PERFLEXXION

...maakt er werk van!

WHITEPAPER

Personeel met kennis van de branche en werkzaamheden

Morsestraat 4
2652 XG Berkel en Rodenrijs
info@perflexxion.nl
010 51 11 099
perflexxion.nl

Inhoudsopgave

1. Inleiding 2
2. Analyseer doelgroep 2
3. Benchmark 3
4. Medewerkers laten werven 3
5. Zichtbaarheid 3
6. Werken-leren en stageplekken 4
7. Oudere medewerkers en/of medewerkers met een arbeidsbeperking 4
8. Samenwerking 5
9. Onboarding 5
10. Verder dan eigen branche 6
11. Waarde van soft skills 6
12 Bijscholing 7

1. INLEIDING

Goed en gekwalificeerd personeel is schaars. Onder andere bedrijven in de AGF, food, tuinbouw, bloemenexport en industrie hebben grote moeite om de juiste mensen te vinden, boeien en binden. Het uitsluitend openzetten van de voordeur is al lang niet meer voldoende. In plaats hiervan doen bedrijven er goed aan hun doelgroep nauwkeurig in kaart te brengen: aan welke medewerkers is de komende maanden en jaren behoefte? Wat vinden deze medewerkers belangrijk? En hoe kan hier binnen de organisatie goed invulling aan worden gegeven? Maar ook: waar zijn die goede medewerkers nu? Hoe bereik en overtuig je hen? En welke mogelijkheden bieden om- en bijscholing?

Bijvoorbeeld in de AGF- en foodsector worden productiemedewerkers steeds vaker vervangen door procesoperators. Hoewel een aantal bedrijven nog handmatig producten keurt, sorteert en verpakt, worden steeds meer processen geautomatiseerd. Dit vraagt om andere competenties, andere medewerkers en... een andere marktbenadering.

2. ANALYSEER DOELGROEP

Om de juiste medewerkers voor jouw bedrijf en functies te kunnen vinden, is het verstandig om een doelgroepanalyse te maken: wat voor kennis zoek je precies? Over welke vaardigheden moet iemand beschikken? Hoeveel werkzoekenden zijn er in jouw branche? En in jouw specifieke regio? Hoe kun je deze mensen het best benaderen? Zijn zij actief op de Nationale Vacaturebank? Op specifieke jobboards? Of kun je beter inzetten op social media, zoals Facebook, LinkedIn of Twitter? Zijn radiospotjes aan te bevelen? En zo ja, op welke zenders?

Wanneer het aanbod werkzoekenden gering is, kan het zinvol zijn om mensen uit vergelijkbare branches en/of met vergelijkbare competenties te werven. Dit vraagt echter om een andere marktbenadering, wat tevens geldt voor het werven van mensen bij collegabedrijven. In dit laatste geval zijn bijvoorbeeld secundaire arbeidsvoorwaarden van groter belang. Wat kun jij nieuwe medewerkers bieden? Maar ook: aan welke competenties moet een nieuwe medewerker ten minste voldoen, om binnen jouw organisatie aan de slag te kunnen? Waar is begeleiding, opleiding en coaching mogelijk?

3. BENCHMARK

Door de prestaties van jouw bedrijf te vergelijken met bedrijven met dezelfde producten, diensten en doelgroepen, kun je enorm veel opsteken. Zijn er bedrijven in jouw sector die medewerkers langdurig weten te binden? Hoe doen deze bedrijven dat? Hoe ziet hun beloningsstelsel eruit? Welke cao wordt aangehouden? En welke arbeidsvoorwaarden gelden hier, bijvoorbeeld ten aanzien van pensioenregeling, reiskosten en scholing? Inventariseer waarom nieuwe medewerkers juist voor jouw bedrijf hebben gekozen, maar ook waarop anderen zijn afgehaakt. Kun je hier je wervingsstrategie op aanpassen?

4. MEDEWERKERS LATEN WERVEN

Recommandatie of via-via-werving is een succesvolle wervingsstrategie, die bedrijven tal van voordelen biedt. Immers: wie kun je nu beter laten werven dan je beste medewerkers? Omdat zij optimale kennis hebben van het bedrijf én de werkzaamheden, kunnen zij goed beoordelen of iemand geschikt is. Bovendien: wanneer een vriend of kennis je wijst op een interessante vacature, dan denk je hier toch minstens over na? Ook is via-via-werving een stuk goedkoper dan adverteren; zelfs wanneer je hier een beloning aan koppelt. Maak hier dan ook actief beleid van.

5. ZICHTBAARHEID

Een gastles verzorgen op een (v)mbo-school in de regio is niet alleen leuk, maar ook erg waardevol. Het is een mooie kans om jong talent kennis te laten maken met jouw vak, bedrijf en eventuele innovaties. Bovendien is een gastles een laagdrempelige manier om in contact te komen met je doelgroep, talent te spotten en jongeren te prikkelen voor bijvoorbeeld een stage of BBL-traject. Voor banenmarkten, beurzen en bedrijfsbezoeken geldt hetzelfde, waarbij je tevens de voordeur opent voor zij-instromers. Veel werkzoekenden zijn best bereid om in een andere branche te gaan werken. Echter is het soms lastig voor hen om in te schatten wát het werk precies inhoudt. Banenmarkten, beurzen en bedrijfsbezoeken bieden hier een uitstekende oplossing voor.

6. WERKEN-LEREN EN STAGEPLEKKEN

Bij een BBL-opleiding (Beroeps Begeleidende Leerweg) gaan medewerkers één dag in de week naar school. De overige 24 uur per week doen zij praktijkervaring op. Bijvoorbeeld bij jouw bedrijf. Het in dienst nemen van BBL-studenten is voor veel bedrijven een mooie kans om jonge, gemotiveerde medewerkers te vinden, boeien en binden. Gemiddeld twee derde van de BBL-studenten krijgt na hun opleiding een jaar- of vast contract aangeboden (CBS, 2019).

Wanneer je een BBL-student in dienst wilt nemen, moet je een erkend leerbedrijf zijn. Deze erkenning kun je aanvragen bij Samenwerking Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB). Met de Subsidieregeling praktijkleren stimuleert de overheid bedrijven om praktijkleerplaatsen aan te bieden. Zo kun je onder meer een tegemoetkoming aanvragen voor de kosten die je maakt voor de begeleiding van een student. Een absolutie win-win, wanneer je hier ook nog een nieuwe medewerker aan overhoudt!

Naast BBL-trajecten zijn ook stages zeer interessant voor bedrijven. Stages kosten namelijk aanzienlijk minder tijd dan BBL-trajecten en zijn toch een mooie kans om jonge mensen het vak te leren én om talent aan je bedrijf te binden. Hoe vaak hoor je niet dat iemand na zijn stage is ‘blijven hangen’ en doorgroeit van de ene naar de andere functie? Bovendien brengt jong talent nieuwe kennis en inzichten mee, wat jouw bedrijf fris en scherp houdt.

7. OUDERE MEDEWERKERS EN/OF MEDEWERKERS MET EEN ARBEIDSBEPERKING

Biedt jouw bedrijf mogelijkheden voor oudere medewerkers, medewerkers met een arbeidsbeperking of jongeren met een Wajong-uitkering? Iedere kandidaat beschikt over talenten die benut kunnen worden. Het is belangrijk om je vooraf goed te laten informeren over de mogelijkheden die geboden worden voor het werken met deze doelgroep. Zowel vanuit financieel oogpunt als op sociaal-maatschappelijk vlak is het raadzaam deze mogelijkheden te onderzoeken.

Bijvoorbeeld een chauffeur die pakketten moet afleveren, kan heel goed iemand van 65 jaar of ouder zijn. En een medewerker met een arbeidsbeperking kan uitstekend assisteren in het magazijn, schoonmaak- en inpakwerkzaamheden verrichten of producten assembleren. Door hier ruimte voor te bieden, werk je aan je bedrijfsimago, sluit je aan bij de 'Banenafspraak 2026' van de overheid én kom je in aanmerking voor aantrekkelijke subsidies, zoals een Loonkostenvoordeel (LKV).

8. SAMENWERKING

Specialistische uitzendbureaus beschikken over een uitgebreid netwerk in de voor jou relevante branches, waardoor zij zeer snel kunnen schakelen bij personeelsvragen. Tijdens de werving en selectie wordt niet alleen gekeken naar kennis en vaardigheden, maar ook naar de zogenaamde soft skills: heeft iemand de juiste werkhouding en motivatie? Een specialistisch uitzendbureau kan bedrijven enorm veel (voor)werk uit handen nemen. Bovendien leidt de samenwerking tot betere matches én een betere kwaliteit personeel.

9. ONBOARDING

Veel bedrijven hebben hun voordeur wijd open staan. Zij nemen regelmatig nieuwe medewerkers aan, die helaas ook net zo hard weer uitstromen. Een goed onboardingsprogramma biedt hiervoor een oplossing. Onboarden bekent letterlijk 'aan boord gaan' en staat voor het uitgebreid inwerken van nieuwe medewerkers. De belangrijkste doelen zijn om medewerkers:

- inzicht te geven in hun rol, functie en werkzaamheden,
- kennis te laten maken met hun team en leidinggevende(n),
- vertrouwd te maken met de branche- en bedrijfscultuur, missie, visie en kernwaarden en
- bekend te maken met alle beleidsmatige regels, voorschriften en bedrijfsprocessen.

Een goed onboardingsprogramma heeft een positief effect op de tevredenheid én prestaties van nieuwe medewerkers en draagt bij aan een snellere integratie. Bovendien leidt onboarding tot aanzienlijk minder verloop. Om de onboarding goed

te regelen, is het gebruik van een Learning Management Systeem (LMS) aan te bevelen, waarin de leer- en ontwikkelactiviteiten van alle medewerkers eenvoudig online gemanaged kunnen worden.

10. VERDER DAN EIGEN BRANCHE

Tijdens de troonrede van 2020 besteedde koning Willem-Alexander onder meer aandacht aan het personeelsvraagstuk: 'Na de fase van noodsteun is het nu ook belangrijk dat mensen door scholing en training de overstap kunnen maken naar sectoren waar een tekort aan personeel is en dat bedrijven zich aan kunnen passen aan de nieuwe realiteit'. Daarmee haalde hij een belangrijk aandachtspunt van werving en selectie aan: goed personeel is niet alleen binnen, maar ook buiten de branche te vinden!

Bij de werving en selectie van medewerkers hechten veel bedrijven waarde aan ervaring binnen de sector. Ook in vacatureteksten komt deze voorwaarde regelmatig terug. Begrijpelijk, maar ook zonde, want de overlap tussen sectoren is vaak groter dan veel bedrijven denken. Wij adviseren daarom om verder te kijken dan de eigen sector. Dit leidt regelmatig tot verrassende resultaten, bijvoorbeeld als het om proces- en verpakkingsoperators gaat.

11. WAARDE VAN SOFT SKILLS

Bovendien: vaardigheden zoals het bedienen van machines zijn in veel gevallen uitstekend aan te leren, maar soft skills zoals een goede motivatie, betrouwbaarheid en een positieve werkhouding niet. Werknemers worden eerder ontslagen door een gebrek aan soft skills dan hard skills. Besteed daarom ook aandacht aan het omscholen en onboarden van medewerkers uit andere branches. Ondersteun bij de ontwikkeling van nieuwe vaardigheden en het opdoen van relevante kennis en je ontvangt hier betrokken en gemotiveerde medewerkers voor terug!

12. BIJSCHOLING

Investeer ten slotte ook in het om- en bijscholen van bestaande, gemotiveerde medewerkers. Bereid hen voor op toekomstige ontwikkelingen en draag zo bij aan hun duurzame inzetbaarheid. Inventariseer wat nodig is om hen lange tijd te boeien en binden en pas hier je (leer)beleid op aan. Dan valt het uiteindelijk wel mee met de schaarste van goed gekwalificeerd personeel.