



HOE TREK JE PERSONEEL AAN IN EEN KRAPPE ARBEIDSMARKT

48 'BEDRIJVEN MOETEN TERUG NAAR DE TEKENTAFEL'

Binnen de huidige arbeidsmarkt is het lastiger dan ooit om aan personeel te komen. Toch kun je als mkb'er wel degelijk zelf iets aan de situatie doen. Kijk eens goed hoe je je eigen organisatie profileert en neem je recruitmentproces onder de loep.

Veel bedrijven weten op dit moment niet waar ze hun personeel vandaan moeten halen. "Landelijk zijn er grote personeelstekorten in de bouw, ICT, zorg, onderwijs en de energietransitieketen", vertelt recruitment-adviseur Romeo Samuel van de Academy for Recruitment. "Veel bedrijven en organisaties zitten met hun handen in het haar. Zelfs bedrijven die een goede reputatie in de regio genieten, lopen tegen problemen aan. Alle bedrijven - inclusief het mkb - doen er dus verstandig aan om hun recruit-

mentproces aan te passen aan de huidige omstandigheden. Doe je dat niet, dan kan de zoektocht naar personeel je zomaar duizenden euro's per maand kosten. Zonder dat er iets tegenover staat."

PROFILERING OP ORDE

Het aanpassen van het recruitmentproces vergt tijd en energie. Het begint volgens Romeo met een kritische blik op je eigen profilering. "Wat maakt jou tot een goede werkgever? Waar ligt jouw onderscheidend vermogen? Ben je als organisatie

flexibel genoeg om je werknemers bijvoorbeeld meer verantwoordelijkheden te geven? Geef je je werknemers genoeg ruimte en mogelijkheden voor persoonlijke ontwikkeling? En wat ook niet onbelangrijk is: breng je dit onder de aandacht bij je doelgroep? Als bedrijf kun je voor je arbeidsmarktcommunicatie tegenwoordig niet meer om social media heen. Plaats een bericht op LinkedIn waarin je een nieuwe collega verwelkomt en voorstelt. Of maak eens een bedrijfs-filmpje. Maar doe het wel op een manier

die bij je bedrijf past, anders prikt je omgeving - inclusief je huidige personeel - er zo doorheen. Bovendien moet je ervoor waken dat bijvoorbeeld werknemers die destijds geen bloemetje kregen op hun eerste werkdag zich gepasseerd en daardoor minder gewaardeerd voelen.”

SOLLICITEER BIJ JEZELF

Een tweede stap is het doorlichten van je eigen sollicitatieproces. “Ik geef vaak als tip om bij je eigen bedrijf te solliciteren en zelf het hele proces te doorlopen. Waar loop je als sollicitant tegenaan? Hoe snel reageer je als bedrijf op een sollicitatie en hoe lang duurt het totale proces? Wijs je mensen af met een persoonlijk telefoontje met toelichting of een standaard e-mail? Vaak blijkt hieruit dat bedrijven terug naar de tekentafel moeten.” Ook is het de moeite waard om de vacature zelf onder de loep te nemen. “Wij geven de recruiters die we opleiden altijd het advies om met de vacaturehouder in gesprek te gaan. Vraag uit wat echt belangrijk is voor de functie. Moet een kandidaat per se hbo-niveau hebben of zijn soft skills en motivatie belangrijker? Ook als je besluit om de vacature enkel op een vacaturewebsite te plaatsen, moet je als hr-manager of eigenaar van het bedrijf jezelf deze vragen stellen.”

VACATURETEKSTEN

Ook bij de vacatureteksten is vaak veel winst te behalen. “Veel vacatureteksten zijn (onbedoeld) afgestemd op de persona witte man, terwijl onze samenleving steeds multicultureler wordt en diversiteit en inclusiviteit op de werkvloer steeds belangrijker worden. Door bepaalde woorden of zinnen te gebruiken, schrik je mensen af. Juist in tijden van schaarste kan geen enkele werkgever het zich veroorloven om doelgroepen uit te sluiten, of het nu de generatie Z, vijftigplussers of arbeidsmigranten zijn.”

Een manier om diversiteit en inclusiviteit te bevorderen, is het toepassen van open hiring. “Dat houdt in dat een iemand anoniem solliciteert zonder cv, motivatiebrief of gesprek. Op de werkvloer kom je er vanzelf achter of iemand geschikt is

voor de baan. Het grote voordeel is dat het solliciteren op deze wijze een stuk laagdrempeliger is.” Wel is deze manier van werven vooral geschikt voor functies waarbij weinig voorkennis is vereist en waarbij een opleiding op de werkvloer wordt aangeboden. “Ook moet je je er als werkgever voor open durven stellen. Je weet immers van tevoren niet wie er op dag 1 voor je komt te staan.”

GENERATIE Z

Een belangrijke doelgroep voor het oplossen van de problemen op de arbeidsmarkt is generatie Z. “Het zijn de werknemers van de toekomst. Daarom doen werkgevers er verstandig aan om in ieder geval één iemand uit deze organisatie in dienst te nemen. Dan pik je nu al op wat er gaat komen, want het is wel een generatie waar je mee om moet leren gaan. Werknemers die zijn geboren tussen 1997 en 2012 moeten weliswaar nog veel leren, maar binnen de huidige arbeidsmarkt is de kandidaat nu eenmaal meer en meer aan zet, niet de werkgever. Generatie Z wil zelf de arbeidsvoorwaarden bepalen, veel vrijheid hebben en vindt fulltime werken achterhaald. Uit onderzoek is zelfs gebleken dat de generatie Z in een vacaturetekst al kan afhaken bij het woord fulltime. Daarnaast zijn ze minder honkvast dan de vorige generaties. Als ze elders een beter aanbod krijgen, zijn ze weg. Ook als ze net pas aan een nieuwe baan zijn begonnen.”

Tegelijkertijd zijn er zeker zaken waar deze generatie veel waarde aan hecht. “Besteed je daar als bedrijf aandacht aan, dan heb je een streepje voor. In tegenstelling tot wat veel mensen denken, wil generatie Z wil niet per se veel thuiswerken. Juist de sociale cohesie met collega's op kantoor is voor die generatie belangrijk. Verder hecht deze leeftijdsgroep veel waarde aan een gelijke behandeling en beloning voor mannen en vrouwen. Inclusiviteit en een divers personeelsbestand zijn eveneens belangrijk. Ze willen niet werken voor bedrijven met alleen maar witte mannen in de directie.”

BELONING

Heb je eenmaal een kandidaat tegenover je zitten, dan kan de vlag helaas nog niet uit. Romeo: “Startbonussen, een dertiende maand, meteen een lease-auto; bedrijven trekken tegenwoordig van alles uit de kast om werknemers binnen te halen. Niet elk bedrijf met een personeelstekort kan dit bieden. Wel kun je kijken naar andere secundaire arbeidsvoorwaarden zoals vakantiedagen, vergoedingen, flexibele werktijden, thuiswerken of misschien toch een bonusregeling met reservering. Ook aan werkgevoel wordt veel waarde gehecht. Steeds meer bedrijven laten sollicitanten zelf hun werkbare secundaire arbeidsvoorwaarden op tafel leggen, maar dekken tijdens het eerste gesprek wel meteen het salaris af. Verder is de kandidaat aan zet.”

Aan hoge salarissen en uitgebreide secundaire arbeidsvoorwaarden voor nieuwe medewerkers kleven wel risico's. “Het kan gevoelig liggen bij medewerkers die er al een langere tijd werken en een salaris ontvangen dat is afgestemd op de cao. De kans is groot dat de medewerkers deze verschillen onderling bespreken. Dat betekent dat je als bedrijf dus je hele personeelsbestand hierin mee zult moeten nemen. Doe je dat niet, dan zet je weliswaar de voordeur open voor nieuwe kandidaten, maar lopen je huidige werknemers via de achterdeur ontevreden naar buiten.”

OVER DE ACADEMY FOR RECRUITMENT

De Academy for Recruitment (een zusterorganisatie van artra, dé opleider voor arbeidsmarktprofessionals) verzorgt opleidingen, cursussen, workshops, in-company trainingen en masterclasses voor zowel recruiters in de uitzendbranche als hr- en back office professionals die binnen een bedrijf verantwoordelijk zijn voor het werven van personeel. Meer informatie vind je op www.academyforrecruitment.nl.