatste pijler kunnen wij steeds meer tools aanbieden om het leven van recruiters makkelijker te maken. De recruitmentbranche draait om relaties, maar soms zijn we meer kwijt aan handmatige administratieve taken dan aan het bouwen aan die relaties. In lijn hiervan ligt dat Bullhorn organisaties overneemt die zich gespecialiseerd hebben in bijvoorbeeld het automatiseren van executive search. Tot slot verstevigen wij onze lokale positie door een volledig pakket aan lokale implementatie -en solution partners te kunnen bieden naast ons brede palet aan internationale tools."

Wat zijn jullie plannen voor 2021?

"In 2021 investeren wij op het verder ontwikkelen van onze platformen Bullhorn, Connexys en Invenias in de regio. Dat doen wij door onze development, support -en sales teams verder uit te breiden in Rotterdam, de relaties met lokale partners verder te ontwikkelen en nieuwe functionaliteiten aan te bieden. Vooral op het vlak van communicatie, onboarding en automatisering zullen wij dit jaar grote stappen zetten. Belangrijk is ook om kennis te blijven vergaren over en te delen met de branche. Denk aan ons jaarlijkse Internationale onderzoek naar de trends, uitdagingen en kansen binnen de staffing en recruitment industrie. Maar ook kennissessies voor onze klanten over diverse branche gerelateerde onderwerpen."



Marco Boomsma (Bullhorn)

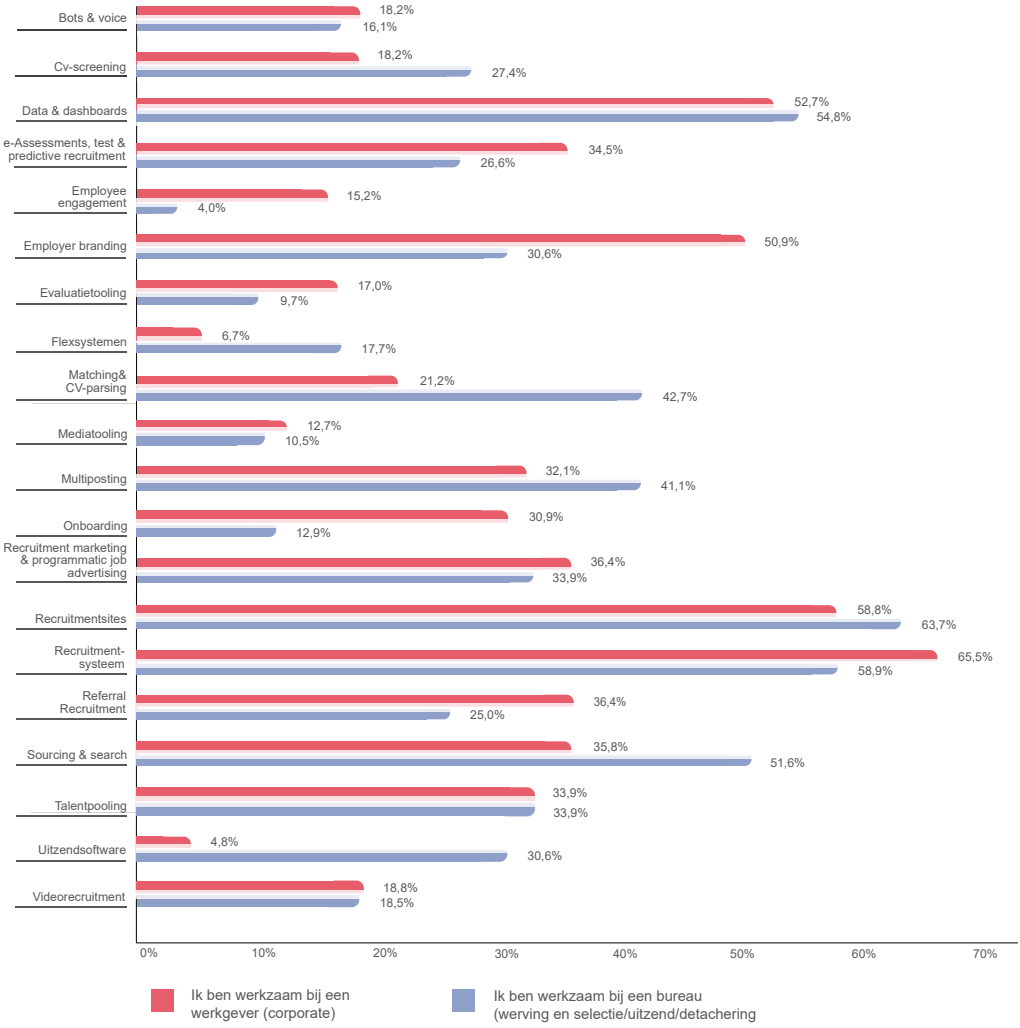
Toolinggebruik (2020)

De categorieën waar organisaties in 2020 het meest gebruik van hebben gemaakt op het gebied van tooling zijn vooral te vinden in de wervingsfase: Recruitmentsystemen (59,1%) en recruitmentsites (57,2%) zijn de meestgebruikte tooling onder recruiters. Op de derde plek vinden we data & dashboards terug (51%), waarna een flink gat volgt tot de nummer 4 Employer Branding. Opvallend is dat videorecruitment relatief laag scoort met 18,3%. Video is door corona veel populairder geworden en er zijn meerdere overnames gedaan in dit segment, zoals Cammio door StepStone, Scouted.io door Recruiter.com en Talentcube door Phenom. Maar waarschijnlijk profiteren tools als Zoom en Microsoft Teams nog het meest van de trend.

Als we inzoomen op de tooling gebruikt door corporates en bureaus, zien we enkele verschillen. Tooling voor onboarding is logischerwijs populairder bij corporates (30,9%) dan bij bureaus (12,9%), aangezien vaak het hele recruitmentproces plaatsvindt binnen de corporate zelf (van werving tot onboarding). Aan de andere kant valt er ook wat voor te zeggen dat bureaus met tools voor onboarding kunnen zorgen voor een zachtere 'landing' van hun kandidaat bij hun nieuwe opdrachtgever.

Bureaus maken twee keer zoveel gebruik van Matching & cv-parsing tools als werkgevers. Voor bureaus is het belangrijk om goede kandidaten aan klanten te kunnen aanbieden, maar dat geldt natuurlijk ook voor werkgevers. De omvang van de databases, volumes en het belang van snelheid is waarschijnlijk mede de reden dat bureaus meer technologie hiervoor inzetten.

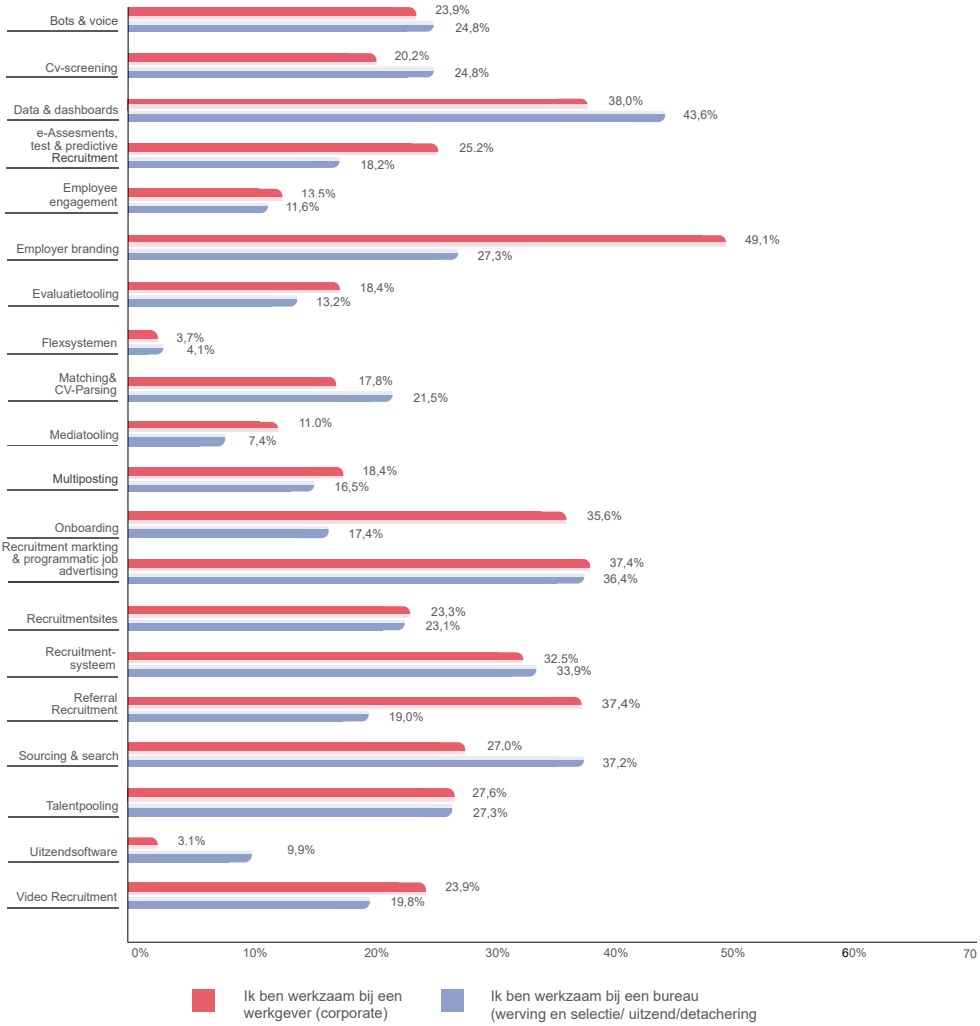
Beide segmenten maken evenveel gebruik van data & dashboards (52,7% bij de corporates tegen 54,8% van de bureaus). Tenslotte is het opvallend dat corporates iets meer (65,5%) gebruik maken van het recruitmentsysteem dan bureaus (58,9%).


Bots & voice
18,2%
16,1%
Cv-screening
18,2%
27,4%
Data & dashboards
52,7%
54,8%
e-Assessments, test & predictive recruitment
34,5%
26,6%
Employee engagement
15,2%
4,0%
Employer branding
50,9%
30,6%
Evaluatietooling
17,0%
9,7%
Flexsystemen
6,7%
17,7%
Matching& CV-parsing
21,2%
42,7%
Mediatooling
12,7%
10,5%
Multiposting
32,1%
41,1%
Onboarding
30,9%
12,9%
Recruitment marketing & programmatic job advertising
36,4%
33,9%
Recruitmentsites
58,8%
63,7%
Recruitment-systeem
65,5%
58,9%
Referral Recruitment
36,4%
25,0%
Sourcing & search
35,8%
51,6%
Talentpooling
33,9%
33,9%
Uitzendsoftware
4,8%
30,6%
Videorecruitment
18,8%
18,5%
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
Ik ben werkzaam bij een werkgever (corporate)
Ik ben werkzaam bij een bureau (werving en selectie/uitzend/detachering

Toolinggebruik (2021)

Als we kijken naar de tooling waarin de respondenten in 2021 meer willen investeren, zien we een opvallend verschil. Waar eerder werd aangegeven dat de fase recruitment de belangrijkste fase voor tooling is, scoort data & dashboards het hoogst (38,7%) voor de investeringen in 2021, wat we normaliter indelen in de managementfase. Ook het recruitmentsysteem scoort hoog (32%) op de vierde plek in de rangschikking, terwijl het ATS ook meer in de managementfase van het proces valt. Daarentegen zijn nummer twee employer branding (36,2%) en recruitmentmarketing (34%) wel twee segmenten uit de recruitmentfase. Ook qua investeringen in 2021 blijven Uitzendsoftware (6,1%) en flexsystemen (3,9%) achter. Ook videorecruitment blijft, zoals we al beschreven over 2020, in 2021 opvallend genoeg achter. Waar de respondenten aangaven in 2020 voornamelijk gebruik te maken van recruitmentsystemen en recruitmentsites, blijven de recruitmentsites in 2021 qua investeringen wat achter en vinden we ze terug in de middenmoot (22,6%).

Als we de verschillen tussen corporates en bureaus onder de loep nemen wat betreft investeringen in 2021, zien we dat corporates flink meer willen investeren in employer branding (49,1% tegenover 27,3% van de bureaus). De bureaus geven logischerwijs meer voorkeur aan uitzendsoftware (9,9%) dan de corporates (3,1%). Waar corporates en bureaus in 2020 vrijwel evenveel gebruik maakten van videorecruitment (beiden zo'n 19%), zijn de corporates in 2021 wel voornemend om significant meer te investeren in videorecruitment (23,9%) dan de bureaus (19,8%). Voor beide organisatietypes recruitment marketing & programmatic job advertising nagenoeg even belangrijk (corporates 37,4%, bureaus 36,4%). Corporates hebben een significant grotere voorkeur voor e-Assessments, tests & predictive recruitment (25,5%) dan de bureaus (18,2%).


Bots & voice
23,9%
24,8%
Cv-screening
20,2%
24,8%
Data & dashboards
38,0%
43,6%
e-Assesments, test & predictive Recruitment
25.2%
18,2%
Employee engagement
13.5%
11,6%
Employer branding
49,1%
27,3%
Evaluatietooling
18,4%
13,2%
Flexsystemen
3,7%
4,1%
Matching& CV-Parsing
17,8%
21,5%
Mediatooling
11.0%
7,4%
Multiposting
18,4%
16,5%
Onboarding
35,6%
17,4%
Recruitment markting & programmatic job advertising
37,4%
36,4%
Recruitmentsites
23,3%
23,1%
Recruitment-systeem
32,5%
33,9%
Referral Recruitment
37,4%
19,0%
Sourcing & search
27,0%
37,2%
Talentpooling
27,6%
27,3%
Uitzendsoftware
3.1%
9,9%
Video Recruitment
23,9%
19,8%
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70
Ik ben werkzaam bij een werkgever (corporate)
Ik ben werkzaam bij een bureau (werving en selectie/ uitzend/detachering



Paul Wilkens, RecruitNow:

"Schept een band om met ondernemers samen te bouwen aan hun droom"

Met een team van developers, online marketeers en creatives bouwt RecruitNow elke dag aan converterende recruitmentsites, online campagnes en hun recruitmentsysteem voor de uitzendmarkt. CCO Paul Wilkens vertelt ons meer over de organisatie.

Wat doet RecruitNow?

"We zijn 20 jaar geleden begonnen met het bouwen van websites voor de uitzendbranche. Twee decennia later kunnen honderden webbouwers een website maken waar je ook vacatures op zet. Er zijn in Nederland echter maar een handvol bedrijven die websites maken die ook nog eens verstand hebben van recruitment en daar zijn wij er één van. Wij zijn nog verder in die niche gedoken en zijn specialist in de uitzend- en detacheringsbranche."

Hoe helpen jullie bedrijven groeien?
"Wij maken uitzenders en detacheerders echt futureproof. We helpen de ondernemer met hun strategie en het uitrollen van hun platform. Dat zijn vaak jarenlange echte partnerships. Wij veren mee in het tempo van onze klanten. Het futureproof maken is erg hip om te zeggen tegenwoordig, maar het is op drie dingen gestoeld: we zorgen voor online exposure en instroom van nieuwe klanten en kandidaten, we maken bedrijven digitaal en datadriven en we maken ze AVG-proof."

Wat voor een type organisaties maken gebruik van jullie oplossingen?
"Wij werken voor werving & selectie bureaus, uitzendbureaus en voor detacheerders. Het fijne is dat de melange van klanten erg leuk is om mee bezig te zijn. We werken niet alleen voor de grotere spelers zoals Olympia en Luba, maar we bedienen ook de spelers in de mid-market: de MKB-uitzenders en detacheerders. We hebben zelfs het kleinste uitzendbureau van Nederland als klant gekregen: DAAF, van David versus Goliath. Zij zijn in amper 6 maanden tijd enorm gegroeid als digitaal uitzendbureau door goede digitale presence en tooling die ze sneller en slimmer maakt dan hun concurrenten, dat is enorm leuk om te zien."

Welke ontwikkeling hebben jullie de afgelopen 2 jaar doorgemaakt?
"De impact van corona was ook bij ons groot, als het onze klanten raakt, raakt het ons ook met name op het campagnegedeelte. Het gaf ons wel de gelegenheid om ons nog duidelijker te positioneren en terug te keren naar de basis en onze kennis: extreme focus op de uitzendbureaus, detacheerders en werving- en selectiebureaus. Wij helpen de ondernemers echt te groeien, ook in deze tijden, door kansen te benutten met onze ervaring in deze branche."

Wat zijn jullie plannen voor 2021?
"We hebben onze organisatie nog verder SaaS ingericht, dat wil zeggen dat we ons alleen focussen op één doelgroep en we benaderen onze potentiële klantengroep proactief. Onze missie dit jaar is om nog meer klanten te helpen met hun groei en bij het oplossen van hun problemen. En het leuke daarvan is dat dat echt een band schept om met ondernemers samen te bouwen aan hun droom."


Paul Wilkens (RecruitNow)

18 NOVEMBER 2021 IN PATHÉ UTRECHT LEIDSCHE RIJN

recruitment tech·event 2021

Kijk voor meer informatie en om je aan te melden op recruitmenttech.nl/event

DISCOVER TOMORROW'S TECHNOLOGY

Recruitment Tech 35

Respondenten aan de Recruitment Tech Survey is ook gevraagd om de recruitmenttooling die ze gebruiken te beoordelen. Hiervoor kon men maximaal 15 leveranciers op het gebied van recruitment tech invullen waar in 2020 mee werd gewerkt.

Iedere genoemde leverancier is vervolgens beoordeeld op een zestal aspecten: Productkwaliteit, klantgerichtheid, prijs- kwaliteitsverhouding, innovatievermogen, servicegerichtheid en proactief meedenken. Voor de deelnemers zal het ene aspect waarop een leverancier is beoordeeld meer belang hebben dan het andere. Vandaar dat na de beoordeling van de leveranciers is gevraagd hoe belangrijk ze de aspecten vinden. Deelnemers hebben hiertoe de zes aspecten moeten ranken, wat ervoor zorgde dat bijvoorbeeld Productkwaliteit een hogere weging had dan Servicegerichtheid. Om in de Top 35 te komen, moest een leverancier minimaal vijf keer zijn beoordeeld.

Op de volgende 2 pagina's vind je de hele RT35 oftewel Recruitment Tech 35 van meest gewaardeerde leveranciers op het gebied van recruitmenttechnologie in Nederland.

Recruitment Tech 35

1	**ForceFlow**	Recruitmentsystemen	4,6854
2	**The Next Crowd**	Recruitmentsites	4,6060
3	**BrainsFirst**	Online assessments, tests & predictive recruitment	4,4443
4	**Getnoticed**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	4,4437
5	**MrWork**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	4,2268
6	**Joboti**	Chatbots & voice	4,1546
7	**Cammio**	Videorecruitment	4,1515
8	**Intelligence Group**	Data & dashboards	4,0753
9	**Radancy (Maximum)**	Recruitmentsites	4,0013
10	**Salesforce**	Overig	3,9584
11	**HROffice Recruitment**	Recruitmentsystemen	3,9574
12	**Brockmeyer** Jobmarketing Experts	Recruitment marketing & programmatic job advertising	3,9288
13	**Ubeeo (Hireserve)**	Recruitmentsystemen	3,8843
14	**Recruitee**	Recruitmentsystemen	3,8635
15	**OnRecruit**	Data & dashboards	3,8343
16	**Homerun**	Recruitmentsystemen	3,8008
17	**HFMtalentindex**	Online assessments, tests & predictive recruitment	3,7564
18	**InGoedeBanen.nl**	Multiposting	3,7437
19	**Recruit Robin**	Sourcing & search	3,7410
20	**Recruitment Technologies**	Multiposting	3,6677

2021

21	**Jobdigger**	Data & dashboards	3,6371
22	**VONQ**	Recruitment marketing & programmatic job advertising	3,5776
23	**Mimir**	Multiposting	3,4889
24	**RecruitNow**	Uitzendsoftware	3,3383
25	**Textkernel**	Data & dashboards	3,3116
26	**OTYS**	Recruitmentsystemen	3,3109
27	**Jobfeed**	Data & dashboards	3,3018
28	**Indeed**	Mediatooling	3,2817
29	**LinkedIn**	Mediatooling	3,1647
30	**Carerix**	Recruitmentsystemen	3,1627
31	**Mysolution**	Uitzendsoftware	3,1563
32	**Bullhorn**	Recruitmentsystemen	3,0332
33	**AFAS Software**	Recruitmentsystemen	2,9104
34	**Talentsoft**	Recruitmentsystemen	2,8923
35	**Endouble**	Recruitmentsites	2,6227



ForceFlow, meest gewaardeerde leverancier 2021:

“Zoeken naar de vraag achter de vraag”

‘Dit ga je leuk vinden!’ Met die tekst werd eigenaar Marc Gruben geattendeerd op de videolink naar de Recruitment Tech Monthly waarin ForceFlow werd uitgeroepen tot de winnaar van de Recruitment Tech 35. Verbazing is inmiddels overgegaan in trots. We spreken hem en uitrolexpert Eric-Jan van Gorkum over die klantwaardering.

Wat doet ForceFlow?

Marc Gruben: “ForceFlow is een mobiel ATS, uitermate geschikt voor recruitmentbureaus detacheerders en kleinere recruitmentafdelingen. We richten ons op klanten die aandacht kiezen boven grootschaligheid. ForceFlow staat voor kracht en souplesse en is snel, gebruiksvriendelijk en zeer betaalbaar. Mijn drijfveer is altijd geweest dat software gericht moet zijn op wat nodig is. Buiten het voeren van gesprekken zijn recruiters de meeste tijd van de dag bezig met zoeken, registreren en corresponderen. Die functies hebben we dan ook geoptimaliseerd. De applicatie oogt heel rustig, maar de meeste functies heb je met één klik paraat.”

Eric-Jan van Gorkum: “De opmerking ‘het ziet er simpel uit’ ervaar ik tijdens demo’s dan ook als een compliment. De kunst van het weglaten. Als je in 80% van de gevallen datgene meteen kunt doen wat je wilt doen, dan is dat vaak al voldoende.”

Wat maakt dat jullie zijn verkozen tot meest gewaardeerde recruitment tech leverancier?
Marc: “Die vraag moet je eigenlijk aan de klanten stellen, maar we behandelen ze zoals we zelf behandeld willen worden.” Eric-Jan: “Ik denk dat gebruikers voelen wat onze filosofie is. Klanttevredenheid en elke dag weer met zin aan het werk vormen onze brandstof. Zo benaderen we klanten, maar ook prospects. Dat heeft ook met onze achtergrond te maken, informatiekunde, de beste oplossing zoeken voor een informatiseringsvraagstuk. In praktijk betekent dat zoeken naar de vraag achter de vraag en durven adviseren. Ook als dat geen ForceFlow is. Wat heb je aan een ontevreden klant? Die moet in vrijheid voor ons kunnen kiezen, vandaar ook de maandelijkse opzegoptie en prijstransparantie.”
Voor welke problemen bieden jullie een oplossing?

Hoe helpen jullie bedrijven groeien?
Eric-Jan: “Groei is niet per se het streven. Typische klanten die voor ons kiezen zijn recruitmentbureaus, ooit begonnen door een ondernemende recruiter. Niet elk bureau wil multinational worden, maar zo’n ondernemer wil vrijheid, geen gedoe, vandaag beslissen en morgen doen. Dat uit zich in de behoefte aan invloed op diens onderneming en een afkeer van afhankelijkheid. ForceFlow sluit daar haarfijn op aan. Want gebruikers doen de implementatie grotendeels zelf. Dat bespaart kosten maar vooral maakt dat ondernemers zelfredzaam. Het juiste optimum: ze behouden regie op de koers van de onderneming, werken professioneel en kunnen eenvoudig opschalen, maar ze betalen niet de hoofdprijs. Die mix is er te weinig en valt blijkbaar goed.”

Welke ontwikkeling hebben jullie de afgelopen 2 jaar doorgemaakt?
Marc:“ForceFlow heeft in 2020 als commerciële versie het licht gezien, dus dat bepaalde de werkzaamheden. De laatste tijd richten we ons vooral op klantwensen, zoals handigheidjes en koppelen met slimme tech oplossingen uit de branche. Goede ontwerpkeuzes maken dit snel realiseerbaar, uniform en logisch. Een werving- en selectiebureau dat nog geen ATS gebruikt, is met onze software dan ook binnen een paar dagen live, met minimale inzet van ons. En zeker voor starters zijn er op dat vlak weinig laagdrempelige alternatieven.”

Wat zijn jullie plannen voor 2021 en 2022?
Marc: “Elke dag met plezier werken! Met een gestage groei waarbij we de klant in het vizier kunnen blijven houden en continu blijven verbeteren. Sleutelen aan slimme software voor slimme recruiters!”


Marc Grubben


Eric-Jan van Gorkum

Categorie top 10

De respondenten hebben de zes criteria waarop ze de leveranciers hebben gewaardeerd ook beoordeeld, zodat er een gewogen score voor de RT35 gemaakt kon worden. De criteria die belangrijker werden bevonden, telden dan ook zwaarder mee in het maken van de ranking. Op basis van belangrijkheid staan hieronder de 6 criteria met erachter de score in procenten (totaal is 100%):

1. **Productkwaliteit**: hoe goed zijn de producten? 23,84%
2. **Innovatievermogen**: word product voldoende vernieuwd? 17,81%
3. **Prijs-kwaliteitsverhouding**: is product en investering in balans? 15,69%
4. **Proactief meedenken**: denkt leverancier uit zichzelf mee? 14,54%
5. **Klantgerichtheid**: staat de klant centraal of de oplossing? 14,43%
6. **Servicegerichtheid**: word je goed geholpen bij vragen? 13,69%

1	The Next Crowd
2	BrainsFirst
3	Getnoticed
4	ForceFlow
5	MrWork
6	Salesforce
7	Joboti
8	Intelligence Group
9	HROffice Recruitment
10	Brockmeyer Jobmarketing Experts

Top 10 Productkwaliteit

Volgens de respondenten is de productkwaliteit de belangrijkste factor als het gaat om het waarderen van een leverancier. The Next Crowd, BrainsFirst en Getnoticed vormen de top 3. Overall winnaar ForceFlow staat op de vierde plaats, gevolgd door MrWork.

Salesforce pakt een opvallende zesde plaats. Het platform is veel meer dan alleen voor recruitment, maar daar het door respondenten vaak is aangedragen hebben we deze wel meegenomen in de lijst.

1	BrainsFirst
2	Getnoticed
3	The Next Crowd
4	ForceFlow
5	Intelligence Group
6	MrWork
7	OnRecruit
8	Joboti
9	Maximum
10	Cammio

Top 10 Innovatievermogen

Na productkwaliteit is innovatievermogen van een leverancier het belangrijkst. De top 4 bestaat uit dezelfde namen als bij productkwaliteit, alleen op een totaal andere volgorde. Overall winnaar ForceFlow staat hier op de eerste plaats, gevolgd door The Next Crowd, BrainsFirst en Getnoticed. Intelligence Group maakt de top 5 compleet.

Top 10 Prijs-kwaliteitsverhouding

Prijs-kwaliteitsverhouding staat op de derde plaats als belangrijke factor voor het waarderen van een leverancier. De top 4 omvat wederom dezelfde namen en weer in een andere volgorde. ForceFlow staat hier op de eerste plaats, gevolgd door The Next Crowd, BrainsFirst en Getnoticed. Net buiten de top 5 staan Cammio en Joboti.

1	ForceFlow
2	The Next Crowd
3	BrainsFirst
4	Getnoticed
5	Recruitee
6	Cammio
7	Joboti
8	MrWork
9	HROffice Recruitment
10	Brockmeyer Jobmarketing Experts

Categorie top 10

1	ForceFlow
2	The Next Crowd
3	Getnoticed
4	BrainsFirst
5	Cammio
6	Maximum
7	MrWork
8	Joboti
9	Recruit Robin
10	Brockmeyer Jobmarketing Experts

Top 10
Proactief meedenken

Bij proactief meedenken staat Cammio voor het eerst in de top 5. De top 4 bestaat wederom uit dezelfde spelers als bij de eerste drie top 10 lijstjes op de vorige pagina. Radancy (Maximum), MrWork, Joboti, Recruit Robin en Brockmeyer maken de top 10 compleet.

1	ForceFlow
2	The Next Crowd
3	Maximum
4	Getnoticed
5	Cammio
6	MrWork
7	BrainsFirst
8	HROffice Recruitment
9	Joboti
10	Intelligence Group

Top 10 Klantgerichtheid

De top 10 klantgerichtheid is de enige top 10 lijst waar een andere leverancier een plekje heeft verworven: Radancy (Maximum). ForceFlow staat op deze pagina in alle drie de lijstjes bovenaan, gevolgd door The Next Crowd. BrainsFirst is alleen in deze categorie buiten de top 5 gevallen met een zevende plek.

Top 10 Servicegerichtheid

Servicegerichtheid wordt door de respondenten als minst belangrijk beoordeeld. Na de bekende top 4, staat op de 5e plaats Recruitee. Plaats 6 tot en met 10 staan leveranciers die ook in de andere categorieen al hoge ogen gooiden.

1	ForceFlow
2	The Next Crowd
3	Getnoticed
4	BrainsFirst
5	Cammio
6	Intelligence Group
7	MrWork
8	Joboti
9	Maximum
10	Recruit Robin



www.recruitmenttech.nl/survey