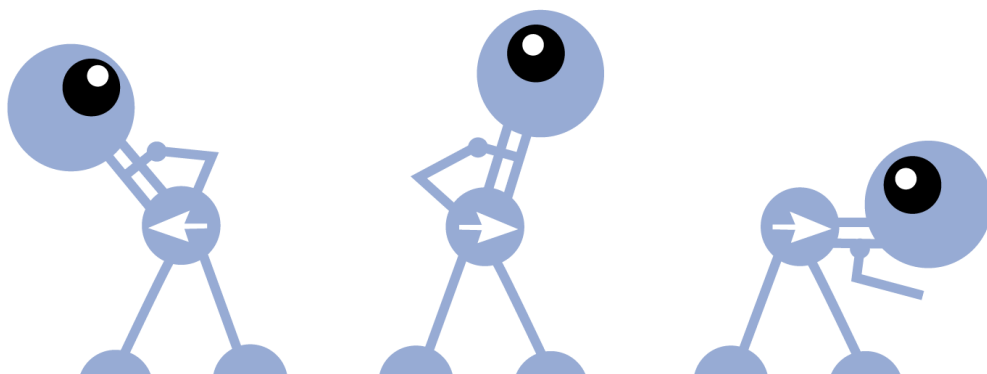


Top 50 oriëntatiesites (eerste half jaar van 2009)



Top 50 oriëntatiesites¹

1	Monsterboard.nl	16,74%	26	Uwv.nl	0,23%
2	Nationalevacaturebank.nl	9,65%	27	Jobrapido.nl	0,23%
3	Werk.nl	7,61%	28	Binnenlandsbestuur.nl	0,21%
4	Jobtrack.nl	4,50%	29	Banen.nl	0,21%
5	Google.nl	3,40%	30	Adformatie.nl	0,20%
6	Intermediair.nl	2,71%	31	Startpagina.nl	0,20%
7	Stepstone.nl	1,36%	32	Meesterbaan.nl	0,18%
8	Vacaturekrant.nl	1,25%	33	Nuwerk.nl	0,17%
9	Vkbanen.nl	1,09%	34	Startpeople.nl	0,16%
10	Werkenbijdeoverheid.nl	1,03%	35	Banensite.nl	0,15%
11	Randstad.nl	0,93%	36	Culturele-vacatures.nl	0,15%
12	Werkenbijhetrijk.nl	0,65%	37	Vacature.overzicht.nl	0,15%
13	Totaljobs.nl	0,65%	38	Askjim.nl	0,14%
14	Gemeentebanen.nl	0,54%	39	Zoekbijbaan.nl	0,13%
15	Marktplaats.nl	0,50%	40	Duurzamevacaturebank.nl	0,13%
16	Brabantzorg.net	0,49%	41	Maritiemevacaturebank.nl	0,12%
17	Uitzendbureau.nl	0,43%	42	Vdab.be	0,12%
18	Job.nl	0,42%	43	Studentenwerk.nl	0,11%
19	Zorgpleinnoord.nl	0,39%	44	Overheid.nl	0,11%
20	Tempoteam.nl	0,34%	45	Amsterdam.nl	0,11%
21	Jobnews.nl	0,33%	46	Zorgselect.nl	0,11%
22	Linkedin.com	0,31%	47	Frieslandzorg.nl	0,10%
23	Villamedia.nl	0,29%	48	Medischevacaturebank.nl	0,09%
24	Academictransfer.nl	0,26%	49	Hyves.nl	0,09%
25	Onderwijsvacaturebank.nl	0,23%	50	Fondsen.org	0,09%

¹ Vraagstelling: "Welke internetsite(s) zou u gebruiken/gebruikt u om een baan te zoeken?" (open vraag, maximaal vier antwoordmogelijkheden)

Meer info?

De top 50 oriëntatiesites is gebaseerd op gegevens uit het Arbeidsmarkt GedragsOnderzoek (AGO). De data zijn afkomstig uit het eerste half jaar van 2009. De top 50 heeft betrekking op 7.777 respondenten. Voor meer informatie over het AGO kijkt u op onze site: www.intelligence-group.nl.

Heeft u vragen over de top 50 of over het bijbehorende nieuwsbericht, neem dan contact op met:

Hans Hoekstra
Marktonderzoeker Intelligence Group
010-2809010
hans@intelligence-group.nl

Hoe oriënteert úw doelgroep zich?

Elke doelgroep op de arbeidsmarkt heeft zijn eigen oriëntatiegedrag. Zo neemt het belang van dagbladen toe naarmate de doelgroep meer werkervaring heeft. Laag- en middelbaar opgeleiden oriënteren zich regionaler dan andere doelgroepen. Sommige beroepsgroepen, zoals ICT-ers, hebben een sterke online oriëntatie en jonge marketeers staan bekend om hun pioniersgedrag als het gaat om social networks en weblogs.

Het AGO brengt alle offline en online oriëntatiebronnen in kaart voor elke denkbare doelgroep op de Nederlandse arbeidsmarkt. Dat doen we zowel op het niveau van bronnen als op het niveau van individuele titels. Het AGO geeft u bovendien niet alleen inzicht in het oriëntatiegedrag van uw doelgroep, maar tevens in het mediagedrag dat uw doelgroep in het dagelijkse leven vertoont, ofwel het normale mediagedrag. Hiermee stelt AGO u in staat om ook het latent zoekende deel van uw doelgroep te bereiken.

Neem voor de mogelijkheden eens contact op met:

Bert van Trirum
Commercieel directeur en partner Intelligence Group
010-2809010
bert@intelligence-group.nl