

DOORST  P

Sectoronderzoek recruitment marketing in de logistiek

Een onafhankelijke sectoranalyse over hoe **logistieke werkgevers** in België scoren op **employer branding** en **recruitment marketing**.



Voorwoord

"De logistieke sector is het schoolvoorbeeld van een arbeidsmarkt onder druk."

Ondanks een toegevoegde waarde van meer dan 12 miljard euro in Vlaanderen, blijven duizenden logistieke vacatures structureel openstaan. In mei van 2025 alleen al, waren dat er volgens de [Arvastat](#) **11.763**.

Chauffeurs, magazijnmedewerkers en logistieke bedienden zijn volgens de [VDAB](#) al jaren **knelpuntberoepen**. De instroom daalt, vergrijzing versnelt, en een hardnekkig imago van de sector bemoeilijkt de instroom. Ondertussen groeit het aandeel tijdelijke contracten (27%) en kiezen beter opgeleide jongeren zelden voor praktische jobs, **met een steeds scherpere mismatch tot gevolg**.

Als recruitment marketing agency zien we hoe sterk bedrijven verschillen in hun aanpak. Zij die inzetten op employer branding, een vlotte jobsite en gerichte campagnes, bereiken ook latent werkzoekenden.

Dat zijn mensen die niet per se zoeken naar een andere job, maar wél openstaan voor een nieuwe uitdaging.

Ons onafhankelijk onderzoek bundelt 35 pagina's aan data over hoe de logistieke sector vandaag scoort op **employer branding en recruitment marketing**. Geen theorie, maar heldere inzichten en praktische aanbevelingen.

Ben jij vandaag actief binnen recruitment of employer branding in een logistieke speler? Lees dan door om te zien hoe we niet met theorie, maar met heldere inzichten en praktische aanbevelingen komen.

Bob

Co-founder **Doorstep**



Inventaris

Voorwoord	02	3 Resultaten	12
		<i>EVP</i>	14
		<i>Jobsite</i>	17
		<i>Online Advertising</i>	21
		<i>Inbound Recruitment</i>	24
		<i>ATS</i>	27
1 Inleiding	04	4 Conclusie	30
<i>Hoe de war for talent alles verandert</i>	05	<i>Logistiek staat op een kantelpunt</i>	31
<i>Employer branding en candidate journey in de logistiek</i>	08	<i>Over Doorstep</i>	33
2 Methodologie	09		
<i>Onderzoeksmethode</i>	10		
<i>Aandachtspunten & limitaties</i>	11		
		5 Bronnen	34

1 Inleiding

Hoe de war for talent alles verandert

Inzichten en trends over de arbeidsmarkt in transport en logistiek.

Arbeidsmarkt onder druk

De arbeidsmarkt zit op een keerpunt. Jarenlang hadden bedrijven keuze te over, maar die tijden zijn definitief voorbij. Door vergrijzing, een krimpende instroom van jongeren en de impact van de coronacrisis kampt de arbeidsmarkt structureel met tekorten.

Mismatch groeit, vooral in logistiek

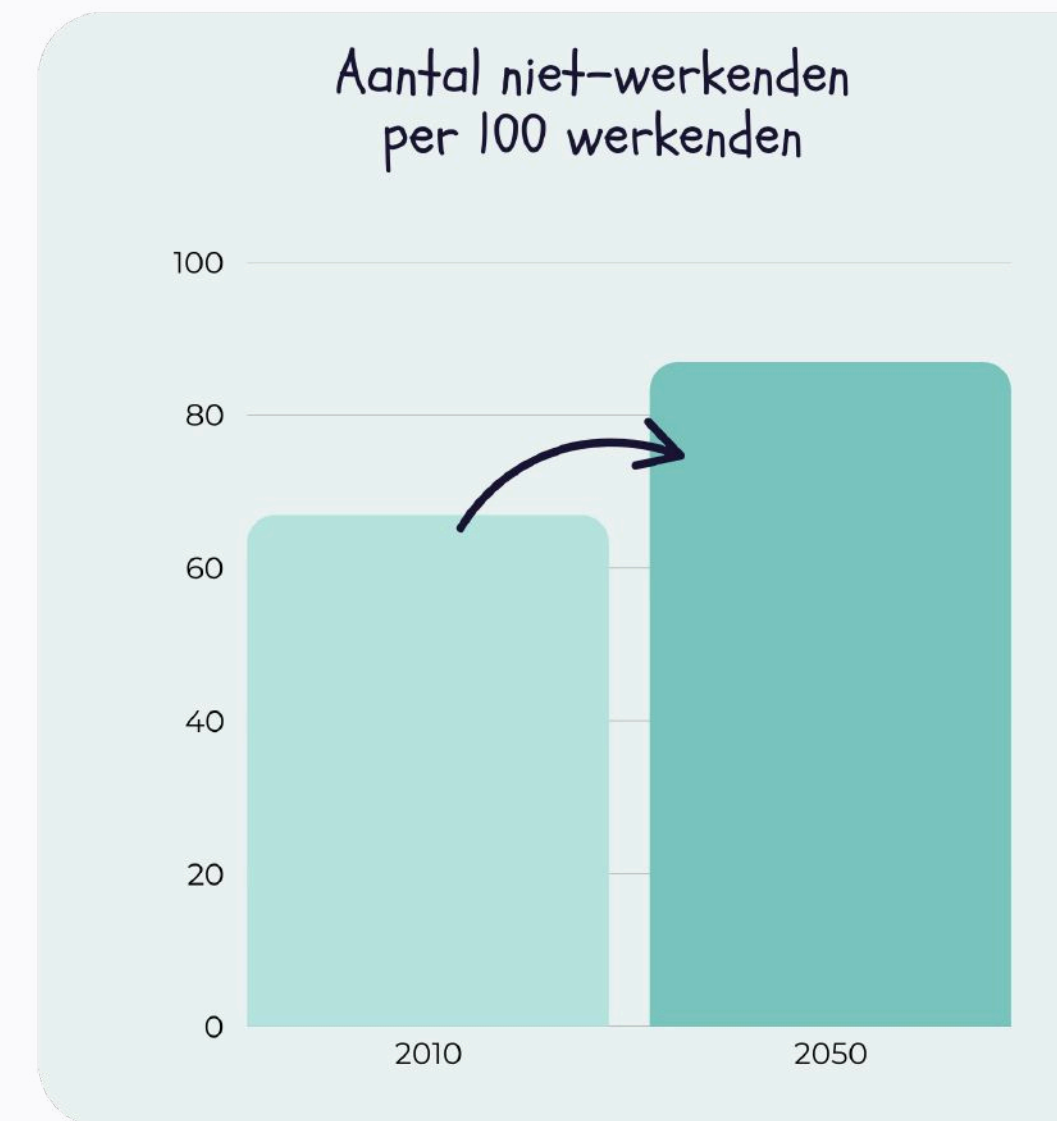
Sectoren als logistiek voelen de gevolgen het sterkst: vacatures stapelen zich op, maar geschikte kandidaten blijven schaars. Vooral praktisch geschoolde profielen zijn moeilijk te vinden.

Logistieke bedrijven zoeken massaal naar chauffeurs, magazijnmedewerkers, planners en expediteurs — stuk voor stuk beroepen die al jaren als knelpuntprofielen worden erkend. De oorzaken zijn divers:

- Weinig instroom uit opleidingen.
- Strikte praktische vereisten, zoals rijbewijzen of ervaring.
- Mismatch tussen gevraagde vaardigheden en het beschikbare aanbod.

Tel daar de vergrijzing bij op en de uitdaging wordt duidelijk: een grote groep ervaren medewerkers verlaat de arbeidsmarkt, terwijl het aandeel praktisch geschoolde jongeren blijft dalen. Volgens prognoses zal tegen 2030 slechts 45% van de schoolverlaters een beroeps- of technische opleiding hebben gevolgd.

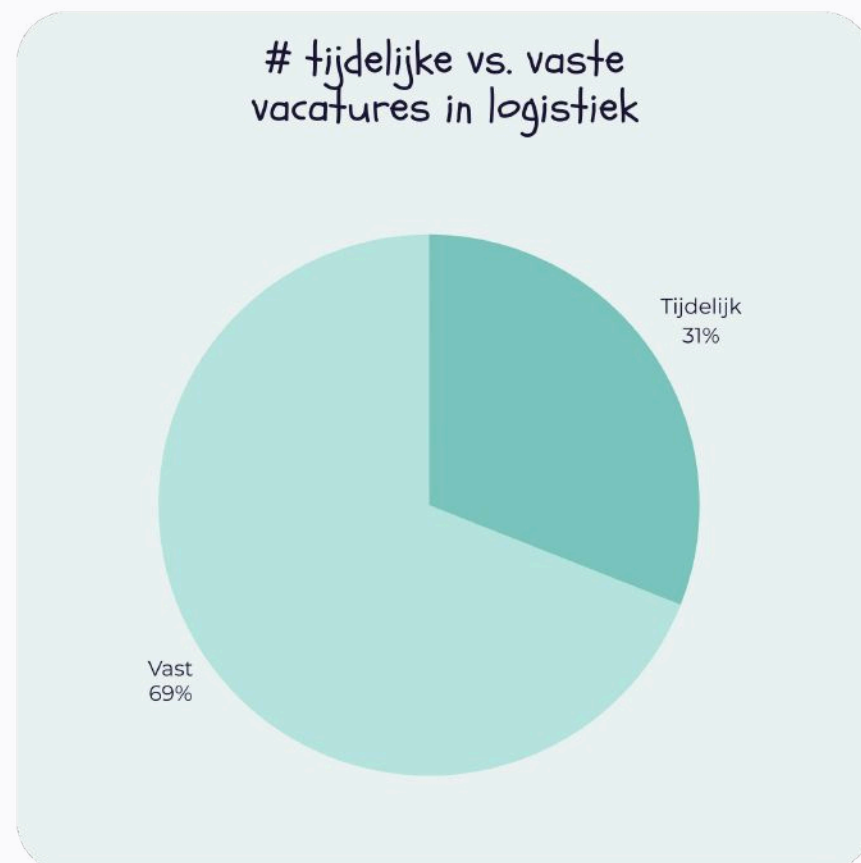
“De mismatch tussen vraag en aanbod in de logistiek wordt de komende jaren alleen maar groter.”



Het grote imagoprobleem

De logistieke sector kampt bovendien ook met een imagoprobleem. Veel werkzoekenden beschouwen de sector als **fysiek zwaar**, met **onregelmatige uren**, **hoge werkdruk** en **weinig doorgroeimogelijkheden**. Dat beeld zorgt ervoor dat jongeren – en zeker hoger opgeleiden – de sector links laten liggen in hun zoektocht naar een nieuwe job.

Of die vooroordelen gegrond zijn, is een andere zaak. Want tegelijk wordt de sector wel flexibeler: vandaag bestaat **31% van de vacatures uit tijdelijke functies**.



Bedrijven passen zich aan een volatiele markt aan, maar dat maakt het net extra moeilijk om een connectie op lange termijn op te bouwen met jouw medewerkers.

"Werkzoekenden beschouwen de logistieke sector als **zwaar**, met **onregelmatige uren**, **hoge werkdruk** en **weinig doorgroeimogelijkheden**."

Technologie als hefboom: AI als gamechanger

Toch zijn er ook kansen. Technologische innovatie, en zeker artificiële intelligentie, biedt mogelijkheden om het tekort aan arbeidskrachten deels op te vangen:

- Slimme routeplanning vermindert tijdsverlies.
- Geautomatiseerd voorraadbeheer verhoogt efficiëntie.
- AI-tools ondersteunen administratieve en planningsprocessen.

Technologie kan niet alle tekorten oplossen, maar wel helpen om het werk van bestaande medewerkers aangenaamer en haalbaarder te maken.

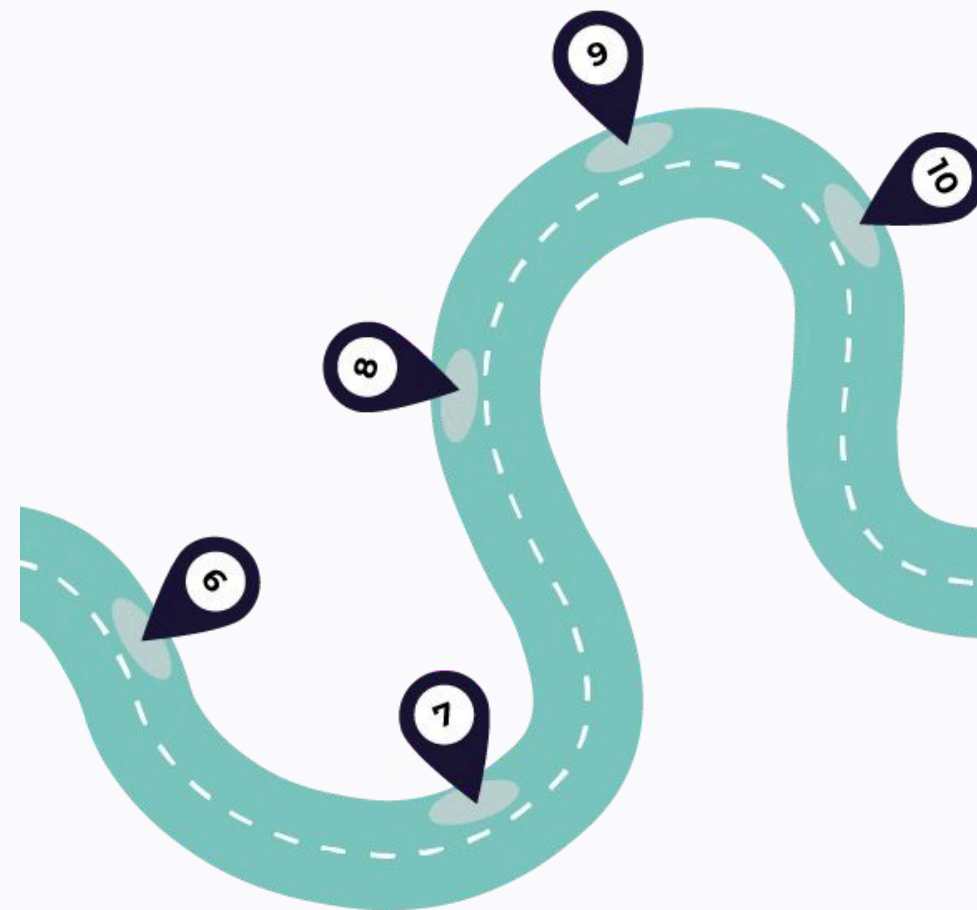
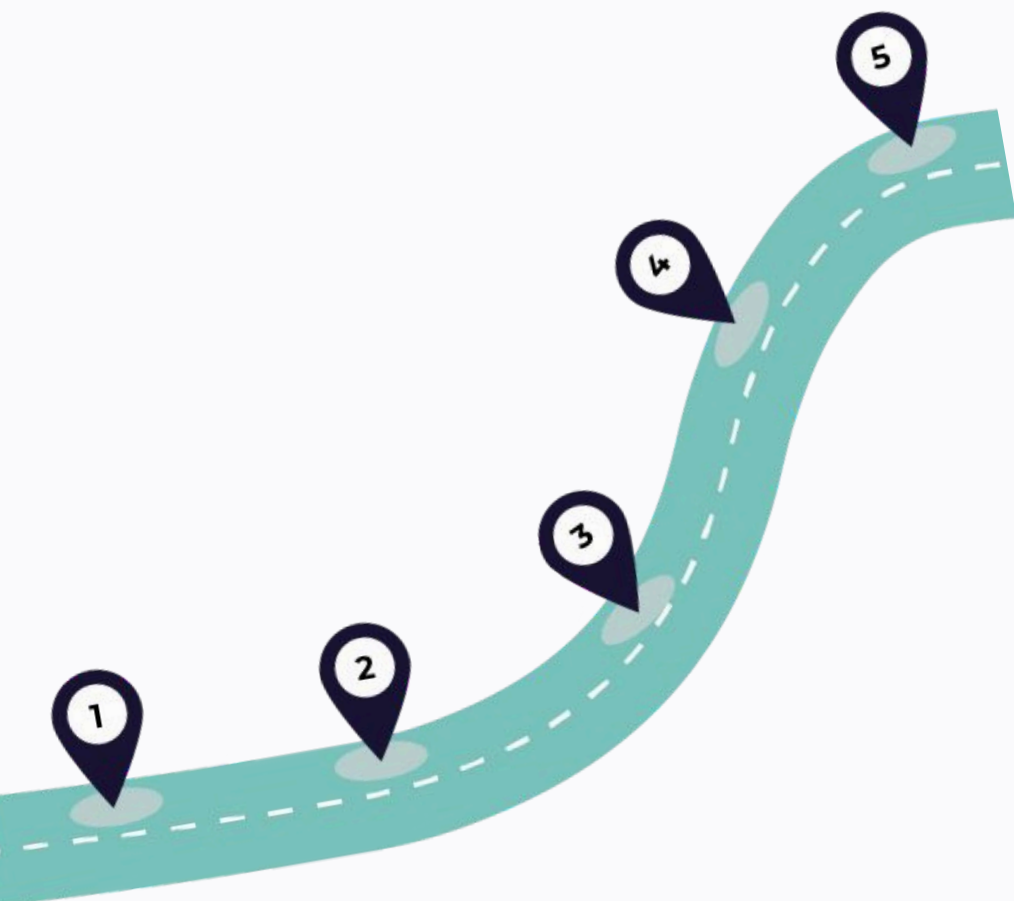


In welke mate gebruikt jouw bedrijf AI al om arbeidstekorten op te vangen?

Door de opkomst van digitale processen en nieuwe technologieën verandert ook het profiel van de ideale werknemer. Magazijniers werken met scanners en tablets, planners gebruiken AI-ondersteunde tools, en chauffeurs krijgen te maken met slimme boordcomputers. **Bijscholing wordt daardoor in de toekomst essentieel**. Voor werkgevers is het nu het moment om te investeren in digitale vaardigheden – anders dreigt niet alleen een tekort aan mensen, maar ook aan **de juiste mensen**.

Employer branding: meer dan een mooi verhaal

In een krappe arbeidsmarkt hebben kandidaten het voor het kiezen. Ze nemen hun tijd om bedrijven te vergelijken en zoeken meer dan alleen een job: ze zoeken visie, waardering en een inspirerende werkomgeving. En wist je trouwens dat een kandidaat gemiddeld zo'n **17 touchpoints** nodig heeft vooraleer hij overweegt bij jou te solliciteren? Dat zijn 17 contactmomenten over **6 maand** waarop ze zich niet alleen door jouw organisatie, maar ook die van je concurrent kunnen laten overtuigen.



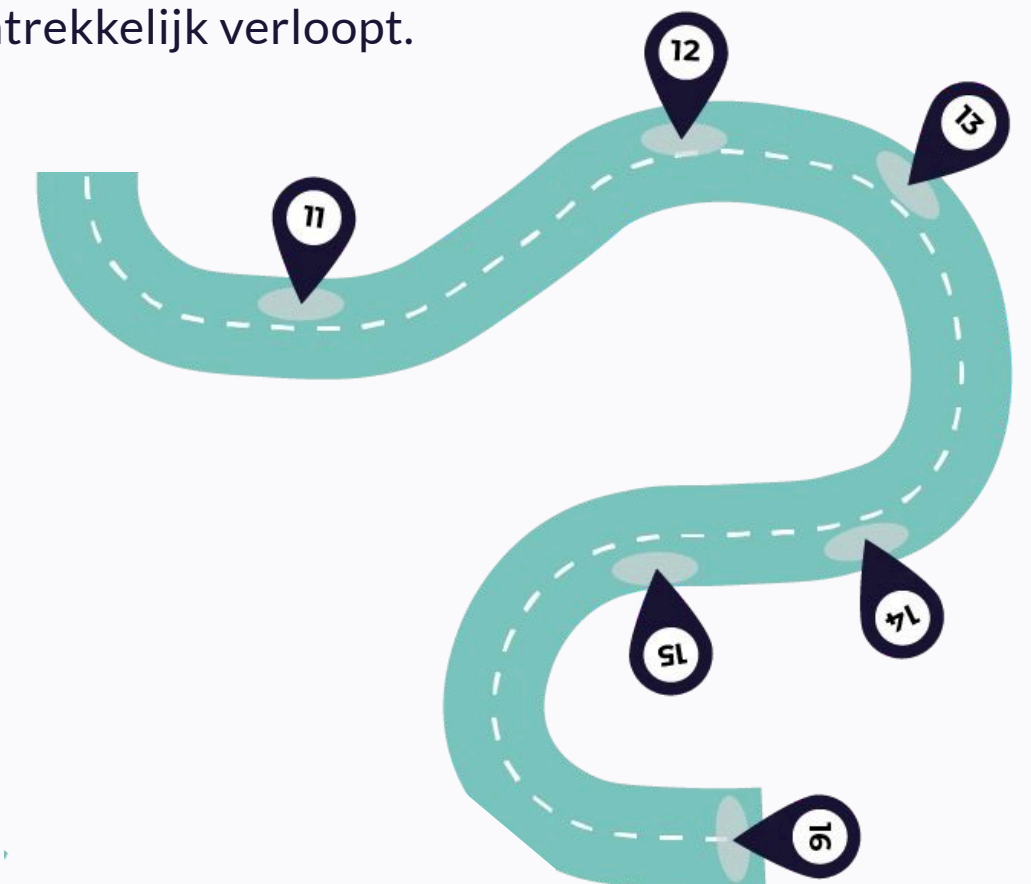
De basis eerst

Een sterk employer brand begint intern. Tevreden medewerkers zijn **je beste ambassadeurs**. Hun ervaringen versterken jouw imago veel authentieker dan welke marketingcampagne ook. Employer branding is dus **geen buitenkantshow**: het vraagt om een cultuur waarin welzijn, respect en groeikansen centraal staan. Voor je kunt bouwen aan een inspirerend verhaal, moet de basis kloppen. Duidelijke afspraken rond werkdruk, respectvolle omgang en een eerlijke verloning zijn vandaag geen luxe, maar absolute voorwaarden. Pas als deze fundamenten goed zitten, kun je verder groeien naar een **sterk werkgeversmerk**.

De candidate journey als rode draad

Talent aantrekken start niet pas bij de sollicitatie, maar bij de eerste indruk. Elk contactmoment – van een vacature op LinkedIn tot een social mediapost – vormt een puzzelstukje van het beeld dat een kandidaat van jouw bedrijf heeft. Een **gebruiksvriendelijke jobsite**, een **snelle en eenvoudige sollicitatieflow**, **duidelijke vacatureteksten** en slimme tools zoals job alerts maken hierin het verschil. Kandidaten die onderweg struikelen over obstakels, haken snel af.

De uitdaging? **Denk vanuit de kandidaat**. Zorg dat hun route naar jouw bedrijf vlot, duidelijk en aantrekkelijk verloopt.



Employer branding en candidate journey in de logistieke sector

Een onafhankelijk onderzoek

Arbeidsmarkt onder druk

Om te begrijpen hoe sterk bedrijven inzetten op hun employer brand en candidate journey, analyseerden we in maart 2024 een brede selectie logistieke spelers actief in België. We kozen bewust voor **bedrijven die écht focussen op logistiek** als core business, en analyseerden in totaal **26 organisaties**.

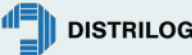
De onderzochte bedrijven zijn actief in verschillende deeldomeinen:

- Warehousing en distributie
- Internationaal transport
- Gespecialiseerde logistieke diensten
- Intermodaal transport en supply chain
- Havenlogistiek en bulkgoederen



**Geen vermelding?
Geen paniek!**

Vind je jouw organisatie hier niet terug? Geen zorgen, dat is zeker niet express. Aan het einde van dit onderzoek vind je onze contactgegevens. Laat ons samen jouw eigen recruitment marketing bespreken!

 ADPO	 Aertssen	 Alders	 CEVA Logistics	 DB Cargo	 DHL	 DPD	 DSV	 Distrilog	 ECS	 Eutraco	 Euroports	 Fedex
 Gheys	 H. Essers	 Jost Group	 Katoen Natie	 Kris De Leeneer	 Kuehne + Nagel	 Mainfreight	 Sarens	 Tabaknatie	 TDL	 UPS	 Van Miegheem	 Van Moer

2 Methodologie

Onze focus: 5 bouwstenen

We onderzochten hoe deze bedrijven digitaal aanwezig zijn om talent aan te trekken, en toetsten hen op **vijf kernaspecten**:

Geen veroordeling, wel inzichten

Dit onafhankelijke onderzoek is geen examen, maar een momentopname die bedrijven helpt om hun digitale strategie te versterken en meer talent aan te trekken.

Employee Value Proposition (EVP)

Wat maakt hen aantrekkelijk als werkgever? We bekeken websites, sociale media en jobboards zoals VDAB, Indeed en LinkedIn.



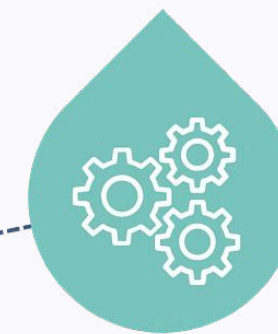
Online advertenties

Zijn ze aanwezig op kanalen zoals Google, Facebook, LinkedIn en TikTok om passief werkzoekenden te bereiken?



ATS

Hebben ze een Applicant Tracking System (ATS), talent pools en automatische antwoorden bij sollicitaties?



Jobsite: performance, tracking en gebruiksvriendelijkheid

We analyseerden laadtijden, mobiele ervaring, vacatureweergave en het online sollicitatieproces.



Inbound recruitment

Werken ze actief aan vindbaarheid via SEO, job alerts en e-mail capture?



Aandachtspunten & limitaties

Dit onderzoek is volledig onafhankelijk en uitgevoerd met een duidelijke missie: de digitale recruitment aanpak van logistieke bedrijven beter in kaart brengen. Maar zoals dat gaat met onderzoek, is niets ooit perfect. Daarom delen we graag ook even de kanttekeningen.

Over de onderzochte bedrijven

We kozen bewust voor 26 logistieke bedrijven actief in België, verspreid over verschillende niches (transport, warehousing, havenlogistiek...). Dat biedt een breed beeld, maar het is geen volledige doorsnede van de hele sector. Sommige grote spelers ontbreken, andere kleinere kwamen net wél in beeld.

Over de beschikbare data

Onze analyse baseerde zich op publiek toegankelijke gegevens: websites, jobpagina's, vacatureteksten, online advertenties, SEO-performance en mystery sollicitaties. We deden dus geen interviews. Dat betekent ook dat interne initiatieven of plannen voor verbetering (zoals een nieuwe jobsite in ontwikkeling) mogelijk buiten beeld bleven.

* Bekijk blz. 35 voor de geconsulteerde bronnen waarop wij onze score van de bedrijven in dit sectoronderzoek hebben bepaald.

Over technologie

Ook technologie speelt ons soms parten: laadtijden kunnen verschillen per moment van de dag, advertenties kunnen dynamisch zijn, en websites veranderen continu. Alles wat je hier leest is dus een momentopname van juni 2025.

Toch geven deze inzichten een helder overzicht van waar de sector vandaag staat, en waar nog groeikansen liggen. Zie dit dus als een uitnodiging om te reflecteren en gericht te verbeteren.

Of zoals we het bij Doorstep zeggen: *please tell me more.*



Je resultaten bespreken?

Op pagina 33 vind je onze contactinformatie.

Plan een gesprek in om meer te weten over je toegekende scores, onze berekeningen en manieren om met kleine stappen grote verschillen te maken en meer kwalitatieve kandidaten aan te trekken.

3 Resultaten

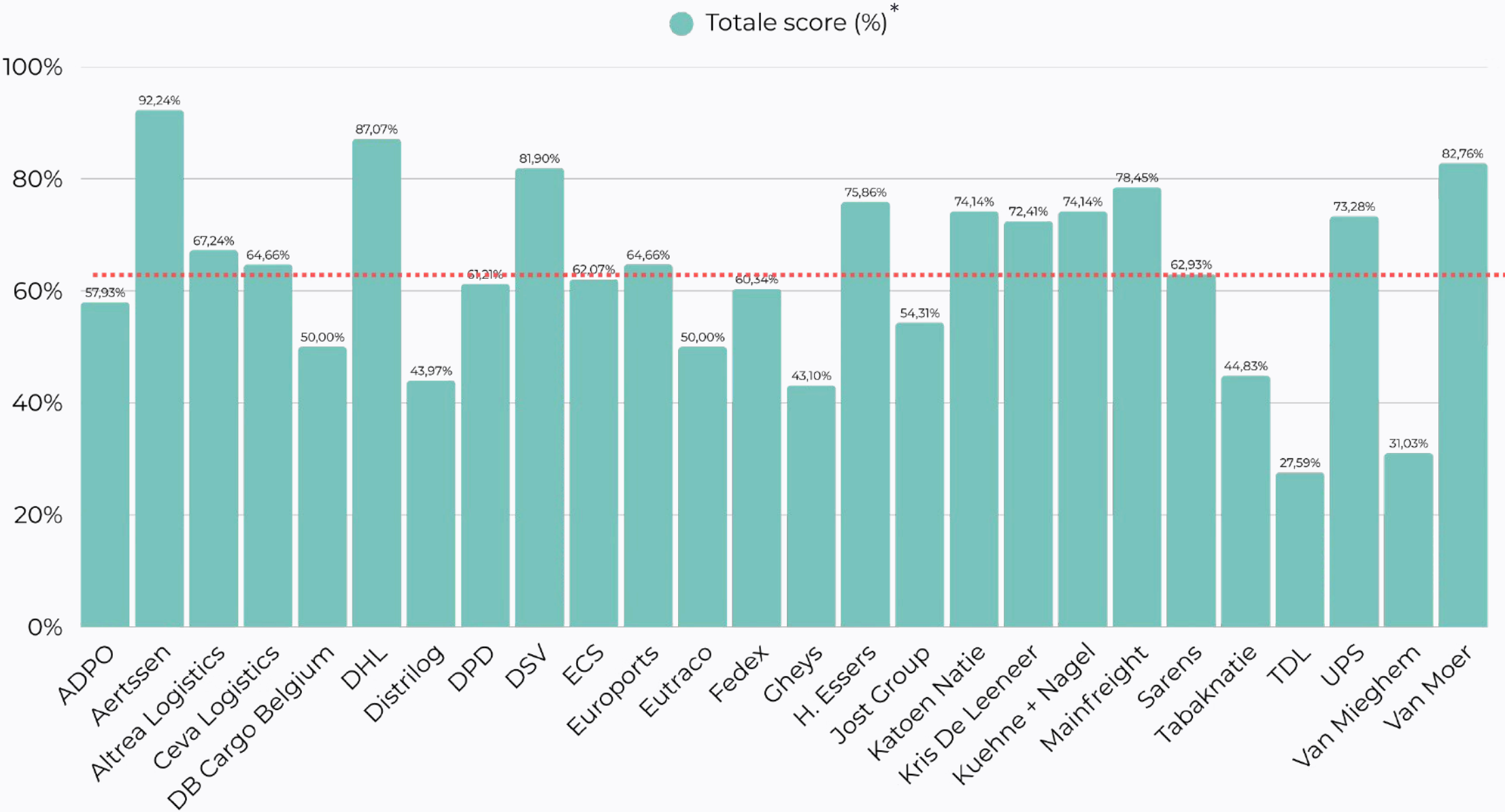
Grote spelers lopen voorop

maar kansen liggen er voor iedereen.

Uit onze analyse blijkt dat grote, internationale bedrijven over het algemeen betere scores behalen op de verschillende onderzochte elementen - al zijn er uitzonderingen. Dat is logisch: zij beschikken vaak over **grotere budgetten**, wat hen toelaat om meer te investeren in hun employer brand, advertising en digitale aanwezigheid. Daarnaast hebben ze vaak al meer naamsbekendheid door hun internationale aanwezigheid als gevestigde speler.

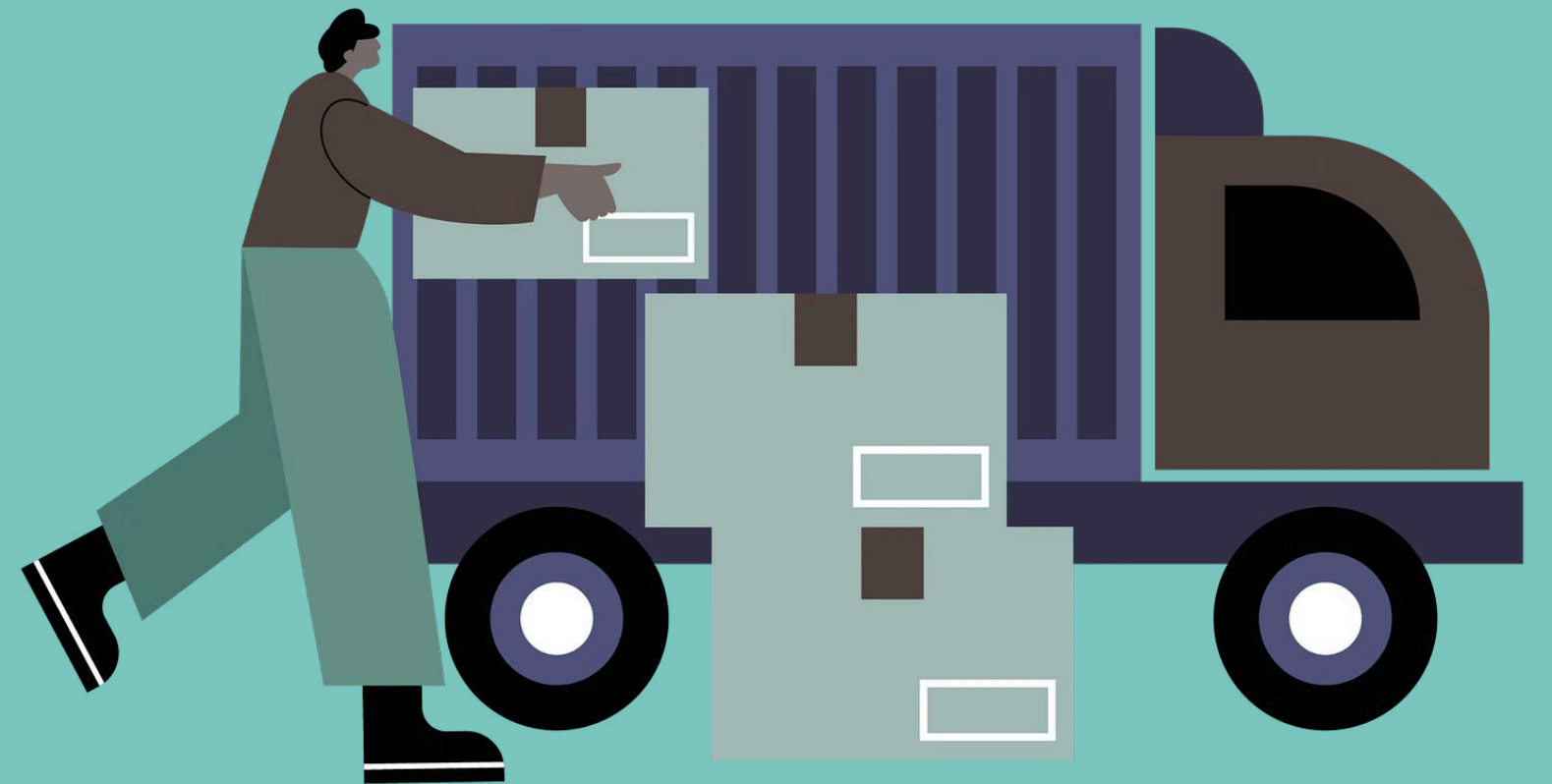
"Niet het grootste budget wint de war for talent, wel de slimste aanpak."

Toch bepaalt de grootte van de organisatie, noch het beschikbare budget altijd wie voorop loopt. In de volgende hoofdstukken zal blijken dat verschillende lokale of nationale bedrijven zeker niet onderdoen, of dat een beperkter budget geen excuus hoeft te zijn voor achterstand.



* Bekijk blz. 35 voor de geconsulteerde bronnen waarop wij onze score van de bedrijven in dit sectoronderzoek hebben bepaald.

EVP



Een sterke EVP zit niet in wat je zegt maar in wat je toont

De EVP is de kern van je werkgeversmerk: welke waarde bied je als werkgever aan je medewerkers?
We onderzochten hoe bedrijven op hun website communiceren over aspecten zoals hun werkomstandigheden, cultuur, verloning, werkomgeving en opleidingsmogelijkheden.

Sterke spelers onderscheiden zich door authenticiteit en concreetheid.

Bedrijven als Aertssen, DHL, H. Essers en Sarens blinken uit met een sterke, authentieke communicatie van hun werkgeversmerk. Ze brengen niet zomaar een verhaal, maar tonen concreet wat werken bij hen inhoudt: welzijnsprogramma's, groeimogelijkheden, work-life balance, en dat alles krachtig onderbouwd met echte foto's, video's en medewerkersverhalen.

Vaak voorkomende fouten

- Vage beloften zonder invulling.
- Clichés zonder concrete voorbeelden als bewijs.
- Gebrek aan gerichte EVP-content op de jobsite of sociale media.

Wat kandidaten écht willen weten

- Wat betekent flexibiliteit bij jullie? Glijdende uren? Thuiswerken?
- Hoe wordt welzijn concreet ondersteund?
- Wat maakt jouw bedrijf uniek tegenover dat van de buurman?

Zonder concrete invulling verliezen kandidaten het vertrouwen en haken ze sneller af.

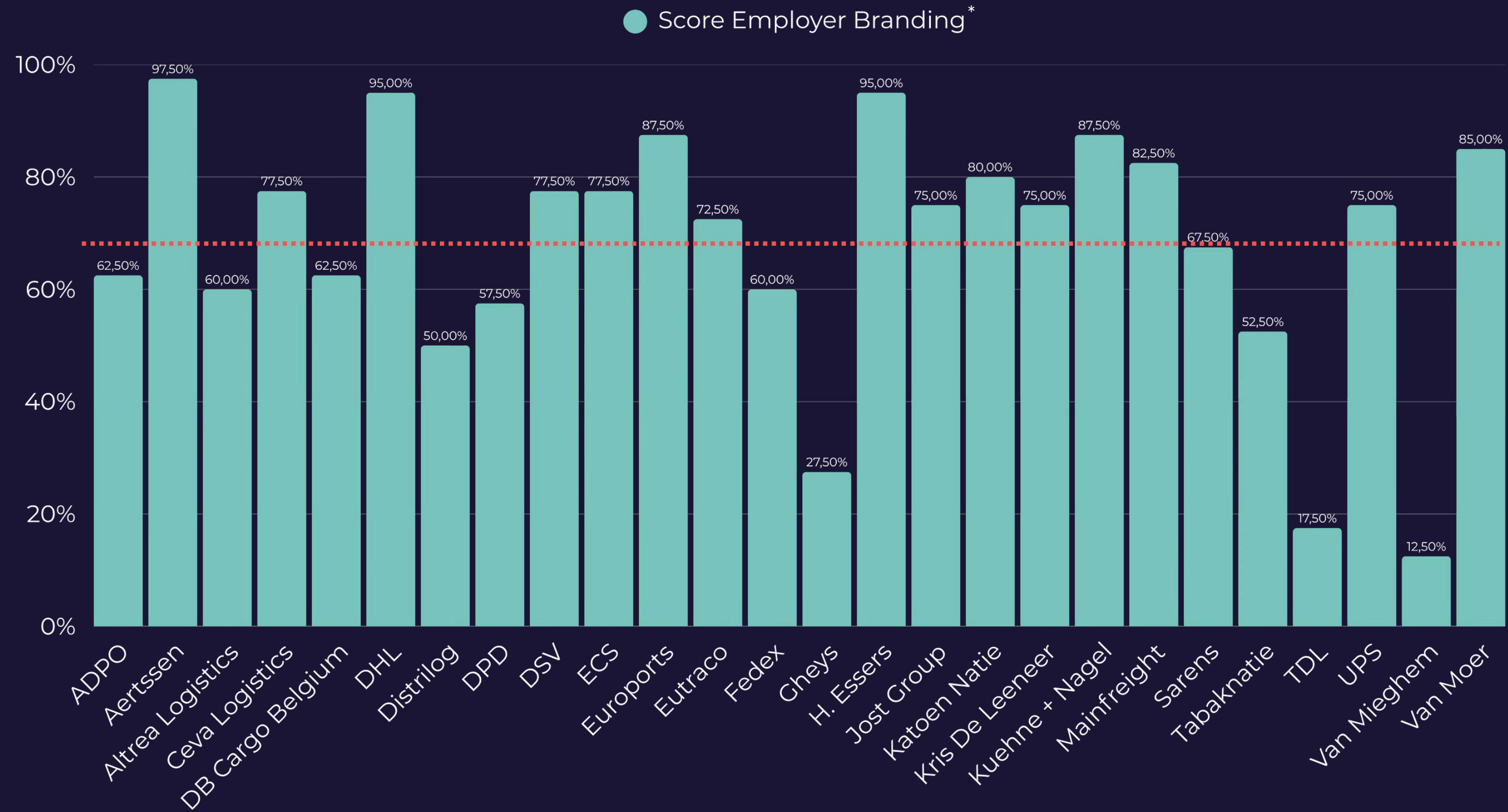


Eerlijkheid loont

Sommige bedrijven communiceren termen zoals “snel schakelen” of “klantgerichtheid” – vaak codewoorden voor hoge werkdruk en strakke deadlines. Geen probleem, zolang je er eerlijk over bent. Transparantie zorgt voor betere matches en minder verloop.

Kansen voor verbetering

- ☐ Maak EVP's tastbaar en specifiek.
- ☐ Laat echte medewerkers aan het woord.
- ☐ Vermijd holle buzzwoorden.



* Bekijk blz. 35 voor de geconsulteerde bronnen waarop wij onze score van de bedrijven in dit sectoronderzoek hebben bepaald.

Jobsite



De jobsite is vaak de achilleshiel

vooral bij kleinere bedrijven

We namen de proef op de som en plaatsten mystery sollicitaties via de jobwebsites van alle onderzochte organisaties. De meeste grotere bedrijven investeren in gebruiksvriendelijke en snelle jobsites. Slechts 7 van de 26 bedrijven scoren 50% of minder op de algemene beoordeling van hun jobsite. Toch blijft er veel ruimte voor verbetering, zeker rond mobiele ervaring en snelheid.

1 Mobile friendliness

Steeds meer kandidaten bekijken vacatures op hun smartphone, zeker wanneer ze via advertenties doorklikken. Toch scoorden 12 van de 26 bedrijven slechts 50% of minder op mobielvriendelijkheid.*

Typische fouten

- Verspringende tekst en knoppen
- Afbeeldingen die niet goed laden
- Kleine lettertypes of slecht leesbare layouts

Kans

- Zorg voor grote, leesbare tekst
- Laat buttons en filters correct schalen op mobiel
- Maak alle visuele elementen responsief

Aertssen, Kuehne+Nagel, DSV, Gheys en TDL zetten hier de standaard

2 Laadtijd

Snelheid bepaalt of een bezoeker blijft of afhaakt. 9 van de 26 bedrijven scoren ondermaats qua laadtijd.

Altea Logistics behaalde een perfecte speed score op zowel mobiel als desktop.

Typische fouten

- Afbeeldingen zijn te groot
- Te veel of slecht geconfigureerde plug-ins
- Geen caching ingesteld

Kans

- Gebruik moderne bestandsformaten (WebP, AVIF)
- Gebruik caching en lazy loading
- Doe regelmatige performance audits

3 Tracking

Data is onmisbaar om je recruitmentstrategie te verbeteren. 75% van de bedrijven heeft een web analytics tool (zoals Google Analytics) geïmplementeerd – goed nieuws!

Maar:

- Slechts 12 van de 26 bedrijven gebruiken ook social media pixels (Meta, LinkedIn)
- Slechts 8 bedrijven hebben een LinkedIn Insights Tag



WAAROM BELANGRIJK?

Met social pixels kun je bezoekers later retargeten in advertentiecampaagnes. Zelfs als je nu nog niet adverteert, kun je zo al waardevolle data verzamelen.

*Dat meten we via de industry standard Google PageSpeed Insights.



User experience (UX)

Een vlotte navigatie en een intuïtieve sollicitatieflow zijn essentieel. Slechts de helft van de bedrijven scoort 50% of lager op UX.

Kuehne+Nagel en UPS bieden overzichtelijke vacaturepagina's mét filters en zoekbalk.

Typische fouten

- Geen zoekfunctie of filters op de vacaturepagina
- Lange, onduidelijke sollicitatieprocedure
- Geen bevestiging na sollicitatie.

Kans

- Voeg filters toe op functie, locatie en jobtype.
- Hou het sollicitatieformulier kort en responsief.
- Gebruik een ATS om alles centraal op te volgen.

Vacatureteksten maken of breken het succes

Een goede vacaturetekst is meer dan een opsomming van taken en vereisten. Ze is een cruciaal onderdeel van de gebruikerservaring op je jobsite en bepaalt mee of een kandidaat blijft hangen of afhaakt.

Typische fouten

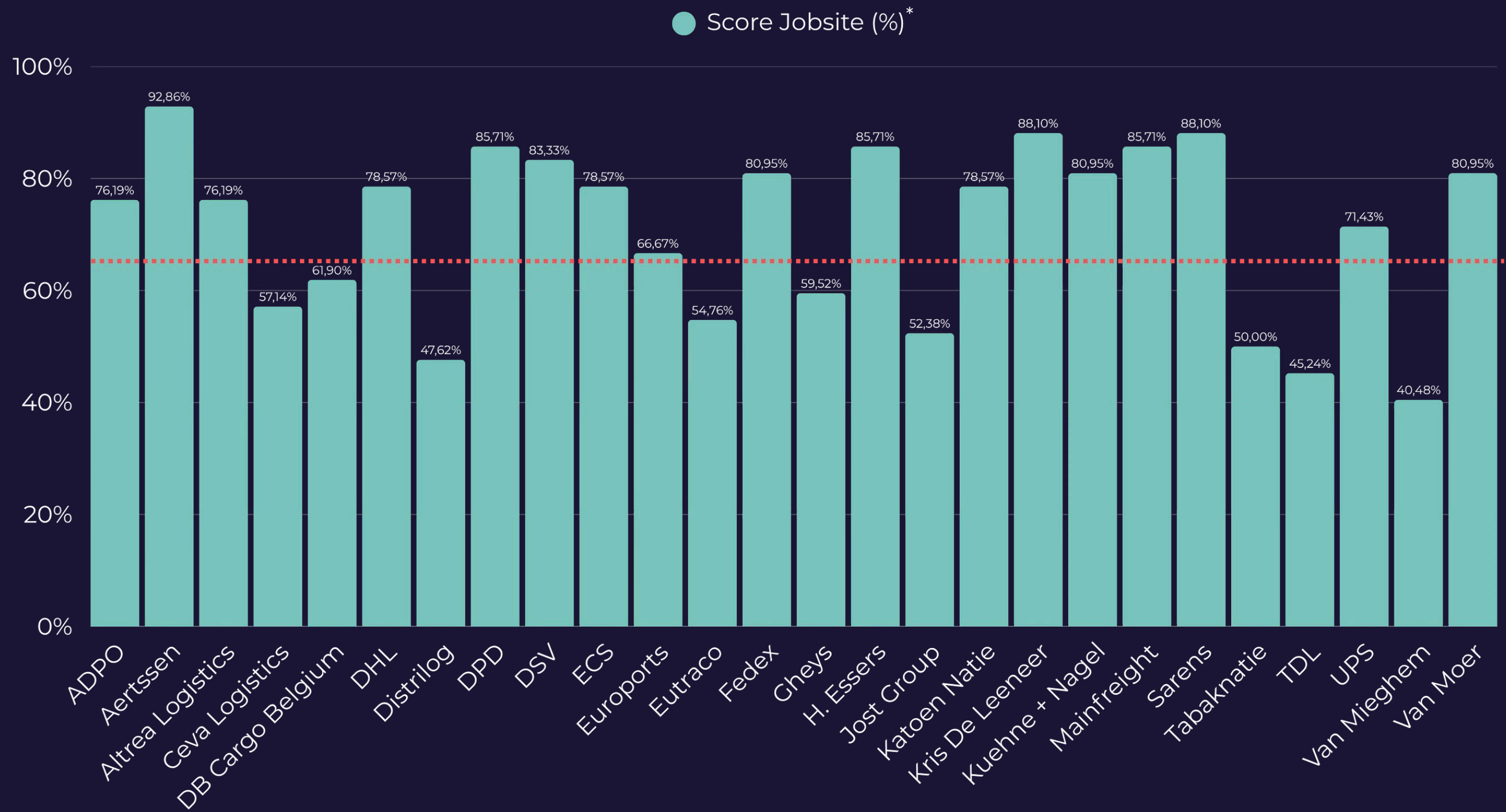
- Slechte mobiele weergave (11 van de 26 sites scoren <50% mobile friendly).
- Trage laadtijden, wat zorgt voor afhakers.
- Gebrek aan trackingtools zoals social pixels (slechts op 11 van de 26 jobsites geïmplementeerd).
- Complexe sollicitatieprocedures die kandidaten ontmoedigen.

Tips

- Start met een kernsamenvatting.
- Werk met duidelijke tussentitels en bullet points.
- Vermijd clichés ("uitdagende job", "jonge dynamische ploeg").
- Wees concreet over voordelen (salaris, ADV-dagen, bonusregelingen).

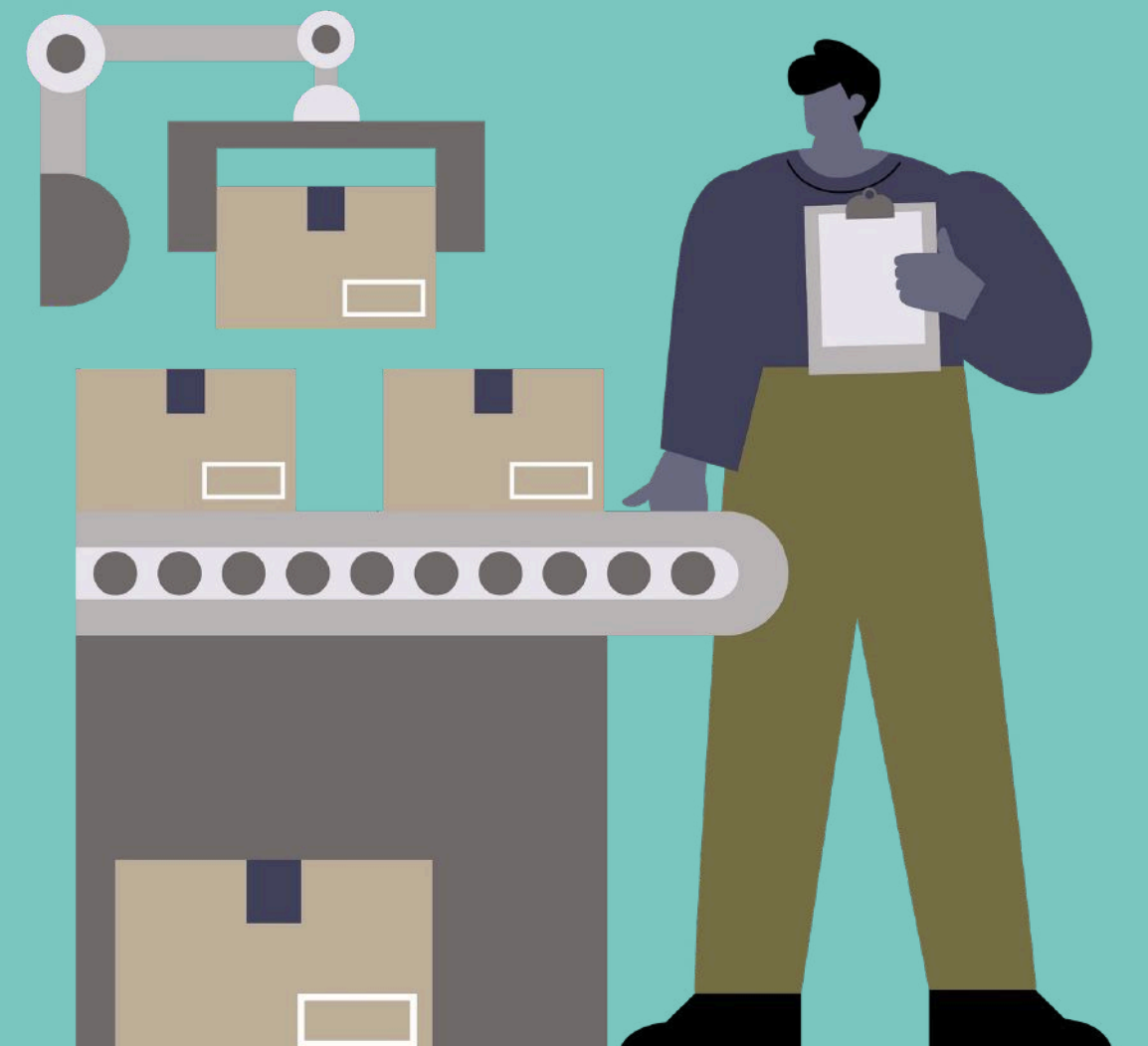
CHECKLIST

- ☐ Is jouw jobsite mobielvriendelijk?
- ☐ Track je jouw jobsiteverkeer?
- ☐ Gebruik je filters & zoekfunctie?
- ☐ Begrijpt je kandidaat je vacature?



* Bekijk blz. 35 voor de geconsulteerde bronnen waarop wij onze score van de bedrijven in dit sectoronderzoek hebben bepaald.

Online Advertising



De snelste weg naar latent werkzoekenden

In een krappe arbeidsmarkt vol schaarste is enkel rekenen op actief werkzoekenden onvoldoende.

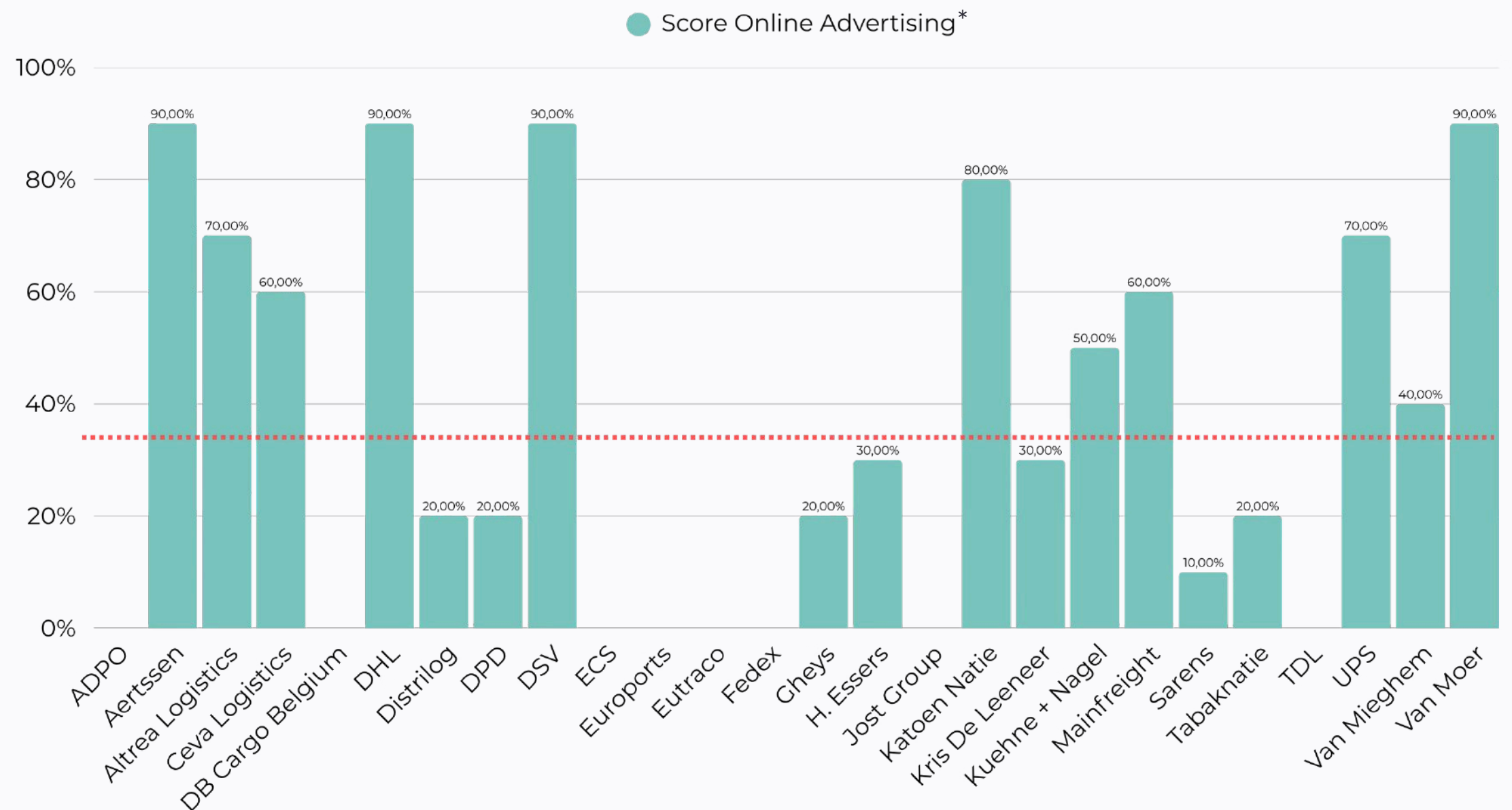
Slechts 2% tot 5% van de doelgroep is op elk moment écht actief op zoek.

Daarom is online adverteren cruciaal om ook passief geïnteresseerden aan te spreken.

Grote gemiste kans

- 8 van de 26 bedrijven adverteren helemaal niet, ondanks vaak tientallen openstaande vacatures. Niet elk bedrijf heeft hier per se nood aan, gezien we een stijgende trend zien in initiatieven rond interne mobiliteit.
- Voor al kleinere spelers missen hiermee de kans om passieve werkzoekenden aan te spreken.
- Veel bedrijven benutten de kracht van platforms als TikTok nog nauwelijks, terwijl ook 25- tot 34-jarigen hier steeds actiever zijn.

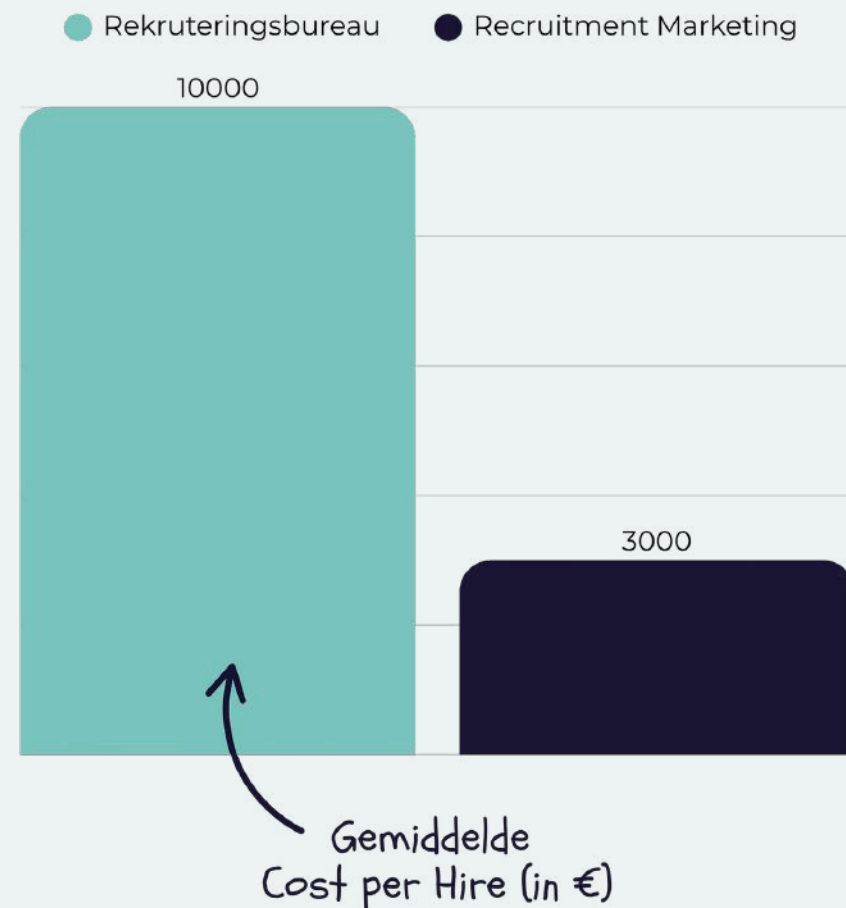
"8 van de 26 bedrijven
adverteren helemaal niet,
ondanks vaak tientallen
openstaande vacatures."



* Bekijk blz. 35 voor de geconsulteerde bronnen waarop wij onze score van de bedrijven in dit sectoronderzoek hebben bepaald.

De voordelen van online advertenties

- Ze bereiken zowel actief als latent werkzoekenden.
- Ze bieden nauwkeurige targetingmogelijkheden op locatie, jobtitel, interesses en gedrag.
- Ze zijn kosteneffectiever dan traditionele recruitmentkanalen: **gemiddeld €2.000–€3.000 per hire** via online campagnes versus veel hogere kosten via recruitmentbureaus.



De kracht van multichannel campagnes

Kandidaten nemen geen overhaaste beslissingen. Herinner je de **16 touchpoints** die gemiddeld nodig zijn voordat iemand solliciteert? Daarom werkt een multichannel-aanpak (Google, Meta, LinkedIn, TikTok, Indeed, ...) zoveel beter: je bouwt geleidelijk vertrouwen op en blijft top-of-mind.

WAT WERKT

- Aanpassen van de boodschap per kanaal en per fase van de candidate journey
- Retargeting inzetten om twijfelende kandidaten een extra duwtje te geven
- Meet en optimaliseer alles: cost per click, sollicitatiepercentage, cost per hire

Vrijwel alle bedrijven (behalve 4) zijn aanwezig op **VDAB** – logisch, want dat is wettelijk **verplicht vanaf 20 medewerkers**. Ook Actiris (Brussel) wordt vaak gebruikt, maar op Le Forem (Wallonië) en nicheplatformen zoals TL Hub zien we veel minder activiteit.



Zelfs met kleine budgetten vanaf **€7.500** kun je gerichte campagnes opzetten.

Logistieke tip!

Plaats je vacatures niet alleen op de grootste jobboards, maar ook op sectorspecifieke platformen waar je doelgroep actief is. Zo bereik je sneller relevante profielen en verhoog je je zichtbaarheid zonder veel extra kosten.

TL Hub, het sectorspecifieke vacatureplatform voor de logistieke sector, wordt nog te weinig benut, en dat ondanks haar **relevante doelgroep** (20.000 bezoekers/maand).

Inbound Recruitment



SEO, job alerts en talent pools

voor wie nog niet meteen klaar is voor de grote stap

Inbound recruitment draait om zichtbaar en vindbaar zijn op het moment dat kandidaten zelf actief zoeken. Het zorgt ervoor dat geïnteresseerde kandidaten jouw vacatures makkelijk vinden en snel in actie kunnen komen.

Waarom inbound recruitment cruciaal is

- Kandidaten zoeken online wanneer zij er klaar voor zijn, niet wanneer jij een vacature post.
- Goede SEO en job alerts zorgen voor een continue instroom van geïnteresseerden
- Een eigen database verkleint je afhankelijkheid van externe bureaus en jobboards.



* Bekijk blz. 35 voor de geconsulteerde bronnen waarop wij onze score van de bedrijven in dit sectoronderzoek hebben bepaald.

WAT OPVALT

- 10 van de 26 bedrijven scoren **ondermaats** op SEO.
- **Gheys** en **Mainfreight** scoren een **perfecte 5/5** op SEO: ze optimaliseren hun titels, meta descriptions en vacatureteksten slim met relevante zoekwoorden.
- De meeste bedrijven scoren degelijk (tussen **3/5** en **4/5**).
- Toch halen 2 bedrijven minder dan 50%, wat hen onzichtbaar maakt voor kandidaten die zoeken op termen zoals “logistieke jobs Antwerpen”.



Search Engine Optimization (SEO): de basis

SEO bepaalt of je vacatures bovenaan staan in zoekresultaten zoals Google. Een goede SEO-strategie **verhoogt niet alleen je zichtbaarheid, maar ook je aantal kwalitatieve sollicitaties.**

Job alerts: kandidaten warmhouden

Niet elke kandidaat vindt meteen een passende vacature, en niet elke kandidaat wil meteen solliciteren (remember the **16 touchpoints** again?)

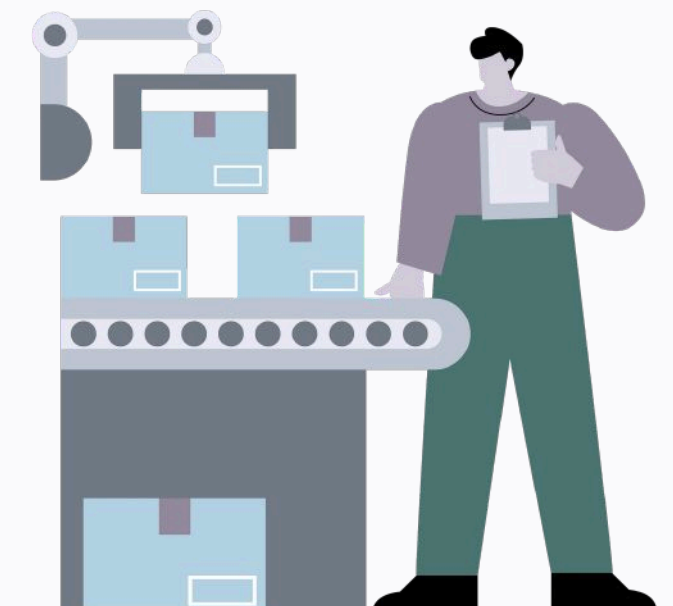
Het is dus essentieel om geïnteresseerden de kans te geven hun gegevens achter te laten zodat je hen kan informeren over nieuwe jobs. Zorg ervoor dat je hen via een **e-mail capture kan toevoegen aan een talent pool**. Gewoon hun mailadres vragen, volstaat!

WAT OPVALT

- Slechts 14 onderzochte bedrijven bieden kandidaten job alerts of het achterlaten van een e-mail aan
- Vooral grotere onderzochte bedrijven benutten deze optie actief
- Kleine bedrijven in dit onderzoek laten kansen liggen om aan hun talentpool te bouwen.

TIPS

- ☐ Check regelmatig de SEO-score van je jobsite via Google PageSpeed Insights
- ☐ Investeer in SEO voor hogere zichtbaarheid in Google
- ☐ Optimaliseer technische zaken die invloed hebben op de SEO-score van je jobsite, zoals laadsnelheid
- ☐ Implementeer eenvoudige job alerts (1-klik inschrijving)
- ☐ Bouw een eigen wervingsreserve door e-mails te verzamelen



ATS



Een streepje voor

met een Applicant Tracking Systeem

Een Applicant Tracking System (**ATS**) gebruik je om al je vacatures te ordenen en op te volgen vanuit één centrale plek. Van zodra je bedrijf meer dan 30 medewerkers telt, is het aangeraden om gebruik te maken van een ATS. Hiermee kan je steeds precies zien waar alle kandidaten in het selectieproces zitten en de opvolging vlotter verloopt.

Waarom een ATS handig is

- Centraal beheer van vacatures en sollicitaties.
- Inzicht in waar elke kandidaat zich in het proces bevindt.
- Automatische communicatie en opvolging.

Werk je al met een ATS?

Zorg dat het systeem vlot integreert met je jobsite en sollicitatieflow.

Werk je nog zonder?

Overweeg een laagdrempelige tool die meegroeit met je noden.



Heeft jouw bedrijf nood aan een ATS?

- ☐ Heb je >30 medewerkers?
- ☐ Beheer je meerdere vacatures tegelijk?
- ☐ Rekruteer je meerdere profielen per vacature?
- ☐ Vind je het moeilijk om kandidaten op te volgen?
- ☐ Krijg je soms dubbele sollicitaties?

3 x ja?
Dan is het **tijd voor een ATS!**



Geen idee waar te beginnen? [Contacteer ons](#) om samen te kijken welk ATS het best bij jouw rekruteringsnoden past.

De sollicitatieflow: kort, duidelijk, frictieloos

De helft van de bedrijven in onze analyse biedt kandidaten een snelle en gebruiksvriendelijke flow aan. Bij hen kunnen kandidaten solliciteren in slechts een paar klikken, zonder overbodige velden of verplichte accountcreatie. Zo hoort het.



- Kort sollicitatieformulier met **alleen essentiële vragen**
- **Geen verplicht account**
- Automatische **bevestigingsmail** na sollicitatie

- Lange formulieren met onnodige vragen
- Verplicht profiel aanmaken of uploaden van een motivatiebrief
- Solliciteren via e-mail



Een aantal bedrijven scoort hier sterk door de kandidaat centraal te zetten en de flow logisch en intuïtief op te bouwen. Kleine aanpassingen kunnen al een groot verschil maken in het aantal voltooide sollicitaties.

Orde in de chaos

Een vlotte sollicitatieflow is een essentieel onderdeel van de candidate journey. ATS helpt bedrijven om hun sollicitaties overzichtelijk te beheren en op te volgen. **Grote spelers die we onderzochten, maken hier bijna allemaal gebruik van** – logisch, gezien de stroom aan sollicitaties die zij te verwerken krijgen. Toch zagen we bij veel bedrijven nog drempels die eenvoudig vermeden kunnen worden.



*Bronnen: [Moka HR](#), 2024; [GoHire](#), 2025

Voor kleinere bedrijven met slechts enkele vacatures is een ATS niet altijd noodzakelijk, maar het is wél een goede voorbereiding op groei. Zodra je met meerdere processen tegelijk werkt, bespaar je met een ATS heel wat tijd en frustratie – zowel intern als voor de kandidaat.

Meer weten? Neem contact met ons op achteraan in dit onderzoek!

4 Conclusie

De logistieke sector staat op een kantelpunt

De Belgische logistiek speelt een cruciale rol in onze economie, maar staat tegelijk voor enorme uitdagingen: vergrijzing, een dalende instroom van jong talent en een hardnekkige mismatch tussen vraag en aanbod. Bedrijven die vandaag investeren in hun employer brand, digitale zichtbaarheid en een sterke candidate journey, bouwen aan hun toekomst.

Wat ons onderzoek aantoont

Grote, internationale bedrijven presteren vaak beter dankzij grotere budgetten en gevestigde merken. Toch zijn de **belangrijkste succesfactoren niet alleen budgetgebonden, maar ook strategisch:**

- Een sterke en concrete EVP.
- Een snelle, gebruiksvriendelijke, responsieve jobsite.
- Actieve online advertenties om ook latent werkzoekenden te bereiken.
- Een slimme inbound strategie (SEO, job alerts, talent pools) om talent aan te trekken én warm te houden.

"Succes in recruitment vraagt vandaag niet per se het grootste budget – maar wél een **doordachte strategie en consistente uitvoering.**"



Waar kansen liggen voor élk bedrijf

- ☐ Maak je EVP concreet en authentiek.
- ☐ Zorg voor een gebruiksvriendelijke, snelle en responsieve jobsite.
- ☐ Zet in op online advertising, zelfs met kleine budgetten.
- ☐ Bouw een eigen talentpool op via SEO, job alerts en e-mail capture.

Meer weten?

Wil je weten hoe jouw organisatie scoorde in deze analyse? Of ben je als logistiek bedrijf benieuwd naar persoonlijke aanbevelingen om je employer branding en recruitment te versterken? **Daar helpen wij je bij Doorstep graag mee.**

Laat van je horen. **Recruitment Marketing Strategist Ella maakt graag tijd voor een verkennend gesprek.** Samen kijken we naar:

- Waar je nu staat
- Hoe je jouw EVP consistent en sterk naar buiten brengt
- Wat er nog beter kan in je recruitmentaanpak

Geen verplichtingen, wél inzichten. Samen bekijken we waar jouw groeikansen liggen. Zodat ook jij sterker naar buiten komt in de war for talent.

PLAN EEN GESPREK IN



DOORSTEP

Doorstep is een **recruitment marketing agency** dat organisaties helpt om een sterk werkgeversmerk uit te bouwen en **de juiste talenten aan te trekken**.

We begeleiden bedrijven zoals het jouwe met onderbouwde, datagedreven strategieën, creatieve campagnes en technische oplossingen die kwalitatieve kandidaten écht doen solliciteren op jouw vacatures. Dat doen we met een combinatie van diensten:

- **Recruitment marketing** (strategie, content & campagne)
- **HR-data** & dashboarding
- **Jobsites**, ATS, sollicitatieformulieren & landingspagina's
- **Workshops** voor recruiters, recruitment marketeers en HR-professionals

Doorstep is er voor bedrijven die meer willen dan vacatures publiceren. Voor wie begrijpt dat talent aantrekken een langetermijnverhaal is, en dat investeren in een sterk werkgeversmerk loont. Niet alleen in volume, maar ook in kwaliteit.



We Don't Wait & See



Please, Tell Me More!



No Impact, No Party

5 Bronnen

Bronnen

Het Doorstep Sectoronderzoek recruitment marketing in de logistiek is een onafhankelijk onderzoek. Onze analyse baseerde zich op publiek toegankelijke gegevens: websites, jobpagina's, vacatureteksten, online advertenties en SEO-performance. We namen geen interviews af met interne medewerkers van deze organisaties, en hielden geen rekening met zaken die niet zichtbaar zijn voor de kandidaat, zoals bijvoorbeeld achterliggende, interne talent pools. Dat betekent ook dat interne initiatieven of plannen voor verbetering (zoals een nieuwe jobsite in ontwikkeling) mogelijk buiten beeld bleven.

Om misverstanden te vermijden, lijsten we hier de domeinnamen op waaraan de onderzochte jobwebsites gekoppeld waren.

ADPO	adpo.com	Jost Group	jostgroup.com
Aertssen	jobs.aertssen.be	Katoen Natie	katoennatie-jobs.be
Alders	alders.transport.be	Kris De Leeneer	deleeneer.be
CEVA Logistics	cevalogistics.com	Kuehne + Nagel	jobs.kuehne-nagel.com
DB Cargo	wisselvanspoor.be	Mainfreight	mainfreight.com
DHL	careers.dhl.com	Sarens	jobs.sarens.com
DPD	dpd.com	Tabaknatie	tabaknatie.be
Distrilog	werkbijdistrilog.be	TDL	tdlgroup.be
ECS	ecs.be	UPS	jobs-ups.com
Eutraco	eutraco.eu	Van Mieghem	vanmieghem.com
Euroports	careers.euroports.com	Van Moer	jobs.vanmoer.com
FedEx	careers.fedex.com		
Gheys	gheys.com		
H.Essers	jobs.essers.com		