

Nieuwe medewerkers nodig?

Werk aan je online bedrijfsidentiteit



Zit jij nog op je plek? Vraag Job Kuyvenhoven zich af

Het was even landelijk groot nieuws, de verlate 1 aprilgrap van recruitmentbureau The Next Crowd uit Limburg. Zij claimden de opdracht voor een internationale recruitmentsite te krijgen voor de veelbesproken muur tussen de Verenigde Staten en Mexico. Hoewel het om een grap ging, is de missie geslaagd. Het lukte om met hun innovatieve manier van personeel werven, breed onder de aandacht te komen. The Next Crowd maakt binnen 72 uur een werkenbij-site van een bedrijf. Onder andere maakten Koninklijke Vezet en Smurfit Kappa gebruik van hun diensten. Is online recruitmentmarketing de toekomst? En wat is dan belangrijk?

Dat vraag en aanbod naar online is verschoven, merkt ook Samira Luardani, HR-manager bij Total Produce en Haluco Holding B.V.. Pas afgestudeerd, startte ze 23 jaar geleden als recruiter in een markt die heel anders functioneerde met advertenties in (dag)bladen en wervingsbureaus waar kandidaten binnenliepen op zoek naar een baan. Nu is het de kunst om online te werven en/of naar kandidaten te zoeken.

Dat is echt een expertise onderkent Samira en bovendien zeer tijdrovend werk.

GEEN MAGNEET

Het is tegenwoordig een uitdaging om aan goed personeel te komen en al helemaal in de AGF-branche. Dat is geen magneet die als vanzelf mensen aantrekt. "De meeste kandidaten die solliciteren hebben wel enige affiniteit met de sector via een familielid

of kennis. Ze weten dat, als je hard werkt en het goed doet, veel kan bereiken. Dus iemand die helemaal geen link heeft met de sector, moet je op een andere manier zien te enthousiasmeren en dat is best een uitdaging", is de ervaring van Samira.

Daarom investeert Total Produce onder meer in de online presentatie van het bedrijf en de vacatures. Samira: "Het liefst wil je dat potentiële kandidaten zich een werkdag bij jouw bedrijf voor kunnen stellen. Plaatjes helpen daarbij goed. We hebben rondom onze vacatures een bedrijfspagina ingericht met quotes van medewerkers, foto's en een bedrijfsfilm zodat kandidaten echt de look en feel krijgen van ons bedrijf. MovetoCatch heeft ons hieover geadviseerd. Het voordeel van werken met een recruiter is dat je een pakket kunt afnemen waarbij je als werkgever ontzorgd en ondersteund wordt. Zij zetten de vacature uit op relevante platforms en doen de voorselectie. Ik kom in beeld bij potentiële kandidaten."

Hoe zet je jezelf neer als aantrekkelijke werkgever? Dat kan bijvoorbeeld door een werkenbij- of vacaturesite aan de bedrijfswebsite te hangen. Daar kunnen potentiële medewerkers een idee en een gevoel krijgen over het bedrijf, kun je hun interesse wekken en krijgen ze informatie over het bedrijf en de vacature. In de AGF-sector zijn Vezet en Heemskerk AGF voorbeelden van bedrijven met overzichtelijke en heldere vacaturepagina's. Wanneer je op de sites van deze bedrijven kijkt zie, proef, lees en ervaar je hun verhaal. Vaak maken ze ook gebruik van een medewerker of manager van de afdeling waar de vacature is, die iets over zijn ervaringen of passie vertelt met foto's erbij

Om je als bedrijf online te kunnen presenteren, is het belangrijk te werken aan je bedrijfsidentiteit, benadrukt Job Kuyvenhoven van werving en selectiebureau MovetoCatch. "Daarbij gaat het om vragen als Wat is het waar je voldoening uit haalt? Wat maakt werken bij ... leuk? En Wat is het waar wij goed in zijn. Een antwoord op deze vragen alleen is niet voldoende, alle medewerkers moeten er binding mee hebben, zij maken deel uit van de bedrijfsidentiteit, zij zijn het bedrijf. Dan pas kun je het gebruiken bij het werven van nieuwe medewerkers." Wat betreft het neerzetten van een bedrijfsidentiteit, valt er in de over het algemeen behoudende, AGF-sector nogal wat te winnen. Job: "Veel bedrijven zijn

goed in te laten zien wat ze doen. Ze weten hoe ze producten, concepten en dienstverlening aan de man moeten brengen, ook online. Het verkopen van je bedrijf op de arbeidsmarkt is, zeker in de AGF-branche, nog onderbelicht."

Bedrijfsidentiteit is iets anders dan bedrijfsimago. "Het AGF-wereldje is klein en men heeft vaak wel een bepaald beeld van elkaar gevormd. De werkelijkheid wijkt daar nog wel eens vanaf, weet Job. "Ons grote voordeel is ons netwerk. Doordat je bij heel veel bedrijven binnenkomt, ken je de sfeer die er hangt, je spreekt ook met HR-manager en/of directie en komt zo meer te weten over de managementstijl in een bedrijf. Daarnaast spreken we werknemers die over (willen) stappen en leren de achterliggende redenen kennen. Regelmatig liggen deze in de verhouding tussen werknemer en leidinggevende. Een ander voordeel is dat we van potentiële kandida-

ten weten wat zij belangrijk vinden en waar zij het beste kunnen functioneren. Omdat je van beide kanten op de hoogte bent, kun je betere matches maken. Dat werkt zowel in het voordeel van de potentiële kandidaat maar ook van het bedrijf met een vacature."

NIET ALLES LUKT ONLINE

Voor veel bedrijven is het invullen van mid-career functies een grote uitdaging. Het online kenbaar maken van de vacature is vaak niet voldoende om de juiste mensen te bereiken. Een recruiter weet dan vaak wel kandidaten te vinden. "Wij zetten ons eigen netwerk en LinkedIn in om met deze groep kandidaten in contact te komen", vertelt Job.

Wanneer de vacature vervuld is, stopt het traject voor de HR-afdeling van Total Produce/Haluco niet bij het zetten van de handtekeningen, benadrukt Samira nog. "Je hebt de nieuwe werknemer enthousiast

gemaakt om bij jou te komen werken, daarna moet je zorgen dat deze als het ware in een warm bad terecht komt. Alles moet tot in de puntjes geregeld zijn zodat de nieuwe werknemer zich welkom en thuis gaat voelen. Je gaat een relatie aan en daarom zorgen we tijdens de eerste weken voor een coach die de nieuwe collega begeleidt en wegwijs maakt in het bedrijf en in het sociale gebeuren door bijvoorbeeld samen te lunchen. Het onboardingsproces."

(ML)

sluardani@totalproduce.nl
jobkuyvenhoven@movetocatch.nl

Hoe vind je een nieuwe medewerker, tips van MoveToCatch

1. Start op tijd!

Start voortijdig met de werving.

Het zoeken/vinden van de juist passende persoon vergt meestal ruim tijd.

2. Mixen

Zorg voor een mix van ervaren (vak)mensen en medewerkers die over de juiste, leergierige houding beschikken. En die nieuwe dingen voor de organisatie meebrengen, iets anders toevoegen wat helpt. Zij leren vervolgens het vak met hun leergierige houding wel van de ervaren mensen.

3. Dit maakt jouw organisatie aantrekkelijk

Of je als bedrijf kunt groeien en in welke mate je kunt groeien, wordt in de huidige markt bepaald door de juiste, gemotiveerde en gekwalificeerde medewerkers. Inventariseer onder de medewerkers in de organisatie waarom zij graag in het bedrijf werkzaam zijn, waar zij voldoening uit halen en communiceer deze argumenten (uitgebreid) op de website.

4. Bedrijfsidentiteit

Werk aan je bedrijfsidentiteit. Dit is het beeld dat het management en de werknemers over een bedrijf hebben. De kern van dit beeld wordt ook wel de persoonlijkheid van een bedrijf genoemd. Die wordt samengesteld door communicatie, symboliek en gedrag. De uiting van de identiteit is deel van de externe positionering van het bedrijf.

5. Kies voor competenties en lerend vermogen

Denk in plaats van of naast alleen de 'kant en klare' medewerkers waarvan je hoopt dat die 'plug & play' direct productief zijn in jouw bedrijf: in karakter, houding, competenties, passie en enthousiasme bij het opstellen van de selectie criteria.

6. Analyseer de arbeidsmarkt

Ga na waar de personen die je graag in de organisatie in zou willen laten stromen momenteel werkzaam zullen zijn.

Wat voor type medewerkers zoek je, over welke kennis, ervaring en/of competenties wil je dat zij beschikken en welke bedrijven en instellingen zouden zulke medewerkers in hun organisaties actief hebben?

Doe onderzoek naar de manier hoe je betreffende mensen zou kunnen informeren, hoe je hen kunt bereiken en hoe je met hen in contact zou kunnen komen. Werk vervolgens een plan van aanpak uit via welke communicatiekanalen en met welke boodschap je betreffende personen gaat informeren.

7. Film, quotes en foto's

Eén beeld zegt meer dan 1.000 woorden! Beeld met foto's en korte filmpjes uit wat jouw bedrijf tot jouw bedrijf maakt. Mensen kiezen in hun oriëntatie voor gemak, willen in zo kort mogelijke tijd zich zo goed mogelijk informeren. Gebruik de ervaringen van bestaande medewerkers, laat hen vertellen over de dingen waar zij trots op zijn, de dingen waar ze plezier aan beleven in het werken in het bedrijf.

8. Investeer in goede werving

Invullen van een functie is mooi. De beste invulling realiseren is beter. Voor veel bedrijven, organisaties en teams geldt dat de medewerkers het verschil maken. Het zoeken naar de bij jouw organisatie best passende mensen, nieuwe collega's, is voor nu en de toekomst belangrijk. De keuze welke kandidaat wel of niet binnen te halen, die bepaalt mede het plezier én de productiviteit van het team als geheel op korte en langere termijn. Geef als directeur, eigenaar, ondernemer of als meewerkende senior of manager ruim aandacht aan de keuze van een nieuwe medewerker. Ook al is een HR medewerker met de recruitment belast, jouw aandacht blijft daarbij nodig.