



# Samenvatting

## SollRespons 2012

Na het doen van uitgebreide deskresearch en het scannen van websites en vacature content hebben wij in verschillende hoedanigheden: man / vrouw; allochtoon / autochtoon; ervaren / onervaren “stiekem” gesolliciteerd bij 502 toonaangevende, Nederlandse organisaties. En we hebben systematisch gemeten hoe snel en hoe goed met deze sollicitaties werd omgegaan. Dit gebeurde zowel binnen en tussen branches als in landelijk perspectief. Het SollRespons 2012 rapport bevat naast scores en achtergronden een schat aan tips voor werkgevers en sollicitanten.

### SOLLRESPONS 2012

Voordat SollRespons in 2005 in het leven werd geroepen, was nog weinig bekend over de reactiesnelheid en de reactiekwaliteit van organisaties op sollicitaties. Voor initiatiefnemer Internet-Id was dit aanleiding om te beginnen met het periodieke SollRespons onderzoek. Het onderzoek van 2012 is de vierde editie. Via zogenaamde ‘mysterie sollicitaties’ en ‘vacaturescans’ onderzoeken we hoe sollicitantvriendelijk de ruim 500 meest toonaangevende Nederlandse organisaties zijn. In het SollRespons onderzoek richten we ons op het vergaren van empirische kennis met een driedelig doel:

-  het inzichtelijk maken van de reactiekwaliteit van en de reactiesnelheid op digitale sollicitaties bij de 500 belangrijkste Nederlandse organisaties;
-  het vaststellen van eventuele discriminatie van de verscheidene groepen sollicitanten (allochtonen, vrouwen en ouderen);
-  het inzichtelijk maken van de sollicitantvriendelijkheid van de organisatiewebsites.

## DOEL

De resultaten van het onderzoek bieden de sollicitant enerzijds inzicht in de kansen op de arbeidsmarkt. Anderzijds houden de resultaten de organisaties een spiegel voor van hun presentaties op de arbeidsmarkt en komen mogelijke verbeterpunten in deze prestaties aan het licht.

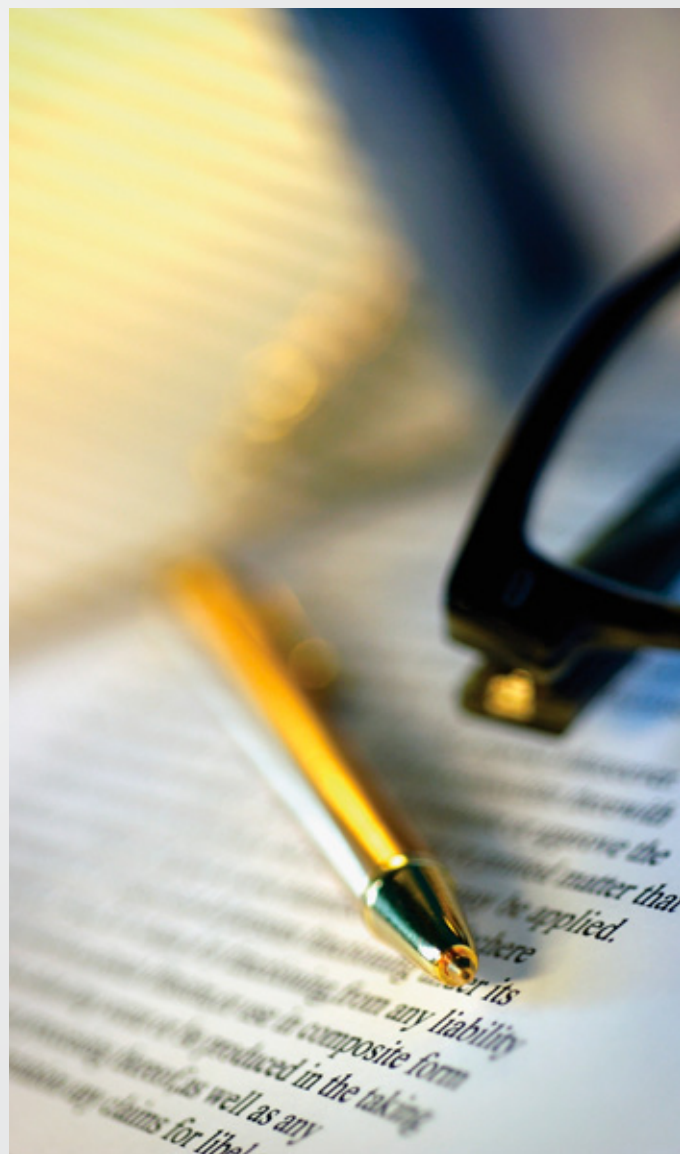
## MYSTERIE SOLLICITATIES

Om de reactiesnelheid en de reactiekwaliteit van organisaties in kaart te brengen verstuurd we 6 fictieve sollicitaties naar elke in het onderzoek betrokken organisatie. Vervolgens registreerden we de reacties van alle organisaties. Om discriminatie te kunnen vaststellen, solliciteerde een sollicitant uit elke groep even vaak bij iedere organisatie. Daarnaast beoordeelden en onderzochten we alle websites en vacatures van de deelnemende organisaties, voor zover aanwezig, op een tiental vooraf vastgestelde kwaliteitscriteria. Alle resultaten zijn vervolgens in Excel en SPSS geregistreerd en geanalyseerd. Op basis van de verkregen resultaten kenden we elke organisatie een rapportcijfer toe.

## SNELHEID EN KWALITEIT

In het SollRespons 2012 onderzoek komt naar voren, dat het gemiddeld 5,2 werkdagen duurt, voordat sollicitanten een reactie van een organisatie ontvangen. Ruim 60% van de reacties ontvangt de sollicitant binnen een week, waarvan 20% op dezelfde werkdag. Organisaties reageren niet op 1 van de 5 sollicitaties. Daarnaast ontvangt slechts 1 van de 10 sollicitanten een bevestiging van zijn sollicitatie. Gemiddeld is de reactietijd van de branches internetorganisaties, telecom en thuiszorg het langst. De branches Televisiemedi, Financiële dienstverlening en Pensioenfondsen zijn het snelst met het reageren. Inhoudelijk gezien valt op dat 4% van de reacties persoonlijk en/of gemotiveerd is. Alle overige reacties betreffen standaardmededelingen van de organisaties. 15% van de organisaties geeft aan sollicitanten in portefeuille te nemen, zodat deze later alsnog kunnen worden benaderd. Hoewel iedere sollicitant per e-mail solliciteert, krijgt ruim 8% zijn respons per post. 1% van de sollicitaties wordt per telefoon persoonlijk beantwoord.

De centrale onderzoeksvraag luidt: 'Hoe sollicitantvriendelijk zijn 500 toonaangevende Nederlandse organisaties anno 2012?'



## DISCRIMINATIE

In het SollRespons 2012 onderzoek zijn verschillen binnen de arbeidsmarkt waargenomen, die aantonen dat bepaalde groepen sollicitanten benadeeld worden door de reactiesnelheid en/of de reactiekwaliteit op sollicitaties. Zo ontvangen mannen sneller reacties op sollicitaties dan vrouwen. Vrouwen ontvangen echter vaker gemotiveerde reacties dan mannen. Uit het SollRespons 2012 onderzoek blijkt dat allochtone sollicitanten minder persoonlijke reacties

ontvangen dan autochtone sollicitanten. Discriminatie vindt ook plaats op ervaringsniveau. Zo krijgt de professional ten opzichte van een starter vaker een reactie op zijn sollicitatie. De starter ontvangt op zijn beurt vaker een gemotiveerde reactie dan de professional.



## VACATURESCAN

Uit de vacaturescan blijkt dat de meeste organisaties (90%), net als hun vacatures, goed vindbaar zijn op internet. Ruim 58% van de organisaties verplicht een sollicitant om gericht te solliciteren. Van de organisaties onderscheidt 37% zich met een zeer uitgebreide omschrijving van hun organisatie. Bijna de helft van de onderzochte organisaties geeft uitgebreide functieomschrijvingen in hun vacatures en in 13% van de gevallen worden functie-eisen uitgebreid toegelicht.

Daarnaast vermeldt de helft van de organisaties op hun website niets over de geldende arbeidsvoorwaarden en licht 75% de sollicitanten niet in over de sollicitatieprocedure. Vooral het geven van een salarisindicatie gebeurt zelden (16%). Landelijk presteren de branches Zorg, Onderwijs en Financiële dienstverlening het best op de vacaturescan. Branches die zichzelf matig presenteren via internet zijn Pensioenfondsen, Internetorganisaties en Televisiemedi.

## EINDOORDELEN

De scores op de mysterie sollicitaties en de vacaturescans hebben geleid tot een ranking van alle organisaties. De branches Financiële dienstverlening, Adviesbureaus en Verzekeringsmaatschappijen behaalden de hoogste scores. De onderste drie plaatsen worden bezet door de branches Internetorganisaties, Telecom en Thuiszorg. De overtuigende winnaar van het onderzoek is de organisatie VU Medisch Centrum. Op zowel de reactie op sollicitaties als de presentatie via internet scoort deze organisatie een ruime voldoende. Het laagst scoort Pensioenfonds Werk en Re-integratie. Deze organisatie reageert op geen enkele sollicitatie en ook de presentatie via internet laat sterk te wensen over.

## AANBEVELINGEN EN FOLLOW-UP

De manier waarop organisaties zich presenteren op de arbeidsmarkt, is essentieel voor het hun imago. Door een goede presentatie trekken organisaties passend en gekwalificeerd personeel. De diverse en krappe arbeidsmarkt verplicht organisaties ook in te spelen op de behoeften en verwachtingen van beoogde werknemers. Organisaties onderscheiden zich met een snelle en persoonlijke reactie op sollicitaties. Dit zijn binnen een week gegeven reacties die gemotiveerd ingaan op de sollicitant en zijn sollicitatie. Deze investering in tijd en moeite resulteert in een positieve indruk bij de sollicitant en draagt daarmee bij aan een positief imago.

Het is ook raadzaam geschikte sollicitanten, waarvoor geen passende functie aanwezig is, op te nemen in een bedrijfsarchief. Hiermee kan een portefeuille ontstaan met actuele contacten die bij ontstane vacatures kunnen worden benaderd. Organisaties kunnen zich verder onderscheiden door zichzelf goed vindbaar en krachtig via internet te presenteren, op een manier die aansluit op de identiteit van de organisatie en de informatieve behoefte van de sollicitant. Dit kan met duidelijk ondergebrachte vacaturegedeeltes, voldoende informatie over functies, functie-eisen, geldende arbeidsvoorwaarden en sollicitatieprocedures binnen de organisatie. De vermelding van een door de sollicitant zeer

gewaardeerde salarisindicatie is een belangrijk aspect. Toch blijken slechts weinig organisaties hiervoor te kiezen. Het advies aan sollicitanten is verder om de website van een beoogde werkgever goed te bestuderen en te spiegelen aan de eigen persoonlijkheid, om zo te bepalen of zij bij de organisatie passen.

Het SollRespons 2012 onderzoek geeft een feitelijk en scherp beeld van de arbeidsmarkt. Hierdoor kunnen sollicitanten gericht en effectiever solliciteren.

