

Tekst: Aart van der Haagen

LIMBOURG & PARTNERS HOUDT VAST AAN
PERSOONLIJK ASPECT BIJ WERVING EN SELECTIE

KWALITEIT BOVEN KWANTITEIT

De krapte op de arbeidsmarkt is evident. Toch weet Limbourg & Partners daar uitstekend omheen te manoeuvreren en een hoge scoringsrate te behalen in executive search, interim-management en project sourcing.

Het geheim? Dat blijkt meerledig, maar één van de belangrijkste succesfactoren schuilt in het persoonlijk aspect, met oprechte aandacht voor zowel de kandidaat als de organisatie.

Met het openen van een vestiging in Doetinchem begin 2022 is de strategische driehoek optimaal geworden, zo verklaart managing consultant Maurice Kingma, zelf geboren en getogen in de Achterhoek. "Limbourg & Partners zat al in Maastricht Airport en sinds 2008 ook in Düsseldorf. We hebben een brug geslagen tussen Zuidoost-Nederland en Noordrijn-Westfalen, vanuit het idee de dienstverlening euregionaal uit te zetten. In Duitsland zit een Nederlandse collega, waardoor we binnen onze organisatie goed en snel kunnen schakelen. Binnen het mkb zien we dat kandidaten en bedrijven best de grens over willen, alleen weten ze vaak niet waar en bij wie. Aan ons de opdracht om dat goed te ondersteunen, mede omdat de wetgeving er anders is. Inmiddels runnen we daar bijna vijftien jaar een vestiging en kennen we het klappen van de zweep, waarmee we een belangrijke drempel wegnemen."

LOCALS FOR LOCALS

Limbourg & Partners, opgericht in 1996, richt zich op executive search van hbo- en wetenschappelijk opgeleide mensen, interim-management, project sourcing en recruitment consultancy. "Zowel in het private als het publieke domein," zegt directeur Jacco Kempen. "Niet specifiek binnen een bepaalde sector of functiegerelateerd, maar als generalist. We kijken vanuit een brede marktkennis naar een bedrijf en zijn niet brancheblind. Reden waarom we veelvuldig ingeschakeld worden in plaats van een specialist. Voor onze klanten ligt een

geruststellende wetenschap in het feit dat we niet hoeven te kannibaliseren. De strategie die we hanteren heet 'locals for locals'. Onze consultants weten wat er binnen een straal van zeventig tot honderd kilometer gebeurt. Veelal werken we voor het mkb en voor dochtermaatschappijen van grote ondernemingen. Dat zijn organisaties die over het algemeen snel beslissen en daar kunnen wij het best mee schakelen, zeker nu de arbeidsmarkt zo onder druk staat en je een goede kandidaat niet moet laten lopen."

OCEAAN

Er liggen uitdagingen in deze tijd van personeelstekorten, maar Limbourg & Partners slaagt erin die het hoofd te bieden. "De krapte op de arbeidsmarkt maakt het zoekproces natuurlijk veel intensiever," geeft Kingma aan. "Daar staat tegenover dat het een internationaal karakter heeft gekregen, waar we ons twintig jaar geleden vooral bezighielden met doelgroepgerichte werving in de wijde regio. De visvijver is een oceaan geworden, zeker door de opkomst van de sociale media en het remote-werken. Afhankelijk van de functie en andere factoren kun je mensen benaderen die tot zo'n 150 kilometer bij het bedrijf vandaan wonen, zeker als ze maar één tot twee keer in de week of zelfs sporadisch naar hun opdrachtgever hoeven te reizen. Vijf jaar geleden ondenkbaar, nu de realiteit, versterkt in de coronaperiode. De internationalisering betekent wel dat de selectie veel inspanningen vergt, al helpen digitale processen als artificial





Maurice Kingma,
Harry Kikken en
Jacco Kempen



intelligence en data driven recruitment daarbij.”

SCHIETEN MET SCHERP

Toch vaart Limbourg & Partners niet blind op die automatisering. Júist niet. Kempen: “Wij blijven vasthouden aan een persoonlijke aanpak. Dat betekent dat we ons oprecht verdiepen in het profiel van een kandidaat en hem of haar alleen benaderen als we echt een match zien met de functie en de organisatie. Het belang van deze persoon weegt voor ons net zo zwaar als dat van de opdrachtgever. Mensen worden soms gek van de bureaus die hen te pas en te onpas benaderen met allerlei droombanen. Wij schieten niet met hagel, maar met scherp. De ambities van beide partijen moeten echt bij elkaar passen, daarom vinden we het noodzakelijk dat we een kandidaat echt zien en spreken. Het interviewen van de sollicitant vormt bij ons altijd onderdeel van het traject. Ja, het brengt een intensiever en tijdrovender proces met zich mee, maar het komt op de lange termijn de relatie

ten goede. Kwaliteit stellen wij boven kwantiteit. Soms betekent dat nee verkopen; eerlijk zeggen dat het geen kans van slagen heeft.”

360-GRADENMETHODIEK

Niet voor niets behaalde Limbourg & Partners in 2022 een scoringsrate van 95 procent, zelfs in deze tijden van krapte op de arbeidsmarkt. “We passen de zogenoemde 360-gradenmethodiek toe,” legt Kingma uit. “Die houdt in dat de consultant die de opdracht aangaat ook de selectie van de kandidaten doet. Kortom, een-op-een schakelen en het proces van A tot Z begeleiden. Dat bevordert niet alleen de efficiëntie in het proces, wat in deze tijden van personeelstekorten een zwaarwegend element vormt, maar werkt ook een kwalitatief hogere selectie in de hand. Wanneer we deze functies zouden opsplitsen, is de kans op interne ruis groter. In ons geval voert de consultant een diepgaand gesprek bij de klant en weet daardoor wat deze daadwerkelijk zoekt. Hij heeft gevoel bij het bedrijf,



& Partners buitengewoon veel waarde aan een diepgaand persoonlijk gesprek. “Zo krijgen we inzichtelijk wat iemand zoekt en waar de ambities liggen,” aldus Kingma. “Het is belangrijk om door te vragen. Bijvoorbeeld: ‘Waaróm zou je graag in een familiebedrijf willen werken?’ Immers, van beide kanten moeten de ambities matchen. We bereiden de kandidaat altijd grondig voor en verstreken hem of haar alle ins en outs van de opdracht, met maximale transparantie. Dubbele agenda’s, daar houden we niet van. Als we weten dat er een reorganisatie aankomt, vertellen we dat. Kwaliteit leveren vinden we ook richting de sollicitant van elementair belang. Afspraak is afspraak, terugbellen is terugbellen. Wij beschouwen zowel de opdrachtgevers als de kandidaten als onze ambassadeurs. Ook wanneer er aan het eind het traject toch geen match ontstaat, moeten beide partijen kunnen zeggen: ‘We hebben toch een prettig gesprek en een eerlijk advies gehad.’ In het geval van de sollicitant leggen we goed uit waarom de keuze niet op hem of haar gevallen is.”

SPIEGEL VOORHOUDEN

Volgens Kempen positioneert Limbourg & Partners zich als adviseur van de opdrachtgever. “Voorheen kreeg je simpel gezegd een functieprofiel en moest

“VOORHEEN KREEG JE SIMPEL GEZEGD EEN FUNCTIEPROFIEL EN MOEST JE NAAR EEN MATCH ZOEKEN. NU PRAAT JE OVER EEN MEDEWERKERSREIS.”

bij de afdeling. Vervolgens leert hij een kandidaat kennen en kan goed inschatten in hoeverre deze bij de organisatie past. Niet alleen harde, maar ook zachte criteria spelen per slot van rekening mee.”

REALISTISCH BEELD

“Juist door die oceaan als visvijver vormt dat een factor om rekening mee te houden,” vult Kempen aan. “In een familiebedrijf heerst een heel andere cultuur dan in een beursgenoteerde onderneming, om maar even twee uitersten te noemen. Vandaar dat wij in de voorfase best wat tijd vragen van een opdrachtgever, om zijn organisatie goed te leren kennen. Minimaal willen we alle stakeholders spreken, zoals de vacaturehouder, het afdelingshoofd, een eventuele budgethouder en iemand van de hr-afdeling. Verder nemen we het sociaal en het financieel

jaarverslag uitgebreid door. Het liefst lopen we, indien de situatie dat toelaat en de opdrachtgever het oké vindt, een dag mee binnen het bedrijf om voeling te krijgen met de cultuur, de structuur en de processen. Als het even kan praten we met mensen op de afdeling waar de vacature uitstaat. Zij zullen een realistisch beeld schetsen van hoe het er daar aan toegaat. Ook bij externe partijen, zoals leveranciers, valt soms interessante informatie te behalen. Hoe zuiverder het profiel dat we weten op te stellen, hoe groter de kans van slagen. We laten dit eerst door de opdrachtgever accorderen voordat we het zoektraject in werking stellen.”

AMBASSADEURS

Los van competentie-analyses, assessments en andere methodieken om de kandidaat te screenen hecht Limbourg



je naar een match zoeken. Nu praat je over een ‘medewerkerreis’. Als je iemand wilt binnenhalen, wat is daarvoor nodig en welke rol kun je als organisatie in dit proces spelen? Zet de vacature ook op je eigen website en vraag je personeelsleden deze in hun eigen sociale media te delen. Zij vormen immers je grootste actieve referenten in de markt. We houden de klant een spiegel voor, over hoe het bedrijf zich opstelt. Als je klantvriendelijkheid pretendeert, past het niet echt in het plaatje wanneer de directieparkeerplaatsen direct bij de ingang liggen. Als een bezoeker twintig minuten in de hal moet wachten, hoe zal een sollicitant dat dan ervaren? Hoe worden de arbeidsvoorwaarden ervaren en hoe liggen ze bij concullega’s? Wij kennen de branches, de bedrijven en kunnen benchmarken.”

MARKETINGSTRATEGIE

In overleg met de opdrachtgever werkt Limbourg & Partners een marketingstrategie op maat uit. Kempen: “In sommige gevallen gaat de voorkeur uit naar een stille search, bijvoorbeeld als er nog iemand op de desbetreffende plek zit of als je uit concurrentieoverwegingen niet wilt dat een bepaalde positie naar buiten

komt. Dan zullen wij ons focussen op de mensen in onze omvangrijke, internationale database en daarnaast ook in ons netwerk speuren naar geschikte kandidaten. Aan de andere kant van het spectrum zit ‘full option marketing’. Daaronder verstaan wij een combinatie van file search binnen onze eigen bronnen met adverteren in sociale media, jobboards en eventueel print. Dan kun je ook denken aan een specifieke werving via vakbladen en andere vormen van beroepsmedia. Allerlei tussenvormen zijn ook mogelijk, precies zoals de opdrachtgever dat wenst. Wij werken snel en slagvaardig, maar ook discreet.”

GROEIT HARD

Met de begin 2022 geopende vestiging in Doetinchem timmert Limbourg & Partners stevig aan de weg in Oost-Nederland, voornamelijk in Gelderland en Overijssel. “De maakindustrie, de transport- en logistieke sector en zorggerelateerde organisaties zijn sterk vertegenwoordigd en de economie maakt een gezonde ontwikkeling door,” weet Kingma. “Bedrijven doen er alles aan om het werken hier aantrekkelijk te maken en richten zich daarbij speciaal op het terughalen van mensen



die hier oorspronkelijk vandaan komen, maar elders gestudeerd hebben. Ze bieden interessante banen met uitstekende primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden, flexibiliteit ten aanzien van thuiswerken en mooie stageplaatsen. Overigens groeit onze vestiging in Doetinchem zo hard, dat we actief zoeken naar een ondernemende consultant die met een hoge mate van zelfstandigheid en eigen inbreng mee wil bouwen aan de dienstverlening van Limbourg & Partners hier in de regio. Iemand die houdt van netwerken en die net als wij oprechte aandacht voor zowel kandidaten als opdrachtgevers heeft. Daarmee willen we ons blijven onderscheiden.”

www.limbourg.eu