

Staffing Tech 2022

e-book



 **recruitment**
tech **nl**



Inhoudsopgave

Joram Timmerman (Byner): "Staffing tech zal in Nederland altijd te maken hebben met menselijk handelen"	3
Zo helpt tech bij succesvol detacheren en uitzenden: 4 tips	6
André Polderman & Jeroen van Heeswijk (RecruitNow): "De saaie zaken doet het systeem, de leuke dingen de recruiter"	9
Jouw bureau futureproof in 7 stappen	12
Roland Hallebeek en Rik Verbrugge (Scotty Technologies): "Met een digitale assistent bereik je meer kandidaten".	15
Revolutie in recruitment; hogere productiviteit met meer werkplezier	17
Maikel Neelen (Tigris): "Rol van recruiter gaat meer veranderen richting die van een lifecoach"	20
Transformeer jouw flexbureau naar een digitaal flexplatform in 6 stappen	22



“Staffing tech zal in Nederland altijd te maken hebben met menselijk handelen”



Beluister het hele interview als podcast:
nl.recruitmenttech.nl/st22-byner

Waar recruitmenttechnologie zich vooral richt op de front office, gaat staffing tech ook over de back office. In een serie themagesprekken gaat Recruitmenttech.nl-oprichter Martijn Hemminga in gesprek met een aantal staffing tech partijen. In de eerste aflevering zijn we te gast in Utrecht bij Joram Timmerman, co-founder van Byner.

Oplossen

Joram Timmerman is mede-oprichter van Byner, daarnaast is hij ook managing partner van Talent Peaks, een niche Salesforce Consulting Partner voor de Staffing, Recruitment & Consultancy branche. Zijn expertise in de staffing- en recruitmentbranche en zijn fascinatie voor digitalisering resulteerden in de ontwikkeling van Byner. Byner is een app die de kernprocessen van organisaties in detachering, uitzenden, contractmanagement en consultancy automatiseert van lead tot factuur.

“Veel bedrijven werken nog zo dat er in verschillende mailboxen allerlei Excel-sheets staan, ATS'en die maar half worden gebruikt, waardoor bijvoorbeeld documenten en contracten overal rondslingeren. Dit maakt het lastig om zaken te vinden en over te dragen. Daarin proberen wij echt iets op te lossen.”

“Wij maken de software zelf, zo houden we de regie in eigen hand. Delen van onze ontwikkeling hebben we wel samen met onze partner gedaan. We hebben het geluk dat we zelf Salesforce-expertise hebben waarmee we zelf

kunnen ontwikkelen, maar om het schaalbaar te maken en natuurlijk ook kostentechnisch hebben we een partner aangehaakt hierin. Zij helpen ons ook, op afstand, om onze app verder door te ontwikkelen”, legt Timmerman uit. “Het team van Byner, de oplossing, bestaat uit mensen die zich bezighouden met customer success, mensen die zich bezighouden met de technologie en de mensen van sales die ondersteund worden door marketing.”

Uitdagingen

Met welke uitdagingen kloppen organisaties aan bij Byner? “De conjunctuur bepaalt waar de uitdaging ligt: of je hebt een tekort aan opdrachten, of je hebt een tekort aan kandidaten. Het is geen verrassing dat we nu weer een tekort aan kandidaten hebben. Als je hierop inzoomt dan rijst vooral de vraag op: hoe zorg ik er

nou voor dat ik op een goede manier bouw aan een kandidaat-funnel? De volgende uitdaging is de productiviteit: hoeveel consultants heb ik nodig om een workforce te managen van x-werkenden? Als derde driver zien we dat organisaties steeds meer aan wet- en regelgeving moeten voldoen.”

De focus van Byner ligt volledig op arbeidsbemiddeling. “Als je zowel corporates als bureaus bedient, heb je toch een net andere twist nodig in je applicatie. Wij geloven heel erg in die focus, waardoor we hebben gekozen ons volledig op de sector arbeidsbemiddeling te richten. Daarbinnen richten we ons op uitzenden en het detacheringsstuk. Vooral in die sectoren is nog veel werk te verrichten.” In de podcast, die je hieronder kan beluisteren, gaat hij dieper in op de partijen die hier gebruik van maken.



Automatisering

Timmerman verwacht niet dat het gehele proces in 2025 geautomatiseerd zal zijn, dus hij vreest niet voor de banen van intercedenten en consultants. "Het blijft immers mensenwerk. Automatisering optimaliseert en stroomlijnt de processen en zorgt er daarmee juist voor dat het werk persoonlijker en interessanter wordt. Bovendien, zolang de Nederlandse arbeidsbemiddeling wordt geregeerd door wet- en regelgeving, waar partijen ook staatsrecht aan ontleen, zal je altijd te maken hebben met menselijk handelen in dat proces. De intercedent en consultant bestaat dan dus nog steeds. Ik denk wel dat verdere automatisering zal optreden, vergelijkbaar met de platformisering die bijvoorbeeld de reisbranche heeft meegemaakt."





STAFFING

Zo helpt tech bij succesvol detacheren en uitzenden: 4 tips

De economie trekt aan en dat is goed te merken op de arbeidsmarkt. Talent is schaars en bedrijven gooien alles in de strijd om snel de juiste mensen binnen te halen. In dit artikel geeft Manola van Diest, digital marketeer bij Byner en Talentpeaks, 4 praktische tips hoe detacheerders en uitzend organisaties technologie kunnen inzetten voor meer succes. Zodat je ongeacht het volume de juiste personen bereikt, persoonlijke en duurzame relaties met hen opbouwt en op elk moment 'in control' bent over je gehele kernproces.

1. Creëer een 360° beeld van klant en talent

In de detacherings- en uitzendbranche draait alles om het snel en accuraat samenbrengen van opdrachtgevers en talent. Het lijkt dan ook niet meer dan logisch dat alle kernprocessen rondom klant en talent worden ondersteund vanuit één digitale omgeving. Toch is de praktijk weerbarstiger. Vaak gebruiken organisaties een oplossing voor CRM, een apart jobmarketing en recruitmentsysteem, een app voor planning, urenregistratie, verloning, declaratie en facturatie. En wirwar aan technologieën,

al dan niet met elkaar verbonden, maar zelden optimaal gestroomlijnd.

Best practice is het creëren van één digitale omgeving waarin alle activiteiten centraal worden ondersteund. Eén platform waarop front- mid- en back-office zijn geïntegreerd in dezelfde IT-omgeving. Met technologie die is ingericht op jouw specifieke uitdagingen, en gebruikmaakt van geldende standaarden en best practices in de branche.

Dit heeft vele voordelen in termen van samenwerking, synergie, efficiency en effectiviteit. En als alle betrokken af-

delingen samenwerken vanuit één omgeving, kijk je allemaal naar dezelfde data. Stel je eens voor wat een kansen dit biedt voor datagedreven besluitvorming. Bij elke activiteit bouw je met elkaar verder aan een 360° beeld van klant en talent. Dit geeft je alle munitie in handen om de klantreis van opdrachtgevers, kandidaten en werknemers optimaal in te richten in elke fase van het proces.

2. Benut je eigen database optimaal

Een vacature of een aanvraag is het startsein voor snelle actie. Je wilt immers eerder dan de concurrentie de juiste kandidaten benaderen en voorstellen aan de opdrachtgever. Primaire reactie is om de vacature zo snel mogelijk uit te zetten in externe kanalen en volle bak te gaan hunt. En dat terwijl juist uitzenders en detacheerders beschikken over een rijke database met professionals.

Daar zit vast talent bij dat geknipt is voor de rol. Toch blijkt het in de praktijk vaak lastig om de juiste personen naar boven te halen. Omdat gegevens niet goed zijn weggeschreven, of omdat je in het systeem niet kunt selecteren op de criteria die relevant zijn voor deze specifieke rol. Vaak zijn profielen in je database in no-time alweer hopeloos verouderd. En ontbreekt het aan inzicht in de beschikbaarheid van professionals voor nu en in de toekomst.

Een gemiste kans, want met je 'eigen' talentpool heb je goud in handen. Immers, in deze mensen heb je al geïnvesteerd. Je kent hen persoonlijk en

hebt een relatie met hen opgebouwd. Sterker nog, je weet hoe ze presteren, waar hun sterke en zwakke punten liggen en in welke rollen zij het best tot hun recht komen. Het enige dat vaak ontbreekt is de technologie om deze informatie accuraat te managen en te ontsluiten.

3. Bouw persoonlijke relaties met kandidaten, medewerkers en leveranciers

Het belang van een goede candidate journey en employee journey, daar zijn we het allemaal wel over eens. Maar hoe zit het met de journey die we bieden aan flexwerkers, freelancers, zzp'ers en gedetacheerden? Deze groep vormt vaak het ondergeschoven kindje op de arbeidsmarkt. En dat terwijl ze van grote waarde zijn voor je organisatie. Hoe goed ken jij je professionals, zzp'ers en uitzendkrachten? Betrek je hen bij je organisatie? Op welke manier is hun journey ingericht in de talent engagement strategie?

Vaak zijn hun dossiers vooral een registratie van profiel en recente werkervaring. Wie zich wil onderscheiden van de concurrentie doet dit door een persoonlijke en duurzame relatie op te bouwen met deze groep werkenden. Door hen actief te informeren en te betrekken bij relevante activiteiten. Maar ook door hen regelmatig persoonlijk te spreken en te vragen naar hun reilen en zeilen, hun feedback over projecten, beschikbaarheid, nieuwe ontwikkelingen, drijfveren en ambities en hun plannen voor de toekomst. En vervolgens alle input uiteraard vast te leggen in je database.

Zeker, dat kost tijd en energie. Maar het levert je zoveel op. En je hoeft het niet allemaal zelf te doen.

Moderne technologie kan je erbij helpen. Er zijn talloze best practices hoe praktische workflows, slimme automatisations en moderne marketing- en communicatietechnieken je ondersteunen terwijl je toch de personal touch kunt toevoegen. En wat dacht je van een community waarin professionals zelf hun profielen kunnen bijwerken en zo zelf hun dossier up-to-date houden?

Kennis is macht. Immers, hoe meer je weet over een uitzendkrachten en gedetacheerden, hoe sneller je een passende match maakt na afloop van een project of bij het ontvangen van een opdracht. Bovendien bouw je op die manier een sterke band met hen op. Met als resultaat een grotere betrokkenheid en minder verloop. Verder vergroot deze aanpak de kans dat flexkrachten jouw organisatie zullen aanbevelen in hun netwerk en zo het werk van recruiters een stuk eenvoudiger maken.

4. Maak van je recruiters online marketeers

Natuurlijk, recruitment is mensenwerk. Toch heeft de digitaliseringstrend ook in de arbeidsbemiddelingsbranche ontegenzeggelijk zijn intrede gedaan. SEO van recruitmentsites en vacatureteksten, conversieoptimalisatie, multimediacampagnes, marketing automation technieken; recruitment wordt steeds meer marketing. Toch zijn veel recruiters op dit gebied voor veel zaken afhankelijk van marketingafdeling. Met als gevolg ongewenste vertraging.

Als recruiter wil je immers dicht op de bal blijven. Snelheid en persoonlijke aandacht zijn – zeker in deze schaarse arbeidsmarkt – cruciaal om de beste kandidaten aan te trekken. Dat geldt voor actief zoekenden, maar zeker ook voor passief talent. Maak van je recruiters online marketeers. Hoe krachtig zou het zijn als zij zelf gepersonaliseerde recruitmentcampagnes kunnen uitzetten, om vervolgens de respons op te volgen, de resultaten te meten en direct de campagne te optimaliseren. Resultaat is gegarandeerd een beter resultaat tegen lagere kosten. Tijdrovend? Met de juiste tools in handen hoeft dat niet het geval te zijn. Moderne (recruitment)marketingoplossingen, gepersonaliseerde automatisations en slimme integraties kunnen recruiters helpen succesvol te zijn in elke wervingsbehoefte, groot of klein, met een continue kwaliteit.

Door: Manola van Diest, digital marketeer bij [Byner](#) en [Talent Peaks](#)



"De saaie zaken doet het systeem, de leuke dingen de recruiter"



Beluister het hele interview als podcast:
nl.recruitnow.nl/recr.tech/st22-recruitnow

Waar recruitmenttechnologie zich vooral richt op de front office, gaat staffing tech ook over de back office. In een serie themagesprekken gaat Recruitmenttech.nl-oprichter Martijn Hemminga in gesprek met een aantal staffing tech partijen. In de tweede aflevering zijn we te gast in Amersfoort bij RecruitNow-oprichter André Polderman en Software Product Owner Jeroen van Heeswijk.

Recruitment performance platform voor de flexbranche

RecruitNow is online recruitment specialist en helpt haar klanten met het werven van meer en betere kandidaten. Door het recruitmentproces eenvoudig en inzichtelijk te maken, worden betere resultaten behaald. Van oorsprong ligt hun expertise bij het opzetten van online wervingscampagnes, maar inmiddels biedt RecruitNow een

volledig 'recruitment performance platform' met alle tools om het gehele recruitmentproces online, digitaal en AVG-compliant in te richten: van een speciaal voor de flexbranche ontwikkeld ATS-systeem tot het ontwikkelen van een goed converterende 'jobsite' en het inrichten en optimaliseren van de marketingcampagnes. Klanten van RecruitNow zijn onder andere Olympia, Actief Nederland, Luba Uitzendbureau, Manpower, Randstad,

Tempo-Team, Carriere, Euro Planit, PDZ, Abiant, WerkTalent en Attract.

RecruitNow-oprichter André Polderman (l.) en Software Product Owner Jeroen van Heeswijk (r.).

Continu doorontwikkelen

“Wij helpen onze klanten, voornamelijk

in uitzenden, detachering en werving & selectie, met het slimmer en efficiënter werken door middel van onze digitale oplossingen. Eén van die oplossingen is onze Cockpit, een ATS plus-plus”. Hierbij doelt André Polderman op RecruitNow | Cockpit, dat onder meer beschikt over geavanceerde matchmogelijkheden waarbij de



beste matchsuggesties automatisch naar boven komen. Daarnaast wordt bijvoorbeeld alle communicatie via de diverse kanalen, bijvoorbeeld Whatsapp, sms en e-mail, vastgelegd in Cockpit, waardoor overzichtelijk is wanneer er met welke kandidaat is gecommuniceerd. “Cockpit ATS is ons belangrijkste product”, voegt Jeroen van Heeswijk hieraan toe. “Maar daarnaast hebben we ook jobsite voor goede

vindbaarheid en goede conversie en campagnes om te zorgen dat alle vacatures goed onder de aandacht komen. Die drie oplossingen samen vormen één platform dat we continu en in hoog tempo verder doorontwikkelen.” Daarbij wordt de roadmap grotendeels bepaald door de eindgebruikers van het platform.

Systeem vs. Recruiter

RecruitNow is erg gefocust op automatisering en digitalisering, zodat de recruiter zich kan richten op de 'leuke zaken'. "Als de intercedent werkt in het systeem, moet dit hem of haar wat opleveren. Er zit veel automation in het systeem, zo checkt Cockpit automatisch of er betere matches zijn, of er nieuwe vacatures voor een kandidaat zijn of dat er nieuwe kandidaten zijn ingeschreven die passen in jouw talentpool. Het recruitmentsysteem doet het zelf, dus je hoeft niet meer dagelijks te checken of er nieuwe dingen zijn. Dat scheelt enorm veel tijd. Het systeem neemt met slimme oplossingen steeds meer handmatige administratieve taken over, zodat de recruiter tijd heeft voor de leuke dingen, zoals het gesprek aangaan met de kandidaat of opdrachtgever."

Recruitment blijft mensenwerk

Op de vraag of recruiters in 2025 nog 'nodig' zijn, is André Polderman duidelijk: "Elon Musk heeft ons twee jaar geleden al beloofd dat je met één tik op de knop automatisch naar huis zou kunnen rijden, maar daar zijn we nog lang niet. Je zult altijd de mens nodig hebben. Ook recruiters blijven nodig. Juist die human touch is absoluut niet te automatiseren. Door zo veel mogelijk processen te automatiseren kunnen we de tijd die er voor deze persoonlijke benadering is op een positieve manier beïnvloeden, want uiteindelijk blijft het wel mensenwerk." Jeroen van Heeswijk: "Voor hoge volumes of bij jobs voor kortere duur is het wellicht beter om meer te automatiseren, maar de intercedent kan ook hier echt nog impact hebben."





Jouw bureau futureproof in 7 stappen

Snelheid en efficiëntie door digitalisering zijn belangrijker dan ooit voor een gezonde toekomst van jouw bureau. Maar wanneer ben je nou echt futureproof? En waar moet je beginnen? Geen zorgen. Met deze 7 stappen weet je zeker dat jouw bureau klaar is voor de toekomst.

Stap 1: stop met papieren cv's, Excel en tijdrovende administratie

Want daarmee bespaar je eenvoudig zo'n 1,5 uur per dag. Klinkt ideaal, toch? Maar hoe doe je dat dan? Heel eenvoudig: een slim recruitmentsysteem, oftewel ATS, is in staat om alle routinematige administratieve taken van jou over te nemen. En het kan gekoppeld worden met andere systemen die je al gebruikt, zoals je backofficesoftware en website. Een geschikt systeem heeft daarnaast een volledige integratie met e-mail, sms en WhatsApp, waardoor je alle communicatie in alle dossiers direct tot je beschikking hebt. Zo hoef je alleen

in je recruitmentsysteem in te loggen.

Een goed recruitmentsysteem is specifiek ontwikkeld én doorontwikkeld om jouw dagelijks werk als intercedent of recruiter gemakkelijker te maken. Zo kun jij je kostbare tijd besteden aan het zo goed en snel mogelijk matchen en plaatsen van kandidaten.

Stap 2: zorg voor overzicht in je taken en performance

Honderden e-mails, taken en afspraken – soms weet je even niet meer waar je moet beginnen. Niet zo gek dat je soms

het overzicht verliest. En geen idee hebt hoe je bureau er eigenlijk voor staat qua performance en KPI's zoals het aantal plaatsingen, de gemiddelde doorlooptijd of winstgevendheid.

Met een goed ingericht recruitment-systeem (ATS) is dit verleden tijd, want hiermee koppel je eenvoudig met je backofficesoftware. En zijn je e-mail, sms en WhatsApp zelfs volledig geïntegreerd in het systeem. Hierdoor heb je al je communicatie, taken en belangrijke data op één centrale plek. En kun je voortaan veel makkelijker overzicht houden en gericht bijsturen op je performance.

Stap 3: doe je voordeel met data

Maak jij nog geen of weinig gebruik van data? Dat is een gemiste kans. Want door data over je kandidaten te verrijken en te centraliseren in één centraal recruitmentsysteem, is het mogelijk om automatisch matches te maken tussen de kandidatendatabase en de vacatures van jouw bureau en zelfs daarbuiten.

Door gebruik te maken van externe vacaturedata, vergroot je de kans om een kandidaat te plaatsen aanzienlijk. En het levert je ook nog eens nieuwe opdrachtgevers op. Daarnaast biedt het verrijken van je kandidatendata veel nieuwe kansen. Want daarmee match je je kandidaten niet alleen op basis van hun cv en ervaring, maar ook op skills en persoonlijkheid.

Met het juiste recruitmentsysteem ben je dus in staat om automatisch matches te genereren uit je eigen database en daarbuiten. Daarnaast kun je ook uitge-

breide kandidaatprofielen aanmaken. Zo plaats je meer en sneller kandidaten, kun jij je onderscheiden met de meest kwalitatieve matches op het gebied van skills en persoonlijkheid én breid je ook nog eens je klantenkring uit.

Stap 4: centraliseer je communicatie

Versnipperde communicatie over losse telefoons en mailboxen is echt niet meer van deze tijd. Het is niet bepaald AVG-proof en gewoonweg onhandig. Zeker in de huidige, krappe arbeidsmarkt waar je sneller dan ooit moet reageren op sollicitanten.

Nee, dat kan zo niet langer. Het liefst heb je alle communicatie met kandidaten centraal. Dus alle sms'jes, WhatsApp-berichten en e-mails van jou en je collega's overzichtelijk op één plek.

Zodat je snel op de hoogte van de laatste status kan zijn. En je eenvoudig voor elkaar kan invallen als er iemand afwezig is. Zo mist jouw bureau geen enkele kans en weet je zeker dat er geen plaatsing aan jouw neus voorbijgaat. Klinkt ingewikkeld? Welnee, het integreren van alle communicatiemiddelen is met een modern ATS makkelijker dan ooit.

Stap 5: maak online solliciteren zo makkelijk mogelijk

Tegenwoordig zoeken mensen vooral online naar een volgende baan. En daarom is je vacaturewebsite (ook wel 'job-site' genoemd) vaak je meest bezochte vestiging. Net zoals bij een fysieke

vestiging is het dus heel belangrijk dat sollicitanten ook online prettig worden geholpen, snel de juiste vacatures kunnen vinden en eenvoudig kunnen solliciteren.

Zorg er dus voor dat jouw jobsite er mooi uitziet, goed werkt en solliciteren zo leuk en eenvoudig mogelijk maakt. Anders is de kans groot dat je kandidaat op dezelfde vacature reageert, maar dan via jouw concurrent.

Stap 6: bereik je belangrijkste doelgroep

De krapte op de arbeidsmarkt blijft toenemen: steeds meer bedrijven zoeken het juiste personeel, terwijl het aantal actief werkzoekenden daalt. Maar er is er ook een grote groep mensen die 'latent' op zoek naar werk is. Dit zijn mensen die niet actief op zoek zijn, maar wel openstaan voor een nieuwe baan. Wist je dat deze groep latent werkzoekenden veel groter is dan de actief werkzoekenden?

Deze latent werkzoekenden vormen een belangrijke bron van potentiële kandidaten. Het is daarom belangrijk dat je je vacatures zo goed mogelijk bij hen onder de aandacht te brengt door middel van recruitmentcampagnes, die specifiek gericht zijn op de doelgroep.

Hebben jouw ideale kandidaten je weten te vinden? Dan zorgt een perfecte jobsite (zie stap 5) ervoor dat je potentiële kandidaten ook daadwerkelijk sollicitanten worden.

Stap 7: zorg dat je AVG-compliant bent

Recruitment is mensenwerk. Het is daarom van groot belang dat je secuur en volgens de AVG-richtlijnen met de privacy van je kandidaten en opdrachtgevers omgaat. Makkelijker gezegd dan gedaan, zeker als je geen speciale privacy officer in huis hebt. Het goede nieuws? Wanneer je stap 4 in orde hebt en al je data en communicatie centraal beheert in een AVG-compliant recruitmentsysteem, weet je zeker dat je je over privacy en AVG geen zorgen hoeft te maken.

Futureproof worden doe je niet alleen

Het juiste ATS is onmisbaar om een futureproof, 'digitaal' uitzendbureau te kunnen worden. Eén systeem, waarin je samen digitaal kunt werken en AVG-compliant bent. En waarbij je als recruitment consultant of intercedent ook actief wordt ondersteund in je dagelijkse werkzaamheden. Zo ben je niet alleen klaar voor de toekomst, maar ook klaar om te groeien.

Door: [RecruitNow](#), online recruitment specialist en helpt haar klanten met het werven van meer en betere kandidaten. RecruitNow biedt een volledig 'recruitment performance platform' met alle tools om het gehele recruitmentproces online, digitaal en AVG-compliant in te richten: van een speciaal voor de flexbranche ontwikkeld ATS-systeem tot het ontwikkelen van een goed converterende 'jobsite' en het inrichten en optimaliseren van de marketingcampagnes.



“Met een digitale assistent bereik je meer kandidaten”



Beluister het hele interview als podcast:
nl.rec.tech/st22-scotty

Waar recruitmenttechnologie zich vooral richt op de front office, gaat staffing tech ook over de back office. In een serie themagesprekken gaat Recruitmenttech.nl-oprichter Martijn Hemminga in gesprek met een aantal staffing tech partijen. In de vierde aflevering zijn we te gast bij Scotty Technologies en gaan we in gesprek met oprichter Roland Hallebeek en Product Manager Rik Verbrugge.

Pre-screenen van kandidaten

We nemen plaats in Utrecht, waar Scotty Technologies is gevestigd. Scotty Job in a Day is de slimme en volledig automatische digitale recruitment assistent van Scotty Technologies. Scotty Job in a Day helpt werkgevers en uitzendbureaus met het pre-screenen van kandidaten in hun databases. Dankzij Scotty zijn organisaties meer dan 100 keer sneller in contact met beschikbare en geschikte kandidaten. Scotty benadert in iedere taal, 24/7, volledig automatisch, zo snel als je wil, alle potentiële kandidaten in een database via

telefonie en ander ieder gewenst kanaal (chat, sms, e-mail, Whatsapp) en checkt of kandidaten beschikbaar en geschikt zijn. “Scotty is niet alleen een chat- en spraakrobot, maar ook een intelligente laag tussen enerzijds je contactmomenten en anderzijds je medewerkers, processen en systemen. Dit maakt een soepele samenwerking tussen mensen en systemen mogelijk en het zorgt ervoor dat het automatiseren van hele processen mogelijk wordt.”

Meer dan alleen een chatbot

De digitale assistent van Scotty is meer dan alleen een chatbot. "Chatbots zijn er in vele soorten, met wisselende ervaringen. We hebben veel goede gezien, maar vaak zijn ze erg smal in het oplossend vermogen. Je moet erg precies zeggen wat je bedoelt, wil de robot je goed kunnen helpen. Dat is eigenlijk niet hoe mensen zich gedragen, we gedragen ons vaak niet op één lijn. Mensen willen vrij kunnen spreken. Tegen Scotty kan je vrij spreken, maar je kan er ook mee chatten, bellen of mee mailen. Hierdoor kan je als bedrijf zeggen: bel ons gewoon, en als je daar geen zin in hebt, dan stuur je een appje. Scotty kan ook tijdens een gesprek, indien nodig, wisselen van talen, wat voor mensen vaak lastiger is om te doen." Omdat Scotty volledig automatisch de pre-screening van kandidaten in de database op zich neemt, hebben recruiters en intercedenten 80% meer tijd voor leukere en kwalitatief betere gesprekken met kan-

didaten. Met als resultaat: meer werkplezier voor recruiters en intercedenten en 70% tot 80% procent minder ongewenste uitstroom, zo vertellen Roland Hallebeek en Rik Verbrugge in onderstaande podcast. "De intelligentie van Scotty kan je vergelijken met wat je verwacht van één van je betere medewerkers."

Voordelen

Er hangen nog wel meer voordelen aan het gebruik van tooling zoals Scotty. "Organisaties die Scotty gebruiken zijn veel sneller in contact met hun kandidaten, omdat ze een belangrijk en tijdrovend deel van hun proces hebben geautomatiseerd. Daarnaast is er sprake van uitgebreidere beschikbaarheid: niemand vindt het leuk om in de avond nog te moeten werken, maar een robot maakt dat niet uit. Dit zorgt ervoor dat meer kandidaten bereikt worden. Ook is het, door de verschillende talen, mogelijk om veel internationaler te werken."





Revolutie in recruitment; hogere productiviteit met meer werkplezier

De vraag naar personeel is enorm. Op dit moment overstijgt het aantal vacatures het aantal mensen dat op zoek is naar een baan en het aantal vacatures groeit nog steeds. Dit ondanks het feit dat steeds meer branches ontwikkelingen doormaken op het gebied van automatisering. Neem als voorbeeld manufacturing, er komt geen mensenhand meer te pas aan het hele productieproces. Toch blijft de mens als werkkapitaal een schaars goed. Door deze schaarste ontstaat een nieuwe crisis waarin organisaties de strijd met elkaar aangaan voor personeel. De zogenoemde 'war on talent'.

In de recruitment branche is het niet anders. De arbeidsmarkt is krap en de tijd van de recruiters is schaars. Kandidaten zijn steeds moeilijker te vinden en bovendien worden recruiters en

intercedenten steeds meer geconfronteerd met een toenemende administratieve last door wetgeving en groei aan de complexiteit van interne processen.

Daarbij gaat er veel tijd in het recruitmentproces verloren aan herhalende taken, zoals het checken van beschikbaarheid en geschiktheid (harde eisen) van kandidaten, het controleren van geplande uren, werktijden en het plannen van persoonlijke gesprekken. Gemiddeld zien wij dat 60% – 70% van de tijd van een recruiter bestaat uit herhalende, dagelijks terugkerende taken. Dat betekent dat recruiters slechts een klein deel van hun tijd kunnen besteden aan datgene dat belangrijk is, namelijk: echt contact maken met kandidaten, klanten en uitzendkrachten.

Recruiters en intercedenten die minder tijd besteden aan “checks” kunnen meer tijd investeren in het achterhalen van persoonlijke drijfveren, voorkeuren en cultuurkenmerken. Onze ervaring is dat dit de ongewenste uitstroom van kandidaten gemiddeld met 70% terugbrengt. Daarnaast zorgt het ook voor meer werkplezier bij de recruiters en intercedenten. Zij kunnen zich immers richten op het menselijke contact.

Wel evolutie maar nog geen revolutie

Kenmerkend voor revoluties in industrieën is dat herhalende taken worden overgenomen door machines en automatisering. Eerder noemde we het voorbeeld van manufacturing, maar kijk bijvoorbeeld ook eens naar de reis- en taxibranche. Branches waar voorheen menselijk contact centraal stond in de kern van de dienstverlening zijn er nu technologische oplossingen die ons leven makkelijker maken. Hierdoor kunnen de mensen die werkzaam zijn in de branche zich op de kern van de werkzaamheden richten.

Binnen de recruitmentbranche is van een echte revolutie nog geen sprake geweest. Tot op heden optimaliseren recruitment organisaties bestaande systemen om mensen in hun processen te ondersteunen. Data wordt toegepast om een voorspelbaarder proces te creëren en Robotic Process Automation (RPA) om lineaire, recht toe recht aan processen te automatiseren. Recruitment organisaties zijn dus wel ontwikkeld door evolutie, maar in de kern van hun werkprocessen nog altijd gelijk aan jaren geleden.

De technologie om een revolutie te beginnen is nu beschikbaar

Door de opkomst van Smart Process Automation en Conversational A.I. zijn wij op een punt gekomen dat ook de recruitmentbranche een revolutie in gang kan zetten. Intelligente machines en interfaces, chat, text en spraak bieden de mogelijkheid om complexe menselijke processen, die voor deze branche zo kenmerkend zijn, grotendeels te automatiseren.

Door gebruik te maken van Smart Process Automation en Conversational A.I. kan de uitkomst van gesprekken en processen direct worden weggeschreven in de systemen van organisaties. Hierdoor is informatie altijd up-to-date en wordt altijd met de juiste kandidaat, klant en recruiter contact gelegd en dat in iedere taal en op ieder gewenst moment.

De combinatie van Smart Process Automation en Conversational A.I. maakt het dus mogelijk om mensen te benaderen met een persoonlijke boodschap en de juiste informatie direct weg te schrijven. Indien nodig kan een menselijke collega worden ingeschakeld. Herhalende klantgerichte taken zoals het screenen van kandidaten op harde eisen worden hierdoor volledig automatisch, zonder tussenkomst van een mens, afgehandeld. Hierdoor krijgen recruiters meer tijd voor vraagstukken en uitdagingen welke creativiteit en empathie vereisen, zoals het achterhalen van de persoonlijk motivatie en drijfveren van een kandidaat.

Smart Process Automation en Conversational A.I. verbindt alle lagen van organisaties, van sales tot service en van HR tot ICT-Support. In samenwerking

met subsystemen zoals API's, Robotic Process Automation (RPA) en andere databronnen van organisaties. Zodat recruiters zich kunnen focussen op het echte en oprecht waardevolle contact tussen klanten, kandidaten en eigen medewerkers.

Het effect

Wij zien dat organisaties welke deze technologie omarmen veel snellere successen tegen minder kosten realiseren. Organisaties zijn 92% sneller in contact met de juiste mensen, hebben meer dan 80% minder administratieve last en ongewenste uitstroom van kandidaten neemt gemiddeld met 70% af. The 'war on talent' zal niet direct verholpen zijn maar het oplossen van inefficiëntie geeft recruitment organisaties direct een hoop ademruimte. Ook zien we dat het werkplezier van recruiters en intercedenten er met sprongen op vooruit gaat. Zij kunnen zich namelijk focussen op hetgeen zij het allerleukste vinden; het contact met hun (interne) klant en kandidaten.

Door: Roland Hallebeek, CEO en Founder van [Scotty Technologies](#).



“Rol van recruiter gaat meer veranderen richting die van een lifecoach”



Beluister het hele interview als podcast:
nl.recruittech/st22-tigris

Waar recruitmenttechnologie zich vooral richt op de front office, gaat staffing tech ook over de back office. In een serie themagesprekken gaat Recruitmenttech.nl-oprichter Martijn Hemminga in gesprek met een aantal staffing tech partijen. In de derde aflevering zijn we te gast bij Maikel Neelen, co-founder van Tigris.

Communiceren met klanten en kandidaten

We nemen plaats in Alblasterdam, waar Tigris is gevestigd. “Ik werk zelf al zo’n tien jaar in de branche, ik ben begonnen als intercedent, vervolgens ben ik op de marketingafdeling terecht gekomen. Ik kwam veel oude systemen tegen, veelal gericht op de back office. Er waren te weinig middelen voorhanden om goed met je klanten en kandidaten te kunnen communiceren, voornamelijk losse recruitmentsystemen zonder

integratie met de back office. Vanuit die gedachte is Tigris ontstaan.” Tigris biedt één integraal platform voor het gehele uitzendproces. Jobmarketing, recruitment, operations én payrollings binnen één platform, ontwikkeld op Salesforce. Met Tigris kun je exact zien waar een kandidaat vandaan komt, of hij geplaatst is bij een klant en wat hij uiteindelijk aan omzet en marge oplevert. Deze informatie kun je vervolgens gebruiken om te bepalen waar je je marketingbudget het beste aan kunt besteden. Naast al deze inzichten, kun je

ook heel eenvoudig communiceren met opdrachtgevers en kandidaten en kun je ze eenvoudig toegang geven tot de app van jouw uitzendbureau.

maikel neelen tigris

Flexbranche

“Wij zien onszelf niet als een organisatie die concurreert met de flexbranche, wij willen het echt samen met de flexbranche doen”, gaat Maikel Neelen verder. “We zien echt een toegevoegde waarde in de mens, de recruiters en intercedenten die gaan helpen om kandidaten een stap verder in hun carrière te helpen. We willen het platform samen met partijen uit de flexbranche creëren en we moeten dus ook samen met ze in gesprek gaan.” In de onderstaande podcast vertelt hij dat de klanten van Tigris inmiddels al uit de top twintig van de flexmarkt komen. Het platform van Tigris is uitgegroeid tot een ‘Bol.com van de flexbranche’, wat in de loop van 2022 nog duidelijker gaat worden voor zowel kandidaat

als opdrachtgever. “Steeds grotere organisaties weten ons platform te vinden. Ze zien echt de voordelen van de totaaloplossing: zowel de front- als de back office en de koppelingen er tussenin.”

Rol van recruiters

Neelen verwacht niet dat het gehele proces in 2025 geautomatiseerd zal zijn, dus hij vreest niet voor de banen van intercedenten en consultants. “Die zullen er zeker nog zijn, maar we denken wel dat hun rol heel erg gaat veranderen. We zeggen hier wel eens dat de rol van een recruiter of een intercedent meer die in de richting van een lifecoach gaat worden. Vanuit het platform komen meldingen binnen dat iemand toe is aan een volgende stap, dan zal de recruiter hierbij helpen. En hopelijk ook ‘over’ uitzendbureaus heen. Dus heeft uitzendbureau A een bepaalde functie niet meer, dan kunnen ze wellicht samenwerken met uitzendbureau B.”





Transformeer jouw flexbureau naar een digitaal flexplatform in 6 stappen

Dat werkgevers en werknemers elkaar steeds vaker online vinden, is natuurlijk geen verrassing mee. Maar hoe kun jij in die veranderingen als flexbureau je plek veroveren, door mee te digitaliseren? In dit artikel legt Maikel Neelen, CTO van Tigris, uit welke stappen nodig zijn om jouw organisatie succesvol te transformeren naar een flexplatform.

Stop met het verspillen van resources!

Ken je dat? Aparte systemen voor elk proces: recruitment, planning, backoffice et cetera. Dingen dubbel moeten invoeren, collega's die hierdoor langs elkaar heen werken. Wellicht heb je de over de jaren zelfs extra personeel in dienst genomen om data over te zetten tussen systemen.

Door die inefficiëntie ontbreekt het je als flexbureau aan inzicht en overzicht en

blijven veel kansen onbenut. Je verspilt resources en je mist de slagkracht om écht in te spelen op behoeftes in de markt en individuele behoeftes van kandidaten. Ondertussen betaal je je ook nog eens blauw aan advertentiekosten op vacaturezoekmachines en jobplatforms. Is het dan niet veel slimmer om het heft in eigen handen te nemen?

Waarom een digitaal flexplatform?

Upgrades of extra koppelingen op je huidige software lost het probleem in de kern niet op. Je vergroot de complexiteit van je systemen juist en als gevolg verslechtert de beleving van kandidaten, werkgevers en je eigen medewerkers. Het is dus belangrijk dat je een stap terug doet en bij het begin begint. En wat is er dan makkelijker dan alles direct in één platform?

Een aantal voordelen van jouw flexplatform:

1. Omdat je kiest voor één platform, bespaar je op onderhoud en updates.
2. Er zijn geen overzettingen nodig tussen systemen, wat veel administratie scheelt.
3. Je kandidaat hoeft niet voor elke vacature een nieuw profiel aan te maken. Dit kan allemaal op één plek.

Dus waar wacht je nog op?

Transformeer naar een flexplatform in 6 stappen

Natuurlijk is het transformeren van jouw bureau naar een digitaal flexplatform niet een project van een paar weken. Je hele organisatie moet mee: van management tot recruitment, marketing tot backoffice. Om je op weg te helpen hebben we hieronder op basis van onze ervaring de stappen die je hiervoor doorloopt voor je op een rij gezet. Zo transformeert jouw organisatie van een

inefficiënt flexbureau naar een geolied digitaal flexplatform!

1. Kies de juiste softwareleverancier

Start bij de basis: je softwareleverancier. Is de software zo gebouwd dat dit jou de basis gaat leveren waarmee jij je kunt onderscheiden? Hierbij staan jouw ambities centraal, die moet je kunnen verwezenlijken! En het belangrijkste is natuurlijk: je gaat uit van één basisplatform, dat jouw backoffice en frontoffice combineert. Let ook op het serviceniveau dat de leverancier jou kan bieden, zodat je snel terecht kunt bij eventuele problemen.

2. Implementeer de backoffice

Begin altijd aan de achterkant. Je kunt nog zo'n prachtige frontoffice-applicatie hebben, maar de financiële basis, de loonadministratie en wet- en regelgeving moet wel op orde zijn. Deze complexere processen moeten eerst goed draaien, voordat je de meer sexy voorkant ook succesvol kunt digitaliseren.

3. Implementeer de frontoffice

De frontoffice van jouw flexplatform bouwt voort op de backoffice, idealiter binnen hetzelfde platform. Het is belangrijk dat deze systemen goed op elkaar aangesloten zijn. Een medewerker die online is geworven en digitaal zijn contract tekent, verwacht natuurlijk ook zijn salarisstroken digitaal te kunnen inzien.

4. Zet data optimaal in

In je nieuwe backoffice en frontoffice zit straks een enorme bak data. Het succesvol uitlezen en combineren ervan voor jezelf en voor je klanten bepaalt in belangrijke mate je succes en onderscheidend vermogen. Zorg dus dat je de juiste data ontsluit.

Doe dit niet zomaar: denk goed na over welke informatie je precies wilt zien, zodat je die ook echt gaat benutten. Ga vervolgens aan de slag met dashboarding. Is dit eenmaal goed ingericht, dan kun je jouw processen bijsturen of recruiters instrueren aan de hand van deze data en daarmee slimmere matches maken, beter voorspelen én je klanten beter bedienen.

5. Bied een app voor kandidaten en opdrachtgevers

Ben je eenmaal digitaal met je flexplatform? Dan is de volgende stap het aanbieden van niet alleen een digitale portal of website, maar ook een echte mobiele app voor nog meer gebruikersgemak. Onderzoek goed wat jouw doelgroep wil kunnen in zo'n app. Want gebruiksvriendelijkheid is

essentieel. En werkgevers hebben andere behoeften dan werkzoekenden. Door hier optimaal op in te spelen onderscheid je je nog verder in de markt.

6. Werk samen met andere bureaus

Wil je je flexplatform écht naar het volgende niveau brengen, dan kom je vanzelf in het vaarwater van de grotere online jobplatforms. Hoe zet je je daar succesvol tegen af? Door samen te werken met andere flexbureaus! Ja: samenwerken, in plaats van concurreren. Door bijvoorbeeld jullie data over kandidaten te bundelen, sta je sterker. Want zo kun je werkgevers sneller aan een goede kandidaat helpen en profiteer je allemaal.

We hopen dat we je met dit stappenplan een duw in de goede richting hebben gegeven. We wensen je heel veel succes met jouw transformatie!

Door: Maikel Neelen, CTO bij [Tigris](#)

recruitmenttech.nl/staffingtech

