

2022/23

# Source of Hire Rapport

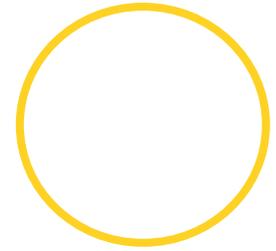
Meer succes in recruitment?  
Dit zijn de best presterende  
wervingsbronnen.





## Inhoudsopgave

Wat is jouw sleutel voor succes?	<b>p. 3</b>
Over het SoH rapport	<b>p. 4</b>
Aantrekken van kandidaten	<b>p. 5</b>
Overtuigen van talent	<b>p. 7</b>
Het aannemen van nieuwe medewerkers	<b>p. 10</b>
Alle prestaties per bron op een rijtje	<b>p. 12</b>
Kies de optimale mix van bronnen	<b>p. 13</b>
Conclusie	<b>p. 14</b>
Nog een paar tips	<b>p. 16</b>
Over OTYS	<b>p. 17</b>



## Wat is jouw sleutel voor succes?

Werkgevers hebben te maken met een steeds competitievere arbeidsmarkt. Aan recruiters de uitdagende taak om altijd tijdig de juiste kandidaten te vinden voor de openstaande functies. Om dat te bereiken is het cruciaal om precies te weten welke wervingsbronnen de beste resultaten opleveren.

De mogelijkheden zijn talrijk en vaak is het lastig om door de bomen het bos te zien. Om jou te ondersteunen in het maken van de juiste keuzes, analyseert OTYS elk jaar de prestaties van de belangrijkste wervingsbronnen van haar klanten. Doe er je voordeel mee! Gebruik deze inzichten om de juiste recruitmentstrategie te formuleren en stel de optimale mix van wervingsbronnen samen die gericht is op jouw specifieke doelstellingen.

Want als je weet welke wervingsbronnen het meest effectief zijn, kan jij je budgetten en middelen optimaal inzetten voor maximaal resultaat. Zo investeer je niet langer onnodig in kanalen die onvoldoende opleveren. En kan jij je volledig richten op precies die mix die het meest bijdraagt aan jouw specifieke recruitmentdoelstellingen.

**Heel veel succes en inspiratie gewenst!**



## Over het **SoH-rapport**

Dit Source of Hire rapport is gebaseerd op data \* verzameld vanaf 2016 tot en met 2022 van alle klanten die daarvoor toestemming hebben gegeven.

De gegevens van de afgelopen jaren zijn aangevuld met 10,5 miljoen unieke websitebezoeken op vacaturede-tailpagina's, 300.000 unieke sollicitaties op de eigen recruitmentwebsites of via remote apply en 18.500 plaatsingen afkomstig uit ongeveer 200 verschillende bronnen.

Onderzochte bronnen zijn de eigen recruitmentwebsites, vacaturebanken, social media, zoekmachines en andere portalen waar vacatures kunnen worden geplaatst door onze klanten. \*\*

### **We onderscheiden drie sleutelfasen in het recruitmentproces:**

- Aantrekken van kandidaten
- Overtuigen van talent
- Aannemen van nieuwe medewerkers

In dit rapport bespreken we per fase de resultaten van de belangrijkste bronnen. Daarnaast plaatsen we de ontwikkelingen in de tijd door de gegevens te vergelijken met voorgaande jaren. Tenslotte zetten we per bron alle prestaties op een rijtje, zodat je deze eenvoudig kunt vergelijken. We sluiten af met een conclusie aangevuld met praktische tips die je helpen bij het kiezen van de optimale mix voor jouw organisatie.

\* Het OTYS SoH-rapport 2022-2023 is gebaseerd op gegevens van Nederlandse OTYS-klanten die toestemming hebben verleend om hun gegevens te analyseren en waarvan de herkomst van hun binnengekomen kandidaten duidelijk vastgelegd is.

\*\* Resultaten die voortkomen uit open inschrijvingen, kandidatenpools in OTYS, actief sourcen van kandidaten, 'search-robots', referral programma's en handmatige conversies maken geen deel uit van het onderzoek en zijn niet meegenomen in de conversieratio's.

# Aantrekken van kandidaten

## Hoe zichtbaar zijn je vacatures?

Alles begint met zichtbaarheid. Krijgen de juiste kandidaten jouw vacature überhaupt te zien? En zo ja, is deze dan dusdanig aantrekkelijk dat zij doorklikken naar de uitgebreide vacaturetekst?

Een belangrijke KPI hiervoor is het aantal unieke bezoekers van de vacaturepagina op de website. Met daarbij antwoord op de hamvraag: welke bronnen hebben geleid tot het meeste verkeer naar deze pagina?

## De opkomst van multiposting

Traditioneel speelt de eigen recruitmentsite de hoofdrol in het presenteren van vacatures. Bij klanten van OTYS zien we de laatste jaren echter een verschuiving van het belang van de eigen recruitmentwebsites naar de inzet

van een multiposternetwerk. Dit maakt het namelijk voor kandidaten steeds gemakkelijker om op externe websites, binnen één omgeving, de perfecte baan te vinden.

Via OTYS Remote Apply dat volledig geïntegreerd is met vele vacaturebanken, zoals Indeed, talent.com, de Nationale Vacaturebank of werkzoeken.nl, kan een kandidaat eenvoudig direct via de externe website solliciteren.

Dit leverde onze klanten gemiddeld 200% tot 300% meer conversies op. Kandidaten hoeven immers de vacaturebank niet meer te verlaten, waardoor de kans stukken kleiner is dat ze tussentijds afhaken.

Deze ontwikkeling zien we ook goed terug in het aantal unieke websitebezoeken op vacaturedetailpagina's van onze klanten. Waar we in 2016 nog 20 miljoen unieke bezoeken registreerden, is dit nu gedaald naar 10,5 miljoen, met nagenoeg hetzelfde aantal websites dat we live hebben staan.

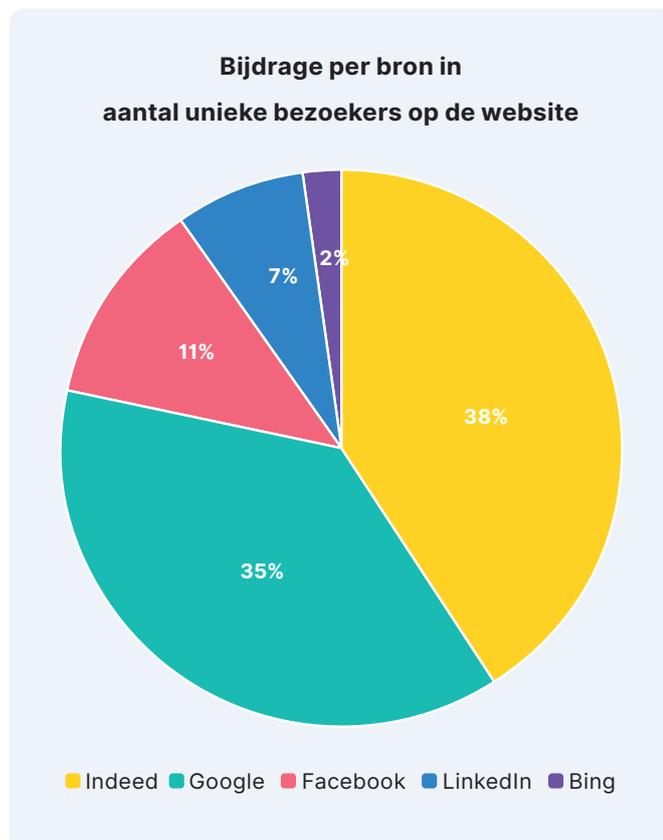
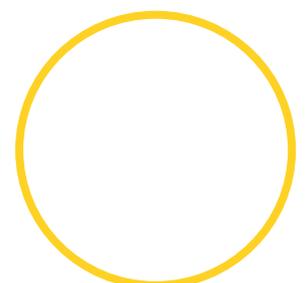
## Welke bronnen leveren de meeste bezoekers op?

Als je kijkt naar de leveranciers van bezoekers op de website, dan zien we een absolute top 5 bronnen.

Met elkaar hebben zij het afgelopen jaar voor maar liefst 93% van al het websiteverkeer gezorgd.

## De grootste drivers in 2022 waren:

- |             |       |
|-------------|-------|
| 1. Indeed   | (38%) |
| 2. Google   | (35%) |
| 3. Facebook | (11%) |
| 4. LinkedIn | (7%)  |
| 5. Bing     | (2%)  |





## Trend door de jaren heen

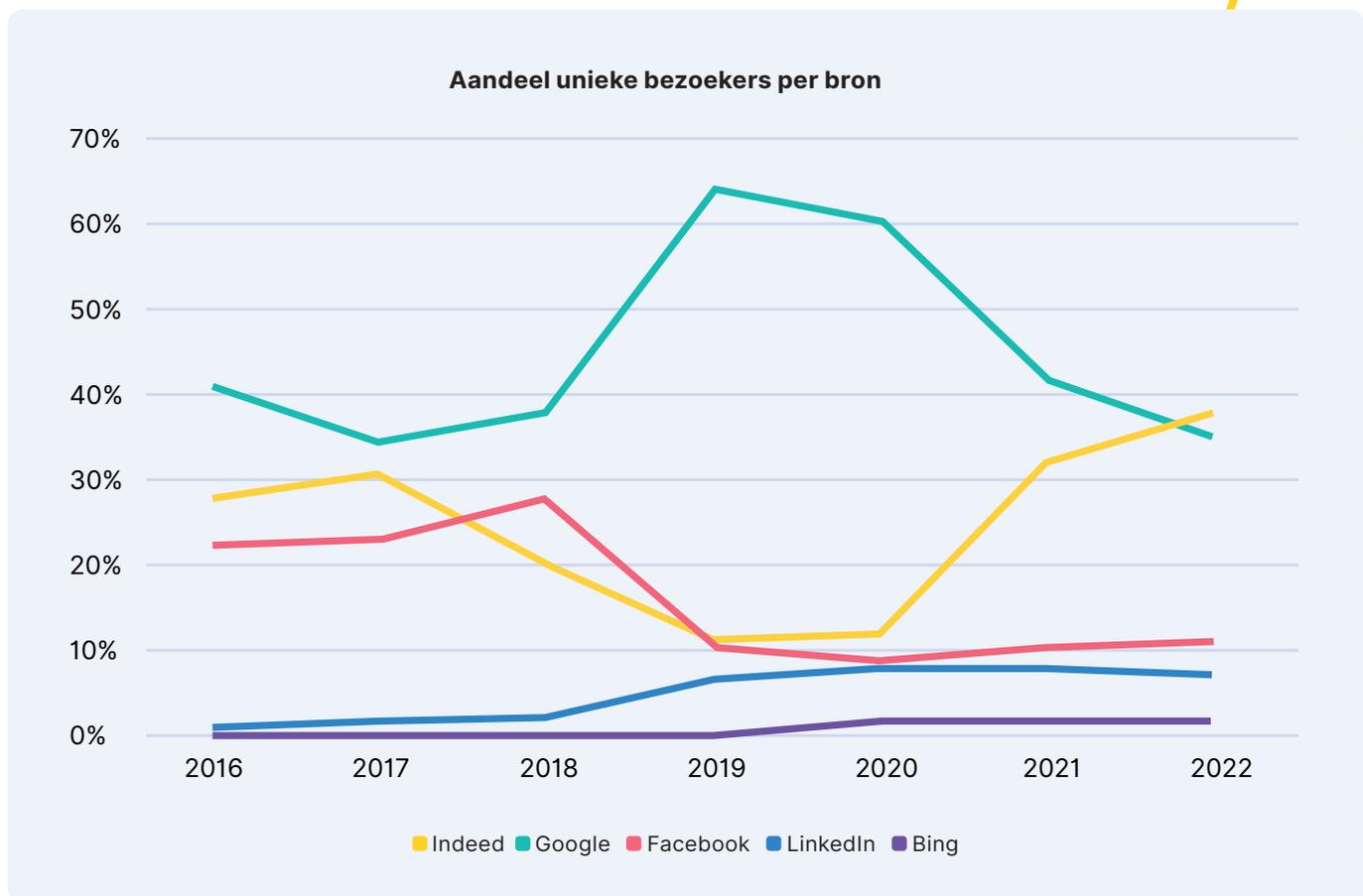
Indeed en Google zijn de onbetwiste hofleveranciers van unieke bezoekers aan de recruitmentwebsites van onze klanten. Indeed is Google voorbijgestreefd en is met 38% de grootste aanjager van unieke websitebezoeken naar vacaturedetailpagina's.

Voor Google zette sinds 2019 een neerwaartse trend in, die nog steeds stevig aanhoudt. Was de zoekmachine in 2019 nog goed voor meer dan 60% van alle websitebezoeken, in 2022 was dit nog maar 35%.

Een van de oorzaken is wellicht Google for Jobs<sup>1</sup>. Deze

tool maakt het recruiters weliswaar gemakkelijker om hun vacatures gratis en op een prominente positie onder de aandacht te brengen van werkzoekenden. Maar tegelijkertijd is het een soort vacaturebank geworden die andere, soms ingewikkelde eisen stelt aan recruiters om voldoende exposure te krijgen. Bovendien kan de SEO-strategie van andere bedrijven ervoor zorgen dat vacatures minder zichtbaar worden en minder aandacht krijgen.

Van de overige bronnen uit de top 5 (Facebook, LinkedIn en Bing) is de bijdrage de afgelopen drie jaar bescheiden en relatief stabiel.



<sup>1</sup> <https://www.frankwatching.com/archive/2020/08/28/google-for-jobslive-alles-wat-je-moet-weten/>

# Overtuigen van talent

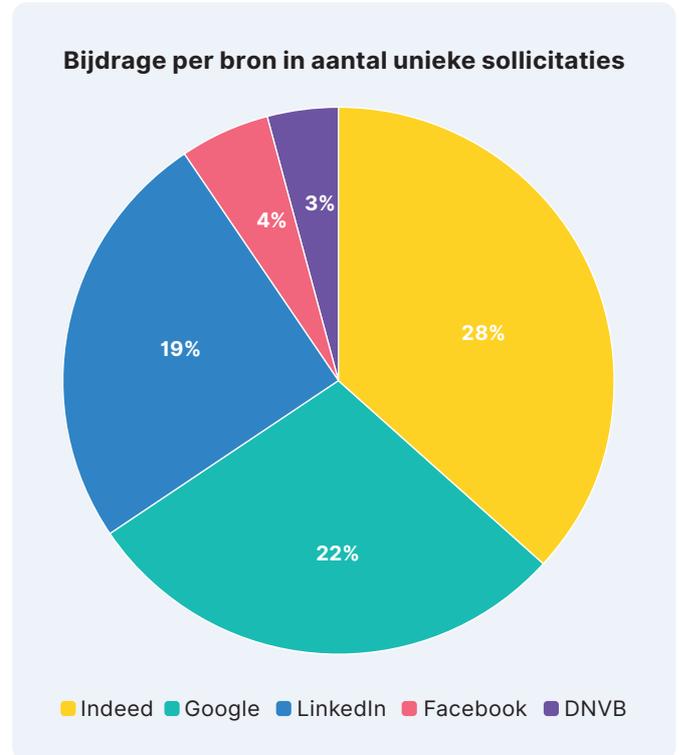
## Hoe goed converteren je bronnen?

Natuurlijk is het geweldig als jouw doelgroep je vacature onder ogen krijgt. Maar dan ben je er nog niet. Want jij wilt immers dat ze ook daadwerkelijk actie ondernemen en solliciteren. Zodat jij hen kunt toevoegen aan je talent-pool en de beste kandidaat kunt matchen met de juiste vacature. Wat is de beste manier om dat voor elkaar te krijgen?

## Welke bronnen leveren de meeste sollicitanten op?

In 2022 registreerden we ruim 300.000 unieke sollicitaties van onze klanten. Hiervan verliep de helft via de eigen recruitmentwebsite van de klant en de andere helft op een externe website met behulp van OTYS Remote Apply.

Net als in voorgaande jaren, waren de top vijf bronnen goed voor driekwart van het totale aantal sollicitaties.



## Eigen wervingssite

Als we kijken hoeveel sollicitaties via de eigen wervingssite zijn binnengekomen, dan ziet de top vijf er voor 2022 als volgt uit:

1. Indeed (28%)
2. Google (22%)
3. LinkedIn (19%)
4. Facebook (4%)
5. De Nationale Vacaturebank (3%)

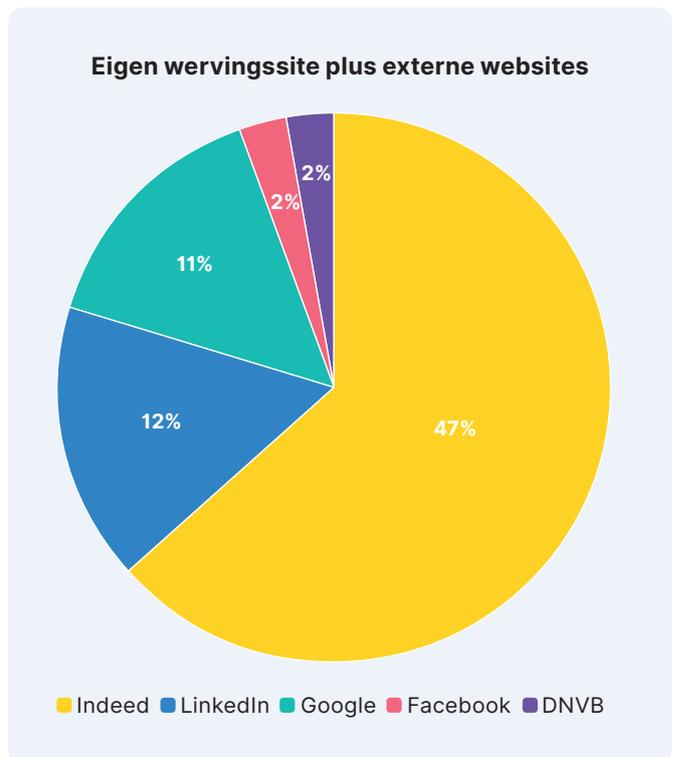
Indeed is dus de onbetwiste nummer één als het gaat om het aantal sollicitaties (28%) dat op de eigen vacaturesite binnekomt. Gevolgd door Google (22%), met een aandeel van 16% via Google for Jobs. Als het gaat om social media, blijft LinkedIn met 19% ook zeer succesvol in het leveren van kandidaten, terwijl Facebook met 4%



op de vierde plaats staat. De Nationale Vacaturebank is verantwoordelijk voor 3%. Daarnaast zijn er diverse andere bronnen, zoals Monsterboard (1,2%), werk.nl (0,8%), banensite.nl en jobsonline.nl. Dit zijn vooral de kleine niche vacaturesites die slechts een beperkt aandeel in conversie opleveren.

### Eigen wervingssite plus externe websites (Remote Apply)

Zoals eerder gesignaleerd, neemt de rol van Remote Apply sterk toe. Wanneer we in het overzicht het aantal sollicitaties meenemen dat binnenkomt via externe websites, zien we een opvallend beeld. De top vijf bronnen blijft gelijk, maar de onderlinge verschillen zijn groot. Indeed is dan goed voor maar liefst 47% van alle sollicitaties, en laat daarbij LinkedIn (12%), Google (11%), Facebook (2%) en De Nationale Vacaturebank (2%) ver achter zich.





## Source of hire

### Trend door de jaren heen

In het SoH-onderzoek vergelijken we al sinds 2016 de prestaties van de verschillende bronnen. Ook dit jaar zorgen Indeed (28%) en Google (22%) samen, net als voorgaande jaren, voor de meeste sollicitanten.

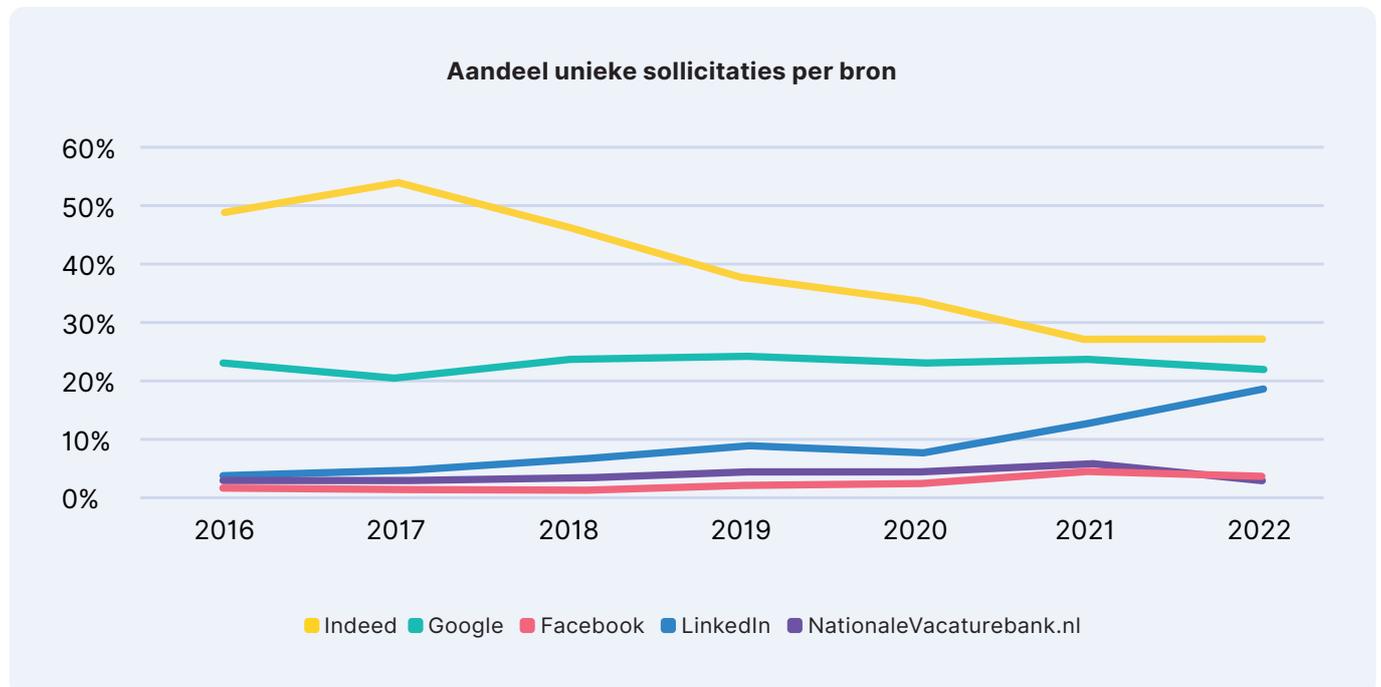
Opvallend is dat in 2022 LinkedIn (19%) ook een plaats heeft veroverd aan de top.

Het lijkt erop dat er nog meer mensen dan voorheen serieus gebruikmaken van dit platform bij het zoeken naar een nieuwe baan. Een verklaring kan zijn dat door de krapte meer mensen bereid zijn over te stappen. En hoewel ze misschien niet actief zoeken, reageren ze blijkbaar wel op aanbiedingen die ze via LinkedIn krijgen.

Een opvallende ontwikkeling van de afgelopen jaren, is de gestage afname van het aandeel vacaturebanken in termen van absolute aantallen. Vooral social media blijkt hierin juist een steeds grotere rol te spelen. Alle social media kanalen zijn dit jaar bij elkaar goed voor 24% van

alle sollicitanten. Je merkt dat klassieke vacaturebanken een afnemende rol spelen en langzaam andere alternatieve bronnen opkomen, zoals Marktplaats.

De top 3 van aanbieders van sollicitanten blijft relatief stabiel in de afgelopen 5 jaar. Echter, de laatste plekken wisselen vaak van positie. Dit jaar staat de Nationale Vacaturebank op de laatste plaats met 3%, en stijgt Facebook naar plek 4 met 4%.



1 Algemeen Dagblad [link](#)

# Aannemen van **nieuwe** medewerkers

## Hoe doeltreffend zijn je bronnen?

Grote bezoekersaantallen op je website, een kaartenbak vol sollicitanten. Het is een mooie start voor een succesvol wervingsproces. En het is prettig voor het uitbouwen van je talentpools. Maar uiteindelijk draait het allemaal om één doel: de juiste kandidaat plaatsen op de juiste plek.

Want veel bezoekers op de website is natuurlijk goed voor de zichtbaarheid, maar daarmee heb je nog geen sollicitanten. En veel sollicitanten genereren klinkt mooi in theorie, maar alleen als ze ook daadwerkelijk het profiel hebben dat je zoekt. Anders betekent het alleen een hoop extra werk voor recruiters, talloze afwijzingen en onnodig veel teleurgestelde kandidaten.

En dus is het allerbelangrijkste meetpunt in het hele traject: welke bronnen leveren de meeste hires op. Want alleen dan kun je goed onderbouwd bepalen waar je je resources op inzet om de meeste opbrengst te genereren.

## Welke bronnen leveren de meeste hires?

In 2022 zag de top 5 bronnen die de meeste plaatsingen opleverden er als volgt uit:

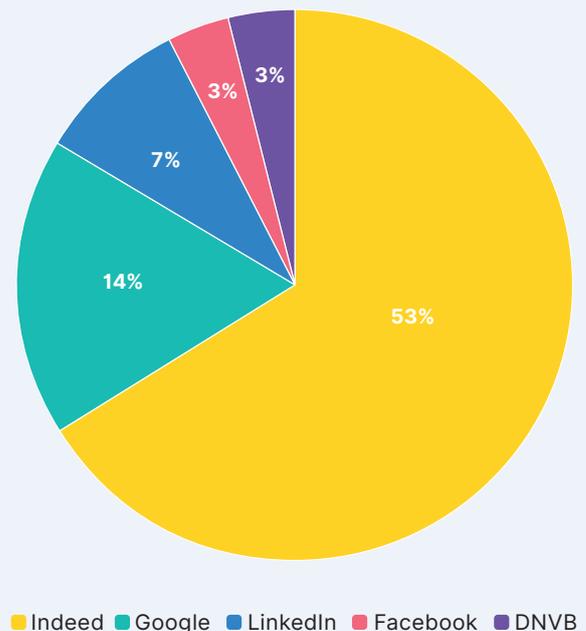
1. Indeed (53%)
2. Google (14%)
3. LinkedIn (7%)
4. Facebook (3%)
5. De Nationale Vacaturebank (3%)

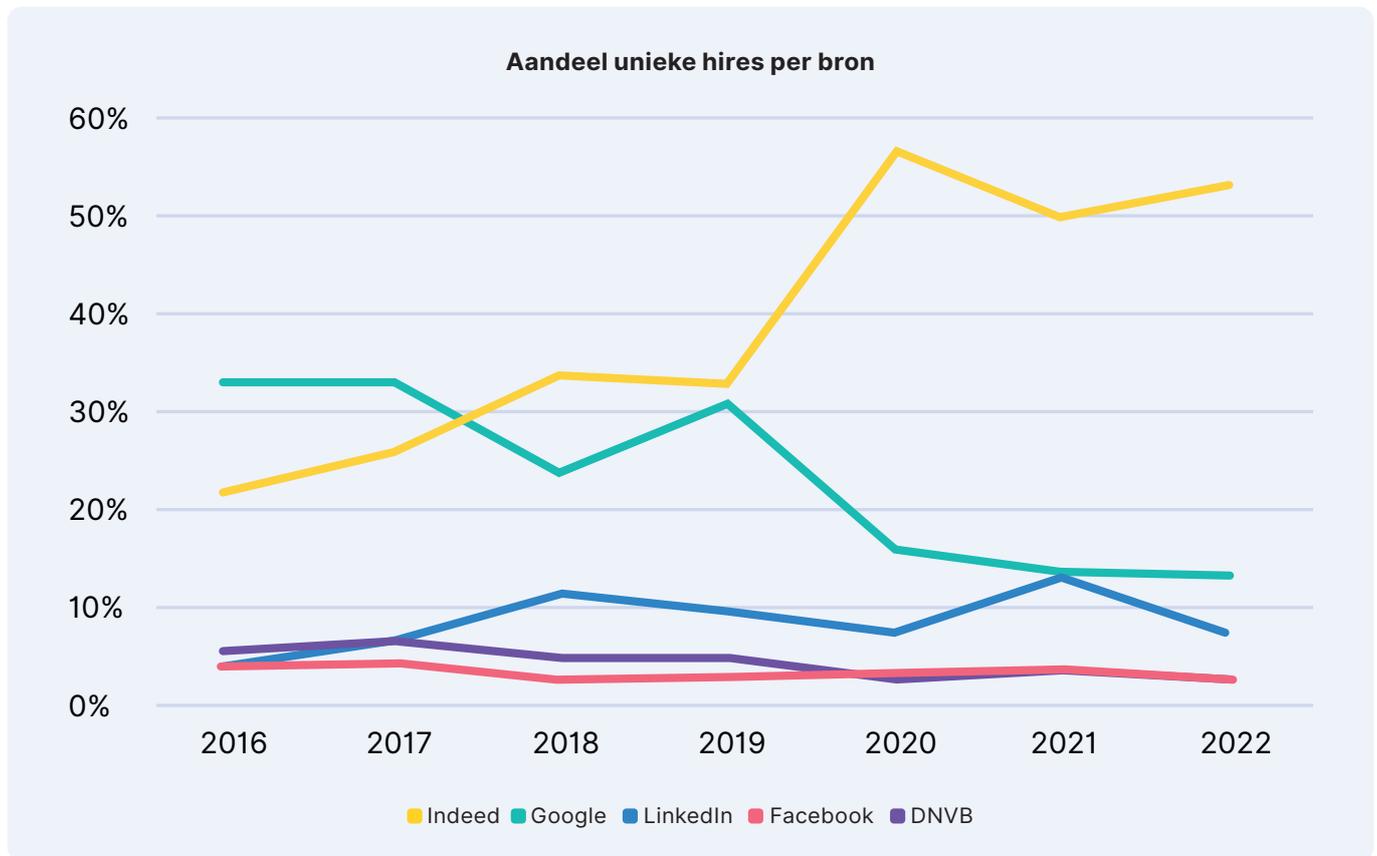
Een enorme prestatie van Indeed. Bijzonder om te vermelden, is dat het aantal absolute plaatsingen in de

periode van 2016 t/m 2023 is verdubbeld. Daarbij is het mooi om te zien dat deze zelfde top 5 bronnen dus niet alleen zorgde voor veel nieuwe medewerkers, maar ook voor de meeste sollicitanten en de hoogste bezoekersaantallen. Dus of het nu gaat om kwaliteit of om kwantiteit, bij de top 5 zit je als recruiter en werkgever zeker goed.

De top 5 bronnen was met elkaar in 2022 goed voor maar liefst 80% van alle plaatsingen. Indeed neemt hiervan 53% voor zijn rekening. Google is verantwoordelijk voor 14% van alle hires en LinkedIn tikt nog maar net de 7% aan. Facebook en De Nationale Vacaturebank sluiten de regionen met beide 3%.

Aandeel aantal nieuwe medewerkers per bron





### Trend door de jaren heen

Indeed laat al jaren een sterk stijgende trend zien als het gaat om het aantal plaatsingen dat het realiseert voor OTYS-klanten. Het is hiermee onbetwist de meest waardevolle bron van 'new hires' in de afgelopen tijd.

Hoewel Google al sinds 2016 een neerwaartse trend laat zien en erg achter ligt op Indeed, is deze bron met 14% nog steeds de op één na grootste leveranciers van nieuwe medewerkers.

Ook LinkedIn daalt sterk in prestaties en zakt van 13% naar 7%. Facebook en De Nationale Vacaturebank schommelen beiden al jaren rond de 3%. Vooral de Nationale Vacaturebank heeft sinds halverwege het vorige decennium aan positie verloren. Waar ze voorheen rondom de 6% schommelden, is dat nu gehalveerd. Dit wil echter niet zeggen dat ze in absolute aantallen veel

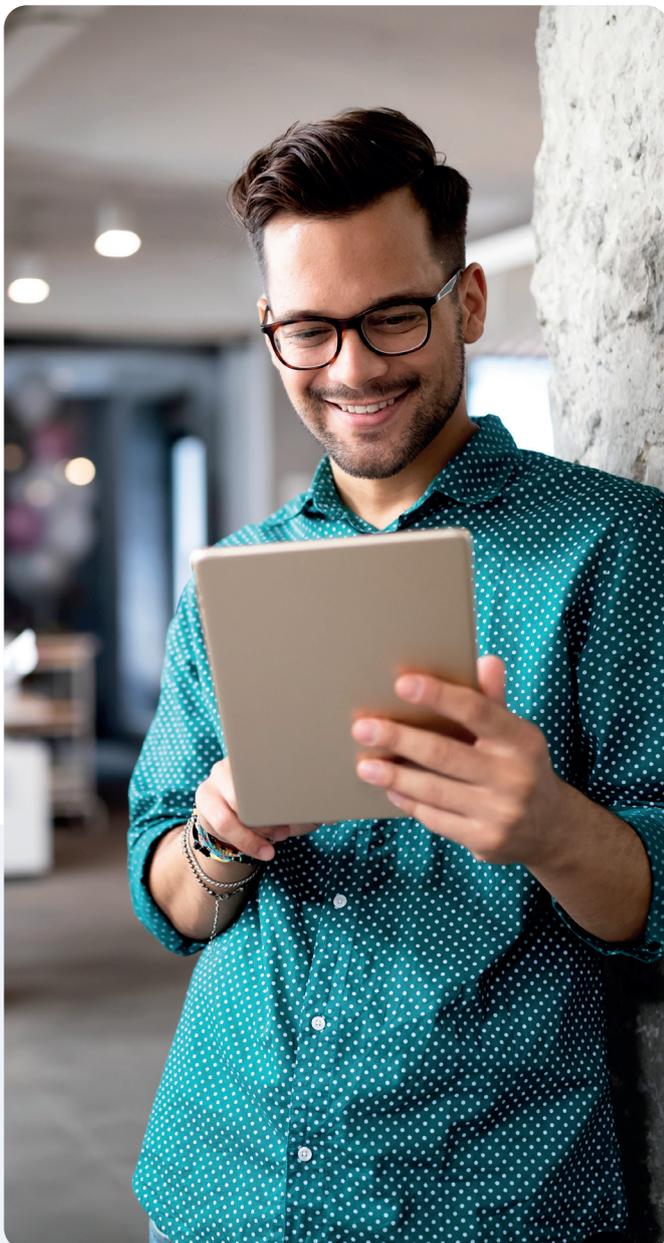
minder kandidaten hebben afgeleverd. Het betekent voornamelijk dat andere bronnen juist beter zijn gaan presteren.



# Alle prestaties per bron op een rijtje

Hoe presteren de diverse bronnen in de drie sleutelfasen van het recruitmentproces? Dat hebben we in onderstaande grafiek voor je op een rijtje gezet. Hier kun je zien wat de prestaties van verschillende bronnen zijn als het gaat om hun bijdrage aan het aantal unieke bezoekers, het aantal sollicitaties en het aantal plaatsingen dat ze hebben gegenereerd.

Als je dat weet, kun je indirect het conversiepercentage van elke bron afleiden (zie kader voor meer informatie). Indeed presteert op alle vlakken het best en is dan ook onbetwist de meest effectieve bron voor OTYS-klanten. De vacaturesite zorgt voor het hoogste aandeel bezoekers, de meeste sollicitanten, en - het allerbelangrijkst - het grootste aantal daadwerkelijke plaatsingen.



Als je kijkt naar Google, dan blijkt dat de zoekmachine vooral een belangrijke rol speelt als aanjager voor het websiteverkeer. Daarnaast levert het een kleinere, maar stabiele toevoer aan sollicitanten en plaatsingen. Wanneer we de grootste social media met elkaar vergelijken, LinkedIn en Facebook, zien we dat Facebook het vooral goed doet als traffic generator, terwijl LinkedIn juist meer sollicitanten en new hires oplevert.

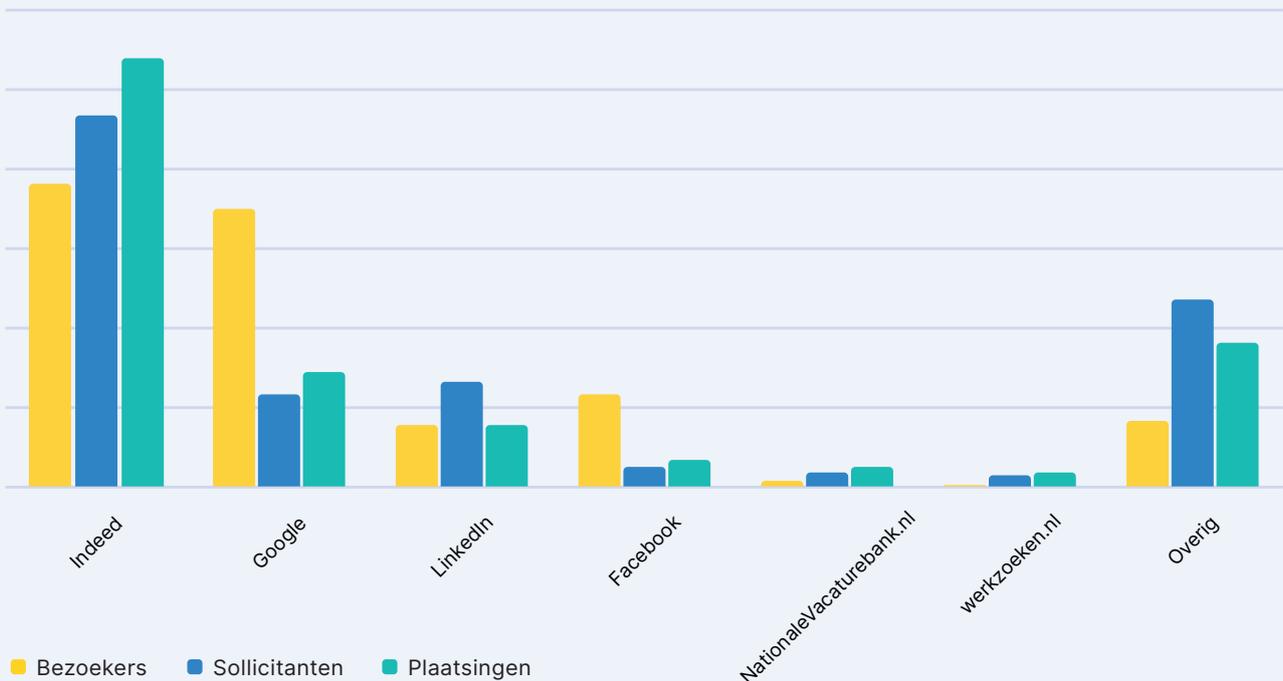
## En er is meer...

Een opvallend feit is dat specialistische websites als [werkzoeken.nl](https://www.werkzoeken.nl) en [nationalevacaturebank.nl](https://www.nationalevacaturebank.nl) weliswaar weinig websitebezoeken opleveren voor OTYS-klanten, maar wel een relatief groot aantal kandidaten leveren. Dit komt waarschijnlijk door de Organic Feed Connector van OTYS, die vacatures eenvoudig doorplaatst en kandidaten weer direct terugzet het OTYS-systeem.

Deze resultaten onderstrepen eens te meer hoe belangrijk het is om bij het beoordelen van de effectiviteit van verschillende bronnen niet alleen naar het aantal websitebezoeken te kijken, maar ook naar andere factoren, zoals de conversieratio en het aantal geleverde kandidaten.



Aandelen per bron per unieke prestatie  
Bezoekers / Sollicitaties / Plaatsingen 2022



## Kies de optimale mix van bronnen

In de presentatie van de onderzoeksresultaten van ons SoH-rapport, hebben we ons vooral gericht op de top 5 belangrijkste bronnen voor unieke websitebezoekers, sollicitanten en het aantal plaatsingen. Toch is het altijd goed om dieper in de cijfers te duiken. Dat levert namelijk verrassende inzichten op.

Want bij het maken van de juiste keuze is het uiteindelijk een kwestie van welke bron het beste resultaat oplevert tegen de minste kosten en resources. En daarom is het belangrijk om altijd te kijken naar zaken als de specifieke behoeften van de organisatie, de arbeidsmarkt, de specifieke vacature en de wervingsdoelstellingen.

Vissen in een vijver waar veel vissen zwemmen, vergroot natuurlijk de kans op succes. Behalve als iedereen daar

zit te hengelen. Dan is het vaak veel slimmer om gericht te jagen op die ene zeldzame vis op dat ene speciale plekje. Dat is slimmer, sneller en vaak stukken goedkoper.

Ook kan er verschil zijn in prestaties van bronnen per doel en per fase in het recruitmentproces. Zo kunnen bepaalde wervingsbronnen geschikter zijn voor de werving van entry-level kandidaten, terwijl andere bronnen geschikter zijn voor de werving van ervaren professionals. Het is ook mogelijk dat sommige wervingsbronnen beter presteren in de eerste fase van het recruitmentproces, terwijl andere bronnen effectiever zijn in de latere stadia van het proces.

Dus is het altijd goed om te testen en verder te kijken dan het standaard verhaal. Een metric die je daarbij helpt is het conversiepercentage.



# Conversiepercentage

Het bepalen van de effectiviteit van een wervingsbron is essentieel voor het succesvol werven van kandidaten. Een van de key metrics hiervoor is het conversiepercentage. In deze context onderscheiden we twee verschillende conversiepercentages: de conversie van websitebezoeker naar sollicitatie en de conversie van sollicitatie naar plaatsing.

Het eerste conversiepercentage geeft vooral inzicht in de aantrekkingskracht van een vacature en de kwaliteit van de vacaturetekst. Het tweede conversiepercentage geeft inzicht in de kwaliteit van de kandidaten die door een bepaalde wervingsbron worden aangeleverd. Beide gegevens zijn cruciaal voor je wervingssucces.

Laten we eens kijken naar de conversiepercentages voor een aantal bronnen die niet behoren tot de top 5 die we hiervoor bespraken.

## **Van websitebezoeker naar sollicitatie**

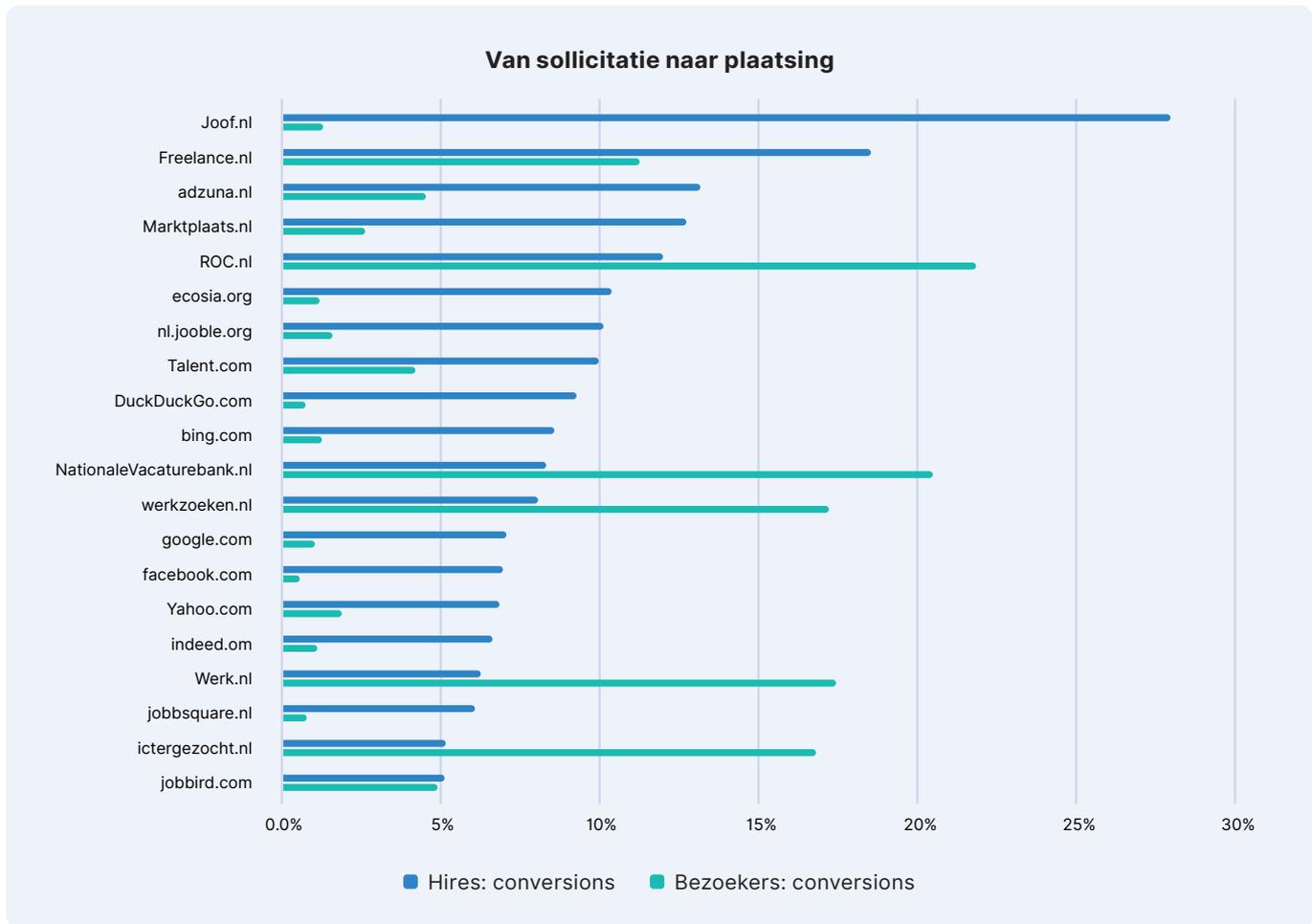
In de grafiek op pagina 15 zie je 5 alternatieve bronnen met een hoge conversieratio van websitebezoeker naar sollicitatie<sup>3</sup>:

- |                            |       |
|----------------------------|-------|
| 1. techniekvacaturebank.nl | (43%) |
| 2. nederlandvacature.nl    | (42%) |
| 3. Vacant.nl               | (29%) |
| 4. jobsonline.nl           | (23%) |
| 5. ROC.nl                  | (22%) |

Bronnen waarbij minder dan 100 unieke websitebezoekers en minder dan 50 unieke sollicitaties zijn geregistreerd, zijn uitgesloten uit de grafieken.

Je ziet dat dit voornamelijk gespecialiseerde wervingssites zijn, zoals technische vacatures, ICT-beeroepen of tijdelijke opdrachten. Hoewel deze bronnen voor relatief weinig websiteverkeer zorgen, scoren





ze wel heel hoog als het gaat om het aanleveren van kandidaten. En ze zijn vaak voordeliger om in te zetten. Reden te meer om de effectiviteit van een wervingsbron niet puur te beoordelen op basis van websiteverkeer, maar vooral te kijken naar je doelen.

#### Van sollicitatie naar plaatsing

Wanneer we kijken naar de andere conversieratio, namelijk van sollicitatie naar plaatsing, dan zien we weer een heel ander beeld. In dit geval blijkt joof.nl in 2022 uiterst succesvol te zijn geweest.

In 28% van alle gevallen is de sollicitant vanuit die bron ook daadwerkelijk geplaatst. Andere bronnen die een hoog percentage kwalitatief goede kandidaten aanleveren zijn freelance.nl, adzuna.nl, marktplaats.nl en roc.nl.





### Conclusie

2022 was een succesvol jaar voor klanten van OTYS Recruiting Technology. Ondanks de krapte op de arbeidsmarkt zijn zij erin geslaagd toch volop nieuwe kandidaten te werven en te plaatsen. Job posts spelen hierin een belangrijke rol. Het aantal nieuwe medewerkers dat is aangenomen dankzij vacatureplaatsingen is bij onze klanten in 2022 maar liefst verdubbeld. Kandidaten kwamen vanuit een tal aan bronnen waaronder vacaturebanken, recruitmentwebsites, social media en zoekmachines.

Net als voorgaande jaren is Indeed de belangrijkste leverancier van kandidaten, sollicitanten en nieuwe medewerkers. OTYS is Silver Partner van Indeed. Onze extensieve koppeling en nauwe samenwerking zorgen ervoor dat gebruikers van OTYS nog eenvoudiger en effectiever kwalitatieve kandidaten kunnen werven via Indeed. Zodat kandidaat, recruiter en werkgever laagdrempelig en op een prettige manier de perfecte match kunnen maken.

Google is vooral gericht op het genereren van verkeer op de website. Google for Jobs zorgt ervoor dat men gemakkelijk vacatures kan zoeken en direct vanuit de zoekmachine laagdrempelig kan solliciteren. Inmiddels komt al 16% van alle sollicitaties via onze Jobposting widget vanuit Google binnen. Klanten van OTYS zien dat een goede integratie een aanwijsbare stijging in conversies oplevert.

Social media blijft een belangrijke speler als het gaat om het leveren van kandidaten. In de afgelopen jaren zijn ze steeds belangrijker geworden en deze trend zal zich voorlopig nog blijven voortzetten. Vooral LinkedIn en gespecialiseerde websites zijn een goede extra bron om de talentpool aan te vullen met zakelijk talent.

Ondanks de krapte op de arbeidsmarkt zijn er volop kansen voor werkgevers. Medewerkers zijn nog nooit zo bereidwillig geweest om van baan te wisselen en werkgevers krijgen steeds meer inzicht in belangrijke data.

Neem het heft in eigen handen, bepaal je doelen en baseer je keuzes niet op onderbuikgevoelens, maar op feiten en cijfers. Wees vindbaar voor actief werkzoekenden en stel jouw unieke mix van bronnen samen. Dan bereik je niet alleen actief werkzoekenden, maar ook latente kandidaten.

Hopelijk is ons rapport hierbij een steuntje in de rug. Laat je inspireren door de inzichten en experimenteer met welke mix van bronnen voor jou de winnende formule is.

Wij wensen je heel veel succes!



# Tot slot geven we je graag nog een paar tips

## Weet waar je kandidaat zich bevindt

Zet niet zomaar in op kanalen met de hoogste percentages. Onderzoek waar jouw kandidaten zich het meest bevinden en alloceer gericht die resources naar deze kanalen. Wellicht is dit Indeed, maar misschien is dit ook wel ictjob.nl. Wees niet bang dit uit te vragen bij je huidige talentpool.

## Bepaal de candidate journey

Je kan inspelen op de huidige journey van de kandidaat, maar nog beter is om actief te sturen welke reis ze afleggen. Benader kandidaten actief via LinkedIn, wanneer je weet dat ze al eens jouw vacature hebben gezien via Google for Jobs, bijvoorbeeld.

## Conversiepercentage optimaliseren

Een laagdrempelig sollicitatieproces vergroot je conversieratio. Dat betekent investeren in een ATS met een extensief multipost netwerk en die Remote Apply ondersteunt. OTYS Remote Apply stelt jouw kandidaat in staat om daar waar de vacature is gevonden, direct en gemakkelijk op jouw vacature te reageren.

## Metten is weten

Metten, metten, metten. Staar je niet blind op één bron, test verschillende opties en meet al je wervingsactiviteiten door. Alleen op die manier zal je de ideale mix samenstellen en voorkom je tunnelvisie. De markt verandert dusdanig snel, dat zowel jij als jouw recruitmentmix zich flexibel op dienen te stellen.

## Over OTYS

OTYS biedt een SaaS-oplossing die recruiters van werving en selectiebureaus, uitzendbureaus, corporate recruiters en HR professionals helpt bij het vinden, werven en behouden van talent. OTYS Go! wordt naadloos ingericht op jouw recruitmentproces.

De schaalbare oplossing ondersteunt je tijdens elk punt van jouw (unieke) proces. Van het vinden van kandidaten en opdrachtgevers tot het beheren van jouw administratie en het uitsturen van

urenstaten. Bedien geautomatiseerd je gehele business vanuit één systeem. De vele partners en koppelmogelijkheden maakt OTYS uniek en universeel inzetbaar.

Opgericht in 2001 en inmiddels uitgegroeid tot een internationale onderneming met meer dan 1000 klanten en 15.000 dagelijkse gebruikers in meer dan 20 landen in Europa. Samen genereren al deze OTYS-klanten veel relevante data, waaronder de gegevens gebruikt voor dit Source of Hire rapport.



De Bouw 115  
3991 SZ, Houten  
Tel: +31 (0)318 584 900  
[www.otys.nl](http://www.otys.nl)

### Meer informatie:

[customersales@otys.nl](mailto:customersales@otys.nl)  
[marketing@otys.nl](mailto:marketing@otys.nl)