indeed

Ontdek de ROI van uw rekruteringsstrategie

Rekruteringsdata is belangrijker dan ooit. Veel organisaties zoeken naar efficiëntere manieren om rekruteringsdata te verzamelen en deze getallen om te zetten naar concrete acties. De meeste bedrijven nemen al slimme en datagedreven beslissingen, maar wist u dat u met de juiste tools, geavanceerde strategieën en een frisse aanpak uw rekruteringsstrategie op een nog veel hoger niveau brengt?

Als u het rekruteringsproces van uw bedrijf wilt verbeteren, heeft u een geheim wapen nodig waarmee u:



Uw vacatures effectief kunt promoten



Het succes van elk rekruteringskanaal kunt meten



Die conclusies kunt gebruiken om uw rekruteringsstrategie naar het volgende niveau te tillen

Beschouw dit e-book als uw geheime wapen. Na het lezen van dit e-book weet u welke rekruteringsmetrics u kunt gebruiken en hoe u deze inzet om toptalent te vinden en aan te trekken.

Inhoudsopgave

01 Haal meer uit uw ATS

02 Wat u moet meten

03 Source scoring: hoe weet u wat werkt?

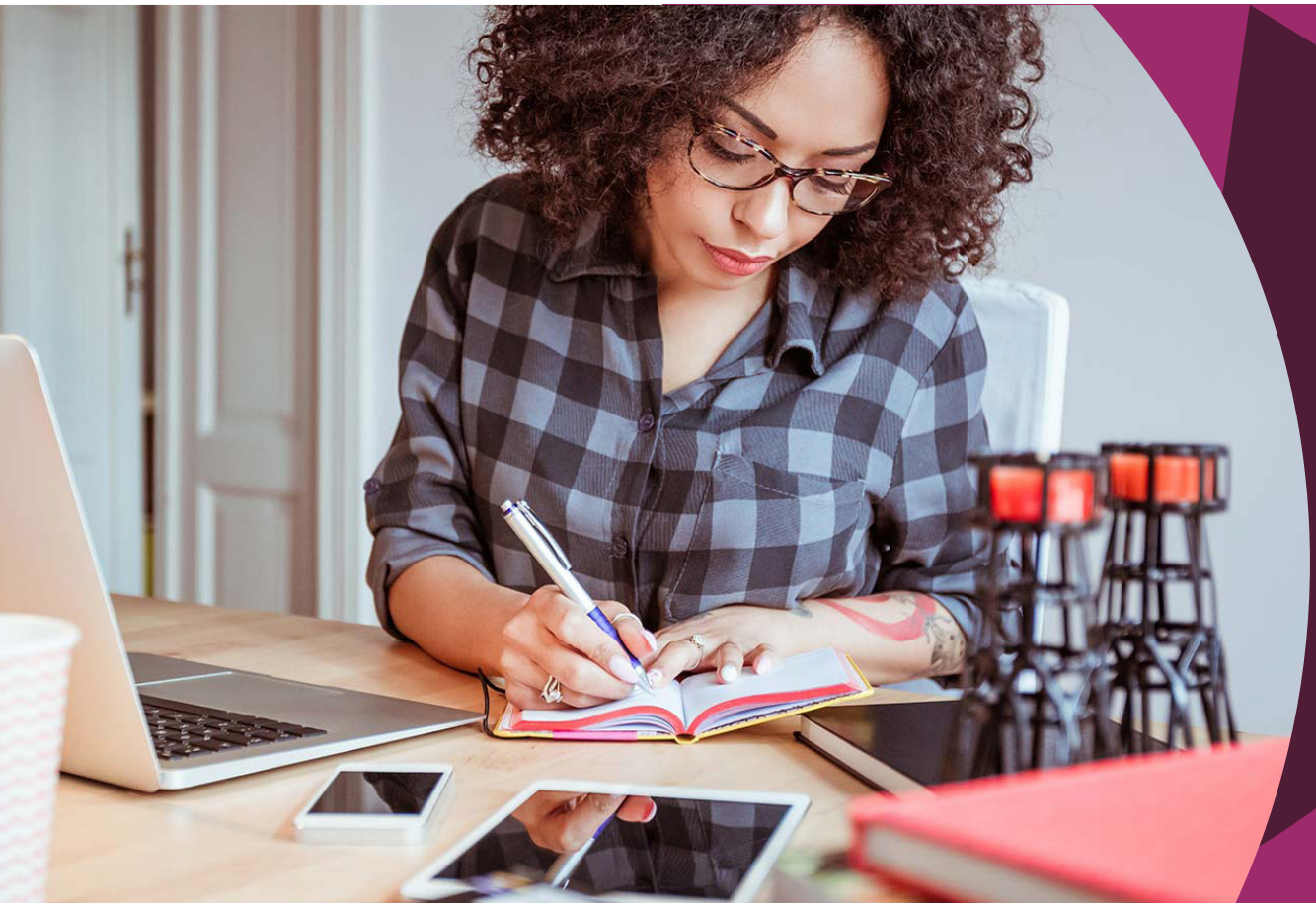
04 Inbound en outbound bronnen evalueren

05 Oplossingen voor inbound en outbound rekrutering

01 Haal meer uit uw ATS

Applicant Tracking Systems (ATS) hebben een enorme ontwikkeling doorgemaakt sinds de tijd dat werkgevers fysieke stapels motivatiebrieven en cv's moesten doorspitten. Tegenwoordig is uw ATS waarschijnlijk een stuk gebruiksvriendelijker, intuïtiever en geavanceerder. Toch zijn er nog werkgevers die hun ATS alleen gebruiken om cv's te bewaren en vacatures te plaatsen. Zonde! Door het systeem volledig te benutten, kan uw ATS u helpen bij het optimaliseren van uw rekruteringsproces, het invullen van uitdagende functies én kunt u er een competitief voordeel mee behalen.

Door onze nauwe samenwerking met verschillende ATS-leveranciers hebben we gezien hoe bedrijven met hun systeem werken en hoe ze er het beste resultaat uit halen. Een ATS is essentieel bij het evalueren van uw rekruteringsinspanningen en het schalen van die inspanningen wanneer uw organisatie groeit. Naar aanleiding van onze gesprekken met ATS-leveranciers en de werkgevers die er gebruik van maken, delen we een aantal methoden voor het evalueren van uw strategie om talent aan te trekken en onthullen we hoe een ATS de rekruteringsdata kan bieden die u nodig heeft.



Ten eerste willen we ervoor zorgen dat de bronnen die in uw ATS staan, juist zijn. Veel ATS'en beschikken over automatische source-tracking. Hierdoor herkent het systeem precies waar online kandidaten vandaan komen. Zorg er dus voor dat u geautomatiseerde source-tracking van kandidaten aan heeft staan.

Bedrijven die gebruikmaken van handmatige tracking (waarbij werkzoekenden aangeven hoe ze van de vacature hebben gehoord), kunnen onjuiste gegevens in hun rekruteringssystemen krijgen, waardoor het onmogelijk wordt om de effectiviteit van rekruteringsbronnen te meten.

Het voordeel van geautomatiseerde tracking is tweeledig. Ten eerste: werkzoekenden hoeven niet meer handmatig bij de werkgever aan te geven waar ze de vacature hebben gevonden, waardoor het sollicitatieproces eenvoudiger wordt. Ten tweede profiteren werkgevers, doordat ze meer betrouwbare gegevens over de bron van de kandidaat krijgen.

Accurate data over uw bronnen en het rekruteringsproces bieden uw rekruteerders nuttige inzichten in hun prestaties, waardoor ze hun inspanningen en de inbound- en outboundkanalen die ze gebruiken, kunnen prioriteren.





De workflow vereenvoudigen:

verzamelt uw ATS de juiste gegevens voor u?

Met een effectief geïmplementeerd ATS kunnen rekruteerders eenvoudig de juiste stappen volgen en ervoor zorgen dat tracking consistent en juist wordt uitgevoerd. Het standaardproces biedt elke kandidaat dezelfde ervaring.

De bedrijven waarmee we hebben gesproken, kregen de beste resultaten als ze de source-tracking van tevoren goed instelden. Bij het opzetten van de tracking werkten operations specialists nauw samen met de belangrijkste stakeholders om meer begrip te krijgen van de rapporten die het systeem zou gaan uitdraaien. Dankzij deze samenwerking werd ervoor gezorgd dat de tracking juist werd geconfigureerd en de juiste tijdstempels in elke benodigde fase zou bevatten. Zo wordt een volledig, uitermate waardevol rapport samengesteld.

Uiteraard voegt zelfs de beste configuratie niets toe als rekruteerders de statussen van kandidaten niet bijwerken. Veel bedrijven waarmee we samenwerken, bieden rekruteerders gedetailleerde training over datatracking in hun ATS'en en de rapporten die ze kunnen genereren.

Zorg voor data-integriteit in uw ATS

Als we met bedrijven spreken over kosteneffectieve manieren om hun vacatures te promoten en het vinden van nieuwe medewerkers via Indeed, vragen ze ons vaak hoe ze de ROI van hun rekruteringskanalen moeten meten. Welke rekruteringsbronnen bieden de beste sollicitanten en nieuwe medewerkers? En tegen welke prijs?

Brondata spelen een essentiële rol bij het nemen van goede beslissingen rondom vacatureadvertenties. Daarom kijken sommige bedrijven eerst grondig naar de verschillende bronnen die ze op dat moment in hun ATS hebben. Zodra ze een idee hebben waar hun 'bronnen' vandaan komen, kunnen ze zich in de data gaan verdiepen.

Succesvolle bedrijven graven dieper om te ontdekken hoe bronnen bij een kandidaat terechtgekomen zijn, of dat nu via een zoekopdracht in Google was of via een netwerkevenement. Door deze gegevens te verzamelen, kunt u bepalen hoe u uw tijd, geld en inspanningen wilt inzetten.

Kwaliteitsdata krijgen voor betere inzichten

Zelfs als u jarenlang bezig bent geweest met het uitproberen, testen, selecteren, implementeren, configureren en afstellen van uw ATS, heeft u nog steeds de mogelijkheid om nog meer uit uw systeem te halen. Een ATS kan een aanzienlijke investering en een kernonderdeel van uw strategie zijn, maar u moet beschikken over de juiste processen om volledig gebruik te kunnen maken van alle mogelijke voordelen.

Procesimplementatie lukt vaak het beste als leidinggevenden, rekruteringsteams en hiring managers allemaal de verantwoordelijkheid delen voor het in stand houden van het proces. Om kwaliteitsdata te verzamelen en bewaren, zijn veel bedrijven erg ijverig op het gebied van source-tracking en zorgen er zo voor dat de juiste bronnen beschikbaar zijn in hun ATS. Ook implementeren ze ATS-workflows, volgen data in elke fase van het proces en zorgen ze ervoor dat elk team verantwoordelijk is voor het juiste gebruik van het ATS.

Training in hoe het proces moet worden gedocumenteerd, kan adoptie van het ATS stimuleren. Een andere manier om ervoor te zorgen dat rekruteerders begrijpen waarom het proces noodzakelijk is en hoe zij van de voordelen van een accurate werkwijze kunnen profiteren, is door te focussen op data. Dit hoeft niet per se te betekenen dat uw rekruteerders datawetenschappers moeten worden. Ze hoeven alleen maar te begrijpen waarom de data belangrijk zijn. Dit begrip kan hun inzet vergroten om de beste data te verschaffen en de ATS-workflows te volgen.

02 Wat u moet meten

Nu bedrijven langzaam het nut beginnen in te zien van rekruteringsmetrics, gebruiken ze vaak het aantal aangenomen medewerkers als hun belangrijkste meetpunt. Het gebruik van alternatieve meetpunten kan echter sterkere en meer genuanceerde evaluaties opleveren.

De definitie voor elk meetpunt (hoe u de data verzamelt en analyseert) kan per bedrijf, type functie of de technologie van een organisatie verschillen. Daarom hebben we besloten om ons te richten op drie algemene, hoogwaardige meetpunten die het rekruteringsproces kunnen optimaliseren: tijd, kwaliteit en efficiëntie.

Tijd

Het meest basic tijdmeetpunt is 'time-to-fill'', ofwel de benodigde tijd om een kandidaat of bestaande medewerker te identificeren en aan te werven om een functie binnen een organisatie in te vullen. Tijd is daarnaast ook een onderdeel van andere meetpunten, zowel op het vlak van kwaliteit als efficiëntie. Tijd helpt u te meten welke kandidaten het snelst een job aangeboden krijgen en wat de kwaliteit van die kandidaten is.

Methoden: Time-to-fill start zodra een vacature wordt geplaatst en stopt wanneer de kandidaat de functie of de startdatum heeft geaccepteerd. Door tijdstempels in uw ATS aan te maken, kunt u uw time-to-fill en de workflowstappen die invloed hebben op de resultaten van deze statistiek het nauwkeurigst bijhouden.

Tijdstempels in de ATS-workflow bieden een interessant verhaal over uw funnel en de bedrijfskritische stappen in uw rekruteringsproces. Het beschikken over gedetailleerde data tijdens elke stap van het proces is de enige manier om te kunnen aantonen welke tactiek beter en efficiënter is: tijd besteden aan outbound kandidaten door middel van sourcing, of tijd besteden aan inbound kandidaten door middel van screening.

Voorbeelden van tijdstempels



Wanneer werd de vacature geplaatst?



Wanneer kwam de persoon die u uiteindelijk in dienst nam in uw funnel? En hoe?



Wanneer bent u voor het eerst in contact gekomen met die persoon?



Wanneer is de kandidaat aangenomen?

Voorbeeld: Een kandidaat solliciteert op 1 januari op een vacature en wordt vervolgens door een rekruteerder op 4 januari naar de workflowstap ‘Screening door rekruteerder’ verplaatst in het ATS. De tijd in de stap ‘Sollicitatie kandidaat’ is vier dagen.

Als u deze instellingen juist wilt configureren, contacteert u best de interne technologiebeheerder die met uw ATS werkt. Deze persoon moet nauw samenwerken met de belangrijkste stakeholders voor beter inzicht in de rapporten die regelmatig worden gebruikt. Deze samenwerking stimuleert een goede workflow en correcte tijdstempels.



Efficiëntie

Tijdstatistieken kunnen ook worden gebruikt om de efficiëntie van uw proces en productiviteit van rekruteerders te meten. In beide gevallen helpen efficiëntiestatistieken u meten bij de verschillende onderdelen van het proces. De definitie en methode voor het meten van effectiviteit varieert per functie of onderdeel van het proces dat u volgt.

Efficiëntiestatistieken voor operationele functies:

Tijd tot sollicitatiegesprek: Hoeveel tijd is er nodig om een sollicitatiegesprek in te plannen na bevestiging van de rekruteerder dat de kandidaat doorgaat?

Foutpercentages: Hoe vaak zijn er kleine of eenmalige problemen bij geplande sollicitatiegesprekken, schriftelijke aanbiedingen, etc.? Een coördinator doorloopt het rekruteringsproces misschien wel vlotjes, maar als u een hoog foutpercentage heeft, heeft dat uiteindelijk wel impact op de efficiëntie en totale time-to-fill.

Efficiëntiestatistieken voor rekruteringstaken:

Kandidaten per nieuwe medewerker: Hoeveel kandidaten worden gescreend en met hoeveel kandidaten wordt een gesprek gevoerd voordat iemand wordt aangenomen? Dit aantal kan aangeven hoe het sollicitatieproces verloopt en of de hiring manager goed inzicht heeft in waarnaar hij op zoek is in een kandidaat. Het aantal kandidaten per nieuwe medewerker kan ook helpen bij het ontdekken van trends in kandidaatkwaliteit. Dit kan vervolgens weer meer inzicht geven in de effectiviteit van het sourcingproces.

Conversieratio van inbound kandidaten (of sollicitatiefrequentie): Een andere manier om deze statistiek te bekijken, is door de effectiviteit van vacatureplaatsingen te beoordelen, ofwel de sollicitatiefrequentie per vacature of vacaturebank.

Conversieratio van outbound kandidaten: Hoe vaak leidt een uitgaande e-mail of uitgaand telefoongesprek tot een sollicitatiegesprek? Het opstellen van de lijst is een essentiële eerste stap, maar uw outbound kandidaten geïnteresseerd krijgen in uw vacature is de echte uitdaging.

Drie manieren om de efficiëntie van vacatures te verbeteren

01 Gebruik doelgerichte, duidelijke vacaturetitels

Een doelgerichte vacaturetitel is effectief omdat deze duidelijk aangeeft wat de functie is en of die voor een specifieke branche is. 'Accountmanager' is bijvoorbeeld een algemene vacaturetitel, maar kan gaan om een salesfunctie, een servicefunctie of iets anders. Gebruik in plaats daarvan 'Accountmanager sales' of 'Accountmanager klantenservice' om betere kandidaten aan te trekken die beschikken over de benodigde kwalificaties.

02 Vermijd intern jargon en modewoorden

Hoewel titels zoals jedi, ninja of rockster misschien leuk en cool klinken, zijn werkzoekenden hier niet naar op zoek. Zorg er dus voor dat uw vacature zo goed mogelijk kan worden gevonden.

03 Zorg dat elk woord telt

Soms is het weglaten van informatie net zo belangrijk als het toevoegen ervan. Probeer een balans te vinden tussen beknoptheid en voldoende details. U wilt werkzoekenden niet overweldigen met meerdere pagina's vol tekst als één pagina genoeg is.

Kwaliteit aangenomen medewerker

Kwaliteit kan ook worden onderverdeeld in meer diepgaande statistieken met betrekking tot rekruteringskwaliteit per bron, rekruteerder, locatie en verschillende andere factoren. De grootste uitdaging is om te achterhalen welke datapunten hoge of lage kwaliteit aangeven.

Een kwaliteitsstatistiek bevat in de meest basale vorm de prestaties van de nieuwe medewerker en een meting op basis van een bepaalde set competenties en vaardigheden. Een manier om de kwaliteit van de aangenomen medewerker te meten, is door op verschillende tijdstippen de tijd tot productiviteit van de medewerker te meten.

In de beginfasen van de meting (30, 60 en 90 dagen) volgt u hoe effectief de kandidaten ingewerkt zijn en hoe ze bijdragen aan hun teams. Met dit meetpunt krijgt u inzicht in welke nieuwe medewerkers het snelst productief zijn. Dit kunt u dan weer koppelen aan een bepaalde bron of rekruteerder. Na een jaar of een ander moment op de lange termijn krijgt u beter inzicht in de kwaliteit van nieuwe medewerkers door de prestaties van elke medewerker te meten aan de hand van een bepaalde set competenties of verwachtingen voor de functie.

De kwaliteit van de aangenomen medewerker meten

Een veelvoorkomende aanpak om de kwaliteit van een aangenomen medewerker te meten, is door kwaliteit te koppelen aan personeelsverloop. Het probleem met deze aanpak is dat de ergste soort slechte werknemer buiten beeld blijft, namelijk die slechte werknemer die nog steeds bij u in dienst is.

Stap 1 is een pre-hire rating, die wordt gebruikt om essentiële vaardigheden en competenties te identificeren die vereist zijn voor elke openstaande vacature. Voordat sollicitatiegesprekken worden gevoerd, definieert de hiring manager vijf tot acht essentiële vaardigheden en competenties die vereist zijn om de functie goed te kunnen invullen. Dit gedeelte fungeert als de basis voor een gestructureerd sollicitatiegesprek. De interviewer beoordeelt de kandidaat op elke competentie aan de hand van een gedefinieerde schaal van een tot vier. Om dit proces te ondersteunen kunt u training voor het voeren van sollicitatiegesprekken overwegen, om rekruteringsteams te laten zien hoe ze de sollicitatiegesprekken moeten voeren en evalueren en uiteindelijk de kandidaten op elk gebied moeten beoordelen.

Stap 2 is een post-hire rating. Als een nieuwe medewerker 90-120 dagen bij het bedrijf werkt, beoordeelt de hiring manager deze persoon opnieuw aan de hand van dezelfde beoordelingsschaal op dezelfde vaardigheden en competenties die in het begin zijn vastgesteld. Sommige bedrijven meten de kwaliteit van aangenomen medewerkers ook op specifieke intervallen, zoals 30, 60 en 90 dagen en dan na één jaar.

Deze twee statistieken, beoordeling zowel voorafgaand als na het aannemen, geven u een uitgangspunt voor de kwaliteit van aangenomen medewerkers, maar kunnen ook patronen in rekruterings-, screenings- en gespreksmethoden zichtbaar maken. Een voorbeeld: deze statistieken helpen u patronen in teams en mensen te identificeren. Laten we zeggen dat u een team heeft dat consistent lage beoordelingen geeft na het aannemen van de medewerker. Dit kan een indicatie zijn dat er beter over de competenties en verwachtingen van de functie in dit team moet worden gepraat vóór de evaluaties voorafgaand aan het aannemen van de medewerker.



Als u deze evaluaties gebruikt ziet u snel welke teams, hiring managers en interviewers meer training en ondersteuning nodig hebben. Hoe plannen ze het gesprek en hoe voeren ze dit gesprek? Hoe beoordelen ze de evaluatiecriteria? Komen deze patronen overeen met een bepaalde rekruteerder, interviewer of hiring manager?

U bent hoofdzakelijk op zoek naar een rode draad of algemeen patroon in rekruteringsgedrag dat leidt naar een hoge of lage kwaliteit van de aangenomen medewerker. Omdat al deze statistieken gekoppeld zijn aan een bron, kunt u trends in inbound en outbound bronnen voor rekrutering identificeren en noteren welke consistent nieuwe medewerkers met de hoogste kwaliteit leveren.

Deze op datagedreven inzichten leiden ook tot betere planning en een hogere ROI voor investeringen in rekruteringsmarketing. Als u een meetpunt heeft gedefinieerd voor ‘kwaliteit’ en regelmatig beschikbare brongegevens heeft, kunt u snel vaststellen welke kanalen consistent nieuwe medewerkers van hoge kwaliteit leveren en welke kanalen dat niet doen.

De ROI meten: tijd, efficiëntie en kwaliteit koppelen aan een bron

Voor de meeste rekruteringsorganisaties is het koppelen van tijd, effectiviteit en kwaliteit aan een specifieke bron een van de belangrijkste te verkrijgen inzichten. Wanneer een Key Performance Indicator (KPI) wordt teruggeleid naar één bron, heeft dit een krachtige impact op de toekomstige rekruteringsstrategie en biedt antwoorden op de volgende vragen:



Welke bronnen leveren de beste kandidaten en nieuwe medewerkers op?



Welke kandidaten en bronnen van kandidaten leiden tot een gunstigere kost per aanwerving?



Welke bronnen leveren nieuwe medewerkers op die gemakkelijker en sneller ingewerkt zijn?

Hoewel het aantonen van de ROI van uw bronnen essentieel is om erachter te komen hoe u uw budget moet investeren, is het nog belangrijker om inhoudsanalyses te gebruiken om te blijven verbeteren. Het gaat erom inzicht te krijgen in welke specifieke bronnen een hoog rendement opleveren, zodat u deze processen kunt optimaliseren voor toekomstige rekrutering.

Hoe u de integriteit van brondata in uw ATS waarborgt

Met ATS-workflows kunt u het end-to-end-proces meten, maar correcte brondata binnen uw ATS zijn noodzakelijk om inzicht te krijgen in welke rekruteringsbronnen de beste sollicitanten en nieuwe medewerkers opleveren en tegen welke kosten. Dit zijn twee van de beste manieren om corrupte brondata binnen uw ATS te vermijden:

01 Definieer uw lijst met bronnen opnieuw. Als u een bron in uw lijst ziet waarvan u niet kunt bepalen of u er wel of geen geld aan moet besteden, kan deze niet als bron worden beschouwd.

02 Schakel automatische tracking van de bron in, zodat uw ATS automatisch de oorsprong van online kandidaten kan vaststellen.



03 Source scoring: hoe weet u wat werkt?

Weten wat de bron van uw aangeworven werknemer is, is fundamenteel voor alle meetpunten. Hierdoor kunt u alles dat u meet continu terugvoeren naar de bron. Dit is het moment waarop source scoring aan bod komt. De source-score of bronscore is een uitgebreide kijk op de nieuwe medewerkers die van een bepaalde bron afkomstig zijn: de kosten, de kwaliteit en de zakelijke impact van de nieuwe medewerker en hoe alles in vergelijking staat met andere bronnen.

Stel u heeft een bron, bron A, die in een kwartaal tien nieuwe medewerkers oplevert tegen € 10 per medewerker, maar dat de kwaliteit van die medewerkers laag is in vergelijking met het bedrijfsgemiddelde. U vergelijkt die resultaten met een andere bron, bron B, die tien medewerkers oplevert tegen € 400 per medewerker, maar in dit geval overtreft elke medewerker de verwachtingen binnen een jaar na de indienststelling. Als u rekening houdt met de kwaliteit van de aangenomen medewerker, kosten per aanwerving en time-to-fill, kunt u bepalen welke bronnen goed presteren voor de statistieken die het belangrijkst zijn.

Ontwikkel een methode voor het berekenen van de bronscore

We hebben met verschillende bedrijven gesproken en hebben een eenvoudige en efficiënte aanpak gevonden waarmee u de kwaliteit van nieuwe medewerkers kunt koppelen aan een bepaalde bron. Deze methode is gebaseerd op een kwaliteitsscore die de time-to-fill, de kosten per aanwerving en het aantal nieuwe medewerkers meeneemt. Hiermee wordt een bronkwaliteitspercentage gecombineerd met een totaal aantal nieuwe medewerkers uit die bron.

Kwaliteit (%) x medewerkers (#) = bronscore

Drie stappen om uw bronscore te berekenen:

01
Bereken het kwaliteitspercentage van de bron:

Beantwoord drie eenvoudige vragen over de bron:

Wat was de gemiddelde kwaliteit van de aangenomen medewerker?

Zeer hoog of overtreft verwachtingen (+100%)

Hoog of voldoet aan/overtreft verwachtingen (+75%)

Gemiddeld of voldoet aan verwachtingen (+50%)

Laag of voldoet niet aan verwachtingen (+25%)

Wat was de gemiddelde time-to-fill?

Korter dan gemiddeld (+100%)

Gemiddeld (+50%)

Langer dan gemiddeld (+25%)

Wat was de gemiddelde kost per aanwerving?

Minder dan gemiddeld (+100%)

Gemiddeld (+50%)

Meer dan gemiddeld (+25%)

Voor het bronkwaliteitspercentage vermenigvuldigt u de cijfers die zijn gekoppeld aan de drie antwoorden. Als bron A medewerkers van hogere kwaliteit leverde, in een korter tijdsbestek en tegen een lagere kost per aanwerving, dan zou u 100% voor kwaliteit scoren (100% x 100% x 100% = 100%).

Als bron B sneller werknemers van gemiddelde kwaliteit leverde, tegen een lagere kost per aanwerving, dan zou u 50% voor kwaliteit scoren (50% x 100% x 100% = 50%). Het resultaat is een neutrale, gestandaardiseerde weergave van de kwaliteit van de bron.

Als u de kwaliteit wilt berekenen, moet u een uitgangspunt of gemiddelde kunnen bepalen om elke vraag te beantwoorden: een prestatiemaatstaf voor kwaliteit, een gemiddelde 'time to fill' en een gemiddelde kost per aanwerving. Pas de percentages aan op de verdelingen die bij uw bedrijf passen. Als uw team bijvoorbeeld vindt dat de kwaliteit van de aangenomen medewerker belangrijker is dan tijd of kosten omdat kwaliteit altijd belangrijker is dan de andere twee factoren, past u uw percentages daarop aan.

02
Bereken het aantal nieuwe medewerkers:

Verzamel het aantal nieuwe medewerkers van die bron gedurende een bepaald tijdsbestek.

03
De bronscore berekenen:

Vermenigvuldig het bronkwaliteitspercentage met het aantal nieuwe medewerkers. Als bron A tien nieuwe medewerkers opleverde, is de bronscore 10. Als bron A tien nieuwe medewerkers opleverde, is de bronscore 5.

Om te laten zien hoe dit werkt, doen we alsof we in het afgelopen half jaar 30 mensen in dienst hebben genomen voor een marketingbedrijf en dat we nu klaar zijn om onze bronnen te evalueren. We hebben numerieke bereiken toegewezen aan elk veld voor het bronkwaliteitspercentage, op basis van beschikbare gegevens in ons ATS.

Bron A: vacaturesite

Medewerkers geleverd door bron A **14**	Gemiddelde time-to-fill **22 dagen (korter dan gemiddeld)**
Gemiddelde kost per aanwerving **€ 700 (minder dan gemiddeld)**	Gemiddelde kwaliteitsscore van de aangenomen medewerker **4 (zeer hoog)**

Bronkwaliteit: zeer hoge kwaliteit van de aangenomen medewerker (100%) x kortere time-to-fill (100%) x lagere kost per aanwerving (100%) = 100%
Aantal aangenomen medewerkers: **14**
Bronscore: 14 x 100% = **14**

Bron B: professionele netwerksite

Medewerkers geleverd door bron B **6**	Gemiddelde tijd tot invullen **35 dagen (gemiddeld)**
Gemiddelde kost per aanwerving **€ 2700 (meer dan gemiddeld)**	Gemiddelde kwaliteitsscore van de aangenomen medewerker **3 (hoog)**

Bronkwaliteit: hoge kwaliteit van de aangenomen medewerker (75%) x gemiddelde time-to-fill (50%) x hogere kost per aanwerving (25%) = 9,375%
Aantal aangenomen medewerkers: 6
Bronscore: 6 x 9,375% = **0,5625**

Bron C: carrièrebeurs

Medewerkers geleverd door bron C **1**	Gemiddelde time-to-fill **35 dagen (korter dan gemiddeld)**
Gemiddelde kost per aanwerving **€ 3500 (meer dan gemiddeld)**	Gemiddelde kwaliteitsscore van de aangenomen medewerker **2 (gemiddeld)**

Bronkwaliteit: gemiddelde kwaliteit van de aangenomen medewerker (50%) x gemiddelde time-to-fill (50%) x hogere kost per aanwerving (25%) = 6,25%
Aantal aangenomen medewerkers: 1
Bronscore: 1 x 6,25% = **0,0625**

Bron D: referrals

Medewerkers geleverd door bron D **9**	Gemiddelde time-to-fill **20 dagen (korter dan gemiddeld)**
Gemiddelde kost per aanwerving **€ 500 (minder dan gemiddeld)**	Gemiddelde kwaliteitsscore van de aangenomen medewerker **4 (zeer hoog)**

Bronkwaliteit: zeer hoge kwaliteit van de aangenomen medewerker (100%) x kortere time-to-fill (100%) x lagere kost per aanwerving (100%) = 100%
Aantal aangenomen medewerkers: 9
Bronscore: 9 x 100% = **9**

Deze voorbeelden laten zien hoe source scoring het evaluatieproces van een bron kan vereenvoudigen. Als u de broneffectiviteit gedurende dit proces meet, is het eenvoudiger om uw budget te verdelen en in de loop van de tijd prestaties goed te volgen.

Het berekenen van bronscores is net zoals alle scoringsmethoden niet perfect. Het is bijvoorbeeld alleen van toepassing op de bronnen waarvoor u nauwkeurige en consistente data heeft. Het vereist gerichte tracking van kwaliteit, time-to-fill en kosten per aanwerving. Voor al deze zaken moet u regelmatig uw ATS gebruiken en is een proces nodig voor het meten van kwaliteit die kan worden toegekend aan een bron. Maar als u de data consistent kunt verkrijgen, biedt source scoring een standaardmanier om naar verschillende bronnen te kijken en te identificeren welke bronnen het best werken.

04 Inbound en outbound bronnen evalueren

Na het toekennen van bronscores is het tijd om het gebruik ervan te optimaliseren. Als u goed in de gaten houdt hoe elke bron presteert, kunt u vermijden dat u resources inzet voor slecht presterende kanalen. In plaats daarvan kunt u zich meer richten op wat wel werkt.

Met behulp van deze mate van inzicht, wat alle KPI's samenbrengt, kunt u de juiste bronbalans voor elke functie bepalen. Als u bijvoorbeeld weet dat de time-to-fill voor bepaalde functies net zo snel is voor inbound als outbound kanalen, kiest u ervoor zoveel mogelijk te investeren in inbound kanalen totdat dit niet langer het geval is.

Met source scoring kunt u ook bepalen welke bronnen al lang goede kwaliteit en efficiëntie leveren, zodat u meer kunt investeren in die bronnen. Voorbeeld: de lang heersende aanname over inbound kandidaten is dat ze van lagere kwaliteit zijn dan kandidaten uit outbound methoden. Maar als u beschikt over gegevens over tijd, kwaliteit en efficiëntie voor nieuwe medewerkers uit inbound bronnen, wordt het duidelijk of er een verschil is tussen inbound en outbound bronnen. Alleen met tijdstempels in uw ATS-workflow, source tracking en een goede methode voor vastleggen kunt u bepalen welke tactieken voor hogere kwaliteit en efficiëntie zorgen. Van de outbound kandidaten waaraan u tijd besteedt of de inbound kandidaten die u screent.

Voorbeeld: inbound en outbound tactieken gebruiken om talent aan te trekken

Stel dat u een engineer zoekt. Acht van de tien laatste keren dat u voor deze functie iemand aannam, kwamen de medewerkers via outbound kanalen. Het duurde gemiddeld 36 dagen om iemand aan te nemen en er was één outbound bron voor nodig bij een gemiddelde kost per aanwerving van € 1800. Tegelijkertijd kwamen twee van de tien keer de kandidaten via inbound kanalen en duurde het gemiddeld 25 dagen om iemand aan te nemen voor een gemiddelde kost per aanwerving van € 750.

U ziet dat u 80% van de tijd de functie via outbound sourcing invult. U weet dat outbound meer kost en langer duurt dan inbound. U weet ook dat u 20% van de tijd de functie sneller en tegen lagere kosten kunt invullen via inbound sourcing. Daarom blijft u waarschijnlijk minimaal 20% van de tijd inbound kanalen gebruiken om engineering-functies in te vullen, zodat u het beste rendement krijgt wanneer dat mogelijk is.

U bent ook op zoek naar iemand voor een hoge functie in sales. Meestal krijgt u een groot aantal sollicitanten voor deze functies en 80% van de tijd neemt u iemand aan via inbound kanalen. De bronscore geeft aan dat u een aanzienlijk aantal medewerkers kunt aannemen via inbound tegen lager dan gemiddelde kosten en een snellere time-to-hire. Daarom blijft u inbound gebruiken voor deze functies.

De volgorde van inbound en outbound bepalen om kwaliteit te maximaliseren en kosten te minimaliseren

Als u een vacature plaatst en voldoende inbound kandidaten uit organisch verkeer krijgt, probeer dan zoveel mogelijk functies in te vullen met dit gratis verkeer. Als u uw employer brand en vacaturetekst optimaliseert, en uw vacatures op de meest efficiënte inbound kanalen plaatst, kan dat helpen een consistente stroom aan kandidaten te genereren.

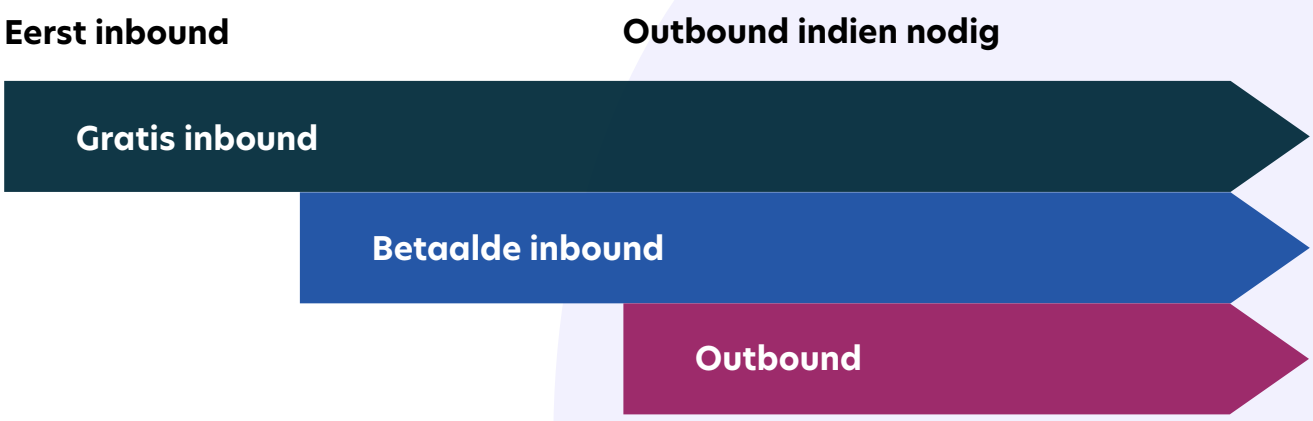
Als u de juiste sollicitanten krijgt en alleen meer kandidaten nodig heeft, investeer dan in betalend verkeer. U kunt een budget instellen op basis van uw conversieratio en het aantal kandidaten om een aanzienlijk deel van uw functies in te vullen tegen de laagst mogelijke kost per aanwerving.

Een uniek Indeed-product waarmee u kandidaten kunt aanwerven is Direct Solliciteren. Met Direct Solliciteren kunnen werkzoekenden binnen enkele seconden vanaf een computer of mobiel toestel solliciteren met een Indeed-cv of een eigen cv-bestand.

Volgens gegevens van Indeed is 70% van de sollicitaties via Indeed afkomstig van mobiele toestellen[1] en worden er dagelijks 3 miljoen sollicitaties via mobiele toestellen verstuurd op Indeed.[2] Direct Solliciteren is een eenvoudige, effectieve manier om kandidaten aan te trekken.

U heeft vast en zeker ook een aantal moeilijk in te vullen functies. Als er onvoldoende toevoer van kandidaten is na zowel gratis als betaalde inbound rekrutering, is het tijd om outbound rekrutering te overwegen.

Voor de meeste bedrijven loont het om bij outbound te focussen op vacatures die waarschijnlijk lang onvervuld zullen blijven, of minstens drie maanden openstaan.



[1-2] Gegevens van Indeed (wereldwijd)

05 Oplossingen voor inbound en outbound rekrutering

Indeed is een vertrouwde partner voor miljoenen werkgevers. Met oplossingen voor zowel inbound als outbound rekrutering helpt Indeed rekruteringsteams om de juiste kandidaten te vinden en op een efficiënte manier nieuwe medewerkers aan te werven van over de hele wereld.



Oplossingen voor inbound rekrutering

Niet-gesponsorde vacatures

Indeed heeft miljoenen vacatures die worden verzameld via duizenden vacaturebanken, vacaturepagina's, werving- en selectiebureaus en kleine bedrijven. Deze vacatures worden gratis[3] weergegeven op Indeed, waar 250 miljoen kandidaten over de hele wereld elke maand naar vacatures zoeken.[4]

Gesponsorde Vacatures

Meer dan een miljoen werkgevers over de hele wereld sponsoren vacatures op Indeed om beter zichtbaar te zijn voor werkzoekenden. Met het performance-based afrekenmodel van Indeed betaalt u alleen als mensen op uw vacatures klikken, tot het bedrag dat u heeft ingesteld als budget voor uw vacature.

Werkgever Uitgelicht

Promoot uw bedrijf met een branded advertentieblok dat wordt weergegeven tussen relevante zoekopdrachten. Werkgevers Uitgelicht over de hele wereld ontvangen tot 5 keer meer merkimpressies op Indeed.[5]

Bedrijfspagina's

Geef werkzoekenden een beter beeld van uw bedrijf om de beste kandidaten aan te trekken. Laat uw vacatures, bedrijfsinformatie en employer brand aan miljoenen potentiële kandidaten zien. Claim uw Bedrijfspagina om functies alleen voor werkgevers te ontgrendelen. Pas uw pagina aan met foto's, video's, logo's, accounts op social media en meer.

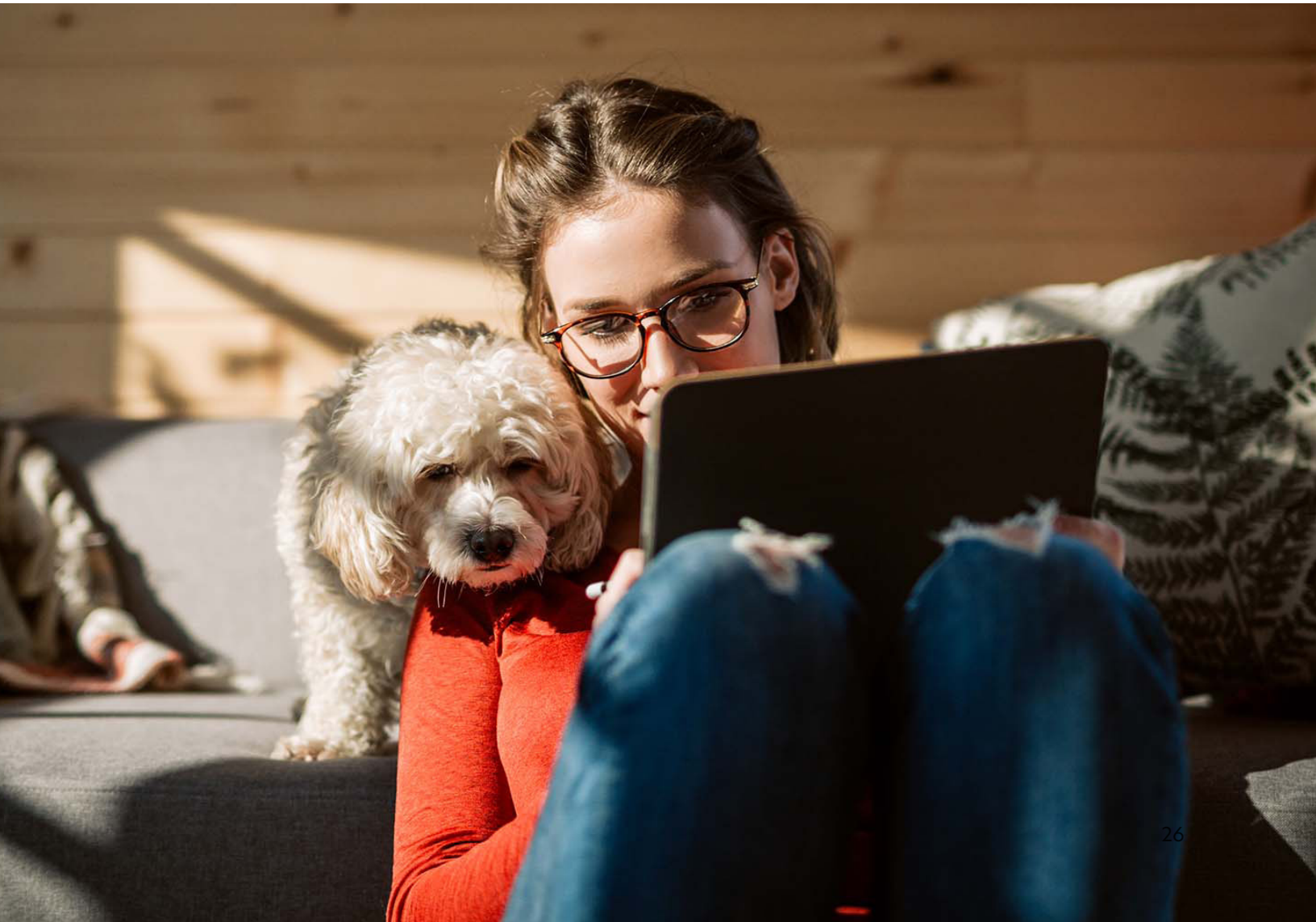
[3] Er zijn voorwaarden, kwaliteitsnormen en gebruikslimieten van toepassing
[4] Google Analytics, unieke bezoekers, februari 2020
[5] Gegevens van Indeed (wereldwijd)

Oplossingen voor outbound rekrutering

Indeed CV

Doorzoek meer dan 960.000 cv's van kandidaten in België in tal van branches en locaties. Elke maand worden meer dan 20.000 nieuwe cv's toegevoegd of bijgewerkt en de response rate voor werkgevers is gemiddeld 51%[6]: Indeed CV brengt u in contact met responsieve kandidaten die klaar zijn voor de volgende stap in hun carrière.

[6] Gegevens van Indeed (België)



Vind uw nieuwe medewerker via Indeed

Indeed helpt mensen over de hele wereld om medewerkers of een job te vinden. Meer dan 250 miljoen mensen per maand zoeken naar vacatures, plaatsen cv's en doen onderzoek naar bedrijven via Indeed.[7]

Ga vandaag nog aan de slag op be.indeed.com/personeel.

[7] Google Analytics, unieke bezoekers, februari 2020

Indeed Ireland Operations Ltd. | 124 St. Stephen's Green | Dublin 2, Ireland