

## Forrester voorziet verdere groei van online werving

Op zijn site [www.recruitmentmatters.nl](http://www.recruitmentmatters.nl) laat Marc Drees de weerslag zien van een aantal vragen die hij onderzoeksbureau Forrester stelde over de toekomst van online werving. De visie van Forrester laat zien dat anders werken begint bij anders werven. Nadat werkzoekenden een online advertentie hebben gespot, kunnen volgens Forrester online media zoals web videoconferencing, Skype, chatten en Twitter een groeiende bijdrage gaan leveren aan het nieuwe selecteren.

In februari 2008 meldde totaljobs.nl in haar jaarlijkse E-Recruitment monitor een explosieve groei van het internet als wervingskanaal. Echter, de meest explosieve groei die de 1.370 ondervraagde HR-professionals toen aangaven, zat hem vooral in het gebruik van



vacaturesites. 92% van de HR-professionals maakte gebruik van vacaturesites, tegen 66% in 2007. Door de crisis is de vraag naar personeel danig ingezakt, maar Forrester meldt dat de tendens van anders online werven zich doorzet, zij het op een andere manier.

### Sociale netwerken en multimedia

De belangrijkste verschuiving nu is die van de groeiende inzet van sociale netwerken en online multimedia hulpbronnen bij de selectie van personeel nadat het eerste contact naar aanleiding van een vacature is gelegd. Werkzoekenden laten steeds meer digitale sporen achter op het internet en daar profiteren blijkens het antwoord van Forrester aan Drees zowel de corporate recruiters, als de werving- en selectiebureaus, uitzendorganisaties en vacaturesites van.

Forrester: "In een notedop, sociale netwerktechnologieën maken een rijkere gebruikerservaring en dito samenwerking mogelijk. Bovendien zorgen ze voor een meer actief netwerk voor referenties. Ze maken derhalve nieuwe bronnen van talent zichtbaar voor recruiters door middel van passieve wervingsbronnen en zoekmachines." Aan de ene kant bieden werkgevers vacatures online aan en zoeken werkzoekende actief online. Aan de andere kant krijgen recruiters waardevolle informatie over mogelijke kandidaten door op bepaalde trefwoorden Twitnerg gesprekken en relevante blogs te volgen of deel te nemen in geschikte LinkedIn groepen en te kijken wie er door zijn relaties vaak wordt aanbevolen. Recruiters kunnen dat reactief doen, door middel van online nazoeken nadat een kandidaat zich gemeld heeft. Maar ook pro-actief is mogelijk. De recruiter gaat op voorhand op zoek naar interessant talent nog voordat de vacature zich aanbiedt.

### Sneller en persoonlijker

Is het contact met de kandidaat er eenmaal, dan spelen interactieve webtechnologieën een rol bij het persoonlijker maken van het contact. Het voordeel hier zit hem wat Forrester betreft vooral in de real-time interactie die platforms als Twitter, VOIP (bellen via internet zoals Skype) of chatten bieden. Daarnaast biedt live videoconferencing via het internet efficiënte mogelijkheden om met kandidaten in contact te treden. De crisis zal deze toepassingen, ondanks minder vacatures, naar alle waarschijnlijkheid eerder versnellen, simpelweg omdat ze goedkoop zijn en tijd besparen.

Marc Drees stelde Forrester tenslotte de vraag of zij geen terugslag verwachten van deze ontwikkeling als werkzoekenden zich terugtrekken wanneer online recruiters al te duidelijk achter kandidaten aanjagen. Twitter wordt tenslotte ook al vervuild door ongewenste gebruikers die de hele dag corporate reclame twitteren en jou graag willen volgen. Forrester is daar echter niet benauwd voor. Ongewenste communicatie kan altijd geblokt of weggefilterd worden door de ontvanger. Forrester ziet echter wel andere, in potentie schadelijke gevolgen van sociale netwerken bij werving van personeel die om een antwoord vragen. Naarmate mensen meer aanwezig zijn op het internet, worden kwesties van ras,

geslacht, geaardheid, leeftijd en etniciteit ook directer zichtbaar. De vraag hoe een eerlijk diversiteitsbeleid zich moet gaan verhouden tot online vooroordelen is nog niet gesteld, laat staan beantwoord.