



De kunst van
unbiased werven

Whitepaper

DIGITAAL  WERVEN



Aangeboden door

DIGITAAL  WERVEN

In samenwerking met


RECRUIT
&
IN2DIALOG



Voorwoord

Deze whitepaper is geschreven door Digitaal-Werven in samenwerking met verschillende partners.

Het doel van deze whitepaper is bewustwording creëren over waar in het recruitment proces bias kan sluipen en wat mogelijke oplossingen kunnen zijn om het risico hierop te minimaliseren.

Om deze whitepaper zo toegankelijk mogelijk te maken is besloten niet overal wetenschappelijke referenties aan te halen, maar de kennis die de wetenschap ons biedt met de praktijkkennis te combineren.

Ook is besloten om niet bij elk element een voorbeeld van elke vorm van mogelijke discriminatie te noemen, ook al zijn die er wel. Dus het feit dat niet bij elk proces voorbeelden gegeven worden van discriminatie rondom zowel leeftijd als etniciteit als gender als lichamelijke beperking wil niet zeggen dat die er niet zijn.



Bias

To be human is to be biased.

Mensen hebben (voor)oordelen. Het is niet mogelijk om die niet te hebben. Zo werkt het menselijk brein. Nobelprijswinnaar Daniel Kahneman noemt dit systeem 1 en systeem 2 denken. Systeem 1 zijn de 'shortcuts'. Deze shortcuts helpen ons vaak, maar ook leiden tot vooroordelen.

Het is niet erg om vooroordelen te hebben. Het is vervelend om niet te weten welke vooroordelen je hebt. Het is erg om wel te weten welke vooroordelen je hebt en geen proces in te richten dat je helpt deze zoveel mogelijk te mitigeren.

In dit whitepaper geven we vele mogelijke vormen van bias aan en hoe je stappen kan ondernemen om per fase van het proces het risico op bias te verlagen.

Waarom?

Dit white paper bepleit niet om zo divers mogelijk te werven, maar zo eerlijk mogelijk. De beste persoon moet de baan krijgen, maar gezien de enorme hoeveelheid mishires die elke organisatie heeft is dat met de huidige processen zelden het geval.

Afhankelijk van de definitie van het onderzoek en de definitie van een mis hire is tussen de 30% en 50% van alle mensen die worden aangenomen een mishire. De kosten hiervan zijn gigantisch.

Hogere quality of hire leidt altijd tot een hogere diversity of hire. Meer diversiteit leidt tot meer innovatie en meer omzet uit nieuwe producten blijkt uit verschillende onderzoeken.

Ander onderzoek* wijst uit dat organisaties die (on)bewust discrimineren minder weerbaar zijn tegen economische tegenwind en een 2 keer hogere kans hebben failliet te gaan in een crisis.

* https://www.sociologicalscience.com/download/vol-3/september/SocSci_v3_849to859.pdf



Het wervingsproces

In dit whitepaper hebben we het wervingsproces gedefinieerd als van vacature tot en met selectiegesprekken.

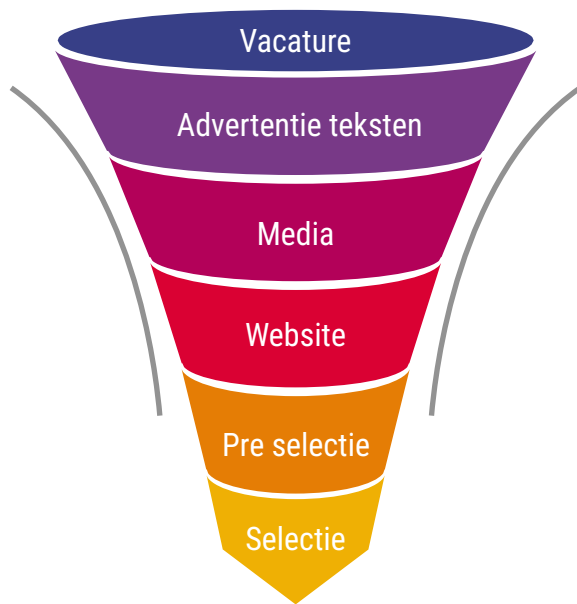
Nadrukkelijk buiten beschouwing gelaten omdat Talent Acquisition daar doorgaans weinig tot geen invloed op heeft zijn:

- Arbeidsvoorwaarden, waaronder thuiswerken of part-time werk
- Functie-eisen, waaronder kennis van talen of ervaring

Dat wil niet zeggen dat deze aspecten geen invloed kunnen hebben en geen bias kunnen bevatten. Een goede functie-analyse is de basis van een goede en eerlijke selectie. Maar veelal is de recruiter hier, zeker op dit moment, enkel adviserend in. Derhalve laten we dit nu buiten beschouwing.

Inhoudsopgave

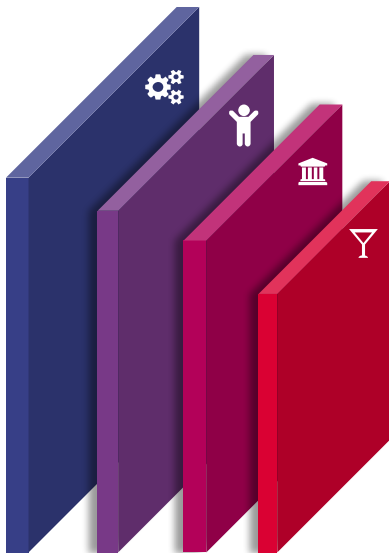
Er zijn biasrisico's in elke stap van het proces



- **1. Vacature**
Risico's in de vacatureteksten.
- **2. Advertentie teksten en foto's**
Denk hierbij aan advertenties op bv. Google en Facebook.
- **3. Media**
Mediakeuzes en algoritmische versterking van je keuzes.
- **4. Website**
Hoe neutraal en inclusief is je website ervaring?
- **5. Pre-selectie**
Waar kijk je naar bij de eerste selectie van sollicitanten?
- **6. Selectie**
Hoe objectief is je selectie? Je gesprekken en assessments?

1. De vacature

De kern van je werving



In de vacature kan op veel verschillende lagen een vorm van bias zitten.

Dit kan expliciet door een maximaal aantal jaar ervaring te noemen.

Het kan echter ook impliciet, doordat bepaalde groepen een ander beeld hebben bij bepaalde termen. Neem termen als excellent, uitmuntend of top-performer. Mannen leggen de lat om hieraan te voldoen veel lager dan vrouwen blijkt uit onderzoek en dus creëren deze een genderbias.

Ook zijn er termen die een andere betekenis hebben voor verschillende etnische groepen en kunnen bepaalde begrippen oudere werknemers afschrikken. Ook kunnen mensen van bepaalde religies uitgesloten worden door termen als 'ons jaarlijkse weekend weg' als zondag een strikte rustdag is of 'een vrijdagmiddagborrel' als je als vrome moslim naar de moskee wilt.

Een aantal voorbeelden

Hiernaast hebben we een aantal voorbeelden van impliciete bias in teksten genoemd. Hoe je onbedoeld verschillende groepen kan afschrikken.



Leeftijd

- Een jong en dynamisch team
- Maximaal 2 jaar werkervaring
- 3 tot 5 jaar ervaring
- Een student
- Net afgestudeerd

Religie

- Een gezellige vrijdagmiddagborrel
- Op ons personeels weekend

Gender

- Een excellent trackrecord
- Een uitmuntende cijferlijst
- Je bent assertief en onbevreesd

2. Advertentieteksten en foto's

Wat benadruk je in je advertenties?



Met advertenties bedoelen we in dit geval de advertenties op met name social media en bijvoorbeeld Google Adwords die bedoeld zijn mensen naar de vacature te trekken.

Wat je benadrukt in je advertentie heeft invloed op wie je aantrekt. Flexibele werktijden trekt een ander publiek aan dat een goed salaris, terwijl beide voor de functie waar zijn. Maar wat zet je in de advertentie?

Ook de beelden die je gebruikt, foto's of video's, hebben invloed op wie je aantrekt met de advertenties. Onbewust geef je met de fotografie aan 'dit is het soort mensen dat we zoeken', qua leeftijd, huidskleur, geslacht, postuur, etc.

Een oplossing

Zorg dat je altijd meer dan één advertentie inzet voor een vacature. Een manier om hier bewust mee om te gaan is persona's maken voor de baan.

Persona's

Persona's zijn prototype mensen uit je doelgroep. Er zijn veel verschillende soorten mensen die dezelfde baan om verschillende redenen aantrekkelijk vinden. Door dit in kaart te brengen kan je je advertenties beter targetten op de verschillende soorten mensen die bij de baan passen.

Voor sommige mensen is het salaris doorslaggevend, voor anderen de flexibele uren bijvoorbeeld. Wat benadruk je in die paar karakters van je advertentie?

Sommige mensen vinden een internationale carrière een reden om een baan te kiezen, anderen vinden het acceptabel. Bij de een adverteer je er op, bij de ander vermeld je het enkel in je vacature.

Met persona's begrijp je dat je verschillende advertenties met verschillende selling points en verschillende foto's nodig hebt.

Persona's

Een voorbeeld van persona's voor een manager positie

Lu Wie

Lu Wie is een manager die focust op de connectie met het team. Balans is belangrijk voor haar in alle aspecten van haar werk. Zowel een werk-privé balans als een balans tussen proces en resultaat. In haar privé tijd wandelt ze graag met haar hond op het strand en is ze actief als vrijwilliger bij haar lokale sportvereniging.



Flexibele uren



Salaris



Social responsibility



Flexibele uren



Salaris



Internationale kansen



Bas

Bas is een professional met focus die resultaat boven proces stelt. Eerlijkheid en openheid in communicatie zijn voor hem belangrijker dan iedereen in het team gelukkig houden. Hij houdt van duidelijkheid en maakt snelle besluiten. Hij is ambitieus en ambieert een internationale carrière en reist regelmatig naar het buitenland om dit te bewerkstelligen. In zijn vrije tijd fietst hij en kookt hij graag voor gasten.

Een oplossing

Technologie kan je ondersteunen om bias in je advertenties te voorkomen door gewoon heel veel advertenties te testen.”



Technologie

Een andere manier om vooroordelen te voorkomen is door middels technologie gewoon heel veel verschillende advertenties te testen.

Verschillende teksten die verschillende zaken uit de vacature benadrukken met verschillende beelden. Omdat technologie niet gehinderd wordt door vooroordelen over wat 'niemand interessant zal vinden' en het testen op social media platformen snel en goedkoop kan, kunnen er zo honderden varianten van advertenties gemaakt worden.

Natuurlijk moet de technologie wel voldoende materiaal worden geven, dus een goed geschreven vacature en voldoende beeldmateriaal, om te testen.

3. Media

De keuze van je media en de algoritmes



Daar waar vroeger je mediakeuze, bijvoorbeeld de Volkskrant of Telegraaf, voor een kleine bias kon zorgen, is daar nu de dimensie bijgekomen van algoritmes. Hierdoor zijn het niet alleen de bewuste mediakeuzes of de targetingkeuzes op sociale media, welke voor vacatures doorgaans erg beperkt zijn, die mensen kunnen uitsluiten, maar versterken algoritmes onbewuste keuzes in bijvoorbeeld de gemaakte advertentieteksten en foto's.

Doordat algoritmes optimaliseren voor maximale kliks zullen ze de advertentie tonen aan de grootste groep, niet iedereen. Omdat er meer mannelijke IT'ers zijn zal een advertentie voor een programmeur door algoritmische optimalisatie uiteindelijk (bijna) alleen aan mannen worden getoond. Tenzij je hier proactief op ingrijpt.



De oplossing

Meerdere campagnes gericht op meerdere doelgroepen, elk met een eigen budget.

”

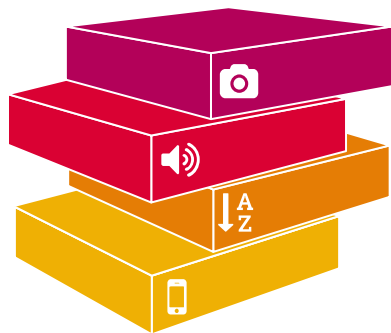
Meerdere campagnes

Een belangrijke deel van de oplossing hangt samen met wat in hoofdstuk 2 is omschreven: de inhoud van de advertenties.

Advertenties die meer gericht zijn op bijvoorbeeld vrouwelijke IT'ers zullen meer vrouwen aanspreken, waardoor algoritmisch vrouwen deze meer te zien krijgen omdat ze ook meer klikken. Social Media optimaliseren echter altijd binnen een campagne naar optimaal resultaat. Dus als er een dominante groep is, zoals mannen in de IT, zal de advertentie gericht op vrouwen ondersneeuwen. Dus aparte campagnes zijn nodig. Elke campagne met apart budget die technisch gezien los van de andere campagne staat op de verschillende platformen.

4. Website

Je website blijft het centrale punt van je werving



De corporate recruitmentsite, je eigen website, is in de meeste gevallen nog steeds het centrale punt van je werving.

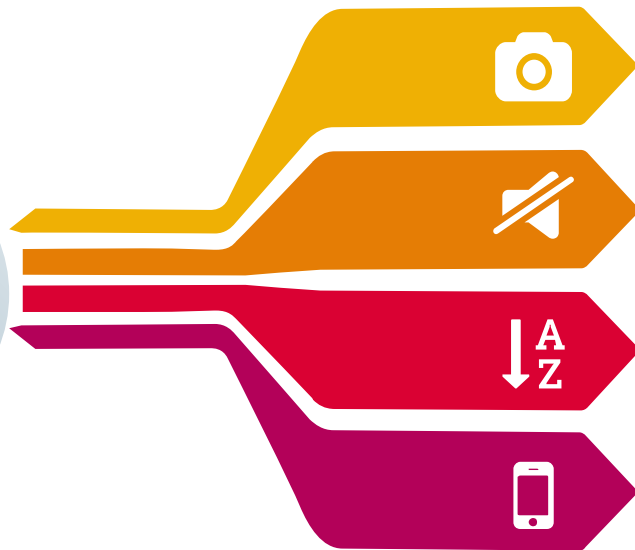
Veel van de advertenties komen uiteindelijk uit op je website, waar de kandidaat wel of niet besluit te solliciteren.

Als je veel aan actieve sourcing doet stuur je de kandidaat doorgaans naar de vacature op de website.

De meeste kandidaten, volgens sommige onderzoek 90%, bekijkt ergens in het proces voordat ze solliciteren je website, zeker bij alle niet hoog volume banen.

4. website

Mogelijke elementen in je website die bias veroorzaken



Fotografie

Fotografie speelt onbewust een hele grote rol in het weergeven van het beeld van je organisatie.

Geen audio

Voor blinde mensen of mensen met een beperkt zicht is het niet aanbieden van voorleesopties een grote beperking.

Lettertype

Hoe ouder mensen worden, des te belangrijker met name de grootte van het lettertype.

Mobiel

Niet iedereen beschikt over een laptop of desktop computer. Zorg voor goede mobiele toegankelijkheid, ook om te solliciteren.

4. website

Bias in fotografie

Fotografie

Fotografie kent waarschijnlijk het hoogste risico op bias als het om de corporate recruitmentsite gaat. Fotografie ziet elke bezoeker. Video's worden niet altijd bekeken, tekst niet altijd gelezen. Maar een foto wordt gezien, al is het onbewust.

En een plaatje spreekt 1.000 woorden.

Fotografie speelt dus een grote rol in het (onbewust) creëren van een beeld van het soort medewerkers dat een organisatie zoekt. Zorg daarom voor een eerlijk en divers beeld van je organisatie. Op de hele site, maar vooral de foto's bij vacatures spelen een belangrijke rol.

Campagnes met speciale landing pages zijn doorgaans extra succesvol als de fotografie op de landingpage zich aanpast aan de persona van de campagne.



Case

Maar niemand meldde zich aan

”



Bewust op zoek

Bij een zorginstelling waar Digitaal-Werven website-advies gaf hingen bij binnenkomst de foto's van de medewerker van de maand van de laatste 6 maanden. Slechts 1 had een witte huidskleur.

Eén van de issues die deze organisatie had was dat er bijna niemand met een bi-culturele achtergrond solliciteerde, terwijl ze er wel waren.

Uit een snelle analyse bleek dat 100% van de foto's op de recruitmentsite van witte mensen waren. Op de vraag hoe dit zo kwam was de reactie: "Alleen deze mensen reageerden op de oproep. Moet ik dan mensen gaan vragen?"

Het antwoord op deze vraag is: ja. Zorg ervoor dat de fotografie op je website altijd een afspiegeling is van je organisatie. Ook als je dan dus bewust mensen moet gaan vragen.

4. website

Bias in audio

Audio

Nederland kent zo'n 300.000 mensen met een visuele beperking, waarvan 200.000 slechtziend en 50.000 blind zijn.

De webrichtlijnen voor een toegankelijke website schrijven voor dat voor mensen met een visuele beperking het een must is om audio-opties van de website aan te bieden. De kosten hiervan zijn inmiddels erg beperkt.

Hoewel natuurlijk niet alle banen door mensen met een visuele beperking gedaan kunnen worden, zijn er meer dan genoeg banen die dat wel kunnen. Door geen voorlees opties op de site aan te bieden worden mensen met een visuele beperking buitengesloten.



4. website

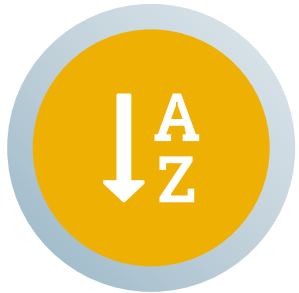
Bias in lettertype

Lettertype

Lettertype, of beter gezegd puntgrootte, kan een leeftijdsbias in de kaart spelen. Natuurlijk is het altijd mogelijk om op een website de puntgrootte groter te maken, maar deze optie is niet bij iedereen bekend en belangrijker: het zou niet nodig moeten zijn.

Kandidaten haken af als ze moeite hebben met het lezen van een website of een vacature. Hoe ouder mensen worden, des te groter de kans dat ze moeite hebben met kleine letters lezen.

Door relatief kleine letters te gebruiken schrik je onbewust en onbedoeld oudere sollicitanten af.



4. website

Bias in device

Mobiel

Hoewel het in Nederland een minder groot probleem is dan in veel Aziatische en Afrikaanse landen is het geen gegeven dat iedereen een laptop of desktop computer heeft.

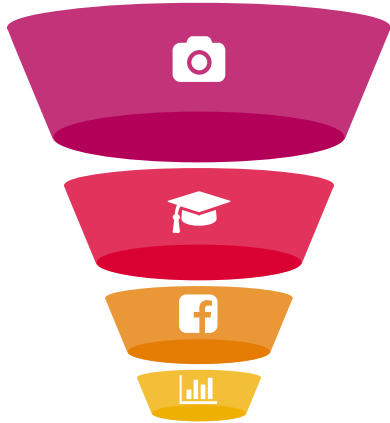
Het mobiel toegankelijk maken van de website is daarom een must om klasse bias tegen te gaan. Hierbij gaat het niet alleen om het mobiel toegankelijk maken van de informatie, maar ook het sollicitatieproces. Zo hebben de meeste mensen geen cv op hun mobiele telefoon, maar soms wel in Google Drive of Dropbox.

Zorg dat je website meerdere devices, met name mobiele telefoons, ondersteunt.



5. Pre-selectie

Het proces van veel kandidaten naar die op gesprek mogen komen



Pre-selectie is het proces van sollicitanten naar kandidaten. Wie mogen er op gesprek komen? Doorgaans gaat dit nog altijd op cv selectie, ook al is er nog nooit één academisch onderzoek geweest dat een correlatie heeft kunnen vinden tussen iets in het cv en prestaties in de toekomst.

Bij een cv selectie proces kunnen veel biases optreden:

- Op naam: Mohammed heeft $\frac{1}{3}$ kans uitgenodigd te worden t.o.v. Mark;
- Op foto's die meegestuurd worden, wat in bv. de VS verboden is;
- Op geboortedatum: oudere werknemers krijgen (on)bewust geen kans;
- Op opleiding: waar de eigen universiteit vaak als superieur gezien wordt;
- Op bekende werkgevers: alsof die geen slechte mensen aannemen;
- Op hobbies: tennissers zijn individualisten, voetballers teamspelers;
- Op adres: met iemand uit de schilderswijk nemen we wel een risico.



Een oplossing

Het verwijderen van veel informatie uit cv's die mogelijk bias kunnen veroorzaken kan bijdragen aan een eerlijker selectieproces.

Anoniem solliciteren

Het eenvoudigweg verwijderen van potentieel bias veroorzakende elementen in een cv, zoals de naam, geboorte datum, geboorteplaats, geslacht, foto's en adres kan bijdragen aan een eerlijker pre-selectie proces. Uiteraard kan dit nooit alle bias weghalen, want leeftijd is vaak ook af te leiden aan de hoeveelheid werkervaring. Soms is een migratie achtergrond af te leiden aan opleidingen en het risico op bekende werkgeversbias en hobbybias blijven aanwezig.

Niet elke pilot is even succesvol geweest, waarbij zonder adequate training en coaching de bias soms verderop in het proces intrede deed. Het heeft echter nooit een negatief effect gehad.



Een oplossing

Een skills based ATS als Recrout dwingt hiring managers en recruiters na te denken over de benodigde skills



Skills based hiring

Een oplossing om bias in pre-selectie te voorkomen is met skills based hiring. Door vooraf te bepalen welke skills nodig zijn voor een functie en de meetmethode te bepalen kunnen al veel vooroordelen weggenomen worden.

Nu zijn er veel vormen waarin skills gemeten kunnen worden, sommige betrouwbaarder dan anderen. Je kan skills meten via tools die cv's analyseren en via een breed spectrum aan verschillende soorten assessments, die verschillende soorten skills testen en elk hun eigen sterktes en zwaktes hebben. Bij Skills based hiring is er in ieder geval een framework van skills om op te selecteren.



**Het assessment
gedreven en
objectieve skills-based
ATS systeem**

Vraag een demo aan op www.recrout.com



Een skills based hiring oplossing

Tools als 8vance en Nalantis kunnen een cv omzetten in skills.

”

Van CV naar skills

Een manier om aan skills based hiring te doen is skills extraheren uit een cv. Hierbij wordt meestal het ESCO framework van de Europese Unie gebruikt. Een baan heeft taken en bij die taken horen skills.

Het voordeel van deze methode is dat het eenvoudig en zeer kandidaatvriendelijk is. CV uploaden, klaar.

Het nadeel is dat je een skill hebt of niet, maar er geen niveau is. Dat iemand kan fietsen wil niet zeggen dat deze ook de Tour kan rijden. Ook weet je niet of iemand alle skills heeft die je voor een functie moet hebben en kan je makkelijk skills missen omdat iemand nooit de kans heeft gekregen die te laten zien.

Een skills based hiring oplossing

Assessments kunnen veel bias wegnemen, maar implementatie is niet eenvoudig.

In het Digitaal-Werven downloadcentrum is de gratis Assessment Checklist te downloaden



Assessments

Een andere manier om aan skills based hiring te doen is via assessments. Hierin zijn veel varianten, elk met hun eigen voor- en nadelen.

Belangrijke voordelen van deze methode is dat je skills echt meet, dat je ook skills die nooit gebruikt zijn in een functie kan meten en dat je ook de kwaliteit van een skill kan meten. Afhankelijk van de test kunnen dit alle soorten skills zijn, inclusief potentie.

Belangrijke nadelen zijn de candidate experience, je vraagt kandidaten om behoorlijk wat tijd, er is risico's op bias in de testen en het feit dat het aanschaffen van en kalibreren een moeilijk proces is.

Een oplossing

Structuur is altijd beter dan geen structuur bij het aannemen van mensen. Een gestructureerde phone screen, in plaats van of naast een cv kan ook ” bijdragen aan minder bias.



Gestructureerde phone screen

Een gestructureerde intake waarin de essentiële informatie wordt uitgevraagd via de telefoon, al dan niet via een bot of een chatbot.

Als motivatie belangrijk is, kan je in plaats van een motivatiebrief beter specifiek vragen stellen, dezelfde aan iedereen. Als eigenlijk een rijbewijs of een BIG registratie het belangrijkste is, vraag daar dan gewoon om.

Een gestructureerd intake gesprek waarin enkel de must have criteria worden uitgevraagd maakt de selectie veel objectiever en daarmee eerlijker.

Technologie maakt dit schaalbaar.

Een oplossing

Open hiring geeft gewoon de baan aan de eerste persoon die ja zegt.

”

OPEN HIRING
FIRST COME, FIRST HI

Open hiring

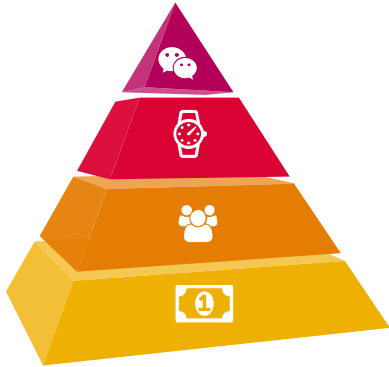
Niet voor elke baan mogelijk, maar soms is selectie gewoon niet nodig.

Sommige banen kunnen in de basis door praktisch iedereen uitgevoerd worden. Van order picken in een distributiecentrum tot vuilnis ophalen en zo zijn er nog een hele reeks functies te bedenken. Open hiring is voor die functies heel geschikt.

Zoals de recruitment manager van een grote retailer zegt: als voor je distributiecentra personeel het belangrijkste criterium is dat ze op komen dagen, hebben ze daar toch aan gedaan als ze op een open hiring dag komen opdagen?

6. Selectie

De gesprekken en andere testen



Tot slot is er nog de selectie. Dus alles vanaf het eerste gesprek tot de hire.

In het selectieproces zit veel bias, maar dit is vaak moeilijk te kwantificeren. Want het is onmogelijk om dit, zoals bij cv's, precies te A/B testen. Wel is er veel data die wijst op een bias.

Uit data uit de VS blijkt bijvoorbeeld dat:

- Als mannen een vrouw interviewen het interview minder vaak op tijd begint.
- Een man die een vrouw interviewt spreekt 30% meer dan bij een man.
- Mannen met mannelijke kandidaten 63% vaker over sport praten, wat kan leiden tot een affinity bias.

Hoewel dit het lastigste deel van het proces is om bias vrij te maken, zijn ook hier veel stappen mogelijk, en noodzakelijk om het eerlijker te maken.

Een oplossing

A man in a dark suit and blue tie is holding a white puzzle piece with a blue silhouette of a person. The background is a blurred blue sky. On the left side of the image, there is a yellow vertical band with a pattern of puzzle pieces, some containing person icons.

Een gestructureerd proces is de meest effectieve manier om bias te minimaliseren.



Gestructureerd proces

Het belangrijke wapen om bias in het selectieproces te verlagen is een gestructureerd proces. Elke kandidaat op dezelfde manier, met dezelfde vragen, in dezelfde volgorde, door dezelfde persoon gesteld, interviewen en de antwoorden tegen hetzelfde framework beoordelen.

Door elke kandidaat exact hetzelfde te behandelen wordt de kans op bias geminimaliseerd. Onderdeel van elk gestructureerde proces is natuurlijk ook de beoordeling, welke direct na elk gesprek ingevuld moet worden op alle elementen waarop beoordeeld wordt. Dus nooit één totaalcijfer per kandidaat, maar altijd per competentie of skill.



Een case

Facebook heeft gestructureerde gesprekken naar het volgende niveau gebracht.

”

Volledig gestructureerd

Bij Facebook is het gestructureerde gesprek op een ongekend niveau. Men heeft voor technische functies een interview gids die niet alleen aangeeft welke vragen per skill gesteld kunnen worden, maar ook hoe de antwoorden moeten worden gerangschikt.

Op deze manier weten ze dat het niveau van de kandidaat wereldwijd overal hetzelfde is en dat een senior uit Japan ook op senior niveau in Europa kan werken en een medior uit India ook medior in de USA is.

Het categoriseren van ook alle mogelijke antwoorden, natuurlijk niet exact woord voor woord, is een niveau aan structuur dat zelden vertoond is.

Een oplossing

Bias-training heeft zonder verdere ingrepen beperkt effect, maar helpt wel als ook het proces aangepast wordt.



Bias-training

Bias-training wordt veel ingezet om aan te tonen dat er iets gedaan is om de bias te verlagen. Onderzoeken laten zien dat een bias-training alleen niet effectief is, het brengt geen gedragsverandering te weeg.

Dat wil niet zeggen dat het niet werkt, maar het werkt alleen in combinatie met andere zaken. Bias-training kan helpen als ook het proces aangepast wordt, bijvoorbeeld door meer structuur aan te brengen. Of door andere data te gebruiken om besluiten op te baseren.

Het kan helpen om mensen bewust te maken van hun onbewuste bias, wat de eerste stap is naar niet meer handelen op die bias.

Een oplossing

Tengai was de eerste robot interviewer. Tengai stelt enkel de vragen die zijn afgesproken, altijd op dezelfde toon en in dezelfde volgorde. Tengai analyseert de antwoorden op wat gezegd wordt, zonder bias.



Robot interviewer

Een robot interview lijkt ver weg, maar in Zweden heeft Tengai er al meerdere achter de rug. Inmiddels is Tengai van een fysieke robot ook beschikbaar als avatar op pc of telefoon.

Het voordeel van een robot interviewer is dat het proces altijd erg gestructureerd is, er geen risico is op affinity bias en er altijd hetzelfde framework gebruikt wordt om antwoorden tegen te waarderen.

Toch is het de vraag hoe kandidaten hier naar kijken. De reacties zijn gemengd. Ook omdat er veel tools zijn die naar meer dan alleen de antwoorden kijken, iets waar veel sollicitanten (vaak terecht) weinig vertrouwen in hebben.

Een oplossing

Een AI die meeluistert met gesprekken en de antwoorden van de kandidaat analyseert. ”



AI meeluister bot

Verschillende tools luisteren mee met Teams vergaderingen en maken daar samenvattingen van. Recruitment Bots, die ook als app op een telefoon in een fysiek gesprek gebruikt kunnen worden, maken analyses van de skills en de drijfveren van de kandidaat.

Een robot die de kandidaat analyseert doet dat altijd op hetzelfde framework, waardoor er geen interviewer bias kan optreden. Het is dus vergelijkbaar met de robot interviewer, maar hier interviewt de mens en analyseert de robot de antwoorden.

Een robot hoort en onthoudt alles van het gesprek en analyseert objectief.

IN2DIALOG

De AI tool die je sollicitatiegesprekken versterkt door aantekeningen te maken en de kerninformatie eruit haalt terwijl jij het woord voert.



Ervaar het zelf!



Record

Focus volledig op je kandidaten terwijl In2Dialog automatisch je face-to-face en online gesprekken opneemt.



Review

In2Dialog vat automatisch je gesprek samen en identificeert waardevolle informatie over de kandidaat.



Recruit

De belangrijke resultaten worden direct in je ATS ingevoegd op de juiste plek.
Betere interviews.
Betere matches.

www.in2dialog.com

Een oplossing

Een AI die meeluistert met gesprekken een analyse maakt van de interviewer.

”



AI meeluister bot

Dezelfde AI bot die de kandidaat analyseert doet dit ook voor de interviewer. Zo blijkt dat gemiddeld mannen meer praten met een vrouwelijke kandidaat dan een mannelijke, ze vaker te laat zijn bij een vrouwelijke kandidaat en ze vrouwen vaker interrumperen. Op individueel niveau kan een organisatie hier via coaching gerichte interventies op doen.

Ook kan een bot aangeven welk soort vragen een interviewer veel stelt. Stelt een interviewer bijvoorbeeld alleen waarom vragen (drijfveren) of hoe vragen (hard skills).

Data kan helpen beter te interviewen.



Nawoord

Het doel van deze whitepaper is bewustwording creëren over waar in het recruitment proces bias kan sluipen en wat mogelijke oplossingen kunnen zijn om het risico hierop te minimaliseren.

In het whitepaper staat regelmatig 'een oplossing', niet 'de oplossing'. Er is als het gaat om bias geen 'silver bullet'. Er is geen enkele technologische oplossing die alles oplost. Het is altijd een combinatie tussen proces en technologie.

Een oplossing moet passen bij het proces dat ingezet wordt voor de specifieke functie.

Soms versterken verschillende oplossingen elkaar. Zo blijkt bias training in de praktijk versterkend te werken op proces aanpassingen, maar heeft het als losstaande oplossing nauwelijks nut.

Technologie kan een slecht proces niet oplossen.

Nieuw boek Bas van de Haterd & Kevin Wheeler



Scan om bij de uitgever te bestellen en meer info

Of bestel het op [Bol.com](https://www.bol.com) of [Amazon](https://www.amazon.com)



Contact

Advies over:

- Recruitmentsstrategie
- Recruitmentsproces
- Selectie technologie
- Recruitmentsite



Bas van de Haterd

Oprichter Digitaal-Werven

bas@vandehaterd.nl

06 - 1430 1435

<http://www.digitaal-werven.nl/>