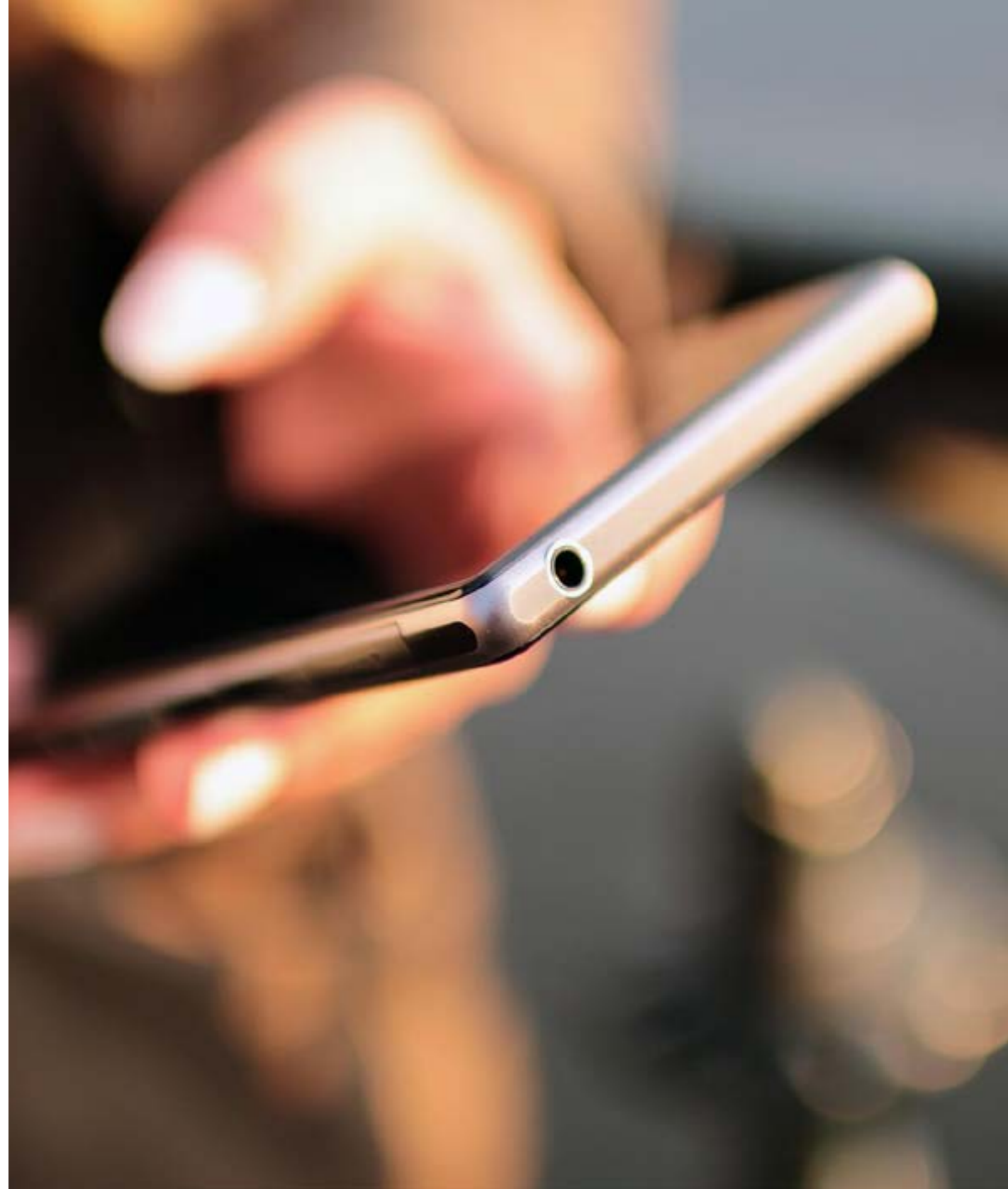


# MrWork Social Media Recruitment Onderzoek 2016



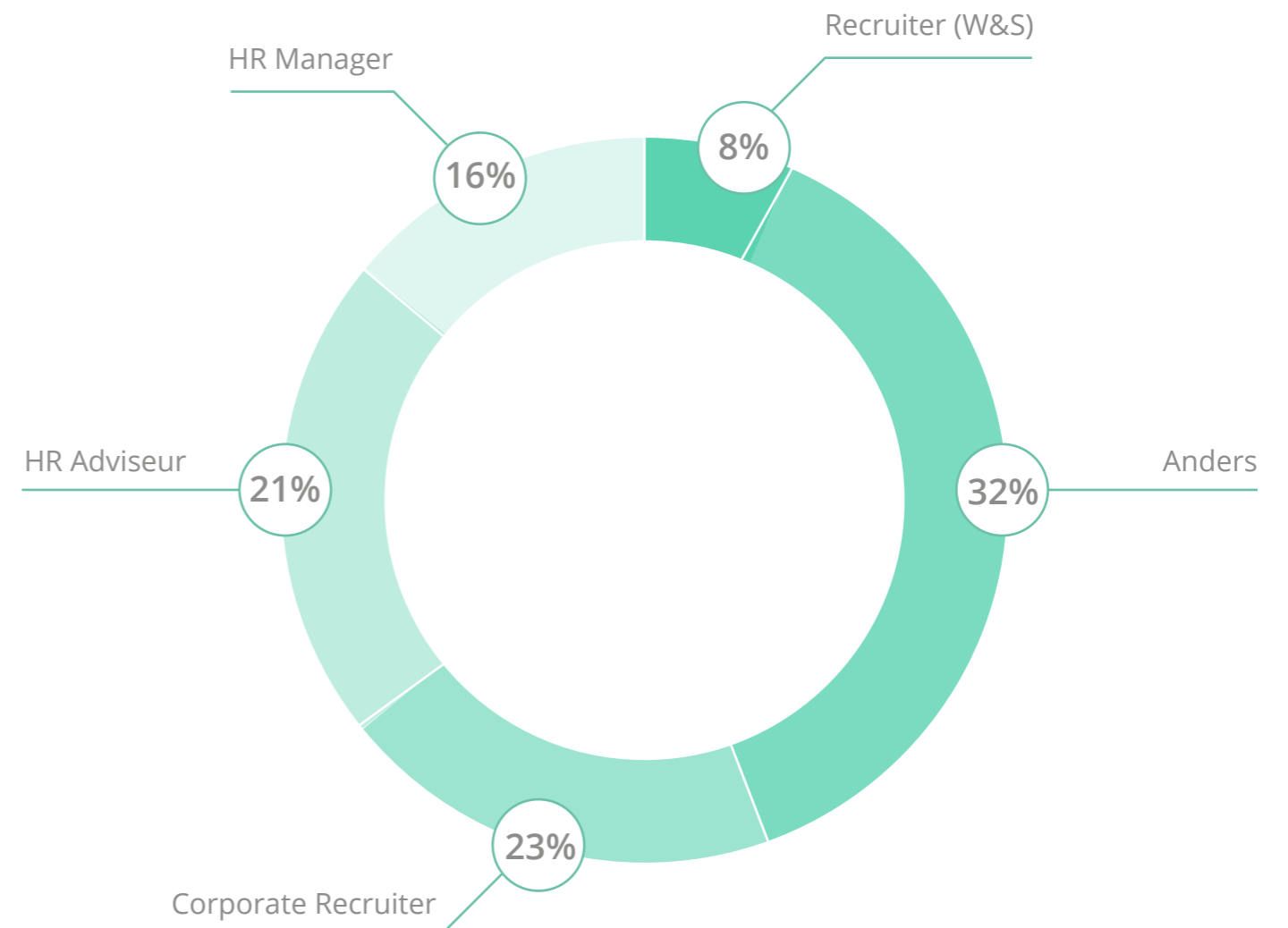
## SOCIAL MEDIA RECRUITMENT

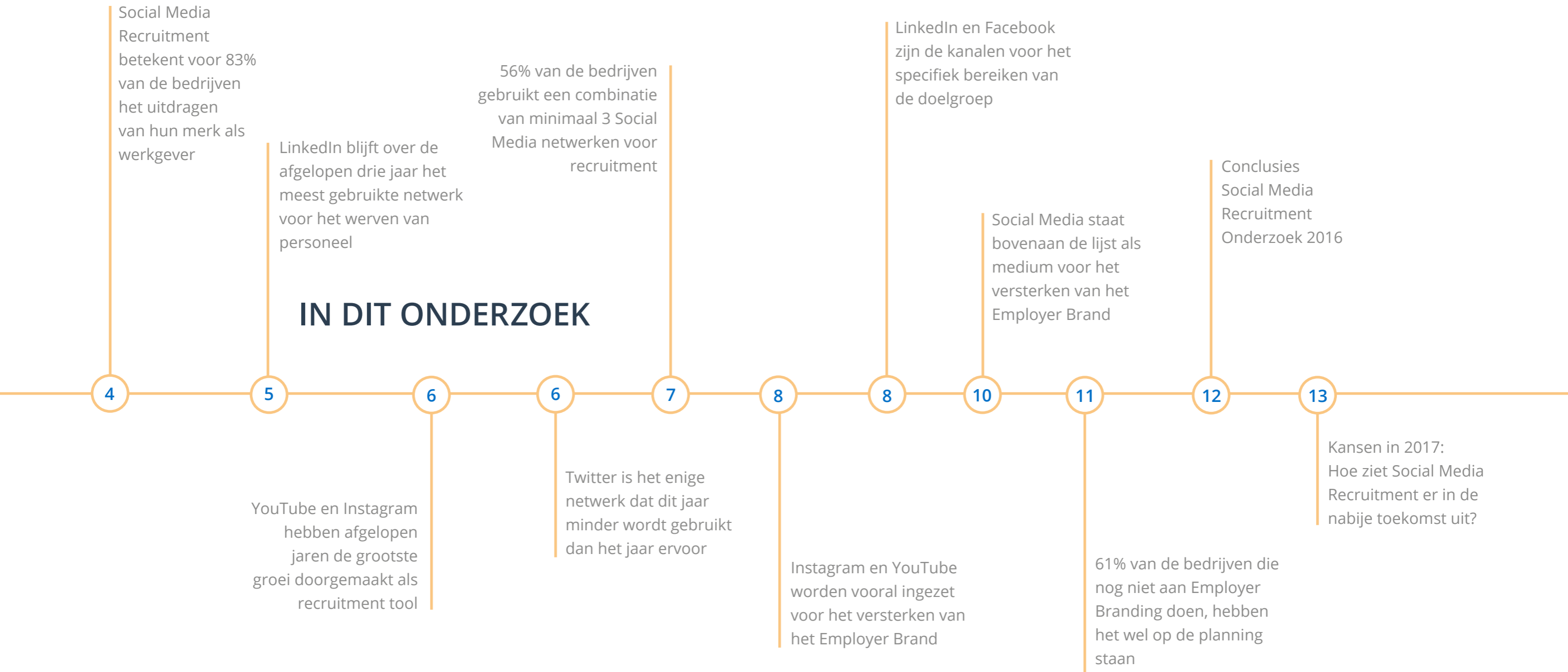
Het MrWork Social Media Recruitment onderzoek is een jaarlijks terugkerend onderzoek waarbij gekeken wordt naar hoe Social Media worden ingezet bij het werven van personeel.

De HR en Recruitment afdelingen van bedrijven door heel Nederland hebben hun medewerking verleend.

Het online onderzoek is uitgevoerd door MrWork. In totaal hebben 248 bedrijven deelgenomen via een online enquête.

Van de respondenten is 29% man en 71% vrouw.  
Hun functies zijn...





## ONDER SOCIAL MEDIA RECRUITMENT VERSTAAN BEDRIJVEN...

Social Media Recruitment is een brede term. Meer dan 80 procent van de bedrijven ziet Employer Branding en direct sourcing als onderdeel van Social Media Recruitment. Het plaatsen van vacatures op LinkedIn en het opbouwen van een social talentpool wordt bij een kleiner deel van de ondervraagden gezien als Social Recruitment. 58 procent vindt dat advertenties plaatsen op Social Media behoort tot Social Media Recruitment.

..het uitdragen van het merk als werkgever

83%

..sourcing via Social Media

81%

..betaalde vacatureplaatsing op LinkedIn

73%

..betaalde advertencampagnes via Social Media kanalen

58%

..het opbouwen van een talentpool op Social Media kanalen

46%

Anders

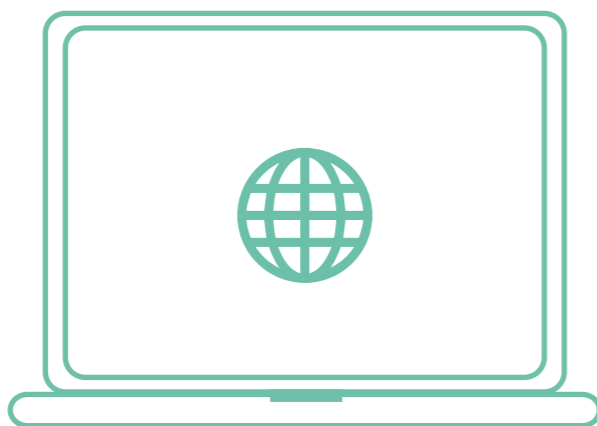
3%

# MET WELKE MIDDELEN WERVEN BEDRIJVEN

Naast Social Media zijn er veel manieren om een vacature uiteindelijk te vervullen. Met welke middelen worden de kandidaten op dit moment het meest geworven?



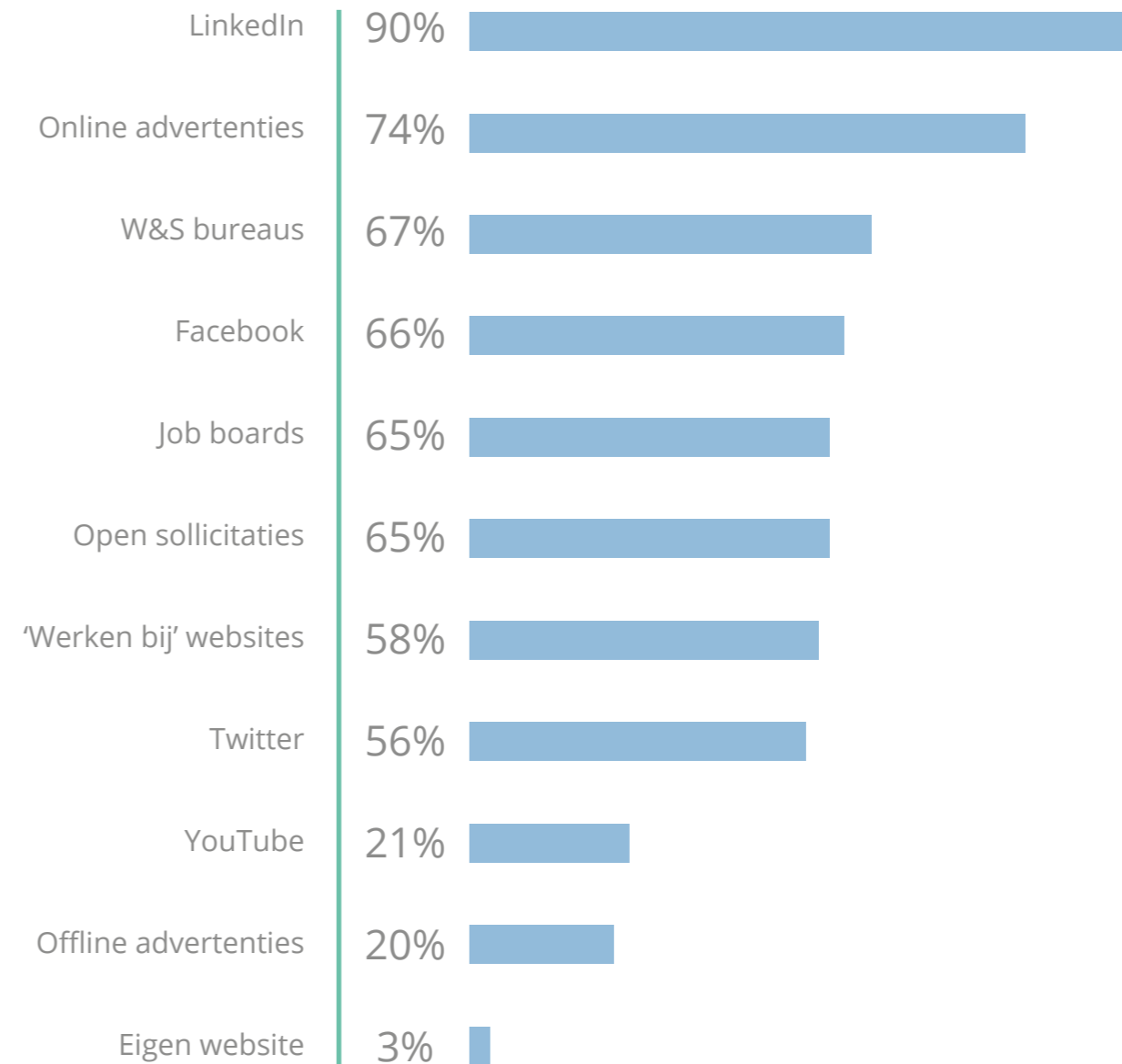
LinkedIn blijft het meest gebruikte kanaal voor het werven van personeel.



'Werken bij' pagina's worden veel meer gebruikt dan corporate websites.

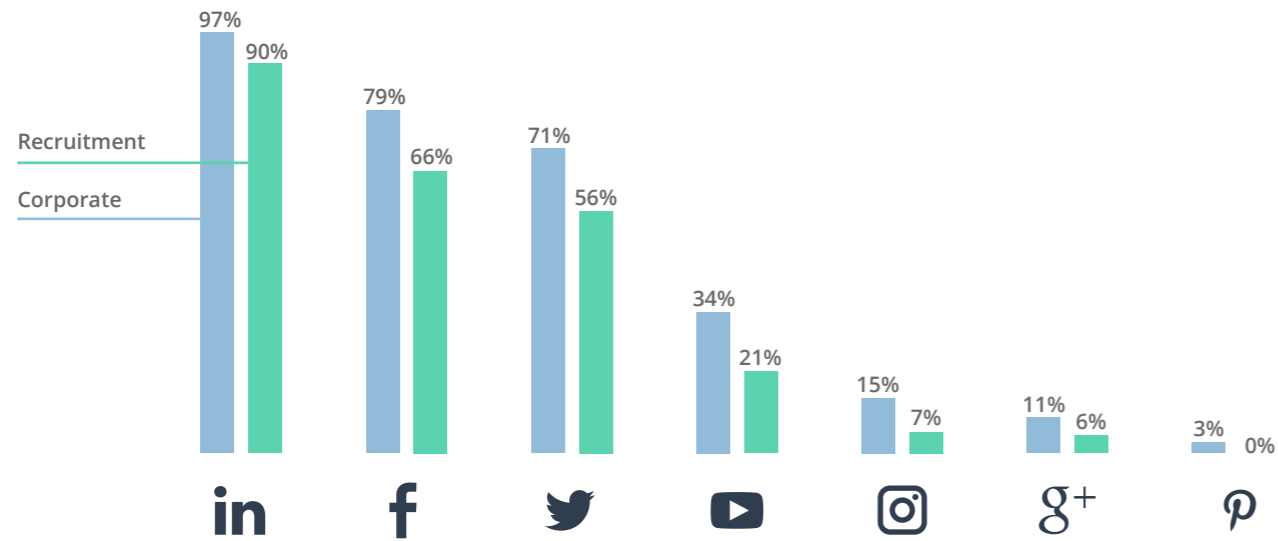


Een op de vijf bedrijven gebruikt YouTube voor recruitment.



# WELKE SOCIAL MEDIA GEBRUIKEN BEDRIJVEN?

## Gebruik Social Media voor corporate communicatie VS recruitment

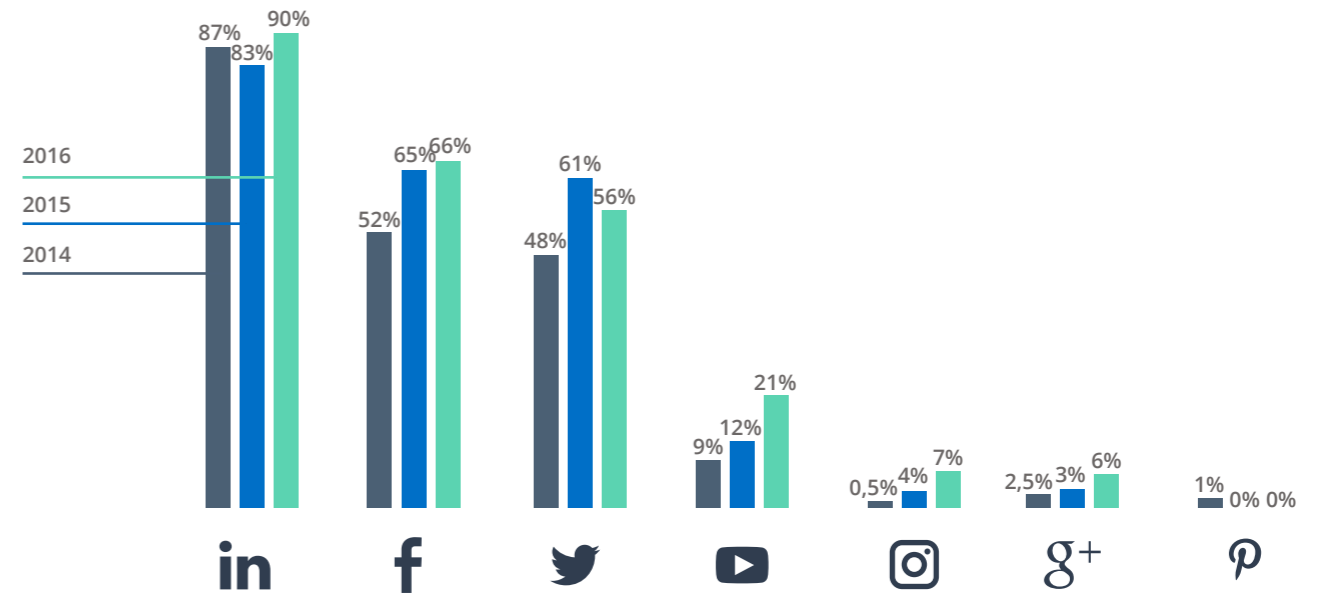


LinkedIn wordt zowel voor corporate als recruitment doeleinden gebruikt.

Google+ en Pinterest worden zowel voor corporate als recruitment doeleinden nauwelijks ingezet.

Social Media worden populairder bij bedrijven, maar worden nog niet altijd ingezet voor recruitment doeleinden. Welke kanalen worden wel al gebruikt en met welk doel gebeurt dit nu?

## Social Media gebruik voor recruitment



Facebook blijft stabiel met 66%.

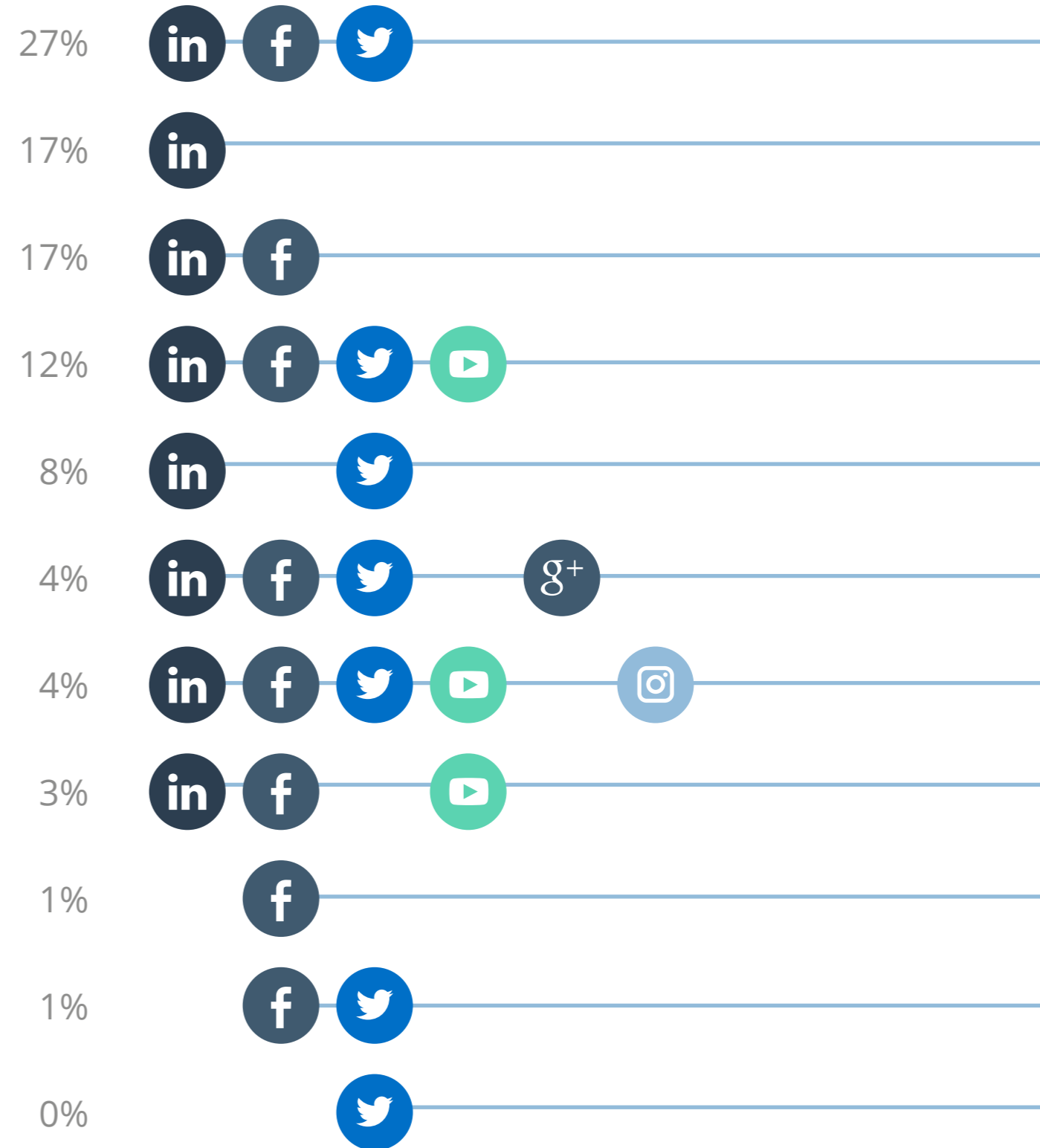
YouTube en Instagram zijn de grootste stijgers. Instagram ging maar liefst van 0,5 % naar 7%.

Twitter is de enige partij die dit jaar heeft moeten inleveren als Social Media Recruitment netwerk. LinkedIn groeit nog steeds, terwijl Facebook stabiel blijft.

# HOEVEEL SOCIAL MEDIA KANALEN ZETTEN BEDRIJVEN GELIJKTJDIG IN?

Twee jaar geleden gebruikte ruim 50 procent van de bedrijven slechts één Social Media kanaal voor de werving van personeel. Op dit moment gebruikt ruim 80 procent twee of meer kanalen.

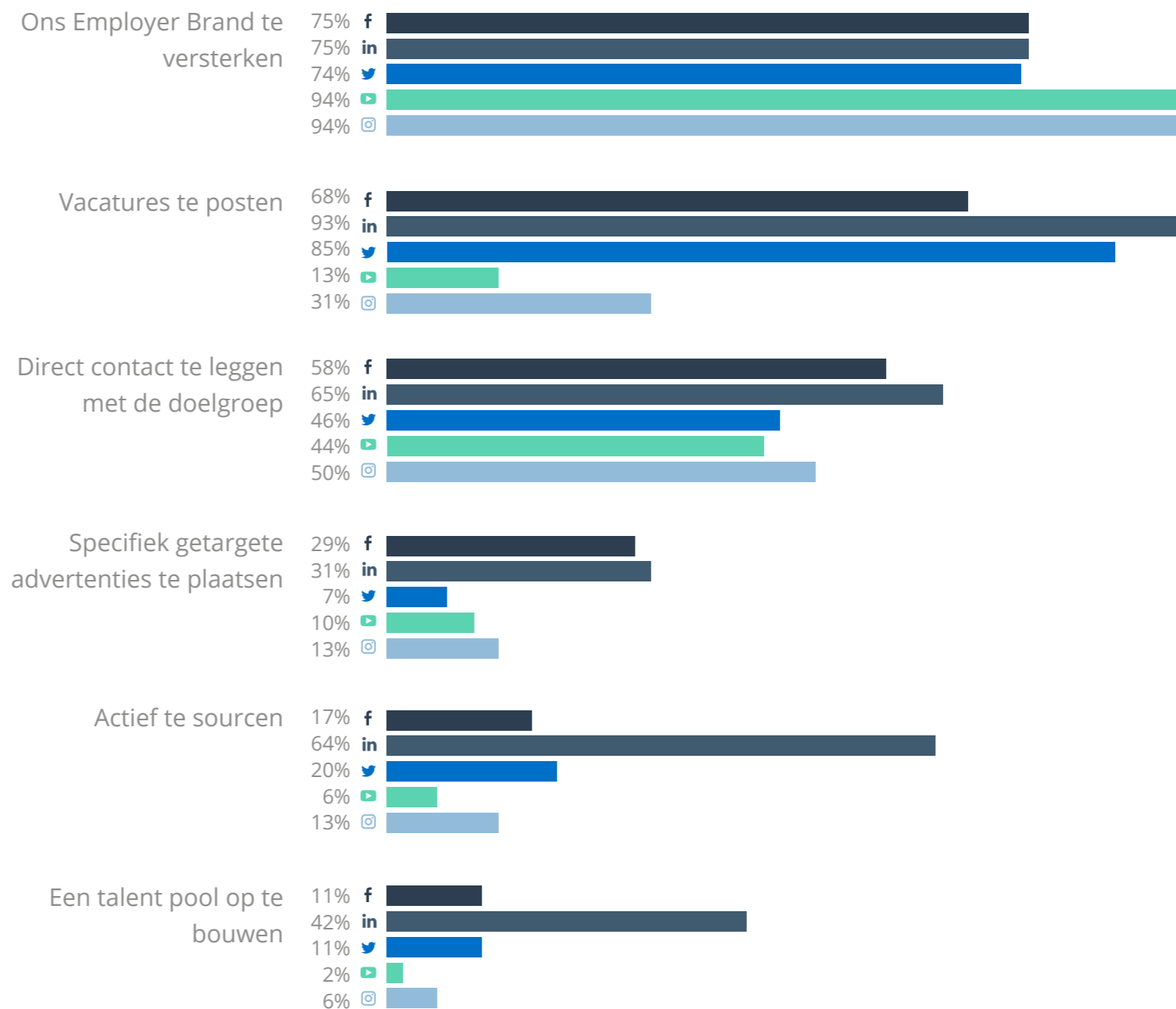
- 56% van de bedrijven gebruikt in 2016 minimaal drie netwerken voor het werven van nieuw personeel.
- YouTube en Instagram worden alleen gebruikt indien ook twee andere netwerken worden ingezet.
- Nog maar 18% van de bedrijven gebruikt slechts één netwerk voor Social Media Recruitment..



# WELKE KANALEN WORDEN HET VAAKST INGEZET VOOR HET BEHALEN VAN RECRUITMENT DOELEN?

Elke campagne heeft zijn eigen doel en elk kanaal heeft zijn specifieke eigenschappen. Welk kanaal wordt ingezet bij het versterken van het Employer Brand of het opbouwen van een talentpool?

- Om een specifieke doelgroep te bereiken, worden LinkedIn en Facebook het vaakste ingezet
- Voor het actief sourcen en het opbouwen van een talentpool is LinkedIn het enige netwerk dat wordt ingezet
- Voor het versterken van het Employer Brand worden vooral Instagram en YouTube ingezet







## 7 PROCENT VAN DE BEDRIJVEN MAAKT GEEN GEBRUIK VAN SOCIAL MEDIA RECRUITMENT

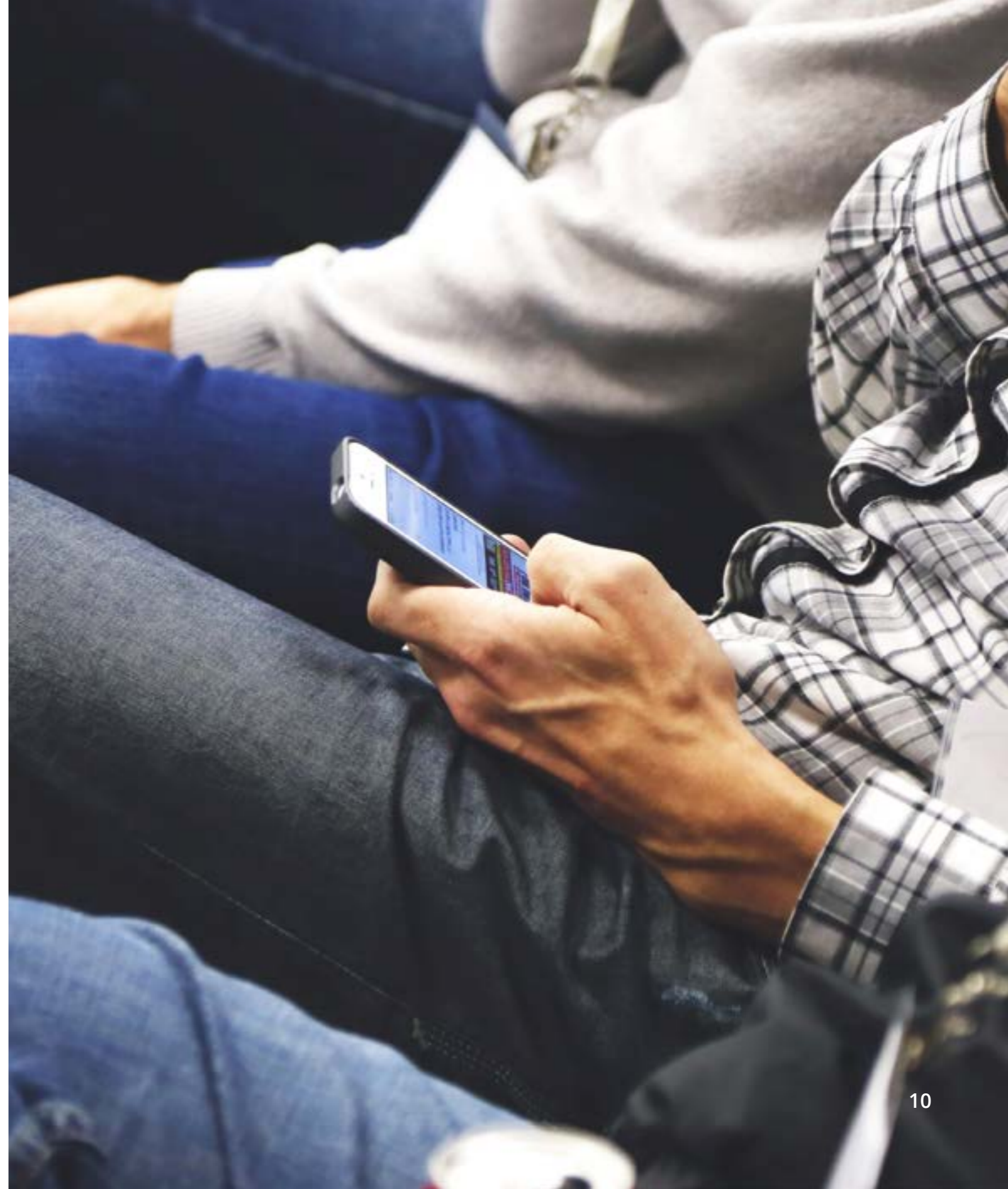
### Van de bedrijven die geen gebruik maken van Social Media Recruitment...

- ..heeft één op de drie bedrijven Social Media Recruitment wel op de planning staan voor komend jaar
- ..is 17% van de bedrijven het nu aan het implementeren
- ..geeft 28% van de bedrijven aan dat de doelgroep niet op Social Media actief is

## 62 PROCENT VAN DE BEDRIJVEN BOUWT AAN HUN EMPLOYER BRAND

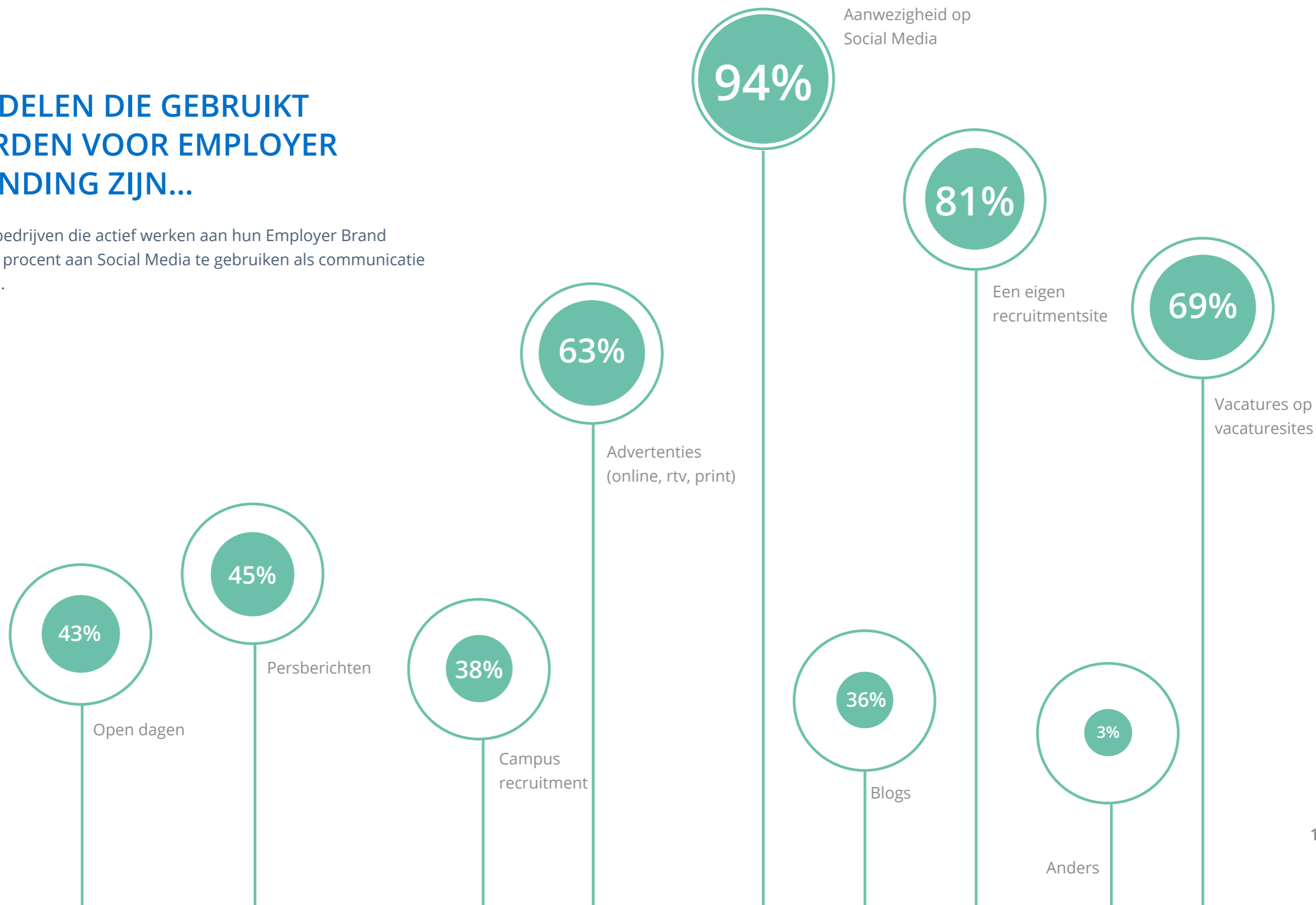
### Van de bedrijven die niet aan Employer Branding doen...

- ..heeft 61% het op de planning staan
- ..heeft 6% er momenteel geen budget voor
- ..vindt 11% dat ze reeds een succesvol Employer Brand hebben



## MIDDELEN DIE GEBRUIKT WORDEN VOOR EMPLOYER BRANDING ZIJN...

Van de bedrijven die actief werken aan hun Employer Brand geeft 94 procent aan Social Media te gebruiken als communicatie medium.



## CONCLUSIES

Social Media Recruitment wordt inmiddels gezien als meer dan alleen vacatures verspreiden op Social Media. Het versterken van het Employer Brand wordt ook gezien als een belangrijk onderdeel. Social Media zijn zelfs het meest belangrijke medium voor bedrijven om hun Employer Brand te versterken. 62% van de bedrijven werkt aan hun Employer Brand en van de bedrijven die dit niet doen, geeft 61% aan dat dit wel op hun planning staat.

LinkedIn is net als in voorgaande jaren het meest dominante Social Media netwerk dat wordt ingezet voor recruitment doeleinden. Waar Facebook evenveel gebruikt wordt als vorig jaar, zijn YouTube en Instagram aan het groeien als recruitment tool. Twitter heeft als enige netwerk in moeten leveren ten opzichte van vorig jaar.

LinkedIn en Facebook worden het meest gebruikt voor het bereiken van een specifieke doelgroep. YouTube en Instagram zijn de populairste netwerken om in te zetten bij het versterken van het Employer Brand, maar worden wel alleen ingezet in combinatie met andere netwerken. 56% van de bedrijven gebruikt een combinatie van minimaal drie Social Media netwerken voor recruitment.



## KANSEN 2017

Social Media staan erom bekend dat ze continu in beweging zijn. Vrijwel alle netwerken zijn in gebruik aan het groeien. Ze zijn dan ook veel aan het innoveren en verbeteren, en dit heeft uiteindelijk ook effect op hoe bedrijven Social Media in kunnen zetten.



### Snapchat

Snapchat is een kanaal dat afgelopen jaar een erg sterke groei heeft doorgemaakt. Daarnaast hebben ze dit jaar erg geïnnoveerd in hun advertentiemogelijkheden. Helaas is adverteren via dit kanaal voor nu alleen mogelijk in Amerika, maar vanwege de sterke groei wordt verwacht dat het adverteren binnenkort ook internationaal wordt uitgerold.

Snapchat is in gebruik erg anders dan andere Social Media. Het doel van het kanaal is om beeldende content te delen. Dit materiaal wordt na een korte periode verwijderd, waardoor unieke promoties mogelijk worden. En met de mogelijkheid om meerdere beelden achter elkaar in een "Snapchat Verhaal" te plaatsen, kunnen inspirerende verhalen verteld worden.



### Instagram

Geïnspireerd door het succes van Snapchat, heeft Instagram een nieuwe functie ontwikkeld. Met "Instagram Stories" is hetzelfde mogelijk als bij de verhalen van Snapchat, maar dan verspreid je de content onder jouw Instagram volgers. Aangezien Instagram vaak gebruikt wordt om favoriete merken te volgen, zou dit een goed kanaal kunnen zijn voor het versterken van het Employer Brand.

Eind augustus kwam Instagram al met de mogelijkheid voor bedrijven om een bedrijfsprofiel aan te maken. Hiermee willen ze het netwerk toegankelijker maken voor bedrijven. Dit helpt je om beter in contact te komen met jouw doelgroep.



### Whatsapp

Whatsapp gaat bedrijven toelaten op haar netwerk. Qua mogelijkheden kun je op Whatsapp een stuk minder dan andere Social Media, aangezien het in principe een berichtendienst is. Maar met 9,8 miljoen Nederlandse gebruikers (waarvan 7,0 miljoen dagelijks) is het wel het grootste netwerk van het moment.

Via Whatsapp kun je jouw doelgroep persoonlijk aanspreken. Ook ben je makkelijker bereikbaar als bedrijf. Hierdoor zal communicatie sneller verlopen en is de drempel voor kandidaten lager om in contact te komen. Met de juiste inzet van Whatsapp, kan een Social Media Recruitment strategie de komende jaren dus versterkt worden.

## Facebook voor een talentpool

Facebook wordt dit jaar nog weinig gebruikt voor het opbouwen van een talentpool. Met LinkedIn als grote concurrent is het voor bedrijven ook een afweging welk netwerk daarvoor ingezet gaat worden. Facebook is wel veel bezig met het verbeteren van de functies voor chatbots in de Messenger app.

Als bedrijven hun talentpool opbouwen in Facebook wordt het voor hun ook makkelijker om de vacatures te verspreiden onder de juiste doelgroep. Met behulp van de chatbots wordt bekeken welke vacatures het beste passen bij de ontvanger en worden deze via Messenger verspreid. Als de techniek het toelaat, zal Facebook daar dan ook een voordeel mee hebben op LinkedIn.

## Livestream video content

Dat beeld beter aanspreekt dan platte tekst, wisten we al. Een hoop Social Media kanalen leggen de nadruk dan ook op beeldende content. Maar hier is nog een extra stap in te zetten. Met livestreams kun je video content delen op het moment dat het geschoten wordt. Hier zijn al mogelijkheden voor op Facebook, maar je kun dit bijvoorbeeld ook inzetten op Snapchat.

Livestreams kunnen perfect ingezet worden tijdens evenementen of andere promoties. Doordat de kijker real-time kan bekijken wat je doet, zal de buzz rondom jouw actie ook toenemen. Livestreams kunnen dus perfect worden ingezet voor Employer Branding.

## Mobiel

Social Media worden steeds meer mobiel gebruikt. Er zijn zelfs kanalen die enkel op mobiel gebruikt kunnen worden, zoals Snapchat. Hierom is het van belang om de sollicitatieprocedure op mobiel zo ideaal mogelijk te laten verlopen. Zo is het handiger om opties als CV's uploaden niet verplicht te maken op telefoon.

Een goed alternatief voor CV's wat steeds vaker terugkomt is het solliciteren via LinkedIn. Dit maakt het een stuk makkelijker om op mobiel mee te solliciteren. Ook zijn follow-ups populairder aan het worden, waardoor je op een later moment de volledige sollicitatie af kan maken.

## Candidate Journey

Employer Branding komt uitgebreid terug in het onderzoek, maar dat gaat hand in hand met de Candidate Journey. Wat zijn de contactpunten tussen kandidaat en bedrijf? Waar, hoe en wanneer ziet een potentiële kandidaat het bedrijf langskomen?

De Candidate Journey wordt het uitgangspunt van Employer Branding. Als je de zoektocht van een werkzoekende in kaart hebt, kan je daar perfect op aansluiten met jouw Employer Brand. Social Media Recruitment zal dus meer vanuit data ingezet worden, zodat een campagne zo goed mogelijk aansluit op de doelgroep.



**Wilt u ook effectiever werven  
via Social Media? Neem  
dan contact met ons op.**

info@mrwork.nl

010 737 1521



*MrWork is sinds 2011 dé Social Media Recruitment specialist in Nederland. Wij ondersteunen bedrijven bij het effectief inzetten van Social Media voor vacature campagnes en Employer Branding. De MrWork technologie zorgt ervoor dat bedrijven hun volledige Social Media Recruitment proces kunnen automatiseren.*

***Uitgevoerd door***

*MrWork B.V.*

*www.MrWork.nl*

***Auteurs***

*Mees van Velzen*

*Koen Doggenaar*

***Vormgeving***

*Lotte de Reus*

*Ylva Wolter*