

Werven in de zomer

Zomer biedt kansen op de arbeidsmarkt



WHITEPAPER

VONQ
HANDCRAFTED

Inleiding

Het is zomer. In Nederland gaan deze zomer naar verwachting [7,6 miljoen](#) mensen op vakantie en daarom denk je misschien dat de zomer een rustige periode is op de arbeidsmarkt. Ook veel recruiters en lijnmanagers gaan deze zomer op vakantie, waardoor je zou denken dat er daardoor minder vacatures zijn.

Hoewel de zomer grotendeels in juli en augustus valt en twee maanden lang is, is vrijwel niemand in die gehele periode vrij. Feit is dat elke werknemer gemiddeld [14 dagen](#) op vakantie gaat. Ook kandidaten gaan op vakantie, maar anders dan 10 jaar geleden hebben veel mensen beschikking over een smartphone en [internet](#) op het vakantieadres, waardoor kandidaten ook op vakantie hun zoektocht naar een nieuwe baan kunnen vervolgen.

In deze whitepaper laten we je zien dat de zomer zeker kansen biedt op de arbeidsmarkt, zowel voor sollicitanten als voor jou als wervingsprofessional. We laten je zien waarom het zinvol is om ook in de zomermaanden juli en augustus kandidaten te blijven werven, waar je op moet letten en welke mediakanalen je het best kunt inzetten tijdens de zomer.



1. Trends in sollicitatiegedrag en vacatures

De vraag is of het aantal sollicitaties per vacature door de maanden heen kan verschillen en wat we waarnemen in de zomerperiode. Is er sprake van een daling of blijft het aantal sollicitaties in de zomer gelijk? Om hierop een helder antwoord te kunnen geven hebben we data uit onze eigen systemen verzameld, waarin we het totale aantal vacatures en sollicitaties onder de loep namen.

Solliciteren in de zomer

Om een goed beeld te krijgen van de arbeidsmarkt in de zomer hebben we het aantal sollicitaties per vacature onderzocht in de zomermaanden juli en augustus en vergeleken met de jaarlijkse gemiddelden.

In het onderzoek zijn de metingen van meer dan 500.000 sollicitatie- en vacaturegegevens meegenomen. Na de analyse van het totaal aantal uitgezette vacatures door VONQ en aantal sollicitaties is gebleken dat in de zomer van 2011 het gemiddelde aantal sollicitaties per vacature slechts 5 procent daalde in vergelijking met het jaargemiddelde.

Het geringe verschil geldt ook voor de volgende jaren: 2012: 4 procent, in 2013 bleef het aantal gelijk en in 2014 6 procent onder het gemiddelde. Een minimaal verschil, dat aangeeft dat er naar verhouding nauwelijks tot niet minder wordt gesolliciteerd in de zomermaanden juli en augustus.

Verhouding aantal sollicitaties/vacature jaargemiddelden en zomer VONQ



2011

2012

2013

2014

1. Trends in sollicitatiegedrag en vacatures

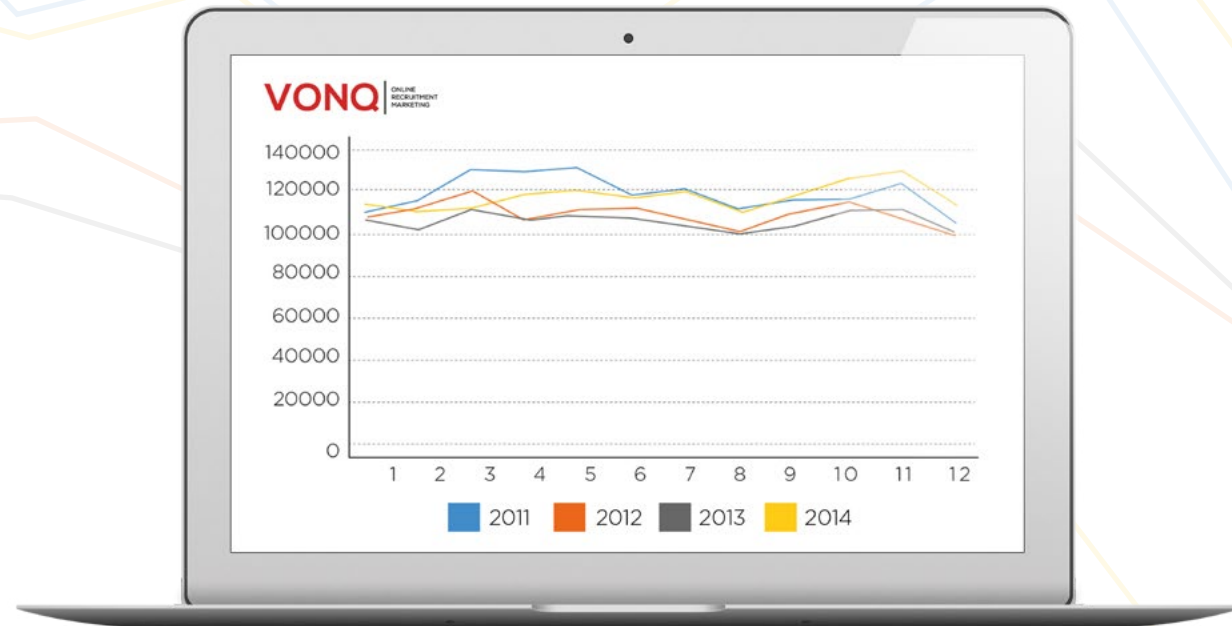
Vacatures

Naast dat we naar het gemiddelde aantal sollicitaties per vacature hebben gekeken en geconstateerd hebben dat deze nagenoeg niet daalt, hebben we ook gekeken naar het aantal unieke vacatures in de zomermaanden.

Uit de opgevraagde data van [Jobfeed](#) blijkt dat er de afgelopen vier jaar een daling te zien is in het aantal vacatures in juli en augustus. In alle jaren is in het aantal originele vacatures (zonder dubbele postings) een daling te zien in de zomermaanden, met een terugkerende dip in augustus. Augustus is qua originele vacatureplaatsingen dus de rustigste maand in de zomer.

De verhouding tussen het aantal origineel geplaatste vacatures tussen augustus en september is daarom goed zichtbaar. Met name de laatste jaren zien we een sterke stijging na de zomerperiode in het aantal uitgezette vacatures in september als de scholen weer beginnen (zie grafiek).

Aantal vacatureplaatsingen 2011-2014



Toelichting afbeelding: aantal unieke vacatureplaatsingen van 2011 tot en met 2014. In de zomermaanden juli en augustus is een dip te zien in het aantal vacatures, dat geleidelijk weer stijgt in september. (Data via [Jobfeed](#); de Big Data tool voor vacatures van [Textkernel](#)).

2. Sollicitatiegedrag in de zomer

Uit de data van VONQ blijkt dat het gemiddelde aantal sollicitaties per vacature nagenoeg gelijk blijft tijdens de zomerperiode. Er is geen recent onderzoek naar de beweegredenen van kandidaten om te solliciteren in de zomer, maar het toenemende internetgebruik tijdens vakanties en het feit dat de zomer een goede periode is voor carrièrereflectie, kunnen logische redenen zijn. We hebben een aantal mogelijke verklaringen voor het sollicitatiegedrag op een rij gezet:

2.1. Toenemend internetgebruik



Social media

Het aantal mensen dat op social media kijkt tijdens zijn of haar vakantie ligt volgens onderzoek van [Multiscope](#) op 66 procent. Dit was in 2011 nog een kwart van de vakantiegangers. Social media is met name een belangrijk oriëntatiekanaal voor kandidaten. Volgens een onderzoek van Walters People gebruikt maar liefst [73 procent](#) van werkzoekenden social media als oriëntatiekanaal en om informatie in te winnen over de werkgever.



Mobile recruitment

Veel kandidaten gebruiken smartphones en tablets tijdens de zomer. Bijna de helft ([40 procent](#)) van werkzoekenden zoekt naar vacatures via mobiele apparaten.



E-mail

Als je een kandidaat wilt bereiken tijdens de vakantie, is de kans groot dat dit lukt via e-mail. [85 procent](#) van de Nederlanders die in de zomer van 2014 op vakantie was, gaf aan zijn of haar privémail te checken op vakantie. Je kunt dus via e-mail prima contact onderhouden met je kandidaten.

2.2. Reflectiemoment; tijd om over carrière na te denken

De zomer is een goede periode voor veel mensen om na te denken over een carrièremove. Sommige kandidaten hebben in de zomer meer tijd over, andere gebruiken de zomer als reflectiemoment.

2.3. Meer tijd voor sollicitatiegesprekken

Het is in de zomerperiode makkelijker om gespreksrondes in te plannen met kandidaten die een baan hebben. In de zomer hebben veel mensen vrij van hun werk, maar zijn ze niet allemaal op vakantie.

Ze hebben meestal extra tijd over om naar vacatures te zoeken, hun cv te updaten en een goede motivatiebrief te schrijven. Daarnaast is de zomer voor veel werknemers een rustige periode, waardoor ze sneller tussendoor een sollicitatiegesprek kunnen inplannen. De zomer is een ideale tijd om te netwerken. Er worden veel uitjes, borrels en barbecues georganiseerd. Een mooie [ontmoetingsplek](#) voor nieuwe carrièremogelijkheden en waar jij als recruiter ook nieuwe contacten kunt leggen met nieuwe kandidaten.

3. Kwalitatieve en kwantitatieve respons in de zomer: hoe zorg je hiervoor?

Nu het duidelijk is dat kandidaten gewoon blijven solliciteren tijdens de zomerperiode is het ook goed te weten hoe je nu uiteindelijk je ideale kandidaat bereikt. Dit doe je door de juiste kanalenmix in te zetten.

3.1. Toename aantal mediakanalen

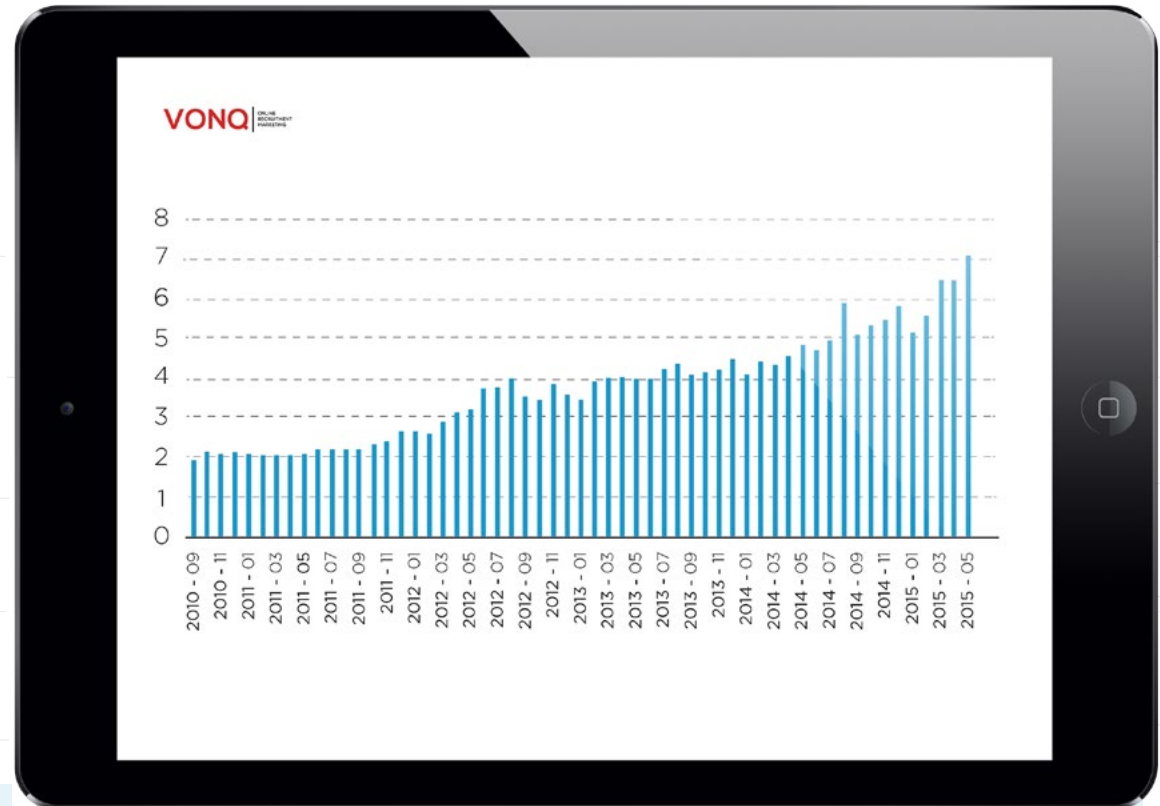
De afgelopen jaren is het aantal ingezette mediakanalen per vacature fors gestegen. Uit de data van [Jobfeed](#) komt naar voren dat vanaf 2010 het postingsratio (aantal ingezette websites per vacature) fors is toegenomen.

In 2010 werden gemiddeld twee kanalen ingezet, in 2015 is dit aantal meer dan verdrievoudigd. In de loop van de jaren is hierin een stijgende lijn zichtbaar en zien we bepaalde trends, die in verband staan met het aantal ingezette kanalen per vacature.

Onder andere de opkomst van [nichesites](#) en het toenemende gebruik van social media hebben hier belangrijke rollen in gespeeld de afgelopen vijf jaar.

Alle pagina's van bronnen als werkgeverssites, vacaturesites, nichesites en LinkedIn zijn meegenomen in de rechter grafiek.

Aantal ingezette kanalen per vacature (jobfeed)



Toelichting afbeelding: het aantal keer dat een vacature online is geadverteerd. Bannering, aggregators en social media (LinkedIn uitgezonderd) waarin niet de volledige vacaturetekst wordt getoond, zijn niet meegenomen. Bron: data [Jobfeed](#).

3. Kwalitatieve en kwantitatieve respons in de zomer: hoe zorg je hiervoor?

3.2. Welke kanalen zet je in tijdens de zomerperiode?

Door de toename van het aantal kanalen, kun je gericht je ideale doelgroep bereiken. De kunst is om de juiste combinatie van kanalen te vinden en welke marketingmix je daarbij inzet. Belangrijk hierbij is dat je in je achterhoofd houdt wie je doelgroep is (actief, passief, oriënterend) zodat je weet welke marketingmix je in moet zetten. Met de volgende kanalen kun je ook in de zomer doelgericht werven:



Generieke kanalen (jobboards)

Jobboards zijn zeer geschikt voor je branding. Via grote jobboards als Stepstone en Monsterboard bereik je een grote actieve doelgroep. Deze doelgroep houdt job alerts nauwlettend in de gaten, dus ook tijdens de zomerperiode.



Social media

Gericht adverteren via social media, zoals LinkedIn en Facebook, is een belangrijke pijler in het bereiken van een oriënterende doelgroep. Oriënterende kandidaten zoeken naar alternatieve carrièremogelijkheden voor hun huidige baan. De oriënterende kandidaat is minder actief en vertoont minder gericht zoekgedrag dan de actieve kandidaat. Een goede mogelijkheid om deze doelgroep tijdens de zomerperiode te bereiken is via social media.



Nichesites

De passieve doelgroep bereik je via nichekanalen. De passieve doelgroep is niet direct op zoek is naar een baan en zal verleid moeten worden door die ene mooie uitdaging. Onder andere door op te vallen op nichesites kun je onder de aandacht komen van passief talent.



Bannering

De functie van bannering is om verkeer te genereren naar je vacatures op een specifieke landingspagina. Adverteren via verschillende nichesites en/of social media kan helpen om een niet-zoekende doelgroep toch te triggeren. In de zomer kun je gerichte bannering inzetten op onder andere nichekanalen, die leiden naar jouw carrièrepagina.

Afhankelijk van je doelgroep, haar zoekgedrag en interesses kan je verschillende kanalen en middelen inzetten om de kandidaten tot de sollicitatie te bewegen. Waar je wel rekening mee moet houden is dat elke doelgroep zich op een andere manier laat benaderen. Als je onderscheid maakt tussen het zoekgedrag van de verschillende doelgroepen kun je je ideale kanalen en marketingmix inzetten om de juiste kandidaat te bereiken in de zomerperiode.

4. Hoe kun je als recruiter goed voorbereid op vakantie gaan?

Kandidaten blijven solliciteren in de zomer, maar als recruiter wil je zelf ook met een gerust hart op vakantie gaan. Hoe laat je het recruitmentproces door lopen en ga je toch onbezorgd op vakantie? Een aantal handige tips:

1. Plaats je vacatures online voordat je op vakantie gaat.

Het is handig om jouw vacatures voor je vakantie te plaatsen via de geselecteerde kanalen. Tijdens je vakantie kunnen kandidaten reageren op je openstaande functie, zodat jij bij terugkomst direct met je selectieproces aan de slag kunt.

2. Check de beschikbaarheid van je collega's

Houd rekening met de beschikbaarheid van de collega's die je werk tijdens de vakantie overnemen. Stem vervolgens alle taken goed met hem of haar af.

3. Zorg voor een goede overdracht

Zorg ervoor dat je collega's je taken overnemen, goed bereikbaar zijn voor [sollicitanten](#) en op de juiste manier kandidaten te woord kunnen staan. Bijna [40 procent](#) ergert zich aan de extra drukte die wordt veroorzaakt doordat taken niet op juiste manier zijn overgedragen.

4. Reserveer ruimte in je agenda

Vaak is je agenda na de vakantie al helemaal volgeboekt met afspraken waardoor je niet toekomt aan andere zaken, zoals het screenen van de kandidaten die tijdens je vakantie hebben gesolliciteerd. Zorg dat je vooraf al ruimte hebt geblokt in je agenda zodat je tijd beschikbaar houdt voor het screenen en terugkoppelen van sollicitaties van kandidaten.

5. Verleng de doorlooptijd van je selectieproces

In de zomer is een gedeelte van de kandidaten op vakantie, waardoor de kans kleiner is dat ze direct of de volgende dag op gesprek kunnen komen. Neem dit op in je recruitmentplanning en verleng je selectieproces in de maanden juli en augustus.

6. Communiceer met je kandidaten

Je kandidaten willen ook weten waar ze aan toe zijn in de zomerperiode. Informeer over je vakantieperiode en dat een collega je werk overneemt. Bedenk ook dat de kandidaat goed op de hoogte wil worden gehouden over de status van het sollicitatieproces. Niets is vervelender dan dat je kandidaat niet weet waar hij of zij aan toe is.

4. Hoe kun je als recruiter goed voorbereid op vakantie gaan?

7. Manage de verwachtingen van de kandidaten

Een voordeel van de zomerperiode is dat veel mensen flexibel zijn en sneller op sollicitatiegesprek kunnen komen. Zorg wel dat je je beloftes houdt tegenover de kandidaat. Reageer op de voorgestelde data, houd rekening met eventuele vakanties en stem je proces en planning hierop af.

8. Out of office melding

Als je niet aanwezig bent op je werk, is het gebruikelijk om een out of office bericht in te stellen op je e-mailadres. Stel de timing van je bericht goed in, zodat kandidaten en relaties weten wanneer je terug bent en bij wie ze terecht kunnen als jij op vakantie bent. Het lijkt misschien logisch, maar vergeet de melding niet aan te zetten en te controleren voordat je weg bent.



Tot slot

In deze whitepaper hebben we aangetoond dat het aantal sollicitaties per vacature in de zomer nagenoeg niet daalt, terwijl er wel een lichte daling te zien is in het aantal vacatures.

Onze cijfers tonen aan dat het gemiddelde aantal sollicitaties per vacature in de zomer nagenoeg gelijk is aan de jaargemiddelden. Juist daarom is het interessant om te blijven werven tijdens de zomerperiode.

Kandidaten hebben in de zomerperiode de ruimte om na te denken over hun carrièremogelijkheden en tijd om te solliciteren. Hierbij spelen de opkomst van social media en mobile recruitment een belangrijke rol.

Waarschijnlijk is niet iedereen op de hoogte van het feit dat het aantal sollicitaties in de zomerperiode gelijk blijft. Om ook tijdens de maanden juli en augustus onder de aandacht te komen van de juiste doelgroep, is het belangrijk om de juiste marketingmix en mediakanalen in te zetten.

Door juist actief te werven in de zomer en vooruit te lopen op je planning, zorg je voor een meer en meer evenredige verdeling van je recruitmentactiviteiten en voorkom je een verschuiving en piekbelasting in september.

Meer weten over hoe je het beste je recruitment in de zomer kan invullen?

[VONQ](#) is dé expert op het gebied van recruitment marketing én helpt bedrijven beter te werven met de inzet van recruitmentdata, innovatieve tools en recruitment marketing kennis. Met het hoofdkantoor in Nederland en wereldwijd meer dan 1000 mediakanalen in het portfolio weet VONQ voor elke vacature altijd de juiste doelgroep te bereiken.



VONQ
Westblaak 175
3012 KJ Rotterdam



010 - 2014800



www.vonq.com



hello@vonq.com



[VONQ LinkedIn](#)



[VONQ Google+](#)



[VONQ facebook](#)



[VONQ Twitter](#)