



TALENT ANALYTICS

Ontwikkelen

**Ministerie van Binnenlandse Zaken en
Koninkrijksrelaties**

Leer uw doelgroep kennen met arbeidsmarktdata.

“

Goedendag! Mijn naam is Ricardo van Buren, arbeidsmarktanalist bij Intelligence Group. In deze rapportage neem ik u mee in de data die we hebben verzameld over uw doelgroep en laat ik u zien hoe u deze data kunt vertalen naar een effectief wervingsplan.

”

Doelgroepinformatie is de basis voor uw wervingsstrategie. Om verwachtingen te managen, budget te bepalen, vacatureteksten te schrijven en een goede mix van mediakanalen te kiezen. Intelligence Group verzamelt al meer dan 17 jaar informatie over de Nederlandse Beroepsbevolking (NBB) en biedt een betrouwbaar en diepgaand inzicht in uw potentiële medewerkers. In dit rapport leest u welke stappen u kunt zetten om effectiever te werven.



Deze Talent Analytics geeft antwoord op de volgende vragen:



Hoe ziet de arbeidsmarkt eruit voor een IT ontwikkelaar?



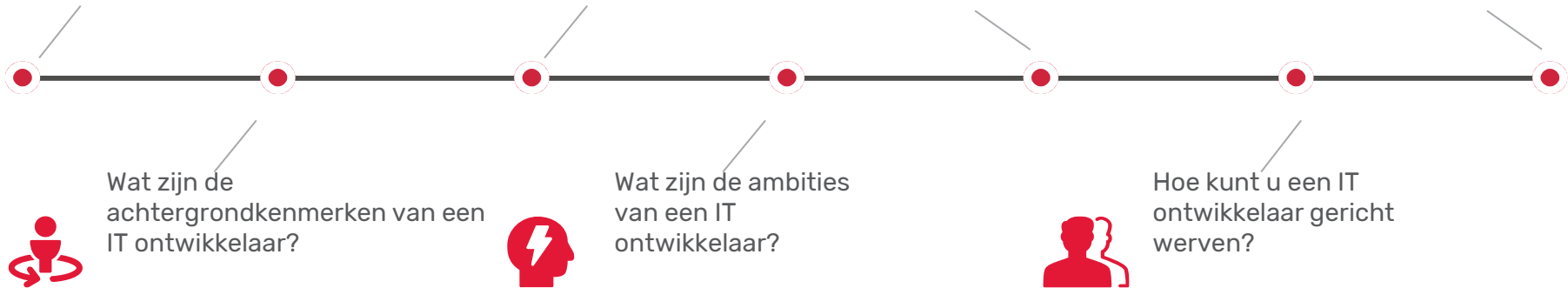
Wat zijn de persoonlijke interesses van een IT ontwikkelaar?



Hoe wordt u als onderneming aantrekkelijk voor een IT ontwikkelaar?



Hoe komt u in contact met een IT ontwikkelaar?



Stap voor stap leert u uw doelgroep beter kennen. Elke vraag wordt beantwoord aan de hand van relevante data en aangevuld met onze inzichten, kennis en adviezen. Zo geven we gericht antwoord op uw vraagstuk:

Hoe vind ik een IT ontwikkelaar in Nederland?





Wervingsprofiel - Ministerie van Binnenlandse

Zaken en Koninkrijksrelaties

Welke doelgroep zoekt u?

FUNCTIE

Ontwikkelen

OPLEIDINGSNIVEAU

MBO - HBO - WO



REGIO

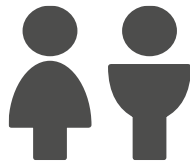
Nederland

ERVARINGSNIVEAU

**Junior - Medior -
Senior**



Factsheet over een IT ontwikkelaar



Kenmerken

Doelgroepgrootte

115.000

Geslacht

88% Man

12% Vrouw

Leeftijd (gemiddeld)

40 jaar



Activiteit

Baanwisselingen

14% afgelopen jaar

Arbeidsmarktactiviteit

15% actief op zoek

52% latent op zoek

Sourcingsdruk

67% minimaal 1x per
kwartaal benaderd

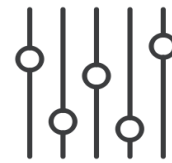
Vacaturedruk

5 : 1

Zeer schaars

Salaris

€ 47.000



Voorkeuren

Top 5 Pullfactoren

1. Goed salaris
2. Werksfeer
3. Dicht bij huis/acceptabele reistijd
4. Inhoud van het werk
5. Vast contract

Top 5 Oriëntatiebronnen

1. Vacaturesites
2. Bekenden/netwerk
3. Zoekmachine/search engine
4. Social media
5. Ervoor zorgen dat ik online vindbaar ben voor werkgevers/bureaus



Arbeidsmarkt

Vacatures

90.000 in de afgelopen 12 maanden

Grootste vragers Rijksoverheid

1. Belastingdienst
2. AIVD
3. DUO
4. Ministerie van BZK
5. Dienst ICT Uitvoering (DICTU)



**Hoe ziet de arbeidsmarkt eruit voor
een IT ontwikkelaar?**

Hoe ziet de arbeidsmarkt er uit voor een IT ontwikkelaar?

Vraagkant van de arbeidsmarkt

CONCURRENTIE

90.000

VACATURES IN DE AFGELOPEN 12 MAANDEN



-6,8% ↓

MINDER VACATURES T.O.V. DEZELFDE PERIODE VORIG JAAR

60,6%

VAN DE VACATURES WORDT GEPLAATST DOOR INTERMEDIARIS

€ 47.000

GEMIDDELD GEBODEN JAARSALARIS (O.B.V. 40-URIGE WERKWEEK)



De werkgevers en intermediairs met de meeste vacatures zijn (in)direct uw concurrenten. Deze bedrijven zijn namelijk op zoek naar dezelfde doelgroep als u. Wellicht werken uw toekomstige medewerkers al bij deze bedrijven. Dit kunt u gebruiken als input voor uw wervingsstrategie.



Werkgevers met de meeste online vacatures

1. ASML
2. CGI
3. ING
4. Dutch Digital Agencies
5. Qualogy



Intermediairs met de meeste online vacatures

1. CareerValue
2. BOLD Company
3. iSense
4. Jelling
5. StarApple



Grootste vragers Rijksoverheid

1. Belastingdienst
2. AIVD
3. DUO
4. Ministerie van BZK
5. Dienst ICT Uitvoering (DICTU)



Hoe ziet de arbeidsmarkt er uit voor een IT ontwikkelaar?

Aanbodkant van de arbeidsmarkt

POTENTIËLE KANDIDATEN



115.000

AANTAL PERSONEN DAT BINNEN DE DOELGROEP DEFINITIE IN DE GESELECTEERDE REGIO VALT

14%

VAN DEZE DOELGROEP IS VAN WERKGEVER GEWISSELD IN HET AFGELOPEN JAAR



68%

HEEFT NU EEN VAST CONTRACT

5.000

AANTAL PERSONEN DAT BINNEN DE DOELGROEP DEFINITIE WERKZAAM IS BIJ DE RIJKSOVERHEID



Uw doelgroep is gemiddeld actief op de arbeidsmarkt. Dat betekent dat ze even vaak als de beroepsbevolking van baan wisselen. Dat biedt dus kansen voor u.



15% actief

OP ZOEK NAAR WERK



52% latent

OP ZOEK NAAR WERK



33% niet

OP ZOEK NAAR WERK



Hoe ziet de arbeidsmarkt er uit voor een IT ontwikkelaar?

Verhouding vraag en aanbod



Zeer schaars
SCHAARSTE INDICATIE



Blijft even schaars
SCHAARSTEONTWIKKELING KOMENDE
12 MAANDEN



Zeer Moeilijk
WERVINGSHAALBAARHEID



5:1
VACATUREDRUK



Er zijn erg veel vacatures beschikbaar ten opzichte van het aantal kandidaten dat actief op zoek is naar een baan. Dat betekent dat u veel concurrentie zult ervaren en u zichzelf zult moeten onderscheiden van concurrenten. Een onderscheidende en doelgroepgerichte wervingscampagne is essentieel om succesvol te zijn.



Toelichting

Deze cijfers zijn gebaseerd op de actuele en verwachte ontwikkeling van de verhouding tussen vraag en aanbod. De vacaturedruk houdt in: het aantal vacatures ten opzichte van het aantal actief werkzoekenden. Op basis hiervan wordt de schaarste bepaald.



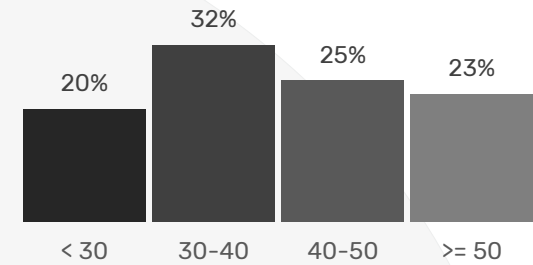
**Wat zijn de achtergrondkenmerken van
een IT ontwikkelaar?**

Wat zijn de achtergrondkenmerken van een IT ontwikkelaar?



40 jaar

GEMIDDELDE LEEFTIJD



LEEFTIJDVERDELING IN JAREN



SENIORITEITSNIVEAU

15% Junior (0-5 jaar)

17% Medior (5-10 jaar)

68% Senior (10+ jaar)



GESLACHT

88% Man

12% Vrouw

Wat zijn de achtergrondkenmerken van een IT ontwikkelaar?



STUDIERICHTING

- 67% Informatica en ICT
- 15% Techniek, productie
- 9% Kunst, grafisch
- 8% Wiskunde, natuurwetenschappen , milieu
- 6% Administratief, secretariaal



HOEVEEL PROCENT WERKT IN OPENBAAR BESTUUR EN OVERHEIDSDIENSTEN

5%

HOEVEEL PROCENT ZOU ER WILLEN WERKEN IN OPENBAAR BESTUUR EN OVERHEIDSDIENSTEN

18%



IN WELKE BRANCHES WERKEN ZE NU?

- 57% ICT, media en telecommunicatie
- 10% Industrie
- 6% Accountancy, advies, juridische dienstverlening, reclame en marktonderzoek
- 6% Financiële sector, bank- en verzekeringswezen
- 5% Openbaar bestuur en overheidsdiensten



**Wat zijn de ambities van
een IT ontwikkelaar?**

Wat zijn de ambities van een IT ontwikkelaar?

In welke andere branches zouden ze willen werken?

- 31% Accountancy, advies, juridische dienstverlening, reclame en marktonderzoek
- 29% ICT, media en telecommunicatie
- 18% Openbaar bestuur en overheidsdiensten
- 14% Kunst, cultuur, sport en recreatie
- 12% Onderwijs, opleiding, coaching en training

23% Geen andere branche

Welke functiegebieden vinden ze nog meer interessant?

- 18% Engineering
- 18% Onderzoek, wetenschap en R&D
- 16% Design, grafisch en ontwerp
- 14% Consultancy en advies
- 13% Toerisme, recreatie en sport

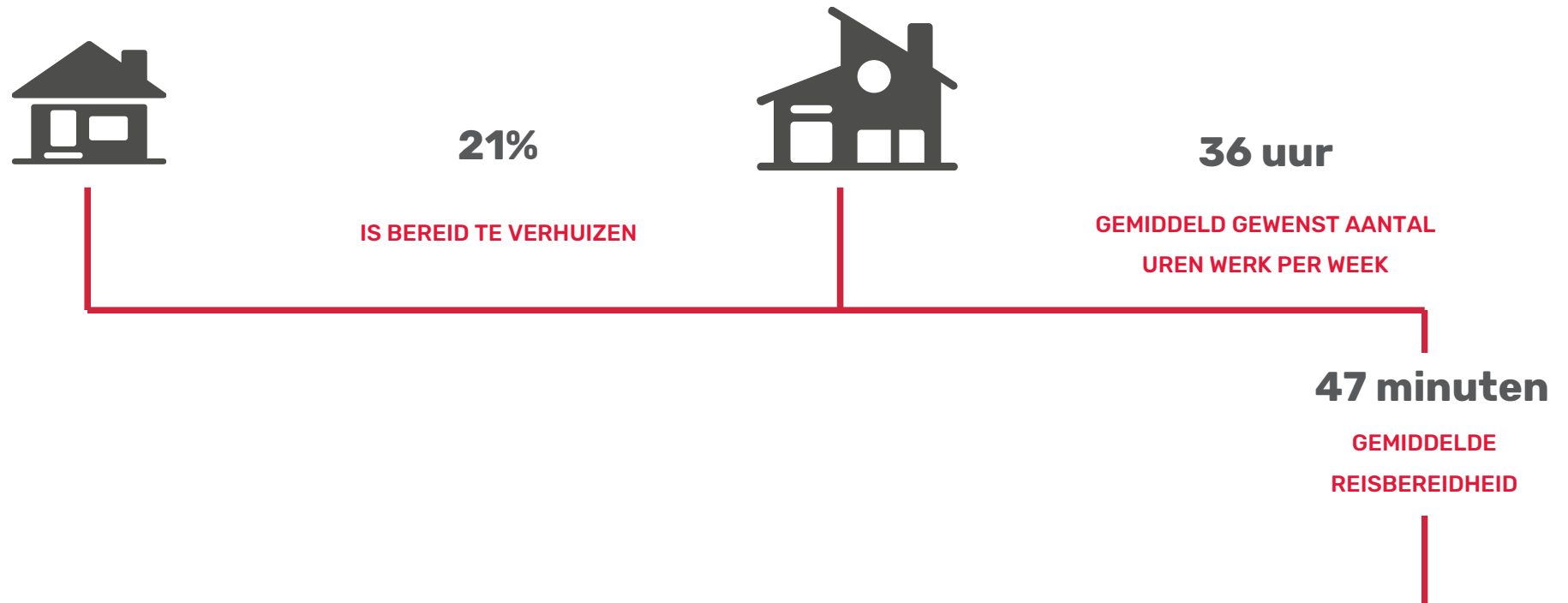
19% Geen andere functie



Misschien werkt uw doelgroep nog niet in uw branche, maar willen ze wel een overstap maken. Ook leest u van deze cijfers af vanuit welke branches u concurrentie zou kunnen verwachten. De interessante functiegebieden geven aan welke doorstroom- en ontwikkelmogelijkheden zij zelf voor ogen hebben. Mogelijk zijn deze aspecten onderdeel van de functie die u aanbiedt? Leg hier dan nadruk op in uw wervingsteksten en sollicitatiegesprekken.



Wat zijn de ambities van een IT ontwikkelaar?



Met het gemiddeld gewenst aantal uur werken kunt u bepalen in welke vorm u de vacature in de markt zet: loont het bijvoorbeeld om één fulltime vacature te plaatsen of twee parttime vacatures? De gemiddelde reisbereidheid wordt weergegeven in minuten voor woon-werk verkeer, enkele reis. De gemiddelde reisbereidheid kunt u gebruiken om het wervingsgebied te definiëren.





**Wat zijn de persoonlijke interesses van
een IT ontwikkelaar?**

Wat zijn de persoonlijke interesses van een IT ontwikkelaar?

Meest bezochte websites

1. nu.nl
2. facebook.com
3. tweakers.net
4. youtube.com
5. nos.nl

Vakinhoudelijke media

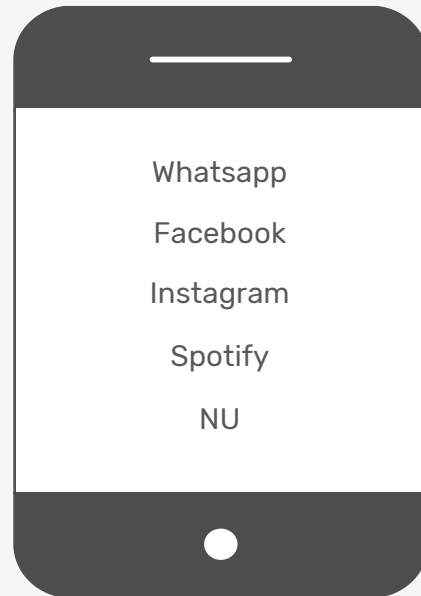
1. stackoverflow.com
2. computeridee.nl
3. agconnect.nl
4. computable.nl
5. technet.microsoft.com



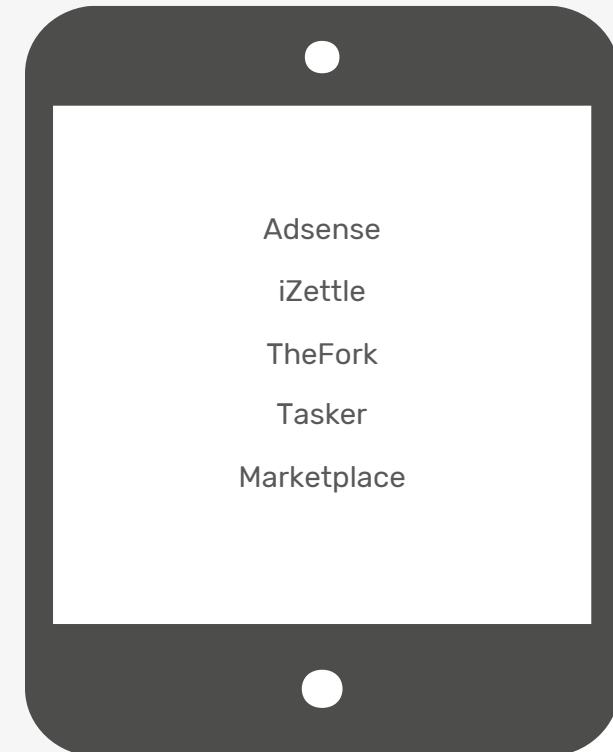
“ In contact komen met uw potentiële doelgroep hoeft niet altijd een advertentie te betekenen. Het publiceren van artikelen, deelname aan speciale forums of het uitzetten van een expert vraagstuk kan een heel leuke interactie opleveren met uw doelgroep. ”

Wat zijn de persoonlijke interesses van een IT ontwikkelaar?

Wat zijn hun favoriete apps?



Welke apps zijn typerend voor een IT ontwikkelaar?



Via deze favoriete apps kunt u uw zichtbaarheid vergroten bij uw doelgroep en met hen in contact komen. Door op deze media zichtbaar te zijn wordt ook de bekendheid van u als werkgever bij uw latente doelgroep vergroot. Wordt Whatsapp vaak gebruikt? Zorg dan dat u via Whatsapp bereikbaar bent voor potentiële kandidaten.



Wat zijn de persoonlijke interesses van een IT ontwikkelaar?

Wat zijn de favoriete hobby's?

Televisie/films/series kijken

Vakantie en reizen

Uit eten gaan

Afspreken met vrienden/familie

Lezen



Wat zijn de onderscheidende hobby's?

Gaming en computerspelletjes

Economie en financieel nieuws

Tuinieren

Doe-het-zelf activiteiten en klussen

Puzzelen en spelletjes



Toelichting

De veelgenoemde hobby's geven aan wat de doelgroep het liefste doet als vrijetijdsbesteding. De onderscheidende hobby's zijn juist zeer typerend voor deze specifieke doelgroep ten opzichte van andere doelgroepen.



Speel met uw wervingscampagnes in op de hobby's en interesses van uw doelgroep en creëer herkenning. De kans dat zij aangetrokken worden door de campagne en deze positief waarderen wordt daardoor vele malen groter.





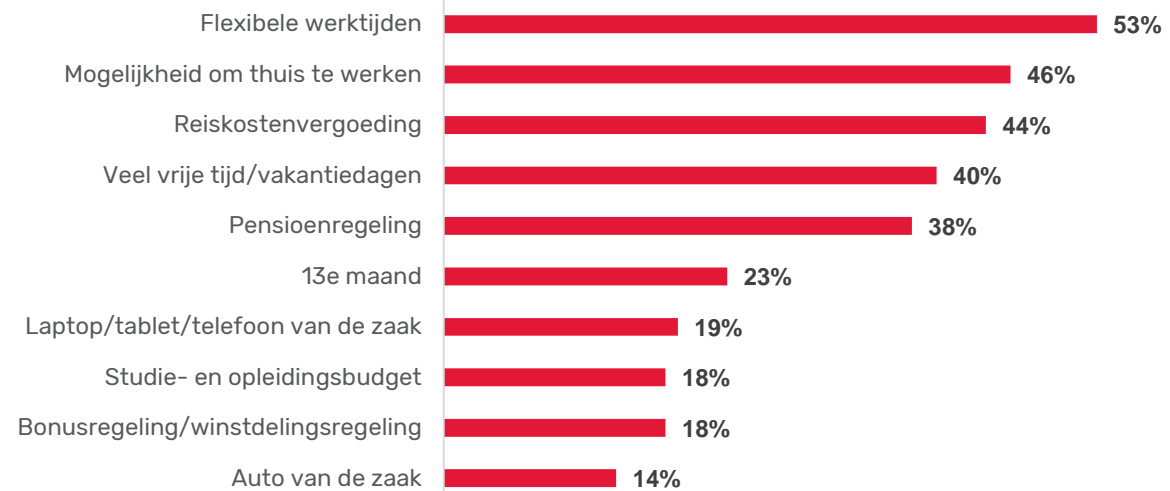
**Hoe wordt u als werkgever aantrekkelijk voor
een IT ontwikkelaar?**

Hoe wordt u aantrekkelijk voor een IT ontwikkelaar?

Top 10 Pullfactoren



Top 10 Arbeidsvoorwaarden



Hoe wordt u aantrekkelijk voor een IT ontwikkelaar?



Op de volgende pagina krijgt u inzicht in de kritische wervingsfactoren, beweegmotieven en randvoorwaarden van uw doelgroep. Lees hieronder alvast wat deze factoren inhouden.

Kritische wervingsfactoren

Factoren die het **meest genoemd** worden en bovendien **typerend** zijn voor de doelgroep in vergelijking met de Nederlandse Beroepsbevolking (NBB).

Beweegmotieven

Factoren die **niet het meest genoemd** worden en **wel typerend** zijn voor de doelgroep in vergelijking met de NBB. Deze aspecten kunnen aanvullend gebruikt worden om de doelgroep te prikkelen om in beweging te komen.

Randvoorwaarden

Factoren die het **meest genoemd** worden en **niet typerend** zijn voor de doelgroep in vergelijking met de NBB.

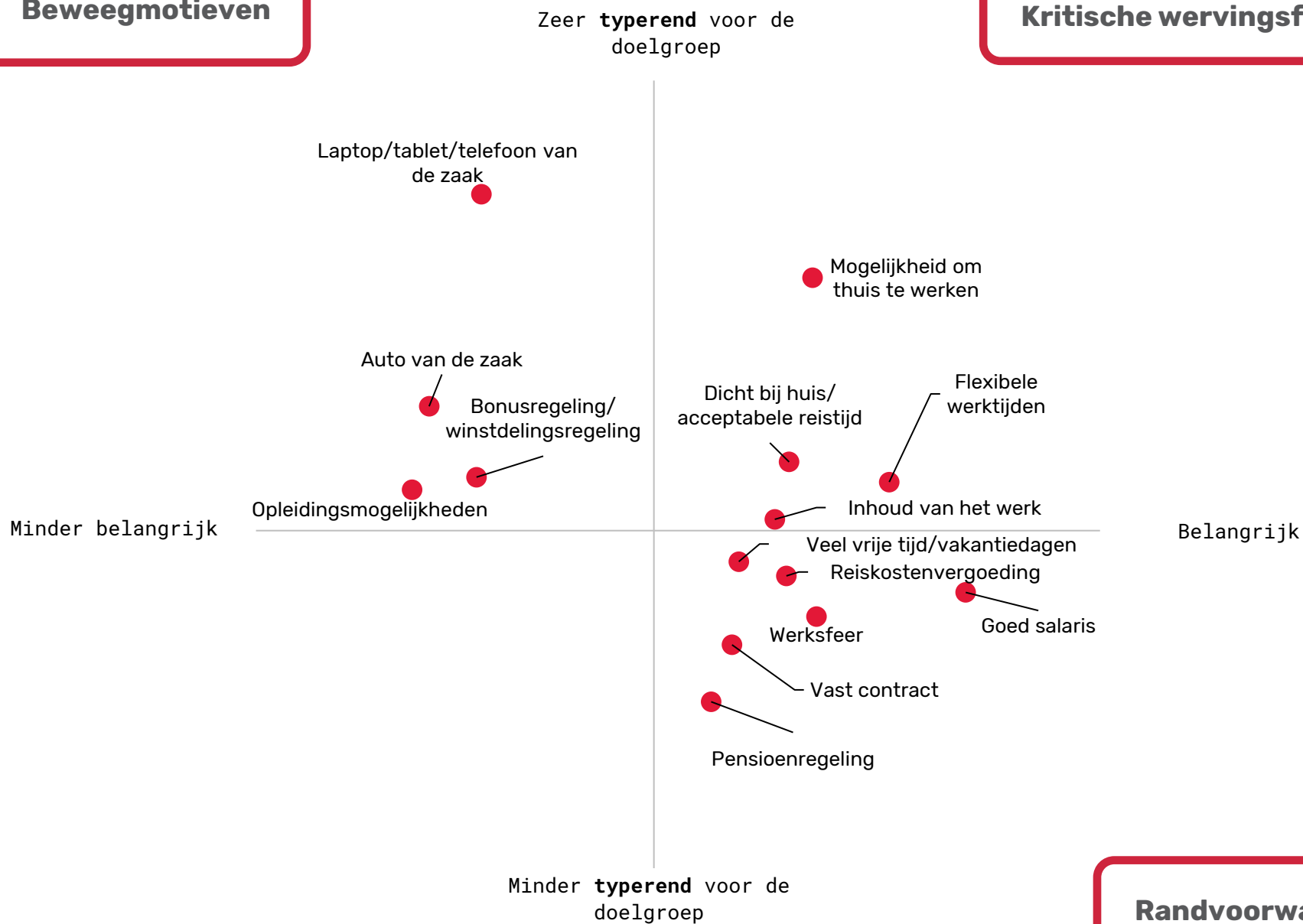


Deze factoren zijn essentieel in het succes van uw werving. Sluit uw aanbod aan bij de wensen van de doelgroep? Staan alle kritische wervingsfactoren en beweegmotieven in uw vacaturetekst en overige communicatie-uitingen? Hiermee kunt u als werkgever het verschil maken bij het bereiken van actieve en latente baanzoekers.



Beweegmotieven

Kritische wervingsfactoren



Randvoorwaarden



**Hoe kunt u gericht
een IT ontwikkelaar benaderen?**

Hoe kunt u gericht een IT ontwikkelaar benaderen?

67%

WORDT MINIMAAL EENS PER
KWARTAAL BENADERD



- Duidelijkheid over de inhoud van de functie
- Duidelijkheid over salaris
- Duidelijkheid over de locatie
- Duidelijk om welke werkgever het gaat
- Functie sluit aan bij mijn opleiding/vaardigheden
- Duidelijkheid over het aantal uren
- Duidelijkheid over (secundaire) arbeidsvoorwaarden
- Duidelijkheid over het type contract (vast/flex)
- Duidelijkheid over (flexibele) werktijden

“

Als u zelf op zoek gaat naar kandidaten maakt u automatisch een preselectie waardoor het wervingsproces efficiënter verloopt. Tevens waarborgt u op deze manier de kwaliteit van de potentiële kandidaten. Gebruik de genoemde factoren voor het formuleren van de juiste boodschap en communicatiestijl. Een eerste indruk maakt u immers maar één keer.

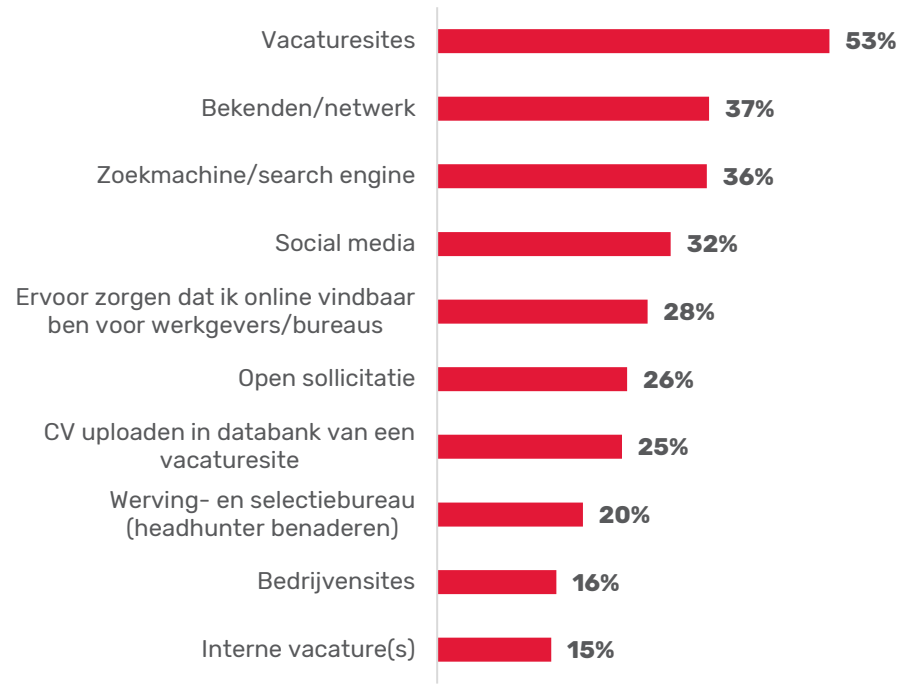
”



**Hoe komt u in contact met
een IT ontwikkelaar?**

Hoe komt u in contact met een IT ontwikkelaar?

Via welke kanalen gaan ze op zoek naar een baan?



Meest gebruikte social media

- Facebook
- LinkedIn



Meest gebruikte vacaturesites

- monsterboard.nl
- indeed.nl
- nationalevacaturebank.nl
- intermediair.nl
- freelance.nl

Niche vacaturesites

- freelancer.nl
- stackoverflow.com
- itbanen.nl

“ Voor het bepalen van uw mediakanalen is het essentieel om steeds opnieuw per doelgroep te kiezen voor de kanalen die zij gebruiken om zich te oriënteren op een nieuwe baan. Check ook: Hoe sterk is uw referral programma? Zijn de vacatures makkelijk te vinden op uw bedrijfswebsite? En hoe actief sourct u zelf? ”

A large, dark red, stylized letter 'G' is centered on the page. The letter is thick and has a slight shadow effect. The text 'Advies en verantwoording' is written in white, bold, sans-serif font across the middle of the 'G'.

Advies en verantwoording

Hoe vertaalt u de data naar een gerichte wervingsstrategie?

Op basis van de achtergrondkenmerken, het wervingsprofiel en het profiel van de arbeidsmarkt van uw doelgroep kunt u uw recruitmentstrategie bepalen: gaat u zich richten op de actief werkzoekenden of wordt juist de focus gelegd op de latent werkzoekenden? Deze keuze bepaalt de vervolgstappen in het recruitmentproces.

Managen van verwachtingen

De profielen van de doelgroep en de arbeidsmarkt kunnen ook worden gebruikt voor het managen van verwachtingen: wordt van u verwacht binnen een week de vacature ingevuld te hebben, maar blijkt de doelgroep zeer schaars te zijn, dan kunt u met behulp van deze Talent Analytics laten zien dat het een moeilijke opgave is en u mogelijk meer middelen nodig heeft.

Bereiken en boeien

Als u de actief werkzoekenden wilt bereiken, is het belangrijk om uw vacatures te plaatsen op de kanalen die ze vaak bezoeken op zoek naar vacatures. Wilt u juist de latent werkzoekenden bereiken, zorg er dan voor dat u zichtbaar bent als (aantrekkelijke) potentiële werkgever op de verschillende mediakanalen die ze in het dagelijks leven of voor werk gebruiken. Probeer creatief om te gaan met de mogelijkheden die deze kanalen bieden: hoe meer u zich onderscheidt, hoe beter u blijft hangen in het geheugen.

Benaderingswijze en inhoud van communicatie

Naast dat het bereiken van de kandidaten essentieel is, is ook de wijze van benadering en de inhoud van de communicatie doorslaggevend voor een succesvolle werving: wat zijn de belangrijkste aspecten waarom de kandidaat een baan zou kiezen, aan welke arbeidsvoorwaarden hechten ze veel waarde en wat willen ze weten wanneer je contact met ze opneemt? En misschien net zo essentieel, wat moet u vooral niet doen? Bent u klaar om aan de slag te gaan met deze doelgroepinformatie? Gebruik onze praktische checklist op de volgende pagina om te controleren of u alle datapunten heeft benut in uw wervingsstrategie.

Praktische checklist



Doelgroepinformatie verzameld over..



Inzicht in de doelgroep, schaarste en wervingshaalbaarheid.

Vacatureteksten vergelijken met randvoorwaarden, beweegmotieven en kritische wervingsfactoren.

Marketingmix vergelijken met de meest gebruikte en typerende media.

Het referralprogramma onder de loep nemen.

De wervingscampagne afstemmen op de doelgroep.

.....



Gebruik onze praktische checklist om te controleren of u alle datapunten heeft benut in uw wervingsstrategie.



Verantwoording

Intelligence Group is gecertificeerd voor de ISO 27.001 norm. Dat betekent dat de privacy en beveiliging van alle (gevoelige) informatie gewaarborgd is. Er wordt zorgvuldig met data omgegaan en de ISO norm is geïmplementeerd in de werkwijze van iG! De data in deze rapportage zijn gebaseerd op diverse gerenommeerde, betrouwbare en onafhankelijke bronnen:

1. Het Arbeidsmarkt Gedragsonderzoek (AGO) van iG!

Het AGO bestaat al sinds 2003 en is het enige onafhankelijke onderzoek in Nederland dat een volledig en representatief beeld levert van het oriëntatie- en keuzegedrag van werknemers en werkzoekenden op de Nederlandse arbeidsmarkt. Hiermee kunnen wij op functieniveau betrouwbare uitspraken doen over wervingshaalbaarheid, pullfactoren, arbeidsmarktactiviteit en effectieve wervingsmedia.

De meest recente dataset bevat ruim 30.000 respondenten en is een belangrijke bron voor deze Talent Analytics. De respondenten voor AGO worden geworven via geselecteerde panelbureaus. Bij de afname van de vragenlijsten wordt onder andere gelet op de leeftijdsverhouding, geslacht en opleidingsniveau van de respondenten om een representatieve steekproef te genereren.

2. Jobdigger en Jobfeed

De vraagkant van de Nederlandse arbeidsmarkt wordt in kaart gebracht door Jobdigger en Jobfeed. Zij brengen jaarlijks miljoenen vacatures in kaart en categoriseren deze dusdanig dat we precies weten voor welke functies, bij welke bedrijven en binnen welke branches de grootste vraag op de arbeidsmarkt is.

3. CBS/UWV

Met behulp van het CBS en UWV data wordt de gepresenteerde data representatief gewogen, zodat bijvoorbeeld de grootte van de doelgroep, de man/vrouw verhouding of de data op basis van opleidingsniveau conform de marktstandaard is.

4. Arbeidsmarktkansen.nl

Met de algoritmes van arbeidsmarktkansen.nl worden de (toekomstige) schaarste en wervingshaalbaarheid berekend. Zo kunnen we de krapte van de markt duiden. Deze algoritmen zijn door een onafhankelijk bureau gevalideerd.

5. LinkedIn en andere openbare bronnen

Bronnen als LinkedIn worden gebruikt om resultaten aan te vullen en te verifiëren.

Over Intelligence Group

Intelligence Group

Intelligence Group (iG!) is een Internationaal Data & Techbedrijf op het gebied van arbeidsmarkt- en recruitmentdata. iG! richt zich op het verzamelen, opslaan en verrijken van arbeidsmarktgerelateerde data ten behoeve van de verbetering van de werving van personeel (of werknemers) door werkgevers en de employability/arbeidsmarktkansen van werknemers. Deze data wordt in een grote diversiteit beschikbaar gesteld aan opdrachtgevers, zoals via rapporten, dashboards en API's.

Onze visie

Vraag en aanbod op de arbeidsmarkt dichterbij elkaar brengen door data te vertalen en praktisch toegankelijk te maken voor werkgevers en werknemers.

Intelligence Group

Het Industriegebouw
Goudsesingel 80 (1e verdieping)
3011 KD Rotterdam
T 088 - 730 280 00
E info@intelligence-group.nl
W www.intelliaence-aroup.nl

Copyright 2020 © Intelligence Group,

Het auteursrecht op dit rapport berust bij Intelligence Group. Deze uitgave is enkel voor eigen gebruik en mag niet verveelvoudigd worden. Voor publicatie van (gedeelten van) dit rapport in de nieuwsmedia, vakliteratuur of andere uitgaven is toestemming van Intelligence Group nodig. Bovendien dient de opdrachtgever bij publicatie Intelligence Group altijd als bron te vermelden.

