

VOORWOORD

Auteurs:

Birgit Castelein & Sophie Goemaere

Contactgegevens:

tel. 09 331 03 31

info@divergent.be

Dit document is een product van de samenwerking tussen Divergent-UGent, HIVA-KU Leuven, GRIP (Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een handicap), VDAB en VOKA, en werd gesteund door het Europees Sociaal Fonds.



DIVERGENT
Mensen versterken op het werk!



Introductie

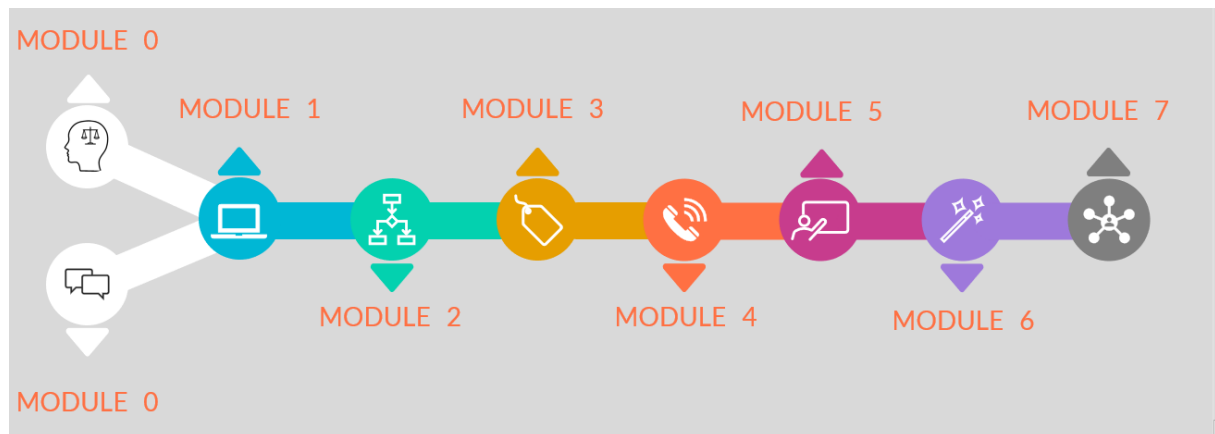


Deze cursus voor arbeidsconsulenten werd ontwikkeld om hen te ondersteunen bij het *benaderen*, *betrekken* en *behouden van werkgevers* in het kader van de begeleiding van werkzoekenden met een arbeidsbeperking.

De cursus maakt deel van het ESF project Go4Diversity, en is het resultaat van een samenwerking tussen Divergent-UGent, HIVA-KU Leuven, GRIP, VDAB en VOKA.

Meer informatie over het project vind je terug op www.gavoordiversiteit.be.

Veel plezier!



Module 0 (voorkennis). Bedrijfsculturen

Deze voorkennis module brengt een overzicht van vier verschillende types bedrijfsculturen, en de manier waarop je de kennis van een bepaalde bedrijfscultuur kan aanwenden in de begeleiding van jouw werkzoekenden.

Module 0 (voorkennis). Gesprekstechnieken

In deze voorkennis module gaan we dieper in op een aantal gesprekstechnieken die je kan gebruiken bij contact met een werkgever, waaronder de SPIN-methode. Ook die informatie wordt toegepast in de verdere modules.

Module 1. Hoe bereid ik me voor?

De eerste module helpt je voor te bereiden op contactopname met de gekozen werkgever. Hier ontdek je ook waar je nuttige informatie over werkgevers kan terugvinden.

Module 2. Hoe kies ik een werkgever?

In de tweede module leer je een onderscheid te maken tussen verschillende werkgevers en leer je hoe je de kennis kan aanwenden om tot een betere match te komen tussen de werkgever en jouw kandidaat.

Module 3. Hoe verwoord ik een arbeidsbeperking?

In de derde module leer je hoe, en wanneer, je de arbeidsbeperking van een werkzoekende het best kan overbrengen aan de werkgever.

Module 4. Hoe leg ik contact met een werkgever?

De vierde module geeft inzichten in de verschillende manieren waarop je contact kan opnemen met werkgevers, en de do's en don'ts tijdens een eerste gesprek.

Module 5. Hoe overtuig ik een werkgever?

Eens je werkgevers gecontacteerd hebt, bestaat de volgende stap erin om hen te overtuigen van de kwaliteiten van jouw kandidaat. Hoe je dit doet, leer je in de vijfde module. Ook de algemene voordelen van het aanwerven van een persoon met een arbeidsbeperking kan je hier terugvinden.

Module 6. Hoe creëer ik een vacature?

Soms heeft de werkgever geen ruimte voor een nieuwe werknemer. Of toch, dat denken ze. Via job carving en job crafting, kan je een werkgever begeleiden in het creëren van nieuwe functies in het bedrijf, waarbij talenten en competenties binnen het team maximaal benut worden. De zesde module toont je de weg.

Module 7. Hoe onderhoud ik een netwerk van werkgevers?

Tenslotte leer je in de zevende en laatste module hoe je jouw relaties met werkgevers op een duurzame manier kan onderhouden, en uitbouwen.

Bronnen

All Inclusive@work. Inclusief jobdesign. Geraadpleegd van www.inclusiefjobdesign.be.

Baert, S. (2014). Functiebeperking bij sollicitatie reveleren, kansen op jobgesprek liquideren? Leuven: Over.Werk.

Cameron, K. A. & Quin, R. E. (2011). Onderzoeken en veranderen van organisatiecultuur. Den Haag: Academic Service.

De Cuyper, P., De Rick, K., Vandermeersch, H., Reidsma, M. & Vermeersch, L. (2018). @level2work: naar een job op niveau voor hoogopgeleide anderstalige nieuwkomers.

De Waele Consultancy (2016). Bedrijfscultuur/organisatiecultuur. Korbeek-Lo: deBOEKMAKERIJ bvba.

Delobelle, G. (2016). Presentatie SalesAtelier De Klantenmaker.

Emino. HR+. Geraadpleegd van www.emino.be/projecten/hrplus.

Heera & Devi (2016). Employers' perspective towards people with disabilities. The South East Asian Journal of Management. Vol 10, No. 1.

Katholieke Universiteit Leuven & IDEA Consult (2003). Weerstand bij werkgevers tegen allochtonen.

Kenniscentrum Phrenos. Verzwijgen of vertellen: een hulp bij de keuze om werkgevers over een psychische aandoening te informeren. Geraadpleegd van https://www.kenniscentrumphrenos.nl/wp-content/uploads/2015/06/CORAL-NL_def.pdf.

Lindsay, Cagliostro, Albarico, Mortaji & Karon (2018): A Systematic Review of the Benefits of Hiring People with Disabilities.

Moens, B. (2015). Werkgeversbenadering: handboek voor arbeidsbemiddelaars. Dendermonde: De Boekenfabriek.

UVW WERKbedrijf (2009). Ik neem een werknemer met een ziekte of handicap in dienst. Voordelen voor werkgevers.

Vzw Jobcentrum (2017). Geknipt! Een andere kijk op arbeidsmarkttuitdagingen.

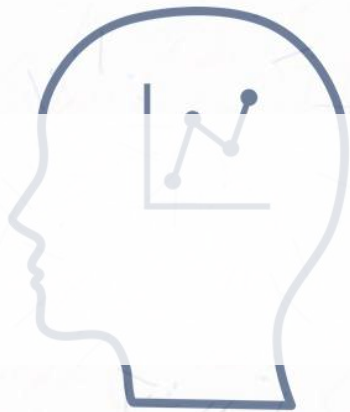
Vzw Jobcentrum (2010). Brochure Verkocht! Een commerciële benadering van werkgevers voor trajectbegeleiders.

Werkplek Vluchtelingen Gent (2018). Van nieuwkomer tot werknemer: een draaiboek over versnelde activering van nieuwkomers.

Workinc. Rematch your talent. Geraadpleegd van www.workinc.be.

Module 0

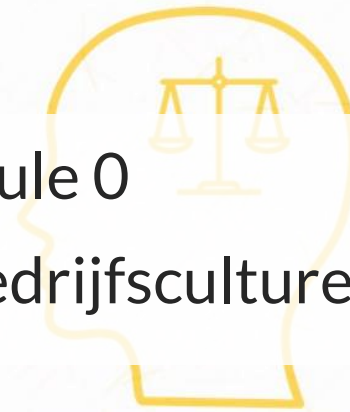
Voorkennis bedrijfsculturen



RATIONELE WERKGEVER



EXPERIMENTELE WERKGEVER



BEHOUDENDE WERKGEVER



MENSGERICHTE WERKGEVER

Introductie

Bedrijfsculturen bestaan op twee niveaus:

1. De *zichtbare gedragingen* zoals de wijze van kleding en gedrag, de taal, de symbolen en rituelen op het werk.
2. Die zichtbare elementen worden echter *gestuurd door dieperliggende waarden*.

Die dieperliggende waarden, ideeën, zijn de echte cultuur in de organisatie. Cultuur is niet expliciet aanwezig. Je kan waarden en normen niet als zodanig waarnemen, maar wel herkennen in **gedragspatronen** (in de wijze waarop collega's, managers, klanten en aandeelhouders met elkaar omgaan), **rituelen** (de wekelijkse borrel, bedrijfsuitjes of mail- en vergadergedrag) of **symbolen** (huisstijl, logo's, huisvesting, interieur en kleding).

Vier types bedrijfsculturen

Het **HBDI-model** (Hermann Brain Dominance Instrument) is een model dat een onderscheid maakt tussen vier verschillende denkstijlen: rationeel, experimenteel, mensgericht en behoudend. Hoewel elke mens gebruik maakt van die vier denkstijlen, heeft men vaak een bepaalde denkvoorkeur die de bedrijfscultuur typeert.

'Rationele' cultuur:

- De organisatie is taak- en resultaatgericht.
- Centrale waarden zijn productiviteit, geld- en tijdswinst.
- Het bedrijf streeft naar vooruitgang op basis van cijfers en bewijzen.
- Logica en efficiëntie staan voorop.

'Experimentele' cultuur:

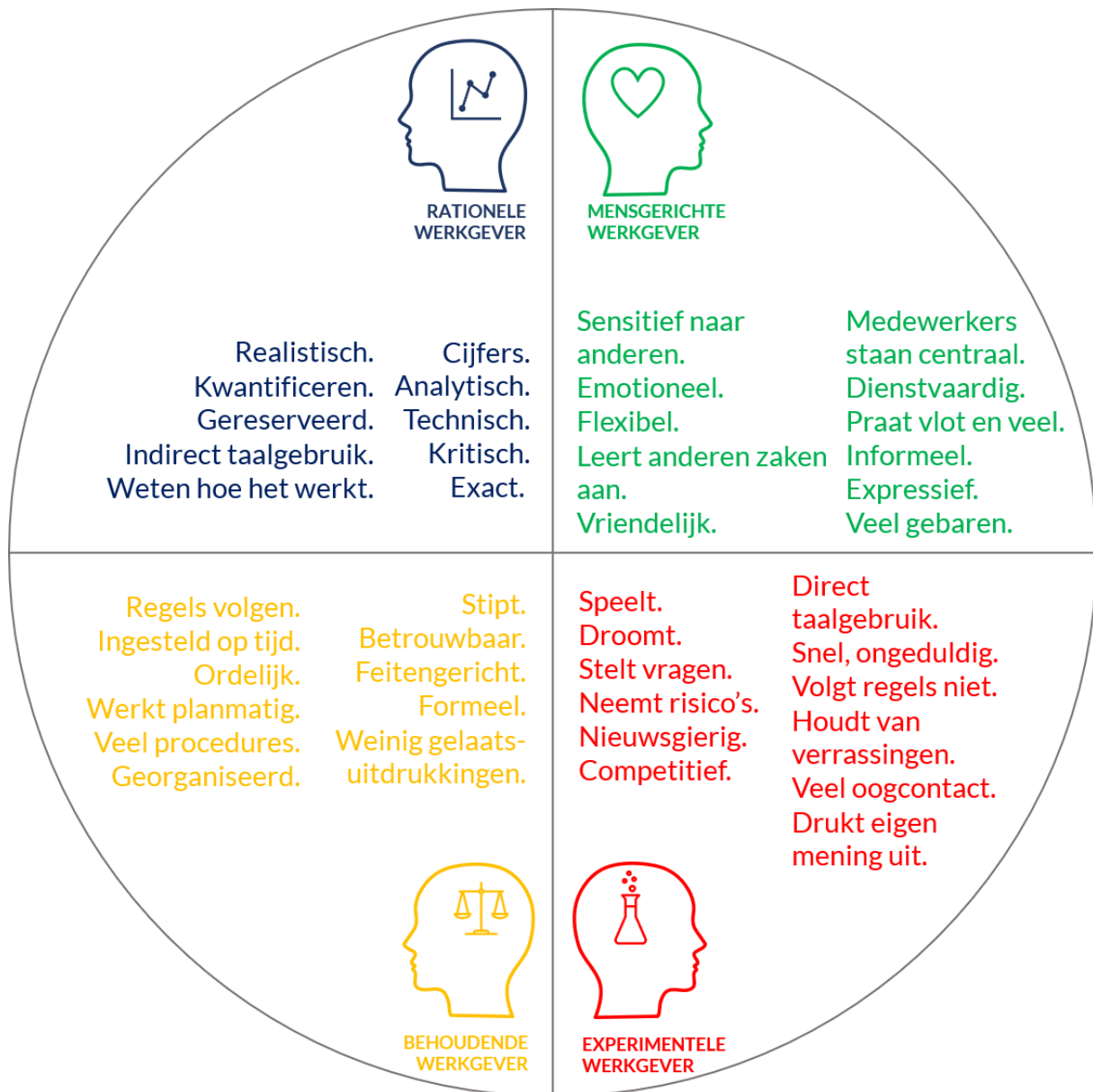
- Dit bedrijfstype is ontstaan om te kunnen reageren op snel veranderende omstandigheden.
- Centraal staan innovatie en vernieuwing: ontwikkeling van nieuwe diensten en producten, voorbereiding op de toekomst.
- Medewerkers worden gestimuleerd om creatief en flexibel te zijn.
- De organisatie is flexibel, kan indien nodig snel een nieuwe vorm aannemen.
- Die cultuur is typerend voor softwarebedrijven, start-ups en Silicon Valley bedrijven.

'Mensgerichte' cultuur:

- Er bestaan gemeenschappelijke waarden en doelstellingen.
- Onderlinge samenhang, 'wij-gevoel'.
- Participatieve instelling, teamwork, het beste uit elkaar halen.
- Vertoont overeenkomsten met de organisatie van een familie.
- Klanten worden als partners beschouwd.
- Regels en procedures zijn ondergeschikt aan het gevoel een team te zijn.

'Behoudende' cultuur:

- Procedures en regels staan centraal.
- De leidinggevendenden coördineren en organiseren.
- De langetermijndoelen zijn stabiliteit (in stand houden van de organisatie), efficiëntie en voorspelbaarheid.
- Die cultuur komt vaak voor bij overheidsinstellingen.



LET OP!

Het HBDI-model is een manier om de algemene overheersende persoonlijkheid van een bedrijf te typeren. Het is een handig instrument om een eerste, algemene benaderingsstrategie uit te tekenen. Echter, een bedrijf zal vaak ook andere kenmerken van bedrijfsculturen vertonen. Hoe beter je een bedrijf kent, hoe unieker de karakteristieken van het bedrijf. Zorg er echter voor dat je bij het hanteren van het HBDI-model ook blijft **zoeken naar de zaken die écht kenmerkend zijn voor een specifieke organisatie.**



Module 0

Voorkennis gesprekstechnieken

Introductie

Stel, je bent in gesprek met de uitbater van een restaurant die op zoek is naar een zaalmedewerker. Jouw kandidaat lijkt perfect voor de job, maar de uitbater twijfelt. Wegens het chronische rugprobleem van jouw kandidaat, vreest de werkgever dat de kandidaat snel zal afhaken. Het is tenslotte zwaar werk. Jij weet echter dat de rugklachten enkel opspelen bij zittend werk.

Wat zeg je?

1. *"Dat is geen probleem. Mijn kandidaat heeft enkel last van rugpijn wanneer hij neerzit. Zolang hij in beweging blijft, is er geen risico."*
2. *"Ik begrijp uw bezorgdheid. Maar het is weinig waarschijnlijk dat de rugklachten zullen opspelen bij dit soort werk. Anders beginnen we eerst met een proefdag?"*
3. *"Dat zou inderdaad erg vervelend zijn. Gebeurt het vaker dat mensen afhaken omdat ze het werk onderschat hebben?"*

Indien je voor de laatste optie zou kiezen, vergroot je jouw kansen op succes. Zoals je straks zal zien, is de beste manier om met weerstand om te gaan, **de weerstand te erkennen**. De grootste fout die je kan maken, is te snel met tegenargumenten komen.

"De grootste fout die je kan maken, is te snel met tegenargumenten komen."

Bronnen van weerstand bij werkgevers

Veel werkgevers hebben twijfels bij het aanwerven van een persoon met een beperking. Meestal spelen de volgende onzekerheden mee:



1. Gebrek aan kennis en informatie

De meeste werkgevers hebben geen idee van de mogelijkheden van personen met een beperking, en van de ondersteuning die de overheid daarvoor biedt.

2. Angst voor het onbekende

De beperking van een persoon brengt voor de ander vaak een vorm van onzekerheid en onvoorspelbaarheid met zich mee.



3. Geen nut in verandering zien

Sommige werkgevers zien niet in waarom ze iemand met een beperking zouden aannemen, en de nodige aanpassingen te doen die daarbij eventueel gepaard gaan, ook al hebben ze moeite om openstaande vacatures te vullen.

Werkgevers zullen dat zelden expliciet uitspreken, maar gaan hun weerstand op andere manieren tonen. Vaak zal weerstand zich manifesteren in de vorm van argumenten tegen de aanwerving van jouw kandidaat met een arbeidsbeperking. Ook bepaalde (fysieke) gedragingen kunnen wijzen op weerstand.

Wetenschappelijk onderzoek en een recente (2019) bevraging van de Universiteit Gent bij Vlaamse arbeidsconsulenten en werkgevers toont aan dat werkgevers de volgende argumenten opwerpen tegen de aanwerving van kandidaten met een beperking:



- **Argument #1: Performantie- en productiviteitsverlies**

Werkgevers die weinig tot geen ervaring hebben met het aanwerven van personen met een beperking, gaan er automatisch vanuit dat er verminderde prestaties, en dus productiviteitsverlies, zullen optreden. Iemand met een beperking zal sowieso ook meer steun en begeleiding nodig hebben, wat extra tijd en ondersteuning vergt van de werkgever of het team.

- **Argument #2: Extra kosten**

Een andere reden voor de voorzichtigheid van de werkgever heeft te maken met het mogelijk kostenplaatje als gevolg van een verkeerde aanwerving. De kost van een verkeerde aanwerving loopt snel hoog op. Ervaring leert dat het gemiddeld 6 tot 12 maanden duurt alvorens een foute kandidaat effectief wordt vervangen. Die kosten verklaren waarom zo veel werkgevers op zoek zijn naar de zogenaamde “witte raaf”.

- **Argument #3: meer administratie**

Werkgevers gaan er ook vanuit dat de aanwerving van een persoon met een arbeidsbeperking gepaard gaat met heel wat administratieve taken. Zeker wanneer de werkgever gebruikt wenst te maken van de VOP-premie en wanneer er aanpassingen aan de werkvloer nodig zijn, kunnen werkgevers afgeschrikt worden door de verwachte administratie. Een gebrek aan tijd, speelt mogelijks een belangrijke rol.

- **Argument #4: reactie van anderen**

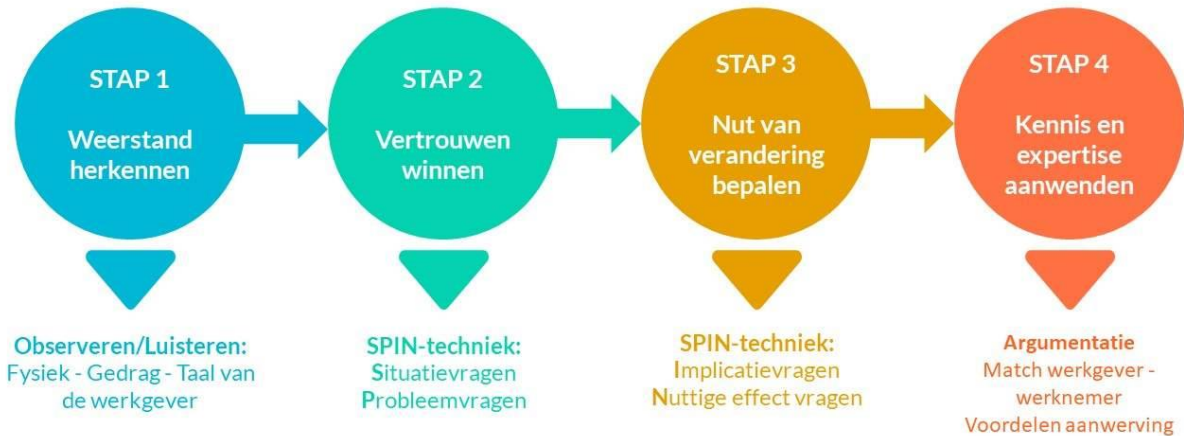
Ten slotte zijn werkgevers vaak bezorgd om de reactie van derden bij de aanwerving van een werknemer met een arbeidsbeperking. Vooral naar klanten toe, blijven werkgevers vaak weigerachtig. Als die aanwerving een minder kwalitatieve dienstverlening impliceert naar klanten toe, zal een werkgever wel twee keer nadenken. Ook binnen het team van huidige werknemers, kan een aanwerving voor wrevel zorgen. Meer begeleiding en verminderde prestaties, betekent automatisch een verhoogde werklast voor andere medewerkers, en veel bedrijfsleiders willen dit niet op hun geweten hebben.

Als een werkgever argumenten aangeeft waarom hij de persoon niet wil aanwerven, zal je als arbeidsconsulent direct geneigd zijn om hierop in te gaan. Door jouw kennis en expertise in arbeidsbeperkingen en overheidsmaatregelen, de dienstverlening van jouw organisatie, en de capaciteiten van jouw klant, kan jij razendsnel de tegenargumenten van de werkgever één voor één van tafel vegen. Doe dat niet!

Daarmee werk je voornamelijk in op één bron van weerstand, namelijk het **gebrek aan kennis en informatie**, en ga je volledig voorbij aan de andere twee bronnen: **angst voor het onbekende**, en **het nut van verandering niet inzien**. Daardoor is de kans groot dat de werkgever dichtklapt, en zal trachten om het gesprek zo snel mogelijk af te ronden. Het is daarom belangrijk om via tussenstappen (dus vooraleer je tegenargumenten op tafel werpt), ook de andere bronnen van weerstand aan te pakken, en de werkgever tot zelfinzicht te laten komen.

We stellen **een 4 stappenstrategie** voor om stap voor stap in een verhelderende en vruchtbare discussie te treden met een werkgever.

4 stappenplan voor het aanpakken van weerstand



Stap 1: Weerstand herkennen

De eerste belangrijke stap als arbeidsconsulent, is dus het herkennen van weerstand. Je kan weerstand herkennen aan heel veel verschillende signalen:

- **Fysiek:** spanning in het lichaam, het gebruik van de stem, het energieniveau, gevoelens (makheid of juist agressie).
- **Gedrag:** vermijden, vluchten, ontkennen, ontwijken, doordraven, aarzelen, slecht gebruik van de tijd.
- **Taalgebruik:** ja - maar, veralgemenen, theoretiseren, abstraheren, uitvoerig ingaan op details, herhaling, enerzijds/anderzijds, aarzelen, blokkeren, het niet meer weten.

Wanneer je weerstand herkent, dien je als arbeidsconsulent eerst te luisteren, en pas later te praten. Het is goed de werkgever aan het woord te laten. Door te luisteren kun je signalen van weerstand oppikken. De grootste fout die kan gemaakt worden, is te vroeg met een oplossing komen.

“Wanneer je weerstand herkent, luister je als arbeidsconsulent eerst, en praat je pas later.”

Stap 2: Vertrouwen winnen

De volgende stap, na het herkennen van weerstand, is angst voor het onbekende wegnemen door het vertrouwen van de werkgever te winnen. Het vertrouwen van de werkgever winnen is uiteraard een werk van lange adem, en zal gradueel toenemen naargelang de duur en de kwaliteit van het samenwerkingsverband. Op korte termijn kan je echter ook een aantal zaken doen om een vertrouwensband op te starten.

Dat doe je voornamelijk door:

- De **bezorgdheden** van de werkgever te **erkennen**.
- **Vragen** te stellen.
- **Open en eerlijk** te antwoorden op de vragen van de werkgever.

Ga niet te snel de argumenten van de werkgever weerleggen aan de hand van jouw kennis en ervaring. In plaats daarvan is het belangrijk om de bezorgdheden van de werkgever te bevestigen, en te **bewijzen dat jij aandachtig bent voor de noden van het bedrijf**. Dat kan je doen door de **SITUATIE- en PROBLEEMVRAGEN** te stellen (de zogenaamde SPIN-techniek, zie verder).

Stap 3: Nut van verandering aantonen

Je hebt de werkgever bewust gemaakt dat er een probleem is dat om een oplossing vraagt. Nu is de tijd aangebroken om samen met de werkgever de 'buying vision' te creëren, het 'why change-verhaal'.

In deze fase ga je de werkgever zelf laten nadenken over de nadelige gevolgen van dit probleem. Dat doe je met behulp van **IMPLICATIEVRAGEN**. Met die vragen peil je naar de mogelijke negatieve gevolgen (implicaties) die uit de huidige problemen kunnen ontstaan: "*U vertelde dat u vaak moeilijkheden ondervindt om openstaande vacatures ingevuld te krijgen. Waar loopt u precies tegenaan?*"

Door iemand zelf zijn problemen en behoeften te laten benoemen, versterk je diens gevoel dat hij er iets mee moet. Bovendien helpen die vragen om een link te leggen tussen ogenschijnlijk losstaande problemen en hun impact op de rest van de organisatie: "*Welke invloed heeft het moeilijk kunnen invullen van vacatures voor de andere medewerkers in de organisatie?*"

Vervolgens nodig je de werkgever uit om na te denken over de voordelen die hij heeft als hij zijn problemen kan oplossen. Dat doe je door het stellen van **NUTTIG-EFFECT VRAGEN**. Die vragen nodigen de klant uit na te denken over de voordelen van mogelijke oplossingen (omgekeerde van implicatievragen). Met die vragen ontwikkel je bij de werkgever een expliciete behoefte aan een oplossing.

Stap 4: Kennis en expertise aanwenden

Dit is het moment waarop jij als arbeidsconsulent gewacht hebt. **Eindelijk kan je jouw kennis en expertise aanwenden om de laatste bron van weerstand bij de werkgever te overwinnen: het gebrek aan informatie.**

Eerst en vooral moet er benadrukt worden dat er steeds gezocht wordt naar **een goeie match tussen de functie en de kandidaat**. De noden van een bedrijf krijgen een centrale plaats in het gesprek, en je probeert een **win-win** te creëren. Er wordt gedacht vanuit het bedrijf; het idee van '**what's in it for them**' is erg belangrijk. Het is een gesprek over wat de werkgever nodig heeft, waarop je als arbeidsconsulent kan aangeven dat je 'iemand hebt met die en die competenties'. Er wordt dus in alle gevallen aangetoond waarom een bepaalde persoon een meerwaarde zou kunnen vormen voor de werkgever.

Dat houdt in dat je mee naar oplossingen zoekt met werkgevers wanneer een kandidaat past qua profiel, maar er tegelijk nog bepaalde competenties ontbreken. Daarvoor is het van belang om grondige kennis te hebben van de **competenties van de werkzoekende**.

Ten slotte zijn er naast de specifieke kwaliteiten van jouw kandidaat, en de match met de werkgever, ook **een aantal algemene argumenten** die je kan aanhalen om de werkgever over de streep te trekken (zie *Module 6. Hoe overtuig ik een werkgever?*).

De SPIN-techniek

We gaan nu dieper in op de **SPIN-techniek** (Situatievragen, Probleemvragen, Implicatievragen en Nuttig-effect vragen), de belangrijkste methodiek om het vertrouwen van de werkgever te winnen, en om de werkgever het nut van verandering te laten inzien (stap 2 en 3 uit het 4 stappenplan).



Situatievragen

Deze vragen informeren naar **feiten en achtergrondinformatie over de werkgever**, zoals de missie en visie van het bedrijf, de bedrijfsgrootte, de activiteit, de functies binnen het bedrijf, ontstaansgeschiedenis van het bedrijf en dergelijke:

- *Wat is de visie of het doel van de organisatie?*
- *Wat zijn volgens jou de belangrijkste kenmerken van jouw organisatie?*
- *Welke ontwikkelingen zie je de komende vijf jaar binnen jouw organisatie?*
- *Hoe ziet de structuur van jouw organisatie eruit?*
- *Welke producten of diensten levert jouw bedrijf?*
- *Wat verwachten jullie klanten van jullie diensten?*
- *Hoeveel medewerkers heb je in dienst?*
- *Welke functies heeft jouw bedrijf?*
- *Voor welke functies heb je vaak vacatures?*
- *Wat voor type medewerkers hebben jullie?*
- *Werken jullie met externe organisaties en wat is jullie ervaring daarmee?*

Vergeet niet dat die vragen vooral voor jou van belang zijn en dat te veel van die vragen de werkgever kunnen vervelen of ergeren. **Daarom beperk je dus best het aantal situatievragen tot het noodzakelijke minimum** (vandaar het belang van een goede voorbereiding, zie *Module 1. Hoe bereid ik me voor?*).

Probleemvragen

Aan de hand van deze vragen ontdek je **de punten waarover de werkgever in de huidige situatie ontevreden is**, wat hem irriteert of waarover hij zich zorgen maakt:

- *Wat zijn de belangrijke knelpunten/uitdagingen waar jouw organisatie voor staat?*
- *Hoe tevreden ben je over de huidige resultaten op het gebied van ...?*
- *Ondervind je moeilijkheden om geschikte medewerkers te vinden? Zo ja, welke?*
- *Is het lastig om met de huidige bezetting het gewenste resultaat te behalen?*
- *Wat brengen deze veranderingen met zich mee voor je? Wat zijn jouw kritische succesfactoren?*
- *Welke verbeteringen wil je realiseren?*
- *In welke mate ben je tevreden over...?*

Door situatie- en probleemvragen te stellen, **toon je aan de werkgever dat je interesse hebt in zijn of haar bedrijf**, en dat je aandachtig bent voor de problemen en moeilijkheden waar de werkgever mee zit. Wanneer de werkgever merkt dat hij met zijn/haar bezorgdheden bij jou terecht kan, is de eerste bouwsteen van de vertrouwensband gelegd.

Wees ook altijd eerlijk in jouw gesprekken met werkgevers. Geef eerlijk toe als je een antwoord niet kent, maar dat je er later op terug zal komen. **Vergeet nooit om terug te komen op de vragen waarop je geen antwoord wist**. Door één of twee dagen later terug te komen op de vraag laat je een zeer betrouwbare indruk na bij de werkgever.

Iemand is pas bereid om een aankoop te doen als hij zich bewust is van de noodzaak om te veranderen en een mogelijke oplossing ziet. Door probleemvragen te stellen, krijg je wel zicht op de problemen van de werkgever, maar **ervaart de werkgever mogelijk nog geen behoefte aan verandering**. Wacht dus nog even met het presenteren van jouw oplossing of aanbod en bespreek eerst de gevolgen van de problemen.



Implicatievragen

Laat de werkgever nadenken over de nadelige gevolgen van het probleem.

Voorbeelden van vragen over de effecten of gevolgen van een probleem:

- *Wat voor effect heeft dat probleem op...?*
- *Welke gevolgen hebben de knelpunten/uitdagingen?*
- *Leidt dat probleem tot meer stress, verzuim, conflicten?*
- *Wat betekent dat voor de personeelskosten?*
- *Wat doet dat met een team?*
- *Hoeveel verlies heeft dat probleem opgeleverd?*
- *Welke impact heeft dat probleem op de kwaliteit van het werk?*

Nuttig-effectvragen

Vervolgens nodig je de werkgever uit om na te denken over de voordelen als de problemen worden opgelost. Dat doe je door het stellen van nuttig-effect vragen. **Die vragen nodigen de klant uit om na te denken over de voordelen van mogelijke oplossingen (omgekeerde van implicatievragen).** Met die vragen ontwikkel je bij de werkgever een expliciete behoefte aan een oplossing. Meer nog, met die vragen breng je de werkgever ertoe dat hij jou vertelt over de voordelen die jouw oplossing biedt, in plaats van dat jij gedwongen bent die voordelen aan hem uit te leggen. Nuttig-effect vragen kunnen ook in kaart brengen welke oplossingen voor de werkgever acceptabel zijn.

Bijvoorbeeld: *"Als de functies binnen uw bedrijf anders ingevuld zouden kunnen worden, zou dat de extra moeilijkheden en daarmee gepaard gaande kosten, kunnen verminderen?"*

Breng na jouw vragen orde in het verhaal. **Door samen te vatten kan je het geheel structureren en duidelijker maken.** Dat stimuleert ook om verder te vertellen. Zo kun je ook controleren of je als arbeidsconsulent de boodschap van de werkgever goed begrepen hebt.

Vb. *“Als ik je goed begrijp, bedoel je dat...? Je wilt dus zeggen dat...? Laat mij dit even op een rijtje zetten...?”*

Door de SPIN-techniek toe te passen, heb je het vertrouwen van de werkgever gewonnen, en heb je hem/haar het nut van verandering laten inzien. Pas nu kan je jouw kennis en expertise aanwenden om de werkgever te overtuigen. Hoe je dat doet, komt aan bod in *Module 7. Hoe overtuig ik een werkgever?*

A photograph of a wooden desk in a modern setting. On the desk, there is a silver laptop, a white ceramic mug, a black pen, and a black smartphone. A semi-transparent grey rectangle is overlaid on the center of the image, containing the text 'MODULE 1' and 'Hoe bereid ik me voor?'.

MODULE 1

Hoe bereid ik me voor?

Introductie

Vooraleer je contact opneemt met een werkgever, heb je er baat bij om eerst informatie over het bedrijf te verzamelen.

Het soort informatie dat je wenst in te winnen hangt o.a. samen met jouw reden om contact op te nemen met het bedrijf. Meestal nemen arbeidsconsulenten contact op met bedrijven om hun werkzoekende voor te stellen voor een openstaande vacature of voor een onbezoldigde stage. **Echter, ook als jouw kandidaat niet meteen zal kunnen starten in het bedrijf, loont het de moeite om informatie over het bedrijf te verzamelen en bij te houden:**

- De vacature is misschien niet interessant voor jouw kandidaat, maar wel **voor de kandidaat van jouw collega**.
- Jouw organisatie biedt mogelijk nog **andere vormen van dienstverlening** die interessant kunnen zijn voor het bedrijf (jobcoaching, HR-consultancy, etc.).
- Misschien is er vandaag geen gepaste vacature voor jouw kandidaat, maar **in de toekomst** kan dat nog komen.

Vooraleer je een bedrijf contacteert om jouw kandidaat voor te stellen, heb je idealiter zicht op de volgende zaken:



Informatie over de
werkgever



Informatie over jouw
kandidaat



Kennis over **andere**
dienstverleningen van jouw
organisatie

In dit hoofdstuk gaat we voornamelijk in op hoe je meer **informatie over het bedrijf** kan verzamelen.

Informatie over het bedrijf verzamelen

Volgende informatie kan van pas komen bij het benaderen van een werkgever:

*Naam.
Sector.
Specifieke activiteiten.*

*Bedrijfsgrootte.
Soorten functies.
Missie en visie.
Klantenprofiel.*

*Historiek en recente
gebeurtenissen.
Locatie en afdelingen.
Openstaande vacatures.*

Denk op voorhand na over de mogelijke motieven van de werkgever. **Om welke reden(en) zou de werkgever al dan niet ingaan op jouw aanbod?** Het is belangrijk dat je

dat weet, want als je weet wat die motieven zijn, kan je daar op inspelen in je communicatie.

Een mogelijke manier om de motieven van werkgevers te ontdekken, is nadenken over de mogelijke problemen die zij ervaren en de mogelijke gevolgen ervan. Door deze oefening te doen, kan je je bovendien makkelijker inleven in de werkgever. Hoe ga je te werk? Neem een blad papier en teken twee kolommen. In de linker kolom noteer je de belangrijkste knelpunten van werkgevers. Denk echt aan de problemen van werkgevers en niet aan positieve kenmerken van jouw aanbod. Vervolgens noteer je in de rechter kolom de negatieve gevolgen (implicaties) van deze problemen. Handige vragen om de implicaties te ontdekken zijn:

- *Wat betekent het probleem voor de medewerkers in de organisatie?*
- *Wat betekent het probleem op financieel vlak?*
- *Wat betekent het probleem voor de continuïteit van de organisatie?*
- *Wat betekent het probleem voor het bereiken van de vooropgestelde doelen binnen de organisatie?*

Een voorbeeldje ter illustratie:

Openstaande vacature

De vacature voor verkoopmedewerker in een broodjeszaak staat al geruime tijd open. De eigenaar is op zoek naar die witte raaf om de functie in te vullen.

Extra druk op collega's

Door de langdurige afwezigheid van voldoende werkrachten, is de werkdruk een pak hoger voor de andere personeelsleden.

Tijdsverspilling

Als gevolg van het personeelstekort kon de winkel niet open zijn op koopzondag. Bovendien verspilt de eigenaar vele uren aan het interviewen van kandidaten die niet passen in zijn witte raaf profiel.





Verlies aan inkomsten

Daardoor dalen de winkelinkomsten ten opzichte van vorige jaren.

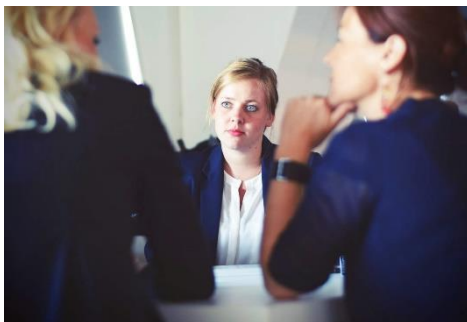
Personeel stapt op

Uiteindelijk stapt ook het huidige personeel op. De hoge werkdruk en de vele werkuren worden hen te veel. Daardoor komt de eigenaar nog meer in de problemen terecht.

Hoe beter je op de hoogte bent van de uitdagingen op de arbeidsmarkt en hoe meer gesprekken je voert met werkgevers, hoe gemakkelijker het is om een goed beeld te krijgen op de mogelijke knelpunten van werkgevers. Op die manier kan je jouw lijstje steeds verder aanvullen en vervolledigen. Het lijstje kan je vervolgens gebruiken om in te schatten tegen welke problemen de werkgever mogelijk aanloopt en kan je op voorhand nadenken op welke manier jouw aanbod hier een (gedeeltelijke) oplossing kan bieden. Ten slotte, je kan op basis van de verzamelde informatie zoals mogelijke problemen en implicaties, een lijstje met SPIN-vragen opstellen die je tijdens het gesprek aan de werkgever kan stellen (zie module 0 'Gesprekstechnieken').

De juiste contactpersoon

Het is niet altijd even gemakkelijk om de juiste contactpersoon binnen het bedrijf te identificeren en te pakken te krijgen. Hoe groter een bedrijf, hoe moeilijker het kan zijn om de juiste persoon vast te krijgen.



Bij **grote bedrijven** passeer je vaak via een HR-dienst vooraleer je bij de juiste persoon terechtkomt. HR-medewerkers hebben meer beslissingsrecht, maar zijn vaak **moeilijker te overtuigen**. Zij dragen de verantwoordelijkheid om een gepaste kandidaat te vinden en moeten dit verantwoorden naar het management toe. Vaak zijn ze ook gebonden aan vaststaande rekruteringsprocedures, waar ze moeilijk omheen kunnen. Zij zullen dus minder geneigd zijn om risico's te nemen, al kunnen de **financiële voordelen van tewerkstellingsmaatregelen** dat wel vergemakkelijken.

Bij **kleine bedrijven** geraak je vaak gemakkelijker binnen en start je je zoektocht best bij de **zaakvoerder of een teamverantwoordelijke**. Hier kan je als consulent **veel gemakkelijker** een plaatsbezoek plannen en eventueel selectieprocedures met drempels omzeilen. Hij/zij zal sneller geneigd zijn om risico's te nemen, en is in staat de nodige aanpassingen door te voeren om jouw kandidaat te laten opstarten.



Idealiter verzamel je de volgende informatie over jouw contactpersoon:

- Functie
- E-mailadres en gsm-nummer
- Voorgaande carrière

Voorgaande samenwerking

Ga steeds na of jouw organisatie reeds contact had met het bedrijf. Dat kan je doen door **collega's te bevragen**, of beter nog, door het bedrijf op te zoeken in **jouw CRM-systeem**.

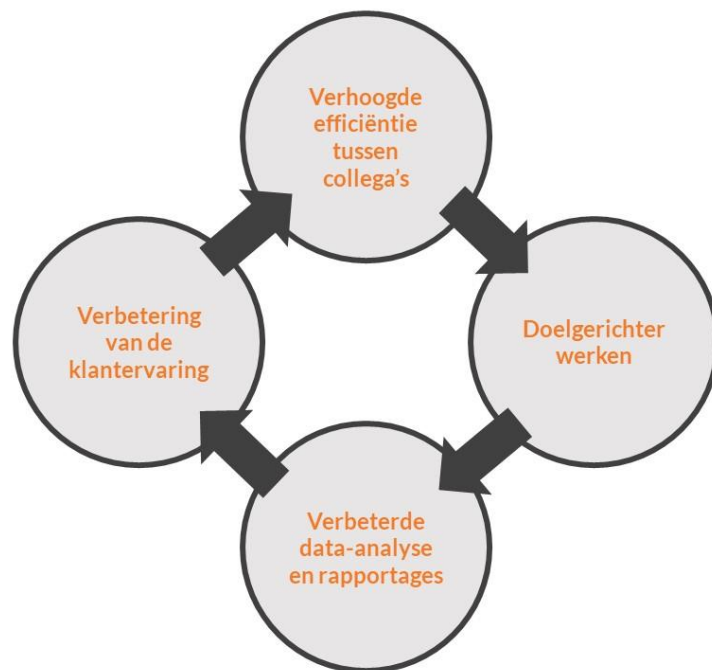
Customer Relationship Management-software, ook bekend als CRM, is een systeem waarmee een organisatie de interacties met huidige en potentiële klanten kan beheren. Voor relaties met werkgevers is dat een waardevolle tool. Het doel van een CRM-systeem is **relaties te verbeteren door de informatie en geschiedenis van de werkgever te verzamelen, te organiseren en te beheren**, met name gericht op klantenbehoud en het stimuleren van groei. Als je organisatie nog geen CRM-software heeft, dan kan overwogen worden om daarin te investeren.

Enkele voordelen van een CRM-systeem voor de organisatie:

1. **Verbetering van de klantervaring:** alle relevante informatie over de werkgever en contacten met de werkgever zijn terug te vinden in één toegankelijk CRM-systeem: de eerdere gesprekken, contacten, voorkeuren, documenten en andere, voor jou relevante informatie. Dat betekent dat, op basis van die gegevens, andere arbeidsconsulenten binnen dezelfde organisatie de behoeften van de werkgever beter kunnen inschatten en daarop veel effectiever kunnen inspelen. Ook is het handig te weten wie binnen het bedrijf een goede aanspreekpersoon is.

“Het is belangrijk dat werkgevers het gevoel hebben dat je hen kent, dat je weet wat er speelt en wat hun voorkeuren zijn.”

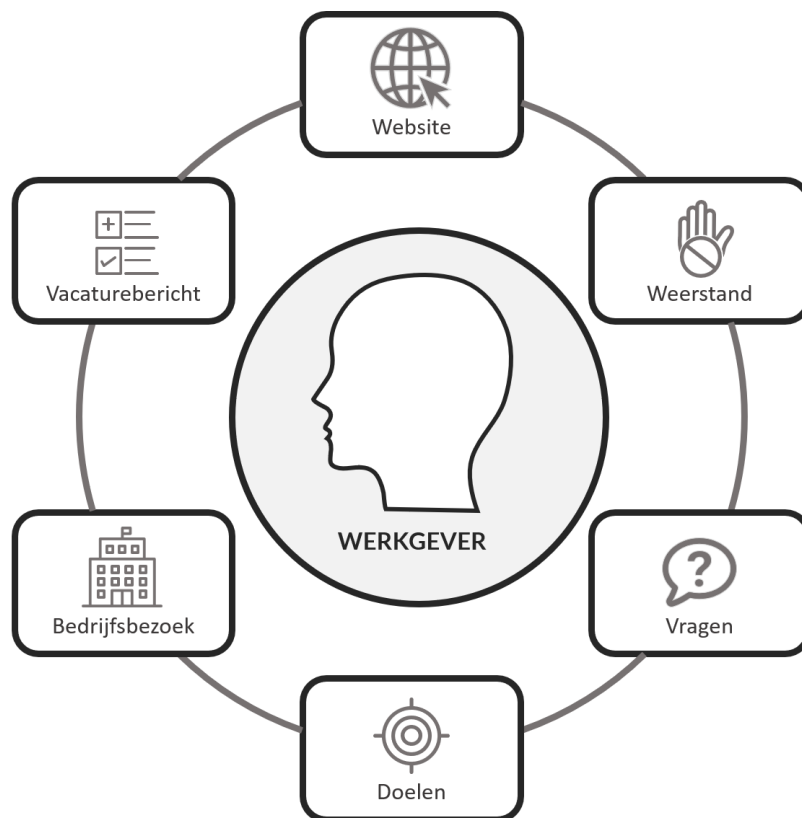
2. **Meer efficiëntie tussen de medewerkers, arbeidsconsulenten en afdelingen:** met behulp van een CRM-systeem kunnen arbeidsconsulenten en andere afdelingen gegevens van werkgevers delen. Dat maakt gestroomlijnde processen en informatiestromen mogelijk. Het zorgt ervoor dat niet elke medewerker of afdeling zijn eigen klanteninformatie en databestand heeft, maar dat die worden gedeeld. Het vergemakkelijkt zoekwerk, en helpt de productiviteit te verhogen. Alle teams kunnen daardoor allemaal een centraal, gedeeld beeld van de klanteninformatie en interacties hebben. Door bedrijfscontacten te registreren in het CRM-systeem weet je ook of je collega al eens op prospectie ging bij een bedrijf, welke info hij daar verzamelde, of hij er een match realiseerde, enz. Het is waardevolle informatie om je voor te bereiden voor je contact opneemt met een bedrijf. Een CRM-systeem bevordert ook een positieve teamcultuur. Als individuen en afdelingen informatie delen, samenwerken en inzicht krijgen in andere afdelingen binnen het bedrijf, verbetert dat de communicatie binnen en over teams heen.
3. **Doelgerichter werken:** via een CRM-systeem kunnen de klanten (werkgevers) in segmenten worden ingedeeld. Dat kan handig zijn om gerichte acties te doen naar bepaalde doelgroepen (bijvoorbeeld nieuwsbrieven gericht sturen).
4. **CRM verbetert data-analyse en rapportages:** met alle relatie- en procesgegevens beschikbaar in één systeem kan het bedrijf weloverwogen beslissingen nemen en met meer flexibiliteit werken. Standaard biedt een goed CRM-systeem al veel mogelijkheden voor het genereren van rapportages en dashboards waarmee je gericht kunt sturen. Het is belangrijk dat de hele organisatie werkt met het CRM-systeem, en dat alle relevante informatie geregistreerd wordt. Een CRM-systeem zou eigenlijk altijd moeten open staan, zodat registratie van gegevens een automatisme wordt.



De bedrijfscultuur

Om te achterhalen met welke bedrijfscultuur je te maken hebt, kan je best kijken naar de volgende zaken:

- De *website* van het bedrijf (en dan zeker de rubriek "Over ons").
- De initiële *weerstand* die de werkgever opwerpt tegen het aanwerven van personen met een beperking.
- De *vragen* die de werkgever stelt tijdens een gesprek.
- De *doelen* die de werkgever als prioriteit beschouwt.
- Het *bedrijf* zelf, bijvoorbeeld tijdens een bezoek ter plaatse.
- De *advertenties* voor vacatures.



Website van het bedrijf: vooral de pagina's 'over ons' en 'onze missies' kunnen meer prijsgeven over de onderliggende bedrijfsmentaliteit. Zo hebben **behoudende organisaties** meestal minder foto's op hun website staan, terwijl een **mensgericht bedrijf** vaak foto's van hun missie en hun eigen personeel en klanten gaan publiceren. **Rationele werkgevers** gaan dan weer vaker onpersoonlijke foto's van de sector van deskundigheid publiceren, en van de aangeboden producten, terwijl een **experimentele organisatie**

meer geneigd is haar eigen innovatieve producten op een creatieve manier in de verf zetten, eventueel samen mét het ontwerpende team.

Advertenties van het bedrijf: een **innovatief bedrijf** zal creativiteit en nieuwe trends in de verf zetten om kandidaten aan te trekken, terwijl een **behoudende werkgever** eerder ambtelijke taal zal hanteren in de vacature. Functiebeschrijvingen en sollicitatieprocedures zijn vaak erg uitgebreid en bevatten soms nutteloze informatie. Een **mensgericht bedrijf** zal eerder adverteren voor de missie en waarden van het bedrijf, het belang van openheid, teamgeest en goede relaties. Advertenties van **rationele werkgevers** zullen dan weer nadrukkelijker vragen naar deskundigheid, ervaring en professionaliteit.

Bedrijfsbezoek: ook een bedrijfsbezoek kan verhelderend zijn om de algemene bedrijfsstijl te detecteren. Een **mensgerichte organisatie** zal vaker in een onopvallend gebouw zitten. Er hangt een casual, vriendelijke sfeer. Mogelijks is er geen onthaal of wachtzaal, en collega's spreken elkaar met de voornaam aan. Een **behoudsgezin bedrijf** zit evenzeer in een onopvallend gebouw, weliswaar wat statischer en onpersoonlijker. Je zal er vaker een parking voor het personeel terugvinden, een onthaal en een wachtzaal vol informatiefolders. Hoewel er vaker een formele sfeer hangt, zijn de medewerkers meestal casual gekleed en hangt er een collegiale sfeer. Een **experimentele bedrijfscultuur** toont zich vaker doordat de organisatie zetelt in een opvallend, origineel gebouw. Het onthaal is meestal professioneel, en het bedrijf heeft een trendy wachtzaal en stelt de eigen producten tentoon. De medewerkers gaan eveneens vaker casual gekleed en ze maken ook gebruik van voornamen. Een **rationele bedrijfscultuur** kenmerkt zich daarentegen vaker door een duidelijke wegwijzer naar het gebouw, met logo en vlaggen. Er is parkeergelegenheid voor klanten, een professioneel onthaal en een mooie wachtkamer. Medewerkers dragen stadskledij of maatpakken, en gaan formeler met elkaar om.

Gesprek met werkgever: de beste manier om een bedrijfscultuur te herkennen, is om een gesprek te gaan met een werknemer van het bedrijf. Aan de hand van de doelstellingen die men vooropstelt, de vragen die men stelt, en de bezwaren die men opwerpt tegen de aanwerving van jouw kandidaat, kan je een idee krijgen van de algemene bedrijfscultuur van de organisatie.

	Doelen	Vragen	Weerstand
 RATIONELE WERKGEVER	Goedkoop kostenplaatje. Premies en tewerkstellings-ondersteunende maatregelen. Snelle, vlotte dienstverlening.	<i>“Wat zijn de voordelen van de ondersteuningsmaatregelen?”</i> <i>“Welke competenties heeft de kandidaat?”</i>	Geen tijd, en <i>“time is money”</i>. <i>“Persoon met beperking heeft extra begeleiding nodig en zal minder efficiënt werken.”</i>
 EXPERIMENTELE WERKGEVER	Nieuwe uitdaging aangaan, experimenteren. Zich onderscheiden van andere bedrijven, imago.	<i>“Wat zijn de verplichtingen?”</i> <i>“Waarom niet, valt te proberen?”</i> <i>“Hoe werkt het?”</i>	Men is afspraak vergeten. <i>“Dat past niet in onze bedrijfsmentaliteit.”</i> <i>“Personen met een beperking zijn niet flexibel genoeg.”</i>
 MENSGERICHTE WERKGEVER	Engagement van kandidaat. Leergierige kandidaat. Kandidaat voelt zich thuis in bedrijf en in team.	<i>“Past deze kandidaat in onze bedrijfscultuur?”</i> <i>“Met welke bedrijven en organisaties in de sociale sector werken jullie nog samen?”</i>	<i>“We werken al via een andere methode”</i> (vb. interim). <i>“Dit zou een te grote last voor het team zijn.”</i> <i>“Wij kunnen geen extra begeleiding op werkvloer geven.”</i>
 BEHOUDENDE WERKGEVER	Nood aan duidelijke en gedetailleerde informatie. Nood aan gestructureerde ondersteuning.	<i>“Hoe zit het met de werkhouding van de kandidaat?”</i> <i>“Hoelang zal dit gesprek duren?”</i> <i>“Wie contacteer ik bij problemen?”</i>	<i>“Zal verstoring van huidige planning en werking betekenen.”</i> Vrezen voor ziekte en onbetrouwbaarheid van de kandidaat.

Informatiebronnen

Tenslotte kan je informatie over het bedrijf, contactpersonen, voorgaande samenwerking en bedrijfsculturen uit verschillende bronnen halen. De belangrijkste zijn:

- **Google:** gebruik Google om te surfen naar de **bedrijfswebsite**. Ook **jaarverslagen** en **personeelsadvertenties** kunnen interessante informatie bevatten.
- **CRM-systeem:** je hoort het, het belang van een intern CRM-systeem kan nauwelijks overschat worden. Is het bedrijf nog niet bekend met CRM? **Het is nooit te laat om eraan te beginnen!**
- **Sociale media:** veel informatie valt ook te rapen op sociale media, zoals Twitter, Facebook, Instagram, en vooral **LinkedIn**. Het valt op dat (vooral niet-commerciële) arbeidsconsulenten geen LinkedIn-account hebben, laat staan dat ze actief zijn op dat netwerk. Nochtans zijn er duidelijke voordelen aan het hebben van een account. Eerst en vooral is LinkedIn interessant om een **netwerk van HR-verantwoordelijken** op te bouwen met wie je vervolgens kan communiceren over jullie dienstverlening of nieuwtjes, zoals wijzigingen in tewerkstellingsmaatregelen, succesverhalen met werkgevers en dergelijke. LinkedIn is ook belangrijk voor jouw prospectiebezoeken. Check vooraf altijd het LinkedIn-profiel van de persoon met wie je een afspraak hebt. Vaak geeft het zinvolle informatie die je kan gebruiken als **ijsbreker of aanknopingspunt** voor het gesprek (bijvoorbeeld een gemeenschappelijk schoolverleden). Tenslotte is LinkedIn uitermate nuttig voor het vinden van de **juiste contactpersonen** en hun respectievelijke contactgegevens!
- **Gemeenschappelijke kennis:** via sociale media kan je bovendien ook snel achterhalen of jij kennissen hebt in je eigen persoonlijk netwerk die voor het bedrijf werken, of vroeger gewerkt hebben. Die kennissen zijn erg waardevolle informatiebronnen om een beter zicht te krijgen op de **bedrijfscultuur, interne werking en contactpersonen** van het bedrijf.

Module 2

Hoe kies ik een werkgever?

Introductie

Het spreekt voor zich dat je als arbeidsconsulent eerst bij jouw werkzoekenden gaat horen voor welk bedrijf en in welke sector ze graag willen werken. Mogelijks hebben ze kennis bij bepaalde werkgevers die kunnen helpen om een voet tussen de deur te krijgen. Mocht dat niet het geval zijn, dan kan jij als arbeidsconsulent zelf een mogelijk geschikte werkgever voorstellen.

Een recente bevraging (2019) bij 151 arbeidsconsulenten voor werkzoekenden met een beperking in Vlaanderen, toont aan dat verschillende bedrijfskenmerken belangrijke voorspellers zijn van een succesvolle toekomstige samenwerking:

- Mate van krapte
- Bedrijfsgrootte
- Mate van MVO (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemerschap)
- Sector waarin bedrijf actief is
- Mate van eerdere succesvolle samenwerking
- Bedrijfscultuur

Bedrijven met krapte

Waar de nood het hoogst is... Die werkgevers hebben geen andere keuze dan hun blikveld te verruimen. Recent onderzoek toont aan dat organisaties die reeds geruime tijd te kampen hebben met knelpuntvacatures, sneller bereid zijn om de eisen die ze stellen aan kandidaten te verlagen of aan te passen. Dat maakt van hen een interessante groep om jouw pijlen op te richten.

Je kan onder andere gebruik maken van de volgende websites en tools om te achterhalen welke bedrijven kampen met krapte en kandidaten zoeken voor knelpuntfuncties:

VDAB trends

Op deze website (vdab.be/trends) verschijnt maandelijks een rapport met de evolutie van het aantal werkzoekenden, het aantal vacatures, en de sectoren waarin vacatures gepubliceerd worden. Ook een actuele lijst met de huidige knelpuntberoepen kan daar teruggevonden worden.

Vlaanderen Naar werkgevers Contacteer ons Zoek op vdab.be...

VDAB Jobs Opleidingen Log in op Mijn loopbaan

Trends en cijfers

Aantal werkzoekenden

+7,9%

Werkzoekendenbericht juli 2020 pdf

Aantal vacatures

-12,8%

Vacaturebericht juli 2020 pdf

In de kijker: schoolverlatersrapport 2020

Dit rapport volgt de jongeren die de school verlieten in 2018 en gaat na hoeveel van hen als werkzoekend zijn ingeschreven bij VDAB op 30 juni 2019.

Uit de resultaten blijkt opnieuw hoe belangrijk het behalen van een diploma is. Zeker in deze onzekere coronatijden is dat een belangrijke boodschap. De levens- en leeromstandigheden zijn momenteel verre van ideaal en dat doet jongeren al eens twijfelen aan het voortzetten van hun studies. Maar ongekwalificeerd de arbeidsmarkt betreden is echt geen goed idee. De kans om in dat geval na een jaar werkzoekend te zijn, is groot. In 2019 bedroeg het werkzoekendenaandeel van de ongekwalificeerde schoolverlaters 30,5%. Bij schoolverlaters met een eindkwalificatie secundair onderwijs daalt dit aandeel

Arvastat

Op de website van Arvastat (arvastat.vdab.be), krijg je bij 'vacatures' een overzicht het aantal gepubliceerde vacatures per maand. Je vindt er tevens een top drie van beroepsgroepen, en de top drie van sectoren waarin vacatures werden gepubliceerd in jouw regio.

Bijvoorbeeld, in april 2020 werden in regio Oost-Vlaanderen veel vacatures gepubliceerd in volgende beroepsgroepen: 'Verpleegkundigen en verzorgenden', 'Schoonmaak- en onderhoudspersoneel', 'Bouwvakkers en -technici'.

Bij werkgevers in die sectoren maak je dus veel kans, aangezien er krapte heerst en ze op zoek zijn naar werkkrachten.

VDAB > Arvastat Overzicht Werkloosheid Vacatures Arbeidsmarkt Help

Basisstatistieken Detailtabellen Kenmerken Logboek NL | EN info | exporteer

Vacatures > Basisstatistieken
Kengetallen Vlaanderen > juli 2020

Indeling: Kengetallen Regio: Vlaanderen Periode: juli 2020

NECzU rechtstreeks aan VDAB gemeld NECzU via werving- en selectiekantoren Uitzendopdrachten

tabelweergave

Aantal Evolutie over 1 jaar

Gewenst niveau tussen Provincie en Gemeente: Resoc & Streektabel

Evolutie over 1 jaar (Ontvangen vacatures in de laatste 12 maanden)

Gewest Vlaanderen 255.920 | -12,8%

kaart vergroten

buiten Vlaanderen

Klik op de kaart voor drill-down

Regio	Aantal vacatures	Evolutie over 1 jaar
West-Vlaanderen	46.798	-10,0%
Oost-Vlaanderen	67.180	-10,0%
Antwerpen	67.913	-15,7%
Limburg	30.193	-22,4%

Ontvangen vacatures in de laatste 12 maanden

volgens bedrijfsgrootte

Bedrijfsgrootte	Aantal vacatures	Procent
KMO (<50 werknemers)	90.135	35,2%
GO (>=50 werknemers)	165.785	64,8%

volgens circuit

Circuit	Aantal vacatures	Procent
Vaste circuits	73.345	28,7%
Tijdelijke circuits	182.574	71,3%

5 jaar 10 jaar 15 jaar

Evolutie van het aantal vacatures (Ontvangen vacatures in de laatste 12 maanden)

CRM

Ook een CRM-systeem kan een belangrijke bron aan potentiële werkgevers bevatten. Mogelijks heb jij of één van jouw collega's aangeduid welke werkgevers met een krapte kampen.



Bedrijfsgrootte

Wanneer je kiest voor een werkgever, maak je best een onderscheid tussen KMO's (Kleine en Middelgrote Ondernemingen), en grotere onafhankelijke bedrijven.

KMO	Groot bedrijf
Keuze en flexibiliteit in werving en selectie. Rechtstreeks contact met eigenaar, die zelf risico kan inschatten. Te overtuigen door onzekerheid weg te nemen en extra ondersteuning aan te bieden (rekrutering, administratie, jobcoaching).	Vaste procedures voor werving en selectie, waar niet van afgeweken kan worden. HR-verantwoordelijken die minder risico's durven nemen. Moeilijker te benaderen en te overtuigen.

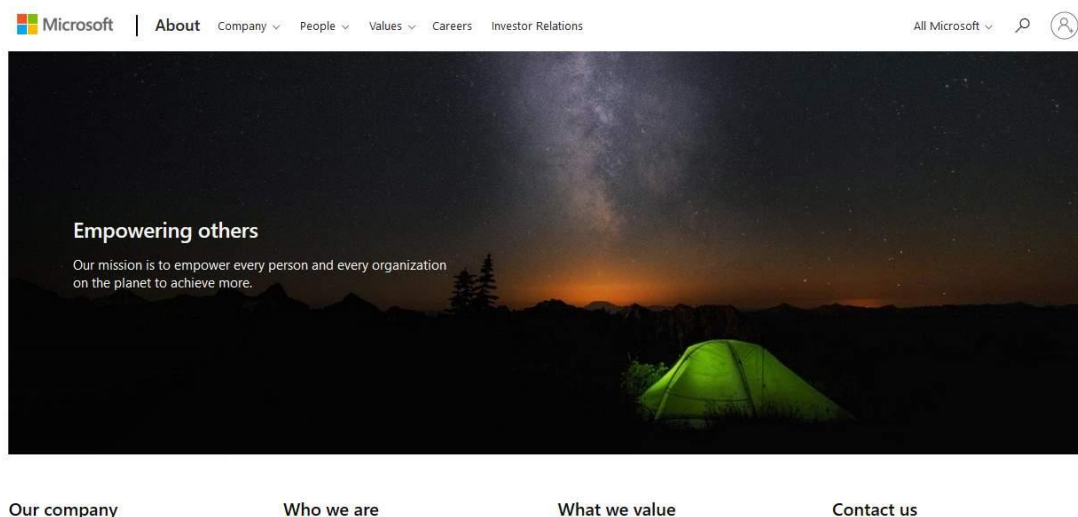
MVO

MVO staat voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. De bereidheid om werkzoekenden met een grote afstand tot de arbeidsmarkt aan te nemen, is meestal groot bij deze bedrijven. Nadeel is dat net dat aspect, door de meeste arbeidsconsulenten ook geweten is, waardoor die werkgevers vaak en door verschillende consulenten benaderd worden.

Er zijn verschillende manieren waarop je kan achterhalen of een bedrijf maatschappelijk verantwoord onderneemt:

De bedrijfswebsite

Zoek naar de missie, visie en waarden van het bedrijf (Bijvoorbeeld: rubriek '*over ons*').



Inclusief ondernemen

Op de website inclusiefondernemen.be/ kan je zoeken naar bedrijven die het referentiebewijs "Inclusieve Onderneming" hebben. Dat referentiebewijs bevestigt dat het bedrijf, in samenwerking met de Werkplekarchitecten, werkervaringskansen heeft gegeven aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. De Werkplekarchitecten selecteerden in 2019 995 inclusieve ondernemingen in Vlaanderen en Brussel.



WeLP

De VDAB heeft een databank WerkLeerPlekken: de WeLP-databank. Werkgevers geven via die weg aan dat ze een leerplek ter beschikking hebben. Werkleerplekken geven vaak kansen voor werkzoekenden met een afstand tot de arbeidsmarkt. De WeLP-databank kan je terugvinden door als arbeidsconsulent in te loggen op partners.vdab.be, en onder “Leerplekken” op ‘Zoek een leerplek’ te klikken.

Opgelet! Sommige werkgevers registreren hun vacatures niet altijd via het WeLP-databank systeem, maar bieden toch kansen aan via IBO (Individuele BeroepsOpleiding) of opleidingsstages. Om die te vinden kan je bij zoektocht naar vacatures in de zoekfunctie ‘*IBO OR opleidingsstage*’ ingeven.

Andere

Ook andere websites kunnen helpen om te kijken of de organisatie/het bedrijf een ‘sociale’ insteek heeft:

- Bijvoorbeeld: de vacaturewebsite van 11.11.11
11.be/vacatures

Op die vacaturewebsite kan je een overzicht vinden van betaalde en onbetaalde openstaande vacatures van de Vlaamse Noord-Zuidbeweging, de non-profitsector en socialprofitsector. Organisaties/bedrijven die op de 11.11.11 vacature-website hun vacatures verspreiden hebben vaak een maatschappelijk doel.

- Bijvoorbeeld: de sociale kaart
desocialekaart.be/

Die website brengt een overzicht van de welzijns- en zorgactoren die gevestigd zijn of actief zijn in een bepaalde gemeente.

- Bijvoorbeeld: MVO Vlaanderen
mvovlaanderen.be/

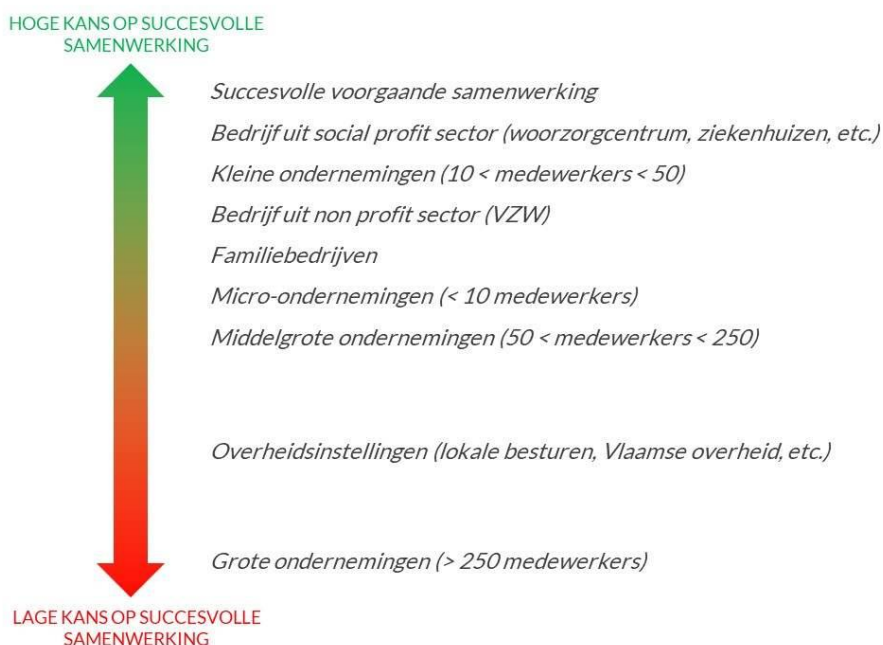
MVO Vlaanderen is een start- en ontmoetingsplaats van de Vlaamse overheid voor iedereen met een interesse in maatschappelijk verantwoord ondernemen en waar MVO-voorlopers de inspanningen van hun organisatie delen.

De sector en een eerdere succesvolle samenwerking

De belangrijkste voorspellers van succes zijn:

- De **sector** waarin het bedrijf actief is.
- Een **eerdere succesvolle samenwerking** met het bedrijf.

Uit de bevraging bij 151 arbeidsconsulenten (2019) blijkt dat men bij overheidsinstellingen en grote ondernemingen het minst kans maakt om een kandidaat met een arbeidsbeperking aan het werk te krijgen. Nochtans streeft de Vlaamse overheid naar 3% medewerkers met een handicap of chronische ziekte tegen eind 2020. De vaste selectieprocedures en hoge rekruteringsdrempels liggen aan de basis.



De bedrijfscultuur

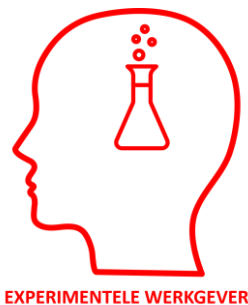
Wanneer je een idee hebt van de algemene bedrijfscultuur van een organisatie, is het van cruciaal belang om aandacht te besteden aan de cultuurmatch tussen jouw kandidaat en het bedrijf. Een succesvolle match tussen de bedrijfscultuur en de persoonlijkheid van jouw kandidaat, verhoogt opnieuw jouw kansen om de werkzoekende succesvol te introduceren.

Rationele werkgevers matchen vaak met kandidaten die de volgende karakteristieken bezitten:



- ambitieus
- doelgericht
- doorzetter
- daadkrachtig
- overtuigend

Experimentele werkgevers geven de voorkeur aan werknemers met deze trekken:



- nieuwsgierig
- creatief
- initiatief nemen
- inspirerend
- enthousiast
- avontuurlijk

Mensgerichte bedrijven zijn zeer aanvoelend, en hechten belang aan deze kenmerken:



- zorgzaam
- leergierig
- meevoelend
- gevoelig
- toegewijd
- respectvol

Tenslotte zijn **behoudende werkgevers** eerder beheersgericht, en hun werknemers zijn vaker:



BEHOUDENDE WERKGEVER

- **gedisciplineerd**
- **oplettend**
- **betrouwbaar**
- **ordelijk**
- **verantwoordelijk**



Module 3

Hoe verwoord ik een arbeidsbeperking?

Introductie

Veel werkgevers weten te weinig over beperkingen, en dikwijls is hun kennis over een beperking gekleurd. Indien je als arbeidsconsulent over een arbeidshandicap praat met potentiële werkgevers, kan je daaraan best de nodige aandacht besteden. **Een goede kennis over verschillende beperkingen, een correcte verwoording over welke beperking het gaat en wat daarvan de gevolgen zijn op de werkvloer, is een noodzakelijk voorwaarde om vooroordelen en weerstanden van werkgevers uit de weg te helpen.** Daarbij is het belangrijk om:

1. Samen met de kandidaat een strategie te bepalen voor de bespreking van de beperking.
2. Een duidelijk zicht te hebben op de vaardigheden, persoonlijke sterktes en andere positieve eigenschappen van de werkzoekende.

Indien je als arbeidsconsulent werkgevers contacteert om zo personen met een arbeidsbeperking aan een job te helpen, is het belangrijk om **duidelijk en eerlijk** te zijn, maar ook **strategisch**.

Samengevat zijn er vier zaken waar je op moet letten als je de arbeidsbeperking wil overbrengen aan de werkgever:



In overleg met jouw cliënt



Eerlijk



Strategisch



Duidelijk

In overleg met jouw kandidaat

Vooraleer de beperking wordt meegedeeld aan de werkgever is het belangrijk **om te overleggen en af te stemmen met de kandidaat**.

Waarom?

- Soms wil de werkzoekende niet dat de arbeidsconsulent die taak op zich neemt, en doet hij/zij dat liever zelf.
- Soms wil de werkzoekende niet dat de werkgever de problematiek kent (bijvoorbeeld: mentale problemen).

Probeer samen met de werkzoekende te overleggen wat de voor- en nadelen kunnen zijn van het al dan niet eerlijk zijn over de beperking. Een tool die daarvoor werd ontwikkeld is **Verzwijgen of vertellen** van Phrenos Kenniscentrum. Vaak gaat het ook over de woordkeuze die gebruikt wordt om de beperking toe te lichten. Sommige kandidaten hebben niet graag dat een diagnose doorgegeven wordt. Er kan wel een

beschrijving worden meegegeven van de klachten die de persoon ervaart, bijvoorbeeld kan een kandidaat moeite hebben wanneer de diagnose autisme wordt meegedeeld, maar gaat wel akkoord om aan de werkgever mee te delen dat hij/zij moeite heeft met onverwachte omstandigheden.

Overleg dus met de kandidaat wie de beperking aan de werkgever vertelt, en op welke manier (timing en woordkeuze). Vertrouwen tussen arbeidsconsulent en werkzoekende is hier heel belangrijk! Tracht het gesprek over de beperking ook altijd individueel met de werkzoekende te voeren, en niet in een ruimte met andere personen erbij.

Eerlijk

Werkgevers appreciëren openheid en eerlijkheid. Toon begrip voor hun bezorgdheden, en beantwoord hun vragen zo eerlijk en duidelijk mogelijk, ook indien je het antwoord niet weet.

“Wees open en eerlijk over de gevolgen van de beperking op de werkprestaties. Een werkgever weet graag je sterktes, maar ook hoe men ondersteuning kan bieden.”

‘Eerlijk zijn’ wil echter niet zeggen dat je sowieso alles wat misschien ooit mis zou kunnen lopen op een eerste gesprek ter sprake moet brengen. Met een werkgever praten over de beperking is belangrijk, maar probeer altijd **eerst nadruk te leggen op de vaardigheden en kwaliteiten** van de persoon, en waarom de kandidaat geschikt is voor de job, vooraleer je over de arbeidsbeperking begint.

In de praktijk zien we dat een heleboel praktische problemen, verbonden aan de arbeidsbeperking, een oplossing krijgen eens de persoon aan het werk is. Men weet wat de werknemer waard is door de persoonlijke band die ontstaan is, en er groeit een bereidheid om flexibel en creatief om te springen met dagdagelijkse moeilijkheden. Mocht de werkgever of de collega’s echter van bij de start een volledige lijst met de verwachte problemen en uit te werken oplossingen ontvangen, dan zou de drempel wel eens te hoog kunnen zijn.

LET OP! Wettelijk is het verplicht dat de werkzoekende alles meldt wat van direct belang is om de job uit te oefenen: vormt de ziekte of aandoening **een gevaar voor eigen veiligheid, de veiligheid van de collega's of derden**, dan is de kandidaat verplicht de werkgever daarover te informeren.

Duidelijk

Probeer zo precies mogelijk uit te leggen wat de gevolgen van de beperking zijn op de werkprestaties. Tegelijkertijd kun je al mogelijke oplossingen geven. Stel steeds de volgende vragen:

1. *“Op welke taken heeft de beperking een impact?”*

2. *“Op welke manier kan dat verholpen worden?”*

Om dat te kunnen, moet je natuurlijk wel een duidelijk beeld hebben van de job en de infrastructuur.

Beperk je tot die zaken die bij de job in kwestie dikwijls voorkomen. Dat de persoon er wat langer over doet om naar het toilet te gaan of dat de persoon hulp nodig heeft om iets uit de hoogste kast te halen, is weinig relevant. Over die zaken hoeft je dus niets te zeggen. Het kan zeer nuttig zijn om concrete **voorbeelden** te geven. Ter illustratie: uitleggen dat iemand moeilijk trappen kan doen kan op verschillende manieren:

- *“Een trap van drie, vier treden is geen probleem, maar meer kan niet.”*
Zo krijgt de werkgever een correcter beeld van de beperking, maar focus je misschien nog te veel op wat de persoon **NIET** kan.
- *“De persoon gebruikt graag een lift.”*
Zo focus je meer op de mogelijkheden, op wat de persoon **WEL** kan.

Daarnaast kan de werkgever ook met vragen zitten over **de impact van de beperking op het team van collega's** waarin de kandidaat terecht zal komen. Zo betekent de aanwerving van iemand met rugklachten, die geen zware lasten kan tillen, mogelijks een werkvermeerdering voor de collega's die dat takenpakket zullen moeten overnemen. Veel werkgevers streven ernaar om hun werknemers op dezelfde wijze te behandelen, zodat collega's niet de indruk krijgen dat bepaalde regels voor sommigen niet gelden. Het is belangrijk om begrip te tonen voor die bezorgdheden, en vragen daarover zo eerlijk en duidelijk mogelijk te beantwoorden.

Strategisch

Wees strategisch bij het vermelden van de beperking:

- Focus voornamelijk op **kwaliteiten en vaardigheden**.
- Beperk het praten over de beperking tot de **gevolgen op de werkprestaties**, en over hoe de zaken kunnen worden **opgelost**. Praten over mogelijke problemen thuis of toegankelijkheid in het algemeen, is meestal niet relevant voor de werkgever.
- Let op de **woordkeuze**.

Probeer niet vanuit de medische diagnose te vertrekken (spastisch, psychiatrische stoornis, hersentrauma, etc.). Het vermelden van een diagnose is vaak geen goed vertrekpunt om de beperking aan te kaarten. Een diagnose van een beperking kan verschillende effecten hebben, en zegt vaak weinig over de impact op de werkprestaties.

- Focus altijd op de **mogelijkheden**.

Zeg niet: *“Hij/zij kan niet tegen grote groepen”*.
Zeg wel: *“Op vergaderingen met maximum twee of drie andere deelnemers functioneert hij/zij het best.”*

Vermijd soft-woorden zoals ‘zorg’, ‘hulp’... ze hebben vaak een negatieve bijklank. Ook twijfelwoorden, zoals ‘misschien’ en ‘eventueel’, kunnen gevoelens van twijfel bij de werkgever uitlokken.

Enkele voorbeelden om bepaalde arbeidsbeperkingen te verwoorden:

Beperking	Voorbeeld naar werkgever toe
Autisme	<i>“Hij houdt van concrete en duidelijke communicatie, en kan goed overweg met taken die grote aandacht en nauwkeurigheid vragen. Hij houdt van een nette, georganiseerde omgeving, heeft het moeilijk met onverwachte omstandigheden.”</i>

Dyslexie

“Ze gebruikt een softwareprogramma om het document goed te kunnen lezen.”

ADHD

“De kandidaat is zeer spontaan, gedreven en energiek.”

Timing is cruciaal!

Het is steeds belangrijk om de gevolgen van een beperking op de werkvloer te bespreken, maar de timing waarop je dat doet, beïnvloedt de kansen op succes. Vaak zal je meer succes hebben indien je dat tijdens een persoonlijk gesprek aankaart.

CV of motivatiebrief

Onderzoek toont aan dat het vermelden van een arbeidsbeperking in België in een cv de kans op reactie **met 47% doet dalen**. Ook internationaal onderzoek toont dat aan. In een Amerikaanse studie werden sollicitatiebrieven verstuurd voor 6016 posities, waarvan de beperking geen invloed zou hebben op de productiviteit. Eén derde van de brieven beschreef dat de sollicitant een dwarslaesie had, één derde van de brieven beschreef het Aspergersyndroom, en één derde vermeldde geen beperking. De brieven die een beperking vermeldden kregen 26% minder interesse van de werkgever.

Het is mogelijk dat de ziekte of beperking niet meteen van belang is voor de job waarvoor de werkzoekende solliciteert. Dan is het ook niet nodig dat dat in de sollicitatiebrief aan bod komt. Het gaat om informatie die tot je privéleven behoort en die je niet aan je werkgever moet meedelen.

Om diezelfde reden raadt men af om het recht op ondersteunende maatregelen in de sollicitatiebrief te vermelden. De financiële voordelen die een werkgever kan hebben bij het aanwerven van een persoon met een arbeidsbeperking blijken enkel van doorslag te zijn bij de keuze tussen gelijkwaardige kandidaten. Om beter over die gelijkwaardigheid te kunnen oordelen, dient de persoon eerst op sollicitatiegesprek te komen.

LET OP! Sommige vacatures betreffen functies die voorbehouden zijn voor personen met een arbeidsbeperking. In dat geval vermeld je de arbeidsbeperking wel in het cv of de motivatiebrief.

Telefonisch gesprek

Als de kandidaat op de hoogte wordt gebracht dat hij/zij op gesprek mag, dan kan het wel nodig zijn de werkgever op de hoogte te brengen indien aanpassingen nodig zijn, zoals rolstoeltoegankelijkheid, software voor sollicitatietesten, etc.

Sollicitatiegesprek

Bij voorkeur wordt de beperking het best met de werkgever besproken in een face-to-face gesprek. Daarmee verhoog je de kans dat de persoon dezelfde kansen krijgt als alle andere kandidaten. Bovendien geeft een gesprek meer ruimte om de nuances van de beperking aan bod te brengen dan een motivatiebrief.

Ook kan het een goed moment zijn om de ondersteunende maatregelen voor werkgevers aan bod te brengen.

Wat met gaten in het cv?

Door ziekte of een beperking kunnen er langere periodes zijn in het cv waarin de werkzoekende niet werkte of geen opleiding heeft gevolgd. Dat roept bij een werkgever vragen op. Cv's met gaten worden vaak opzijgeschoven door HR-recruiters, waardoor het best is om toch wat uitleg te verschaffen bij de gaten. Een aantal maanden werkloosheid kan verdoezeld worden door niet met precieze data te werken, maar met jaartallen.

Ook volgende zaken kunnen vermeld worden tijdens periodes waarin de persoon niet aan het werk was:

- Opleiding
- Zorg voor familielid of kinderen
- Periode van revalidatie
- Actief zoeken naar werk
- Actief zoeken naar werk met begeleiding van een professional om de kansen maximaal te benutten
- Verbreden en verdiepen van vaardigheden
- Vrijwilligerswerk

Het kan ook helpen om telefonisch contact op te nemen met de werkgever om de gaten in het cv toe te lichten, en te polsen naar eventuele bezorgdheden daarover. Bij lange werkloosheid kan het ook een optie zijn om jouw klant te overtuigen om een korte opleiding te doen (bijvoorbeeld een heftruckcursus of magazijnopleiding, ...).

Voorbeeld van een minder aantrekkelijk cv: ouderwets lettertype, droge opsomming, te drukke lay-out en onduidelijk overzicht, generieke vaardigheden zonder concrete voorbeelden.

Naam: Annemie Claes

Adres: Anselmostraat 13, 2018 Antwerpen

Telefoon: 03/123 456

Geboren te Leuven op 12/06/1986

Opleiding:

September 2004-augustus 2007: opleiding Hoger Technisch Onderwijs,
Bijzondere Jeugdzorg aan VLOD te Leuven

Werkervaring:

Oktober 2004-januari 2007: Chiro leidster Chiro Antwerpen (vrijwilligerswerk)

November 2009-februari 2010: opvoeder bij Delamarcel, te Tienen (Instelling
voor volwassenen met ernstig mentale handicap)

December 2011-maart 2012: financieel medewerker in een sportclub te
Antwerpen

April 2012- januari 2015: opvoeder bij Kindervreugd te Hoeilaert (Instelling
binnen bijzondere jeugdzorg voor kinderen (3-12 jaar)

Oktober 2016-februari 2018: opvoeder bij De Zonnekes te Leuven (Dagcentrum
voor kinderen (0-18 jaar) met matig tot zware mentale handicap)

Vaardigheden:

Kan zowel zelfstandig als in team werken

Sociale vaardigheden

Organisatorische vaardigheden

Kan met pc werken

Voorbeeld van een aantrekkelijk cv: duidelijke lay-out, modern lettertype, overzichtelijke informatie op één pagina, meest recente en relevante ervaring eerst, jaartallen in plaats van maanden. De verspreiding van activiteiten over verschillende rubrieken verbergt periodes van inactiviteit. Het cv eindigt met een herhaling van concrete competenties en vaardigheden die de persoon opdeed tijdens eerdere werkervaringen en opleidingen.

Annemie Claes

Anselmostraat 13, 2018 Antwerpen
03 12 34 56, annemie.claes@gmail.com
Belg, ° in Leuven op 12/06/1986

PROFESSIONELE ERVARING

2016 - 2018	Opvoeder	De Zonnekes, Leuven <i>Dagcentrum voor kinderen (0-18 jaar) met matig tot zware mentale handicap</i>
2012 - 2015	Opvoeder	Kindervreugd, Hoeilaert <i>Instelling binnen bijzondere jeugdzorg voor kinderen (3-12 jaar)</i>
2009 - 2010	Opvoeder	Delamarcel, Tienen, <i>Instelling voor volwassenen met ernstig mentale handicap</i>

OPLEIDING

2004 - 2007	VL0D, Leuven <i>Hoger Technisch Onderwijs, Bijzondere Jeugdzorg</i>
-------------	--

VRUWILLIGERSWERK

2003 - 2007	Chiro leidster, Antwerpen
2011 - 2012	Financiële medewerker sportclub, Antwerpen

VAARDIGHEDEN

- Kan zowel zelfstandig als in team werken.
- Begeleiding en verzorging van diverse doelgroepen.
- Ervaring met MS Office
- Planning en coördinatie van groepsactiviteiten.
- Administratieve opvolging en rapportering.
- Financieel beheer.



Module 4

Hoe neem ik contact met een werkgever?

Introductie

In deze module gaan we dieper in op twee onderwerpen:

1. Hoe contacteer je werkgevers telefonisch?
2. Hoe stel je jezelf voor in een face-to-face gesprek?

Eerste telefonisch contact

“Hoewel belscripts niet courant zijn bij arbeidsbemiddeling, toont onderzoek aan dat die aanpak wel erg succesvol is.”

Vooraleer je beslist om werkgevers telefonisch te contacteren, denk je best goed na over wat je wenst te bereiken met dat telefoongesprek:

- Wil je jouw kandidaat via de telefoon voorstellen? In *Module 0. Voorkennis Gesprekstechnieken* en *Module 5. Hoe overtuig ik een werkgever?* krijg je een meer gedetailleerde uitleg hoe je dat best aanpakt.
- Wil je een afspraak maken om jouw organisatie of jouw kandidaat persoonlijk te komen voorstellen? Hoe het telefoongesprek dan **zo kort mogelijk**!

Bereid je voor op wat je zal zeggen als je een telefoongesprek voert. Een goed beheerst en inge oefend script biedt zelfvertrouwen, en komt spontaan en natuurlijk over. Probeer ervoor te zorgen dat je direct bij de juiste persoon terechtkomt. Bekijk onderstaand voorbeeld van een 5 stappenplan en belscript:

Stap 1: stel jezelf en jouw organisatie kort voor.

"Mijn naam is Sarah van Extra. Wij ondersteunen werkgevers in hun zoektocht naar geschikte werknemers."



Stap 2: toon vertrouwdheid met de sector aan.

"Wij werken al jaren met bedrijven in de voedingssector."

Stap 3: toon vertrouwdheid met de functie van jouw contactpersoon aan.

"Van andere HR-verantwoordelijken uit de voedingsector horen we dat..."

Stap 4: benoem een pijnpunt.

"...het erg moeilijk is om gepaste productiemedewerkers te vinden."



Stap 5: Sluit af met een gesloten vraag met twee opties.

"Wanneer zou het passen dat ik bij u langskom? Dinsdag om 9u30 of liever donderdagnamiddag?"

Enkele tips bij het bellen voor een afspraak:

- Bel nooit 's morgens vroeg, tegen de middag, of rond 17u.
- Vraag nooit of je ongelegen belt. Indien jouw telefoongesprek ongelegen valt moet de werkgever maar niet opnemen, of zal de werkgever dat vermoedelijk wel spontaan zeggen.
- Vermijd verkoopstaal: "*wat ik voor u kan betekenen*", "*aanbod*", "*onze diensten*"...
- Vermijd de verleiding om te veel informatie via de telefoon prijs te geven. Dat vermindert jouw kansen op een afspraak.
- Bel in een rustige ruimte waar niemand je kan storen en waar er weinig achtergrondgeluiden zijn.

Maar wat als de werkgever bezwaren heeft aan de telefoon? Op jouw voorstelling van een kandidaat kan een werkgever al sneller met bezwaren afkomen. De kans is erg klein dat een werkgever jou niet te woord zal willen staan bij jouw vraag om een vacature verder toe te lichten. Daarbij is het belangrijk dat je de tijd neemt om goed naar de werkgever te luisteren en vragen te stellen (zie *Module 5 'Hoe overtuig ik een werkgever?'*). Echter, indien je belt om een afspraak te maken om in het bedrijf langs te gaan om jezelf voor te stellen, is het belangrijk om het telefonisch gesprek zo kort mogelijk te houden. Probeer daarom om steeds:

- *Niet in te gaan op de bezwaren van werkgevers* ("*geen tijd*", "*geen interesse*", "*geen vacature*", "*stuur eerst een mail*", etc.) door tegenargumenten te geven. Probeer daarentegen mee te gaan met de bezwaren ("*dat begrijp ik*", "*geen probleem*", etc.) en geef een antwoord zonder het bezwaar te weerleggen ("*Ik*

kom in de eerste plaats om te horen wat u..”, “In 10 minuten zal blijken of dat interessant is voor u”...)

- *Niet in te gaan op vragen van de werkgever* (“Waarover gaat het?”, “Wat kost het?”, “Kunt u mij eerst documentatie doormailen?”, etc.). Herhaal zo kort mogelijk wat jouw organisatie doet en waarom je precies belt.
- Stel jouw *afspraken* opnieuw voor.
- *Zwijgen en wachten*. Die ijzersterke techniek is moeilijk om te houden, zeker aan de telefoon, maar ze is uitermate succesvol.
- Indien je voelt dat de werkgever er niet voor open staat, probeer dan toch *een voet tussen de deur* te houden met een vrijblijvend karakter. “Zou u ervoor open staan om elkaar toch eens kort te zien zonder verplichtingen, zodat u kan kennismaken met onze manier van werken en de voordelen van de aanwerving via ons?”

Na het telefoongesprek, kan je nog enkele opvolgacties ondernemen:

1. *Stuur een e-mail*: vat aan het einde van het gesprek de informatie of gemaakte afspraken samen. Stuur een bevestigingsmail met de afspraak, eventueel samen met een uitnodiging via Outlook.
2. *Hou de deur open*: ook indien het jou niet gelukt is om voor jezelf of jouw kandidaat een afspraak te maken, probeer steeds de deur open te houden. Vraag om vrijblijvende informatie over jouw organisatie te mogen opsturen of stel andere samenwerkingsmogelijkheden voor. Mogelijks biedt jouw organisatie nog **andere HR-diensten aan die voor het bedrijf wél interessant** kunnen zijn. Bedank de persoon aan de lijn steeds voor zijn of haar tijd, ook al is het resultaat niet bevredigend.
3. *Registreer wat je hebt gedaan*: tenslotte noteer je de kern van het telefoongesprek in jouw CRM-systeem, zodat jij of jouw collega’s later op de hoogte zijn van de laatste interacties met de werkgever. **Niets lastiger voor de werkgever om meermaals hetzelfde verhaal te moeten doen aan collega’s van dezelfde dienstverlening!**

Eerste face-to-face gesprek

In tegenstelling tot een telefoongesprek, mag je in een face-to-facegesprek gerust wat meer tijd nemen om jezelf voor te stellen. Een bekende techniek daarvoor is de zogenaamde ‘Elevator Pitch’. Die voorstelling van jezelf en jouw organisatie is als volgt gestructureerd:



WIE?

Geef jouw naam en bedrijf waar je voor werkt.



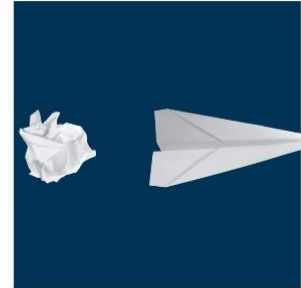
WAT?

Zorg voor een link tussen jouw activiteiten en de behoeftes van de werkgever.



WAAROM?

Geef aan wat het voordeel van die activiteit is, specifiek voor een pijnpunt van de werkgever.



HOE?

Tracht de manier waarop je dat doet steeds te linken aan bepaalde voordelen voor de werkgever.

Hieronder kan je een paar voorbeelden vinden voor een arbeidsconsulent:

*"Ik ben Sarah Vekeman van organisatie Extra (**WIE**). Wij ondersteunen bedrijven uit Oost-Vlaanderen in het vinden van medewerkers om eenvoudige, repetitieve taken uit te voeren (**WAT**). Daardoor kunnen de medewerkers die in die bedrijven aan de slag zijn, zich meer focussen op hun kerntaken, hebben zij meer arbeidsvreugde en zijn zij dus productiever (**WAAROM**). Wij zetten daarvoor kortgeschoolde werkzoekenden in die door ons opgeleid zijn en, indien het bedrijf dit wenst, door ons kosteloos gecoacht kunnen worden op de werkvloer. De werkgever kan bovendien genieten van extra loonkostsubsidies, zonder veel administratieve rompslomp, want dat nemen wij graag voor onze rekening (**HOE**)."*

*"Ik ben Sarah Vekeman van organisatie Extra (**WIE**). Wij ondersteunen werkzoekenden in hun zoektocht naar een gepaste duurzame job (**WAT**). Op die manier streven we een arbeidsrelatie na gebaseerd op vertrouwen en engagement, wat voordelig is voor zowel werknemer als werkgever (**WAAROM**). Wij houden daarbij maximaal rekening met de behoeftes van werkgevers en de competenties en interesses van de kandidaat, en focussen op de beste match tussen beiden (**HOE**)."*

Idealiter verschilt jouw elevator pitch volgens de werkgever die je aanspreekt. **Pas de inhoudelijke invulling aan aan de activiteiten, behoeftes en pijnpunten van jouw werkgever!**



Module 5 Hoe overtuig ik een werkgever?

Introductie

Sommige werkgevers zijn eerder terughoudend om werkzoekenden aan te werven die niet helemaal aan hun verwachtingen voldoen. Dat heeft met meerdere factoren te maken. Om een werkgever te kunnen overtuigen een kandidaat aan te nemen, is het belangrijk als arbeidsconsulent om te weten:

- **Hoe, en vooral wanneer kan ik bepaalde argumenten ter sprake brengen?**
Die informatie kwam reeds aan bod in de module rond gesprekstechnieken.
- **Welke argumenten krijgen meer gehoor bij bepaalde werkgeverstypes?**
Die informatie kwam reeds aan bod in de module rond bedrijfsculturen.
- **Wat zijn de voordelen om personen met een beperking aan te nemen?**
In deze module brengen we een overzicht van argumenten die je kan aanhalen bij werkgevers om hen te overtuigen iemand met een beperking aan te nemen.

Honderden wetenschappelijke studies, uitgevoerd bij bedrijven over de hele wereld en bij werknemers met een varia aan beperkingen, tonen consistent aan dat werknemers met een beperking vaker een streepje voor hebben op andere werknemers op vlak van:

1. *Werkattitude, interpersoonlijke vaardigheden, competenties*, en soms zelfs op vlak van *productiviteit*,
2. *financiële voordelen*,
3. *positieve impact op werksfeer, klantenrelaties en bedrijfsimago*.

Die factoren komen steeds weer terug in de metingen en bevestigingen van werkgevers en collega's van medewerkers met een beperking.

De meeste werkgevers zijn niet op de hoogte van de voordelen van de aanwerving van een persoon met een beperking. Vaak spelen een gebrek aan kennis, vooroordelen, of een negatieve ervaring uit het verleden een rol.

“Smijt niet te snel met cijfers en wetenschappelijke bewijzen!”

Luister eerst aandachtig naar de mening en ervaringen van de werkgever, en stel vragen (zie *Module 0. Voorkennis gesprekstechnieken*). Pas later kan je onderstaande argumenten aanhalen, en indien nodig (bijvoorbeeld, wanneer de werkgever er naar vraagt) kan je zelfs wat documentatie bovenhalen met wetenschappelijke studies die jouw beweringen staven.

- [Lindsay, Cagliostro, Albarico, Mortaji & Karon \(2018\): A Systematic Review of the Benefits of Hiring People with Disabilities.](#)

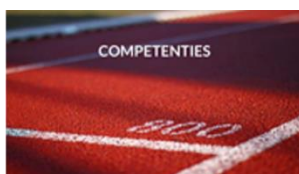
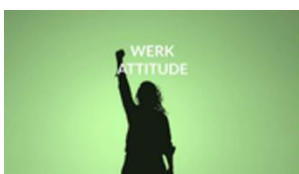
Dat wetenschappelijk artikel, gepubliceerd in het academisch tijdschrift Journal of Occupational Rehabilitation brengt een gedetailleerd overzicht van 39 recente studies uit verschillende landen en over verschillende soorten beperkingen. Stuk voor stuk bevestigen ze de financiële, competitieve, interpersoonlijke en morele voordelen van de aanwerving van personen met een beperking. Let op, het gaat om een Engelstalig artikel in academisch jargon, en vormt bijgevolg geen evidente lectuur (iets voor de Rationele Werkgever?).

- [De Inclusieve HR Business Case tool van Emino](#): die Nederlandstalige tool bevat een overzicht van mogelijke baten gelinkt aan inclusief werkgeven, en de respectievelijke wetenschappelijke studies die die baten staven.
- Op [gavoordiversiteit.be](#) vind je een lijst van wetenschappelijke studies die de voordelen van personen met een beperking aantonen, alsook de wetenschappelijke studies die gratis ter beschikking zijn.

Troeven van werknemers met een beperking

Als arbeidsconsulent mag je bijgevolg met een gerust hart de volgende beweringen uiten: wetenschappelijk onderzoek toont aan dat werknemers met een beperking vaak hoger scoren op vlak van:

1. **Werkattitude**: hoge stiptheid, motivatie, engagement, enthousiasme, werkethiek, betrouwbaarheid en loyaliteit.
2. **Competenties**: werknemers met een beperking beschikken soms over uitzonderlijke vaardigheden, net omwille van hun beperking (bijvoorbeeld: personen met autisme zijn vaak heel precieze werkers). Anderzijds ontwikkelen sommige werknemers compenserende vaardigheden die erg verrijkend kunnen zijn (bijvoorbeeld: personen met een fysieke beperking kunnen vaak uitblinken in klantvriendelijkheid en oplossingsgericht denken).
3. **Interpersoonlijke vaardigheden**: personen met een beperking krijgen minder gelegenheden om sociale contacten te leggen en te onderhouden. Op het werk resulteert dat vaker in een verhoogde coöperatieve houding, meer groepsgeest, aangename sociale interacties en een algemene positieve werksfeer.
4. **Productiviteit**: personen met een beperking houden vaak van een uitdaging en bewijzen graag dat hun aanwerving de juiste beslissing was. Soms resulteert dat in een verhoogde inzet en hogere productiviteit.



LET OP!

Die wetenschappelijke bevindingen zullen vaak **niet de doorslaggevende argumenten** zijn om een persoon met een arbeidsbeperking aan te werven. Je kunt die bevindingen wel aanhalen bij een meer rationele werkgever, bijvoorbeeld wanneer je op prospectie gaat bij het bedrijf en je hen extra wil overtuigen.

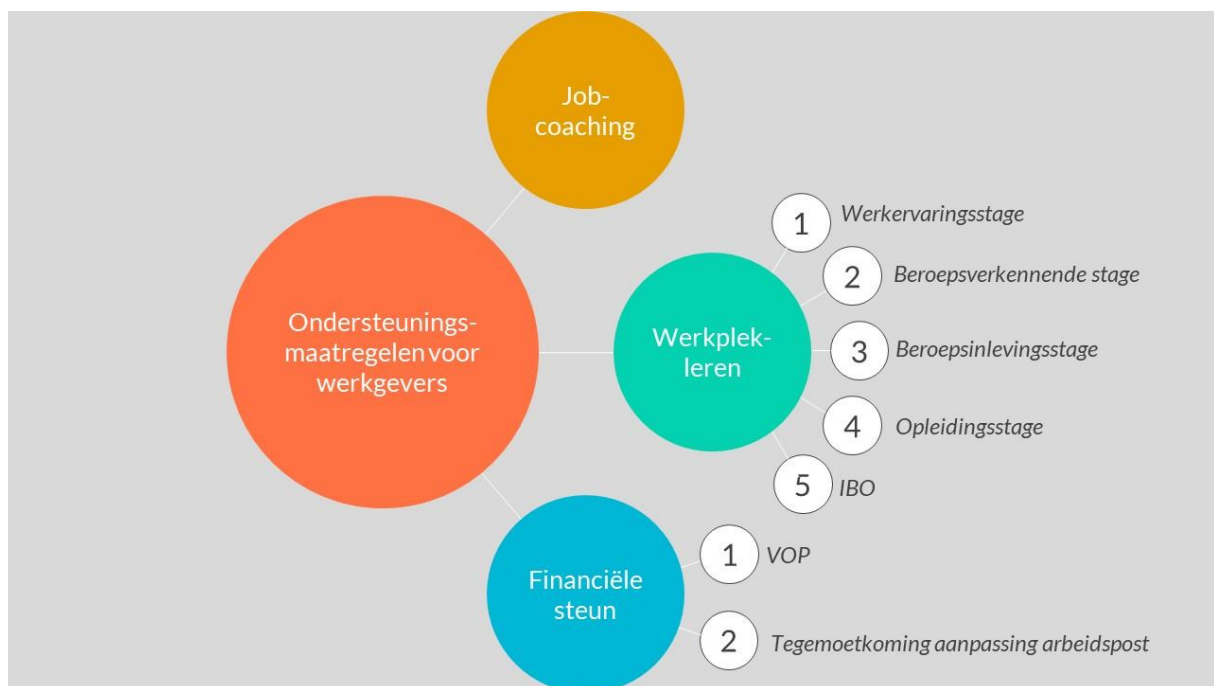
Indien je met een specifieke kandidaat bij een werkgever langsgaat, kan je eerder **de positieve eigenschappen van de specifieke kandidaat in de verf zetten**, in plaats van bovenstaande veralgemeende bevindingen over de populatie van personen met een arbeidsbeperking.

Financiële ondersteuning voor werkgevers

Ook argumenten die ondersteuning en financiële voordelen bieden aan de werkgever kunnen bijdragen om de werkgever te overtuigen.

“Let op, financiële incentives zijn niet heiligmakend!”

Loonkostsubsidies zijn niet van doorslaggevend belang in het keuzeproces van de werkgever, behalve bij gelijke geschiktheid of gelijke kenmerken. Het aanhalen van loonkostsubsidies kan **wel nuttig zijn bij werkgevers die angst of onzekerheid vertonen voor mogelijks hoger ziekteverzuim en/of lagere productiviteit**.



Jobcoaching

Wanneer een persoon met een arbeidshandicap in dienst is, kan de werkgever gebruik maken van de **gespecialiseerde jobcoaching** via de VDAB en de erkende partners van de VDAB.

De kandidaat en/of werkgever krijgt gratis of tegen betaling begeleiding door een jobcoach. De jobcoach ondersteunt de medewerker of werkgever op vlak van motivatie, werkattitude, omgangsvormen en communicatieve vaardigheden en helpt bij het onthaal en de opvang van die medewerker. Daardoor wordt voorkomen dat alle last op de schouders terechtkomt van de directe leidinggevende.

Werkplekleren

Een werkgever kan gebruik maken van verschillende - quasi gratis tewerkstellingsmaatregelen - om iemand in te schakelen in het bedrijf: als een werkzoekende kennis of ervaring mist om volwaardig te starten in de job, kan de werkgever hem/haar in samenwerking met een GOB opleiden op de werkvloer.

Er bestaan verschillende vormen van werkplekleren:

1. Werkervaringsstage (WES)

De werkgever laat een werkzoekende die het moeilijk heeft om werk te vinden stage lopen in het bedrijf. Zo krijgt de kandidaat de kans om ervaring op te doen op de werkvloer en zijn/haar competenties bij te schaven.

2. Beroepsverkenkende stage

De werkgever geeft een werkzoekende de kans om een oriënterende stage te doen op de werkvloer. Zo ontdekt de kandidaat of het beroep bij hem/haar past en of hij/zij over de nodige competenties beschikt.

3. Beroepsinlevingsstage (BIS)

Een BIS verschaft een wettelijk kader om stage te lopen in een onderneming. Het is geen arbeidsovereenkomst, maar een opleidingscontract waarbij er vaardigheden en competenties aangeleerd worden op de werkvloer.

De werkgever dient een opleidingsplan op te stellen dat goedgekeurd wordt door de VDAB. Op basis van dat opleidingsplan wordt de duurtijd van de BIS bepaald. De maximale duurtijd van een BIS bedraagt zes maanden.

4. Opleidingsstage

Een kandidaat die bij de VDAB een opleiding volgt, heeft de kans om een opleidingsstage te doen bij een werkgever.

Zo geeft de werkgever de cursist die in opleiding is, de kans om praktijkervaring op te doen in zijn/haar bedrijf. De opleidingsstage is dus altijd in combinatie met

een opleiding die gevolgd wordt bij de VDAB. De stage is gratis, en kan een toegangspoort zijn voor de cursist tot een inschakeling in het bedrijf.

5. Individuele beroepsopleiding (IBO)

Met een IBO kan een werkgever een werkzoekende opleiden in het bedrijf gedurende minimum één maand en maximaal zes maanden. De werkgever betaalt geen loon of RSZ, enkel een vaste maandelijkse vergoeding (die vergoeding is gebaseerd op het loon dat je kandidaat gaat krijgen als je hem/haar aanwerft). Indien de missie geslaagd is, dan werft de werkgever de medewerker aan in loondienst (voor minimum dezelfde duurtijd als de IBO).

De voordelen voor de werkgever:

- Unieke formule voor een opleiding on the job, in het bedrijf.
- Begeleiding en ondersteuning door de VDAB.
- Beperkte administratie.
- Forse besparing op loonkosten tijdens de opleiding.
- Ideale oplossing voor vacatures waarvoor de werkgever geen geschikte kandidaat vindt.

Indien een IBO-kandidaat niet goed Nederlands spreekt, dan kan er beroep worden gedaan op **gratis taalcoaching**. De kandidaat krijgt tijdens de IBO een uitkering en IBO-premie. Bovendien komen ze in aanmerking voor een verplaatsingsvergoeding en kinderopvangvergoeding. Als de kandidaat de IBO succesvol afrondt, dan krijgt de kandidaat een contract van (on)bepaalde duur.

Belangrijk voor de werkgever:

- De werkgever kan een IBO niet zomaar vroegtijdig stopzetten. De IBO kan wel worden stopgezet door de werknemer als die ander werk heeft gevonden.
- De werkgever moet een verzekering afsluiten voor de medewerker.

Er bestaat ook een **IBO-plus**. De 'plus' slaat op de specifieke doelgroep, namelijk een IBO voor kansengroepen en kwetsbare werkzoekenden. Naast andere kwetsbare werkzoekenden, hebben ook niet-werkende werkzoekenden met een indicatie van een arbeidshandicap of personen ten laste van het RIZIV die actieve stappen naar tewerkstelling zetten, er recht op. Vaak moet de werkgever voor die kandidaten extra inspanningen leveren, en heeft de kandidaat meer tijd nodig dan gemiddeld. Een IBO-plus kan tot maximaal twaalf maanden lopen, en als werkgever kost de IBO-plus je niets.

Ondersteuningspremies

1. VOP of Vlaamse Ondersteuningspremie

Soms hebben personen met een arbeidshandicap recht op een VOP of Vlaamse ondersteuningspremie. De voorwaarden voor een VOP zijn terug te vinden op: vdab.be/arbeidshandicap/voorwaardenvop.

Door de VOP kunnen werkgevers een ondersteuning in de loonkost krijgen als ze een werknemer met een arbeidshandicap aanwerven of in dienst hebben. Ook uitzendkantoren en zelfstandigen met een arbeidshandicap kunnen van de VOP gebruikmaken.

De kandidaat dient het recht op een VOP aan te vragen (of de arbeidsconsulent mits goedkeuring van de kandidaat) bij de VDAB. Indien het recht op een VOP wordt goedgekeurd, kan de werkgever via het departement Werk & Sociale Economie (WSE) de premie aanvragen. De premie is dus voor de werkgever.

De kandidaat kan recht hebben op een VOP van *onbepaalde duur*: dan krijgt de werkgever gedurende vijf jaar een premie. De werkgever ontvangt dan gedurende vijf jaar ieder kwartaal een percentage van het referteloon van de werknemer.

Het referteloon = het brutoloon van je werknemer + de werkgeversbijdragen – de verminderingen op de werkgeversbijdragen.

- Kwartaal een t.e.m. vijf: 40% van het referteloon.
- Kwartaal zes t.e.m. negen: 30% van het referteloon.
- Vanaf kwartaal tien: 20% van het referteloon.

De kandidaat kan recht hebben op een VOP van *bepaalde duur* (als de arbeidsbeperking tijdelijk is, of de prognose onduidelijk): dan krijgt de werkgever gedurende twee jaar een premie van 20 % van het referteloon. Verlengingen of verhogingen van de VOP kunnen worden aangevraagd.

De VOP is niet toepasbaar bij functies bij de Vlaamse Overheid. Er zijn wel een hele reeks andere ondersteuningsmaatregelen die de Vlaamse Overheid aanbiedt.

Meer info daarover is te vinden op:

Overheid.vlaanderen.be/personneelsleden-met-een-handicap-chronische-ziekte

Enkele maatregelen die worden aangeboden:

- Redelijke aanpassingen bij werving en selectie.
- Voorbehouden betrekkingen die bestemd zijn voor kandidaten met een arbeidshandicap die recht hebben op een langdurige loonkostsubsidie. Als

je op de hoogte wil blijven van nieuwe vacatures voor voorbehouden betrekkingen aan de Vlaamse Overheid, kan je je gegevens achterlaten bij de [Talentenbank](#).

- Arbeidspostaanpassingen.
- Tewerkstellingsondersteunende maatregelen.
- Deeltijdse prestaties wegens handicap of chronische ziekte.

2. Tegemoetkoming voor aanpassing van de arbeidspost

Vaak is de arbeidspost of -situatie niet aangepast aan de noden van personen met beperkingen en werkgevers schrikken terug voor de kosten die de aanpassingen met zich meebrengen. Daarvoor kan men beroep doen op de VDAB. Er is een tegemoetkoming voor aanpassingen van de arbeidspost die de werkelijke kosten dekt. Indien het gaat over de aanpassing van materiaal dat de werkgever ter beschikking stelt, dan wordt de meerprijs van de aanpassing betaald.

- Bijvoorbeeld: als het bedrijf een gewone deur automatisch wil laten openen, wordt de kost van de automatisatie terugbetaald en niet de kost van de deur.
- Daarnaast is er een tegemoetkoming in de kosten van arbeidsgereedschap en -kleding. Die tegemoetkoming dekt de bijkomende kosten die de werknemer of werkzoekende moet dragen ten opzichte van een gewone werknemer.
- Enkele voorbeelden: voorzien van een lichtsignaal op een machine met geluidsignalen, een woordvoorspeller op de computer, aangepaste software, een verplaatsbaar hellend vlak, aangepast sanitair, een traplift, etc. De aanpassingen hoeven dus niet uitsluitend fysiek te zijn.

Voordelen van een diverse en inclusieve onderneming

Wetenschappelijk onderzoek toont verder aan dat inclusieve ondernemingen steeds groeiende voordelen hebben ten opzichte van bedrijven die daar minder aandacht voor hebben:



1. **Job carving:** bij job carving wordt ernaar gestreefd om hooggeschoolde en/of gekwalificeerde medewerkers in de organisatie efficiënter in te zetten, door eenvoudigere taken af te splitsen en te bundelen tot een nieuwe functie met eenvoudige taken. Werkgevers kunnen kosten besparen als zij het werk in de organisatie slim herinrichten, zo kunnen hun dure medewerkers zich meer focussen op hun kerntaken en kunnen eenvoudigere taken worden overgenomen door laaggeschoolde medewerkers, tegen een lagere loonkost. Vaak creëert dat opportuniteiten voor personen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Let op: de nieuwe functie die wordt gecreëerd bestaat uit hele eenvoudige taken en is niet geschikt voor alle personen met een arbeidsbeperking. Zorg steeds voor een match tussen de functievereisten en de vaardigheden van de werknemer.

2. **Klanttevredenheid en -loyaliteit:** een medewerkerspopulatie met verschillende achtergronden zorgt ervoor dat kandidaten zich meer met de organisatie kunnen identificeren, en dat bedrijven sneller en beter kunnen inspelen op de noden van verschillende kandidaten, wat op zijn beurt leidt tot een hogere customer lifetime value (= de nettowinst die een kandidaat potentieel kan opbrengen) en een lager risico op negatieve mond-tot-mondreclame.
3. **Imago bij klanten:** een imago als inclusieve, en dus als maatschappelijk betrokken onderneming, trekt nieuwe opdrachtgevers aan en bindt bestaande klanten.

Inclusief werkgeven biedt een commercieel voordeel wanneer er sociale overwegingen of eisen gelden, bijvoorbeeld bij overheidsopdrachten.

4. **Employer Branding:** bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen met andere woorden respectvol en duurzaam omgaan met mens en maatschappij, milieu en winst worden gezien als een aantrekkelijke werkgever. Aantrekkelijke werkgevers krijgen hun vacatures makkelijker ingevuld en drukken daarmee hun kosten voor werving en selectie. Onderzoek toont aan dat een inclusieve, duurzame en maatschappelijk verantwoord imago een steeds groeiende aantrekkingskracht heeft op sollicitanten, in het bijzonder op jongere midden- en hogeschoolde kandidaten.
5. **Minder verloop:** medewerkers met een beperking voelen zich vaak meer betrokken bij hun werk en vertonen minder verloopintenties, wat een besparend effect heeft op de vervangingskosten (bijvoorbeeld: het adverteren van de vacature, het inschakelen van een wervings- en selectiebureau, het voeren van sollicitatiegesprekken, etc.), de kosten voor het tijdelijk vervangen van de vertrokken werknemer (bijvoorbeeld: het inhuren van uitzendkrachten of het betalen van overuren van overige personeelsleden) en de kosten voor het inwerken van nieuwe medewerkers (bijvoorbeeld: lagere productiviteit in de eerste zes maanden, minder kwalitatief werk en hoger foutenpercentage).
6. **Positieve werksfeer:** tenslotte toont onderzoek ook aan dat personen met een beperking vaker een enthousiasmerende, inspirerende en motiverende werking hebben op andere medewerkers. Bedrijven met een diverse en inclusieve cultuur zijn productiever en innovatiever, en hebben meer betrokken medewerkers.

A close-up photograph of a person's hand holding a black pen, poised to write on a white document. The hand has light-colored nail polish. A semi-transparent white rectangular box is overlaid on the center of the image, containing the text 'Module 6' and 'Hoe creëer ik een vacature?'. In the background, a yellow folder and a white mug are partially visible.

Module 6

Hoe creëer ik een vacature?

Introductie

Soms gebeurt het dat je gewoonweg geen geschikte vacature kan vinden voor jouw kandidaat. In deze module gaan we in op twee methodes om dat probleem te verhelpen, en alsnog een vacature te creëren:

1. Inclusief jobdesign.
2. Mik hoger! Solliciteren voor een vacature waarvoor de kandidaat slechts deels in aanmerking komt.

Inclusief jobdesign

“In de praktijk blijkt dat geschoolde werknemers 20% van hun werktijd bezig zijn met zaken waar ze eigenlijk te hoog voor zijn opgeleid.”

Het doel van inclusief jobdesign is om de werkprocessen binnen een bedrijf te optimaliseren. In de praktijk blijkt dat geschoolde werknemers 20% van hun werktijd bezig zijn met zaken waar ze eigenlijk te hoog voor zijn opgeleid. Zo is een elektricien bijvoorbeeld naast technische taken ook verantwoordelijk voor het opkuisen van de werf. Geschikt hoogopgeleid personeel is moeilijk te vinden op de arbeidsmarkt, en de goede krachten in een bedrijf worden best optimaal ingezet, zodat zij zich kunnen focussen op de taken waarvoor ze zijn opgeleid.

Bij inclusief jobdesign ga je de **ongeschoolde taken binnen een bedrijf of organisatie gaan identificeren, afzonderen en samenvoegen tot een nieuwe functie**. Daardoor wordt een nieuwe, ondersteunende functie gecreëerd met lage instapvoorwaarden. Zo wordt de werkplek toegankelijk voor beschikbaar potentieel op de arbeidsmarkt, en dus ook voor personen met een afstand tot de arbeidsmarkt of arbeidsbeperking.

Via **financieel interessante formules** als werkplekleren en coaching op maat, kunnen die personen hun talenten ontplooiën, (persoonlijke) groei realiseren en volwaardig bijdragen aan het rendement van de organisatie.

LET OP!

Ondanks de vele voordelen, vindt inclusief jobdesign anno 2021 maar moeilijk ingang bij Belgische bedrijven, in tegenstelling tot Nederlandse bedrijven. Slechts een kleine minderheid van de arbeidsbemiddelaars zal ooit de mogelijkheid krijgen om een bedrijf te begeleiden bij het toepassen van inclusief jobdesign. Toch willen we het proces van jobdesign kort aanhalen omdat we overtuigd zijn van de meerwaarde ervan.

Inclusief jobdesign heeft dus verschillende voordelen:



1. Employer branding: meer kansen voor minderheden op de arbeidsmarkt. Daarbij wordt het bedrijf inclusief en zet het bedrijf in op maatschappelijk verantwoord ondernemen.

2. Kostenbesparing: de werkuren van hoogopgeleide werknemers zijn te duur om in te zetten voor eenvoudige taken, taken die weinig scholing vragen. Die uren worden vervolgens toegewezen aan een (goedkopere) laaggeschoolde medewerker, die bovendien kan worden aangeworven via bepaalde ondersteuningsmaatregelen en financieel interessante formules.



3. Efficiëntere inzet: In het bedrijf worden geschoolde medewerkers met veelgevraagde competenties gerichter ingezet.

Wie kiest voor jobdesign, ontwikkelt een interessante business case met een efficiëntere personeelsinzet, besparing op de loonkost én realisatie van een hoger rendement. Inclusief jobdesign zorgt eigenlijk voor een re-matching van de nodige talenten in het bedrijf met de beschikbare talenten op de arbeidsmarkt.

Binnen inclusief jobdesign maakt men traditioneel een onderscheid tussen job carving en job crafting. Beiden hebben hetzelfde doel, maar hebben een ander vertrekpunt:

- Bij **job carving** vertrekt men vanuit een bepaalde functie, en maakt men een inventarisatie van de bestaande taken binnen die functie. Daarna bekijkt men of het mogelijk is om bepaalde taken 'af te snijden' van de functie.
- Bij **job crafting** wordt uitgegaan van de medewerker. Als een medewerker bijvoorbeeld ontevredenheid ervaart in de job, kan men proberen de job zo aan te passen dat het wel weer leuk wordt voor de medewerker.

Hoe pak je inclusief jobdesign aan? Ontdek hieronder de drie stappen:

Stap 1: Pijnpunten van het bedrijf onderzoeken

Hoe kan de personeelsinzet worden verbeterd?

Enkele **voorbeelden waarvoor jobdesign een oplossing** kan bieden:

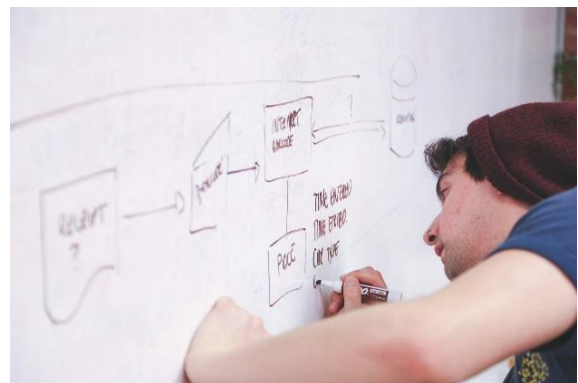
- Het bedrijf vreest een tekort aan hooggeschoold of gespecialiseerd personeel in de toekomst.
- In het bedrijf heerst een hoge werkdruk waardoor medewerkers er niet in slagen hun dagelijkse taken helemaal af te werken.
- Hooggeschoolde of gekwalificeerde medewerkers voeren taken uit die onder hun denk- en werkniveau liggen.
- Hooggeschoolde medewerkers verliezen kostbare tijd aan eenvoudige taken.
- Die medewerkers kunnen daardoor niet voldoende tijd besteden aan hun kerntaken.



Stap 2: Werkprocessen analyseren

Vervolgens kan je informatie verzamelen om het **werkproces in het bedrijf te analyseren**. Die informatie kan je op verschillende manieren bekomen, bijvoorbeeld via:

- Rondleidingen
- Observaties in productieomgevingen
- Interviews
- Workshops



Stap 3: Financiële business case opstellen

De business case brengt antwoorden op vragen zoals:

- Wat gaat het project opleveren?
- Betere bedrijfsresultaten of een kostenbesparing?
- Lost het een operationeel probleem op?
- Helpt het de doelstellingen te realiseren?



In een financiële business case maak je tevens een berekening van:

- Hoeveel uren werk bespaard worden voor de gespecialiseerde medewerkers.
- Hoeveel het bedrijf zou besparen door die uren toe te wijzen aan een laaggeschoolde medewerker, die bovendien mogelijks in aanmerking komt voor bepaalde ondersteuningsmaatregelen.

Interessante bronnen met voorbeelden en tools rond inclusief jobdesign:

- Meer informatie over de werking en succesfactoren van inclusief jobdesign: inclusiefjobdesign.be/homepage/inclusief-jobdesign
- Checklist om de mogelijkheden van inclusief jobdesign te bespreken met bedrijven: HR+ emino.be/projecten/hrplus

Mik hoger!

Een andere manier om een vacature te creëren voor een kandidaat met een arbeidsbeperking, is door **te durven ingaan op een vacature van een bedrijf waarvan je denkt dat jouw kandidaat er deels voor in aanmerking komt**. Het functieprofiel dat beschreven staat in een vacature geeft vaak een beeld weer van **de ideale kandidaat** voor de openstaande functie. Bij het lezen van zo'n vacatures kunnen sommige kandidaten denken dat het zinloos is om te solliciteren, aangezien zij niet aan al die eisen voldoen. De werkzoekende herkent zichzelf niet in het functieprofiel, terwijl hij/zij mogelijk wel een geschikte kandidaat is.

Hoe reageren werkgevers?

Werkgevers weten zelf ook wel dat hun ideale kandidaat niet bestaat. Zij vinden het niet erg als een kandidaat niet voldoet aan alle functie-eisen, op voorwaarde dat de kandidaat minstens voldoet aan de eisen die echt noodzakelijk zijn om aangeworven te worden (de zogenaamde harde eisen) en dat kandidaten bereid zijn om bij te leren. Wanneer je twijfelt om jouw werkzoekende wel of niet te laten solliciteren voor een bepaalde vacature, neem **telefonisch contact** op met de contactpersoon in de vacature. Wie niet waagt, niet wint...



Module 7

Hoe bouw ik een werkgeversnetwerk uit?

Introductie

“Netwerken is een continu proces van nieuwe contacten leggen en bestaande contacten warm houden”

Als arbeidsconsulent is het beschikken over een breed en stevig netwerk van werkgevers van cruciaal belang. Door het organiseren van een stage voor een werkzoekende krijg je een toegangspoort tot de meeste bedrijven. **Het is belangrijk om de contacten met deze bedrijven blijvend te onderhouden.** Al in 2014 formuleerde de SERV (Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen) de aanbeveling om in te zetten op de uitbouw van een professioneel netwerk van werkgevers. Beschouw dat als een noodzakelijke langetermijninvestering.

Goede contacten onderhouden en een persoonlijke band met bedrijven opbouwen kan een groot verschil maken. Het kan ervoor zorgen dat je net die extra stap kan zetten, waardoor je bedrijven kan overtuigen een kandidaat aan te nemen voor een stage of een job.

Een netwerk is nooit af. Netwerken is een continu proces van nieuwe contacten leggen en bestaande contacten warm houden. Blijven werken aan jouw netwerk, is dus de boodschap. Een netwerk bouw je niet op van de ene dag op de andere. In deze module worden tips gegeven over hoe je een netwerk kan opbouwen, en hoe je dat netwerk blijvend kan onderhouden.

In sommige organisaties gebeurt het opbouwen van een netwerk van werkgevers door een accountmanager. In andere organisaties spelen ook arbeidsconsulenten daarin een sterke rol. Onderstaande tips kunnen, afhankelijk van de organisatie, voor verschillende profielen gelden. Ook zijn er zaken die op organisatieniveau beslist moeten worden.

Er zijn verschillende zaken waarop je kan inzetten om een netwerk uit te bouwen en warm te houden:

1. **Branding:** zorg voor een **e-mailhandtekening** zodat mensen jou gemakkelijk kunnen contacteren. Denk ook aan **relatiegeschenken** met het logo van de eigen organisatie. Het geschenk kan eventueel in een bepaald thema, en op vaste momenten tijdens het jaar worden verspreid (bijvoorbeeld kerstkaartjes versturen, goed verlof toewensen, etc.). Zo houd je bestaande contacten warm. Geef ook je visitekaartje af na het contact met de werkgever.
2. **Laat van je horen:** tracht om de twee maanden iets van jou te laten horen. Dat kan op verschillende manieren:

- Tijdens een **lopend traject je kandidaat opvolgen**. Dat is ook een vorm van netwerken omdat je op die manier ook mogelijkheden kan identificeren voor andere kandidaten.
 - **Nieuwe, relevante informatie**: zo kan bijvoorbeeld een aanpassing in de wetgeving van IBO een opportuniteit zijn om contact te leggen.
 - **Een werkgever kan ook een grote meerwaarde bieden** om eenmalig technische competenties in te schatten, een bedrijfsbezoek te organiseren, toekomstmogelijkheden te bepalen. Ook kan je de werkgever vragen of hij/zij in zijn/haar netwerk iemand kent die een vacature heeft openstaan, of eventueel geïnteresseerd is in de doelgroep.
 - Schrijf je ook in op de **nieuwsbrieven, Facebookgroepen en websites** van werkgevers of werkgeversorganisaties. Die zitten bomvol raakpunten en aanleidingen om contact op te nemen, zoals nieuwe wetgeving, bedrijven die in de prijzen vallen, bedrijf dat verhuist, bedrijf dat wordt geapprecieerd voor zijn MVO...
3. We blijven het herhalen: de voordelen van een *CRM systeem* zijn niet te onderschatten.

“Het is belangrijk om werkgevers het gevoel te geven dat je hen kent, dat je weet wat er bij hen speelt, en wat hun voorkeuren zijn!”

Alle relevante informatie over de werkgever en contacten met de werkgever zijn terug te vinden in één toegankelijk en gedeeld CRM systeem: eerdere gesprekken, contacten, voorkeuren, documenten en andere relevante informatie. Dat betekent dat andere arbeidsconsulenten binnen dezelfde organisatie, de behoeften van de werkgever op basis van die gegevens beter kunnen begrijpen en daarop veel effectiever kunnen inspelen. Ook is het handig te weten wie binnen het bedrijf de juiste aanspreekpersoon is.

4. *Sociale media*: netwerken via onlinekanalen wint meer en meer aan belang. Kijk maar naar de groei van **LinkedIn** de afgelopen jaren. Maar ook **Facebook** wordt meer en meer ingezet om het eigen netwerk te versterken. Zoals eerder aangegeven, is het ook belangrijk om af en toe iets te posten op je eigen LinkedIn, of zaken te delen/likken die andere collega's gepost hebben. Dat kan gaan van succesverhalen, nieuwe wetgevingen, interessante artikels of eigen bijscholing die je hebt gevolgd! Probeer om elke nieuwe werkgever of hr-verantwoordelijke toe te voegen aan je LinkedIn netwerk. **Uitnodigingen met een persoonlijk bericht worden eerder geaccepteerd**. Je kan erin vermelden wie je bent, waar je elkaar hebt ontmoet, en waarover je eventueel hebt gepraat met de persoon. Op die manier is het meteen gepersonaliseerd.

5. **Netwerken:** naar netwerkevents gaan is belangrijk om het werkgeversnetwerk uit te bouwen en te onderhouden. In sommige organisaties gebeurt dat door de accountmanager, in andere organisaties gaan arbeidsconsulenten daarnaartoe. Netwerken is meer dan enkel naar het netwerk gaan. Zorg voor een grondige voorbereiding, een positieve houding op het event zelf, en een goede opvolging achteraf.
6. **Nieuwsbrieven:** het versturen van nieuwsbrieven zorgt ervoor dat werkgevers herinnerd worden aan jouw organisatie. Besef wel dat werkgevers worden gebombardeerd met e-mails en nieuwsbrieven. Denk dus goed na over wat de werkgevers interessant vinden en wat hen bezighoudt. Een heleboel organisaties sturen jammer genoeg nog steeds één en dezelfde nieuwsbrief naar alle werkgevers, wat contraproductief is. Kies voor de juiste boodschap naar de juiste persoon en op het juiste moment. Een gedetailleerde segmentatie en personalisatie van de nieuwsbrieven is essentieel. Deel de ontvangers in volgens verschillende segmenten (naargelang interesse, interactie, demografische gegevens...).

Tips en tricks voor een goeie nieuwsbrief:

- Een goeie nieuwsbrief **zet aan tot actie**. De werkgever wordt uitgenodigd om naar je website te gaan, een artikel te lezen, door de overtuigende tekst van je nieuwsbrief.
- Maak ze niet te lang en blijf **to-the-point**.
- Zorg voor een **vaste frequentie** voor het versturen van nieuwsbrieven, en verstuur niet te veel nieuwsbrieven.
- Kies voor een nieuwsbrief die **goed leesbaar** is. Houd de tekst sober en kies een rustige lay-out.
- Inhoudelijk helpt het om de lezer te belonen. Dat doe je door in je nieuwsbrief nieuws, weetjes of handige tips mee te geven. **De inhoud van een nieuwsbrief mag niet louter bestaan uit promotie**. Ook educatieve content dient idealiter opgenomen te worden in de nieuwsbrief. Focus op het vertellen van een verhaal. De ontvangers willen immers niet constant lastiggevallen worden met de producten of diensten die jouw organisatie aanbiedt.

We gaan nu dieper in op een aantal belangrijke aspecten van CRM, sociale media en netwerken.

Customer Relationship Management

Stel, je hebt een ideale vacature gevonden voor je kandidaat met een arbeidsbeperking en wil graag contact opnemen met de werkgever. Je weet dat jouw collega een aantal maanden geleden contact heeft opgenomen met het bedrijf om een kandidaat voor te stellen, maar je weet niet hoe dat afgelopen is. Jouw collega is op dit moment met verlof. Gelukkig hanteert jouw organisatie een CRM systeem, zodat je gemakkelijk informatie over het bedrijf kan terugvinden, alsook de verschillende contactopnames tussen jouw organisatie en het bedrijf.

The screenshot displays a CRM interface with the following sections:

- Bedrijfsinformatie** (Company Information):
 - FI Bakeries** (with a briefcase icon)
 - Werkgever** (Employer) label
 - E-mail:** Info@fibakeries.be
 - Adres:** [Zolderstraat 40](#), [9040 Gent Sint-Amandsberg](#), [Oost-Vlaanderen](#), [België](#)
 - Tel:** [+32 9 255 55 55](tel:+3292555555)
 - Website:** www.fibakeries.be
 - Sector:** Voedingsindustrie
 - Taal:** Nederlands
 - Accountmanager:** Sophie Goemaere
- Achtergrondinformatie** (Background Information):

Koekjesfabriek met 30-tal werknemers. Regelmatig op zoek naar productiemedewerkers voor aan de band, 2-ploegen (6u-14u, 14u-22u). Bereikbaar met Max Mobiel vanaf Sint-Pietersstation. Startloon = 13,42 euro/uur + maaltijdcheques. Contactpersoon voor sollicitanten = Ilse De Vos.
- Gerelateerde contacten** (Related Contacts):
 - Ilse De Vos** (with a person icon and star)
 - HR Manager**
 - ilse.devos@fibakeries.be
 - Gsm:** [0475/555.55.55](tel:0475555555)
- Activiteit** (Activity):
 - Input field: "Geef een notitie in..."
 - Activity log:
 - Sophie Goemaere: 18/08/2020:** Cliënt voorgesteld voor functie van productiemedewerker, maar Ilse
 - 18/08/2020:** Cliënt voorgesteld voor functie van productiemedewerker, maar Ilse laat weten dat ze voorlopig niemand zoeken. Best terug contact opnemen in maart, want dan piek in productie en opnieuw mensen nodig.

Idealiter worden de volgende zaken opgenomen in jouw CRM:

- **Adres, contactgegevens, website, sector:** in de meeste CRM systemen kan je zoeken op sector. Dat is handig wanneer jouw kandidaat op zoek is naar een job in een specifieke sector.
- **Achtergrondinformatie:** noteer relevante achtergrondinformatie over het bedrijf, zoals gevraagde profielen, werkregime, uurroosters, uurloon, bereikbaarheid etc.
- **Contactpersonen:** een CRM systeem kan je ook gebruiken om relevante contactpersonen te noteren. Zo kom je meteen bij de juiste persoon terecht.

- *Recente activiteiten:* tenslotte is een CRM systeem cruciaal voor de opvolging van contactopnames met de werkgever. Niets vervelender voor de werkgever om herhaaldelijk opgebeld te worden door consultants met dezelfde vragen!

Sociale media

Belang van sociale media

Netwerken via onlinekanalen wint meer en meer aan belang. Kijk maar naar de groei van LinkedIn de afgelopen jaren. Maar ook Facebook, Twitter, en andere onlinekanalen worden meer en meer ingezet om het eigen netwerk te versterken.

Posts op sociale media

Deel op Facebook en LinkedIn regelmatig iets over jouw organisatie of expertise. Interessante dingen om te posten zijn bijvoorbeeld blogs of artikels binnen je vakgebied, en die interessant kunnen zijn voor werkgevers. Zo zorg je dat je netwerk weet waar je mee bezig bent. LinkedIn kan ook nuttig zijn om mensen aan te spreken en op die manier het netwerk te vergroten.

Succesverhalen slaan aan en zijn leuk om te lezen. Idealiter breng je het verhaal van een groot bedrijf als tevreden klant (met toestemming van die klant). Zo zal de boodschap makkelijker aanslaan bij andere bedrijven.

Facebook

Facebook wordt niet altijd gezien als een zakelijk kanaal. De meeste arbeidsconsultanten gebruiken Facebook voor persoonlijke informatie, die de werkgever misschien best niet te zien krijgt. Er wordt aangeraden om je profiel niet openbaar te zetten. Het is belangrijk dat je weet wie wat kan zien, controleer dus de privacyregels. Dat kan onaangename verrassingen voorkomen. Je kan zelf beslissen wie wat ziet op jouw profiel.

Toch zit ook in je persoonlijke omgeving een waardevol netwerk. Maak hier dan ook gebruik van, en deel regelmatig iets over jouw onderneming of expertise.

LinkedIn

Probeer een aantrekkelijk profiel te creëren:

- Een zakelijke foto die laat zien wie je bent (een lach kan tonen dat je een sociaal iemand bent)
- Probeer in de headline meer dan een formele titel te plaatsen: functie en eventueel details van de jobinhoud.

Bijvoorbeeld: "*Arbeidsconsulent*". Dat is minder aantrekkelijk, probeer na de functietitel te formuleren wat een arbeidsconsulent doet: "*Arbeidsconsulent - expert in het zoeken naar match tussen werkzoekende en werkgever*" - "*Arbeidsconsulent - verbindt uniek talent met bedrijven voor wederzijds werkgeluk*"

Probeer dat binnen de organisatie te stroomlijnen: mensen met dezelfde functie hebben dezelfde headline.

Ook actief zijn op LinkedIn heeft zijn voordelen:

- Connecteer met collega's in de eigen organisatie en verbind op LinkedIn met de eigen organisatie.
- Like een post van iemand uit je eigen organisatie – dat komt vaak terecht in de feed van je eigen netwerk.
- Maak je netwerk groter: voeg contacten met werkgevers/hr-managers toe op LinkedIn, bij voorkeur na een face-to-face contact.
- Ook kan je met je eigen profiel aansluiten bij specifieke groepen (bijvoorbeeld waar recruiters actief zijn):
 1. Voor sommige privégroepen moet een aanvraag tot toetreding goedgekeurd worden. Al wat in de groep gepost wordt kan niet via een zoekmachine gevonden worden.
 2. Open groepen: iedereen die bij de groep wil komen wordt automatisch geaccepteerd. Al wat in de groep gepost wordt kan wel via zoekmachines gevonden worden.

Netwerkevents

Naar netwerkevents gaan is belangrijk om het werkgeversnetwerk uit te bouwen en te onderhouden. In sommige organisaties gebeurt dat door de accountmanager, in andere organisaties gaan arbeidsconsulenten daarnaartoe. Het is belangrijk om binnen de organisatie na te gaan wie dat zal opnemen. Vaak maakt het deel uit van de functie-inhoud en wordt het bezoek aan netwerkevents als werktijd gezien.

Selectie van het juiste netwerkevent:

- Bedrijfsleiders en hr-verantwoordelijken zijn drukbezette mensen en kiezen de netwerkevents waaraan ze deelnemen heel zorgvuldig uit, in functie van hun eigen doelstellingen en beschikbare tijd. Je sluit dus best aan bij die netwerkbijeenkomsten waarvan de kans groot is dat de hr-managers aanwezig zijn. Zelf een event organiseren, in de hoop daar decisionmakers van grote bedrijven te ontvangen, werkt niet echt.
- Er zijn veel evenementen met mogelijkheden tot netwerking. Kies de events uit waar je een forum krijgt voor je boodschap en waar je eventueel een actieve bijdrage kan verzorgen, zoals spreken op een event (zo leren ze je zien als expert, en ben je niet zomaar één van de vele aanwezigen waarmee ze een praatje doen). Vaak zijn organisatoren op zoek naar goeie sprekers rond thema's die een meerwaarde kunnen betekenen voor hun leden. Laat je thema aansluiten bij de reële noden en uitdagingen van grote werkgevers van dat moment. Meer nog,

focus op de oplossingen die je daarvoor kan bieden. Zo geef je hen meteen redenen om met jou in gesprek te gaan.

Interessante netwerken zijn:

- *Sectorale werkgeversfederaties:* sectororganisaties zijn werkgeversorganisaties die werkgevers in specifieke sectoren ondersteunen rond allerlei zaken. Zo'n organisatie is er, voor zowat elke sector (hout, interim, metaal, dienstencheques, ...). Ze bieden opleidingen aan, zowel voor werkgevers als voor werknemers, zetten informatiecampagnes op, en zo veel meer. Ze kennen dus veel bedrijven in jouw regio goed. Ze verspreiden ook vacatures in hun sector. Het is dus interessant om hun expertise over bedrijven en sectoren te benutten bij prospectie of jobhunting. Probeer, net zoals met interimkantoren, ook relaties met hen op te bouwen. Een aantal sectoren zetten reeds verschillende, verkorte opleidingen voor anderstaligen op poten, om zo tegemoet te komen aan noden bij werkgevers. Zorg dat zij je daarover op de hoogte houden. Ga ook te rade bij de accountmanagers van de VDAB. Voor elke sector, gaande van de bouwsector tot de social profit, is er een accountmanager die als contactpersoon optreedt voor bedrijven in die sector. Ze weten vaak waar er vacatures zijn, en bieden ook ondersteuning naar bedrijven om vacatures uit te schrijven en jobs te craften. Voorbeelden daarvan zijn Agoria (metaal en technologische industrie) en Fevia (voedingsindustrie).
- *Lerende netwerken/rondetafels* of thematische events georganiseerd door intersectorale werkgeversfederaties zoals VOKA.
- *Thematische ondernemersfora* zoals Etion, een forum voor geëngageerd en waardegedreven ondernemen.
- *Events van sectorfondsen:* grotere bedrijven hebben meestal een opleidingsverantwoordelijke binnen het hr-team die het aanbod van de sectorfondsen opvolgt.

Probeer op voorhand de deelnemerslijst van een netwerkevent vast te krijgen zodat je al even kan kijken welke bedrijven je wil aanspreken en je je kan voorbereiden. Heel wat netwerkevents hebben een website waarop je kan zien welke bedrijven aanwezig zullen zijn. Doe wat onderzoek en maak een lijst van de bedrijven en personen die je beter wil leren kennen. Ga daarvoor kijken op hun website of andere kanalen (o.a. LinkedIn, ...), ga op zoek naar info over het bedrijf. Als je info hebt over hun activiteiten, visie en missie, uitdagingen, openstaande vacatures, dan kan je makkelijker de juiste insteek vinden voor een gesprek. Zelfs als er geen openstaande vacatures zijn in de nabije toekomst, kan het een voordeel zijn dat je de hr-verantwoordelijke of werkgever al eens hebt ontmoet.

Enkele laagdrempelige initiatieven die interessant zijn om op te volgen:

1. *DUOday*:

- Een DUOday is een werkbelevingsdag waarop werkzoekenden met een ondersteuningsnood, een duo vormen met een werknemer van een bedrijf. Het is een eenvoudige manier om werkkrachten te ontdekken en kennis te maken met de voordelen voor werkgevers. Het is een soort van sensibiliseringsactie naar werkgevers toe.
- Meer weten? duoday.be/home

2. *Speeddates* tussen werkgevers en werkzoekenden. Kanttekening: Sommige werkgevers vinden het niet aangenaam dat arbeidsconsulenten de plaatsen van werkzoekenden innemen. Werkgevers zijn vaak echt op zoek naar nieuwe kandidaten, en willen die kandidaten ook ontmoeten. Wat wel mogelijk is, is dat je de kandidaten die je voor ogen hebt, vergezelt.

3. *Welt*

- Bedrijven die in een Welt-traject zitten krijgen van VOKA advies op maat, zoals over personeels- en opleidingsbeleid, en de mogelijkheid om ervaringen te delen met andere bedrijven. Ze maken kennis met interessante opties om vacatures in te vullen, zoals beroepsverkenkende stages, IBO's en andere werkervarings- en leertrajecten.
- Het Welt-traject, inclusief de screening en de zes netwerksessies, loopt over een termijn van een zestal maanden. Bedrijven die in Welt instappen engageren zich voor het volledige traject.

“Probeer als netwerker steeds te vertrekken van de vraag: Wat kan ik jou bieden, wat kan ik voor jou betekenen?”

Vaardigheden van netwerken zijn:

1. *Uitstraling en enthousiasme*

Enthousiast zijn betekent niet dat je uitbundig moet zijn, maar het is wel leuk als mensen merken dat jij er zin in hebt.

2. *Open blik*

Een open blik hebben voor wat er rondom jou gebeurt, maakt netwerken een stuk makkelijker. Zeker als je bewust gaat netwerken met een specifiek doel voor ogen, is het handig te weten wat er op dat moment in de sector speelt.

3. *Actieve luisterhouding*

4. *Alertheid*

Probeer namen te onthouden.

5. *Geefmentaliteit*

Wees alert om op een eerlijke en onbaatzuchtige manier te netwerken. Als je erin investeert zonder aan winst te denken levert het des te meer op.

6. *Geduldig zijn*

Netwerken werpt vroeg of laat zijn vruchten af.

7. *Authentiek zijn*

Door te netwerken zal je al snel merken wat jouw stijl is. Doe het op je eigen manier.

Aanleren hoe je precies een gesprek aanknoopt en gaande houdt, voelt al heel snel zeer technisch en geforceerd aan. Maar als je daarin niet zo vaardig bent of je bent onzeker, dan kan je best oefenen op onderstaande elementen van een goed gesprek. We illustreren ze aan de hand van arbeidsconsulent Thomas.

Kies voor het juiste event

Thomas ontvangt een uitnodiging in zijn inbox voor een event waarbij de award voor "inclusieve onderneming" uitgereikt wordt. Hij surft naar de website van het event en bekijkt wie de genomineerde bedrijven zijn.



TIP!

Maak een keuze voor het juiste netwerkevent. Sluit best aan bij netwerkbijeenkomsten waarvan de kans groot is dat **de hr-managers en werkgevers** aanwezig zijn.



Bereid je voor

Thomas heeft de deelnemerslijst opgezocht en een lijst gemaakt van de bedrijven en personen die hij beter wil leren kennen. Van de bedrijven waarin hij geïnteresseerd is, heeft hij info opgezocht over de activiteiten, missie/visie, de hr-verantwoordelijken en eventuele openstaande vacatures.

Thomas heeft ook opgezocht met welke bedrijven zijn organisatie al heeft samengewerkt.

TIP!

Denk na over **welke bedrijven je beter wil leren kennen** of met welke bedrijven/werkgevers je de contacten wil onderhouden. Zelfs als er geen openstaande vacatures zijn in de nabije toekomst, kan het een voordeel zijn dat je de hr-verantwoordelijke of werkgever al eens hebt ontmoet.

Sla een luchtig praatje aan

Thomas staat in het onthaal te wachten met andere deelnemers om het naamkaartje en een kop koffie in ontvangst te nemen. Hij probeert luchtig te praten met de mensen waarmee hij staat aan te schuiven.

TIP!

Als je niemand kent kan je beginnen over **alledaagse dingen, de locatie, de catering, ...** Wacht op een pauze in het gesprek om je voor te stellen. Probeer een klik te vinden: "Ah, u komt ook uit Gent, hoe bent u naar hier gekomen?" Probeer daarbij de **gemeenschappelijke raakvlakken** te zoeken zoals branche, hobby's, ...



Neem een actieve, niet-afwachtende houding aan

Thomas is de enige van zijn organisatie die aanwezig is op het netwerkevent. Ondanks dat hij introvert is en onzeker, stapt hij toch op iemand af, geeft die persoon een hand, stelt zich voor en begroet de personen die erbij staan.

TIP!

Geefmentaliteit en geduldig zijn. Probeer als netwerker te vertrekken van de vraag: "*Wat kan ik jou bieden, wat kan ik voor jou betekenen?*" Wees alert om op een eerlijke en onbaatzuchtige manier te netwerken, **oprechte belangstelling te tonen** voor wat de ander doet. Als je erin investeert zonder aan winst te denken, levert het des te meer op.

Wissel regelmatig van gesprekspartner

Thomas heeft een interessant gesprek met de hr-manager van Colruyt. Die heeft een aantal vragen over de voorwaarden van IBO. Wanneer hij het gevoel heeft dat er na een tijdje voldoende info is uitgewisseld en dat de ander ook geen vragen meer heeft, beëindigt hij het gesprek.



TIP!

Probeer op een netwerkevent met verschillende mensen te praten. De ideale duur van een gesprek op een event is **10 à 15 minuten**. Zit er niet mee in om een gesprek af te breken als je graag ook nog andere mensen wilt ontmoeten en zeg dan gewoon: “*Ik zou graag ook nog die en die willen spreken...*”.



Vraag naar contactgegevens

Thomas belooft om de specifieke criteria voor IBO door te sturen en wisselt visitekaartjes uit met de hr-manager van Colruyt.

TIP!

Een handige manier om contactgegevens uit te wisselen is met de belofte om **meer informatie via e-mail** door te sturen.

Verkwist geen energie

Thomas spreekt een regiomanager van Panos aan, maar die persoon toont weinig interesse. De lichaamshouding staat weggedraaid en Thomas voelt zich het derde wiel aan de wagen in het gesprek. Hij besluit om met andere mensen contact te leggen.



TIP!

Ook als je voelt dat er niet meteen een klik is hoef je natuurlijk niet te panikeren, het klikt gewoonweg niet met iedereen. Durf daarom soms ook bij een eerste contact **het gesprek vriendelijk maar snel af te breken** als je merkt dat er geen wederkerige interesse of respect aanwezig is.



Plan een vervolgactie in

De volgende dag stuurt Thomas een mailtje naar de hr-manager van Colruyt met de beloofde informatie over IBO. Nu de eerste contacten gelegd zijn, heeft Thomas een nieuwe ingang om toekomstige kandidaten voor te stellen bij Colruyt.

TIP!

Het is ontzettend belangrijk om na een event jouw nieuwe contacten op één of andere manier **in jouw netwerk op te nemen**. Dat kan door de beloofde opvolgmail te sturen.

Noteer de werkgever in CRM

Thomas noteert zijn nieuwe contacten in het CRM systeem. Hij voegt nota's toe over het event, de inhoud van de gesprekken, en de contactgegevens.

TIP!

Het is altijd handig om te noteren waar en wanneer men een werkgever ontmoet heeft. Collega's kunnen daarvan gebruik maken bij een volgend contact: "*Mijn collega heeft u gesproken op de laatste uitreiking*". Daardoor geef je blijk van **de waarde van de werkgever voor jouw organisatie**.



Maak contact via LinkedIn

Thomas stuurt een uitnodiging naar de manager van Colruyt via LinkedIn:

"Beste Geert, het was fijn u te ontmoeten op de award uitreiking gisteren en jullie bedrijf te leren kennen. Heel fijn om te zien dat jullie heel wat inspanningen doen om jullie bedrijf inclusief te maken! Vriendelijke groet, Thomas"

TIP!

Na een face-to-face contact met een werkgever/hr-verantwoordelijke, kan je de persoon zeker toevoegen op LinkedIn! Voordeel is dat jij hun activiteiten kan

volgen, en **omgekeerd** ziet de werkgever nu ook gedeelde posts van jouw organisatie.

In feite begint de ketting van contacten nu. De eerste schakel is het gesprek, de tweede schakel is een e-mail, vervolgens een uitnodiging op sociale media, en opslag in CRM. **Zorg ervoor dat het contact niet doodbloedt**, tenzij je al snel voelt dat er weinig gemeenschappelijke interesses zijn, maar zelfs dan, denk niet te snel dat iemand niets voor de ander kan betekenen. **Jij kan wellicht wel iets voor de ander betekenen.**

Nog snel even de **Do's & Don'ts** op netwerkevent:

Don'ts	Do's
▪ Onmiddellijk naar vacatures vragen ▪ Met visitekaartjes strooien ▪ Jezelf opdringen ▪ Laten merken dat een persoon niet interessant is voor jou ▪ Een gesprek van anderen onderbreken ▪ Roddelen	▪ Blijf jezelf, doe wat bij je past ▪ Goed luisteren ▪ Continu aandacht hebben voor wat mensen beweegt ▪ Op de hoogte blijven ▪ Geduldig zijn en blijven ▪ Vertrouwen, beloftes nakomen ▪ Bedanken en terugkoppelen

Vraag je niet te veel af of, en wanneer, het netwerken tot resultaten zal leiden. Soms is het moeilijk om vol te houden als je geen direct resultaat behaalt, maar vroeg of laat zal het zaaien oogsten worden. Kortom, de beste manier om je netwerkstroom te laten groeien en in stand te houden is samen te vatten in drie woorden: vragen, aanbieden en bedanken.

Het kan handig zijn om binnen de organisatie te kijken welke personen eerder geschikt zijn om *online* te netwerken, en welke personen eerder geschikt zijn om live aanwezig te zijn op *netwerkevents*. **Persoonlijkheidskenmerken kunnen een belangrijke rol spelen bij het netwerken.** Ze kunnen namelijk het opbouwen en onderhouden van contacten bevorderen of afremmen. Zo kan zelfvertrouwen en een extraverte persoonlijkheid cruciale factoren zijn in het netwerkgedrag. Medewerkers met een introverte persoonlijkheidsstijl, staan mogelijks minder open voor sociale activiteiten en zijn wellicht minder geneigd te netwerken. Van gereserveerde en teruggetrokken personen kan het veel inspanning vragen om zich te engageren voor netwerkevents, terwijl online netwerken soms beter bij hun profiel past.