



EEN EERLIJK VERHAAL OVER **EMPLOYER BRANDING** & **HIRING**

Met de beste voorbeelden en tools van mooie startups en growups. Geschreven door de bedrijven die er na jaren oefenen goed in werden.

Een biecht

Employer branding. Ik moest even googlen toen er voor het eerst werden gevraagd of we hier een verhaal over wilden vertellen. “Een authentiek en onderscheidend werkgeversmerk”. Daar konden we wel wat mee.

Laten we dan maar gelijk beginnen met een biecht: de dag voordat het spreekverzoek binnenkwam hebben we bij Voys het rapport gelezen van de collega's uit België, waar Voys Antwerpen moeite heeft om nieuwe collega's te vinden.

Een lijstje van dingen die we volgens het rapport niet goed doen:

- Geen of slecht bereik van social media (weinig volgers)
- Geen bereik zonder advertenties
- België kent Voys niet
- Geen (juiste) keywords / zoekwoorden
- Onbekendheid bij relevante jobsites
- Geen relatie met hogescholen
- SEO niet optimaal voor Belgische jobzoekers.

En alsof dat niet genoeg is blijkt dit maar de helft van het lijstje te zijn.

- Geen netwerk om op terug te vallen
- Onprofessioneel voorkomen op Belgisch markt
- Niet genoeg Call To Action
- Onjuiste social channels
- Social channels brengen niet genoeg waarde aan
- Bestaande content wordt niet genoeg gebruikt
- ‘Road to’ vacaturepagina is niet duidelijk.

Mijn collega Nina zei het mooi: *“We zijn gewoon awesome, maar dat zorgt er niet voor dat mensen komen solliciteren”*. Met het toffe werkgeverschap zit het dus wel goed, maar het branding gedeelte laat in België nog te wensen over.

Tijd om terug te gaan naar het begin. Wat deden wij als startup nou zo goed? Wat zijn we gaan doen toen we groter groeiden? Wat hebben we geleerd van andere organisatie en wat doen we nu we met ruim 110 mensen zijn anders?

Die vragen beantwoorden we in dit boek. Veel leesplezier!

Mark Vletter, Voys



“We zijn gewoon awesome, maar dat zorgt er niet voor dat mensen komen solliciteren

Nina Morsa, Adviseur Voys België

WAT JE IN DIT BOEK GAAT VINDEN

04 • Je eerste collega

06 • Van 1 naar 15 collega's

09 • Werven vanaf 15

16 • Sollicitaties en meelopen

17 • Onboarding

19 • De beste tools

MET DANK AAN

Geschreven door Rosien van Toor, Wouter Koetze en Mark Vletter. Met dank aan Lianne Boersma voor de aanvullingen en input. En dank aan Wouter Brem en andere lieve collega's voor de tekst & taal check, de layout, de toffe praktijkvoorbeelden en de mooie tools die jullie doorgaven.

Mochten we zaken vergeten zijn of kom je nog een rare kronkel tegen dan horen we dat graag via info@voys.nl.

Je leest de juli 2018 editie van dit ebook.

Je eerste collega

5 praktische starterstips

Je allereerste collega werf je niet.

Die kom je tegen. Voor Voys was dat Chantal. Ze had verschillende banen gehad, was weer gaan studeren, maar zat daar toch niet helemaal op haar plek. Na tien minuten verjaardagsgezelligheid was duidelijk dat zij de eerste Voys collega zou worden, alleen wist ze dat zelf nog niet. Voorzichtig werd het idee bij haar in de week gelegd: "Als deze opleiding echt niets voor je is, kan ik wel wat hulp gebruiken". Twee maanden later zat ze bij Voys op kantoor.

Het aannemen van de allereerste collega is een grote stap: in één klap verdubbel je in omvang en ben je niet alleen maar voor jezelf verantwoordelijk. Er hadden al meerdere mensen tijdelijk bij Voys gewerkt, vaak in een zelfstandige constructie zonder dat ze ZZP'er waren. Een contract vertalen, een blog nalezen, een stuk code schrijven en de administratie bijwerken bijvoorbeeld. Maar het werk werd teveel en het was tijd voor een structurele oplossing.

Over pensioenen, ziekte, en wat allemaal nog meer bij komt kijken als je officieel werkgever bent had ik nog niet nagedacht. Dat heeft de eerste collega allemaal zelf gedaan, tot het uitbetalen van het eerste salaris aan toe.

1. Aanvullen

De mensen die je team komen versterken moeten heel goed zijn in dingen waar jij en je team niet goed in zijn. Verder moet de persoonlijkheid een aanvulling zijn op het team. Chantal is mijn tegenpool en dat maakte haar een geweldige aanvulling. Zij is wel accuraat, goed in planning, punctueel, formeel, netjes en georganiseerd.

2. Geen concessie op waarden

Waar persoonlijkheden mogen verschillen moeten de onderliggende waarden grotendeels gelijk zijn. Open, Persoonlijk en Ondersteunend zijn onze waarden en je vindt deze waarden bij iedere collega terug. Je mag dus nooit concessies doen op je waarden als je je cultuur wil behouden!

3. Drive

Verder moet het iemand zijn met drive en een geweldige arbeidsethos. We zoeken altijd een ondernemer die toevallig in loondienst komt werken. Dat is soms lastig te meten, maar toch voel je het - zeker als team - snel aan.

4. Werkt het ook in de kroeg?

Natuurlijk moet het ook gewoon klikken. Dat voel je in je onderbuik, zeker als je iemand een dagje mee laat lopen. Als het nog steeds leuk is in de kroeg na een dag werken, dan zit je goed.



5. Geen compromis

Dan is er ook nog die ene functie binnen je bedrijf waarvoor je al heel lang iemand zoekt. Na zes maanden zoeken is er dan eindelijk iemand dit het vakinhoudelijk kan, maar die net wat minder scoort op de bovenstaande vier punten. Neem je diegene aan? Nee! Bij potentiële collega's waarmee je iedere dag samen gaat werken doe je geen compromis. Dan zoek je gewoon nog zes maanden verder.

“Die moet er bij”

Heel soms kom je dus mensen tegen waarvan je gewoon weet: “die moet erbij”. Mensen waarvan je niet weet wat ze precies moeten gaan doen, maar waarvan je gewoon voelt dat het gaat werken, dat het goed zit. Die mensen? Die mag je altijd aannemen.

En Chantal? Chantal werkt inmiddels 11 jaar bij Voys.



Van 1 naar 15 collega's

Bovenstaande vijf tips gelden natuurlijk zowel voor de eerste collega als voor de negende, maar er is echt een groot verschil tussen twee mensen die kunnen zoeken naar nieuwe collega's en 105 collega's die daar mee helpen.

Er zijn vier zaken die de volgende fase van twee naar vijftien collega's eenvoudiger maken.

1. Zorg voor een link met het onderwijs

In de startup fase van je bedrijf wil je mensen hebben die veel dingen een beetje kunnen. Generalisten dus. Deze generalisten vind je bij brede opleidingen. Spotify zoekt bijvoorbeeld actief naar alleskunnners op business schools. Recent afgestudeerden beschikken over up-to-date kennis en staan te popelen om deze toe te passen. Een startup is een hele goede plek daarvoor, omdat er van alles gedaan moet worden. Deze strategie liet Spotify in nieuwe landen het snelst groeien.

Om actief kersverse afgestudeerden te werven als nieuwe collega móet je zichtbaar zijn bij de onderwijsinstellingen. Of het nou gaat om business schools, universiteiten, MBO of HBO instellingen, bouw een band op! Ga connecties aan met de instellingen, met de docenten, en natuurlijk vooral met de studenten zelf. Zo kom je snel in aanraking met de mensen die passen bij jouw organisatie en vice versa. Studieverenigingen voor relevante vakgebieden zijn goede bruggetjes om bij studenten in het vizier te komen.

Zo geeft Spindle bijvoorbeeld met regelmaat gastcolleges aan de IT opleidingen van de Hanze en komt er jaarlijks een klas over de vloer in het kader van GirlsDay en ChecktheBiz. Ook zijn we betrokken bij het Groningen Digital Business Center van de Rijksuniversiteit Groningen. Voys is betrokken bij de Weekendschool in Groningen en bij Meet Your Future waarbij studenten het bedrijfsleven leren kennen. Beide bedrijven bieden elk jaar plek aan een aantal stagiairs, waarvan een groot deel vervolgens als nieuwe collega aan de slag gaat.

2. Doe het niet alleen

Maak gebruik van de mensen om je heen. Vertel dat je nieuwe collega's zoekt. Doe dat niet alleen als oprichter, doe dat samen met al je collega's. Ook zij komen mensen tegen waarvan ze gaan zeggen "hè, die zou echt wel bij ons passen". Het merendeel van de vacatures wordt nog steeds vervuld door middel van netwerken, en zulke 'warme leads' zijn vaak geschikt. Zorg er wel voor dat je je blik ruim houdt en ook in je bredere netwerk actief zoekt zodat je verder kijkt dan alleen de *usual suspects*.



3. Benader mensen proactief

Ongeveer één op de vijf mensen in je omgeving zijn standaard actief op zoek naar werk. Dat betekent dus ook dat vier van de vijf dat niet zijn. Als jij en je collega's aan deze groep vertellen dat jullie werk hebben zullen ze dus niet perse denken aan zichzelf maar vooral aan hun omgeving. Maar vraag je deze mensen proactief of het wat voor hen zelf zou kunnen zijn dan verandert dat.

Naarmate de organisatie groeit zullen ook de meer specialistische rollen ingevuld moeten worden. Zo neemt de hoeveelheid administratie toe naarmate de hoeveelheid klanten en personeel groeien. Heb je dan dus iemand in je omgeving die daar al drie jaar bij KPN mee bezig is, benader die persoon dan eens proactief.

Het is daarbij goed om te weten dat er drie belangrijke zaken zijn die men zoekt in een nieuwe baan:

1

EEN GOED SALARIS

Dit is niet het hoogste salaris, maar een passend salaris voor het werk dat je gaat doen.

Het salaris moet ook in verhouding zijn met de omgeving. Dat geldt zowel binnen de organisatie als in de sociale omgeving. Dit kan regio afhankelijk zijn; de kosten voor levensonderhoud liggen in de randstad hoger dan in Zeeland en daarmee mogen salarissen voor gelijke arbeid verschillen.

2

WERKEN IN DE BUURT

Tijd is één van de -zo niet dé-meest waardevolle assets in een mensenleven. Die wil je dus niet spenderen aan woon-werkverkeer. Een baan in de buurt is daarmee de één na belangrijkste factor bij een zoektocht naar een nieuwe baan. Daar kun je heel bewust rekening mee houden als je mensen proactief gaat benaderen.

3

EEN FLEXIBELE ARBEIDSOMGEVING

Hier kun je als startup het verschil maken. Veel bedrijven houden nog vast aan vaste werkplekken en vaste locaties. Als startup kun je alles opnieuw inrichten en dus volledig werken in de cloud.

Dat betekent dus ook dat je nieuwe collega's hun werk volledig kunnen inrichten rond de schooltijden van de kinderen. Van 9:15 tot 14:45 is een prima werkdag en als je dat 4 dagen in de week doet worden er genoeg uren gemaakt, dus maak parttime werken voor iedere rol standaard een optie.

Zorg ervoor dat men eenvoudig thuis kan werken en laat dat ook gewoon toe. Zo maak je de baan niet alleen toegankelijker maar er zullen ook veel meer mensen zijn die zich aangesproken voelen.

4. Diversiteit

Diverse teams zijn succesvoller. De samenwerking verloopt niet altijd makkelijker, maar ze gaan creatiever met tegenslagen om, behalen meer succes in stressvolle situaties (hallo, startup life) en uiteindelijk ook meer winst. Daarnaast vinden wij het ook een maatschappelijke verantwoordelijkheid om enigszins een afspiegeling van de samenleving te zijn.

Genoeg redenen dus om diversiteit in je team na te streven, maar dat gaat helaas niet vanzelf. Zeker als je bij tactiek #2, 'doe het niet alleen', vanuit je huidige (homogene) team zoekt, want dan zul je vooral meer van hetzelfde vinden. Als je jong begonnen bent en sterke banden hebt met het onderwijs (zie punt 1), zorgt dat voor veel jonge mensen in het bedrijf. Ga dan gezamenlijk op zoek naar diversiteit in leeftijd. De vriendin van de tante van je collega zou wel eens de perfecte dame kunnen die jouw team kan versterken. Mensen zoeken meestal mensen die vooral heel erg op zichzelf lijken, dus kijk ook bewust verder dan je huidige netwerk.

Als je vanaf het begin een divers team weet op te bouwen is dat niet alleen beter voor je bedrijf, maar het maakt het werven van nieuwe mensen ook eenvoudiger, want diverse mensen spreken een bredere groep mensen aan. Hetzelfde geldt uiteraard ook voor genderdiversiteit, geaardheid, achtergrond, etniciteit en alle andere vormen van diversiteit die er zijn.



Werven vanaf 15

En dan passeer je de 15 mensen en zie je de eerste teams ontstaan. Nu kun je een keuze maken: gaat je het werven en selecteren bij één persoon of een paar personen neerleggen, of maak je het een team aangelegenheid.

Werven als team

In een groep van vijftien mensen of meer zullen vanzelf kleinere teams ontstaan. Nu kun je een keuze maken: ga je het werven en selecteren bij één of enkele personen neerleggen, of maak je het een team aangelegenheid. Wij hebben voor de laatste optie gekozen. Eén persoon betekent namelijk ook één voorkeur, één soort vragen en één blik. Daar komt bij dat er nieuwe collega's geworven worden waarmee die ene collega misschien niet of amper gaat samenwerken, maar het team wel! Het spreekt dus voor zich om ze ook te betrekken bij de werving en selectie.

Laat je teams dus zelf de werving en selectie doen. Dit schaal namelijk ook makkelijk op als organisatie 30, 50 of 250 mensen groot wordt.

In de praktijk betekent dit dat een team zelf zal aangeven dat er iemand bij mag komen. De vraag is nu hoe dit team de nieuwe collega zou omschrijven.

8 vragen voor de dream hire

Voor de zoektocht naar een nieuwe collega is een duidelijk zoekprofiel ontzettend belangrijk. Om daarbij te helpen stellen we acht vragen die ieder teamlid individueel of het team als geheel mag beantwoorden. Het kan zijn dat de antwoorden niet op een lijn liggen. Dat is niet erg. Het is goed om op dat moment met elkaar in gesprek te gaan over de verschillen. Stel de vraag achter de vraag om te achterhalen welke je collega zoekt. De duidelijkheid die je nu creëert helpt je in de rest van het proces.

1. Skills

Maak een top 5 van de skills die iemand mag hebben.

2. Experience

Hoe veel ervaring mag de nieuwe collega hebben? En wat voor ervaring?

3. Live

Waar woont de collega en is het noodzakelijk dat dit in de buurt is, in Nederland is of mag dit overal zijn?

4. Personality

Welke persoonlijkheid heeft de collega? Wat heeft het team daarin nodig? Denk erom, het moet een aanvulling zijn, niet meer van hetzelfde.

5. Challenge to tackle

Welke uitdaging mag de nieuwe collega aangaan? Welk probleem gaat ze oplossen?

6. Fulfilment

Welke factoren maken de nieuwe collega gelukkig in het werk?

7. Slang

Welk taalgebruik heeft de collega, welke taal spreekt ze? Dit heeft als doel om de communicatie in de vacature af te stemmen op de kandidaten.

8. Career

Hoe zit de droom carrière er voor de nieuwe collega uit?



De antwoorden op deze 8 vragen gebruikt Voys om een passende vacaturetekst te schrijven. Het is goed om te weten dat er minder mensen reageren door dit proces. Dat is niet erg. Voys wil de doelgroep aanspreken die past bij wat we zoeken. Groot voordeel is dat je minder tijd hoeft te besteden aan sollicitanten die niet passen bij de vacature of het bedrijf.

Een (h)eerlijke vacature

“Wij zijn op zoek naar een actieve, resultaatgerichte collega die klantgericht is in haar contact met anderen. Je mag in een dynamische, innovatieve organisatie complexe vraagstukken oplossen. Je bent proactief, competitief, gedreven en flexibel.”

Welkom in de buzzwoorden bingo van de vacatures. In 30% van de vacature komt het woord ‘actief’ voor. Alsof je passieve collega’s gaat zoeken. Ook de overigen negen woorden zeggen ook niets specifiek, dus je kunt ze beter weglaten. Schrijf een eerlijke vacature voor mensen. En communiceer daarbij “inside out”. Laat zien wie je als organisatie bent en je krijgt de mensen die daarbij passen. Wees daarbij ook eerlijk over de zaken die niet leuk zijn. Als mensen dan nog solliciteren passen ze echt bij je bedrijf.

Het mooiste voorbeeld komt hierbij van communicatiebureau “De Vloer”. Ze gingen niet op zoek naar een officemanager, maar iemand die dagelijks “verdomme ik doe hier ook alles” zou mompelen. Met teksten als:

“Je mag de titel zelf kiezen en je moet je visitekaartjes sowieso zelf bestellen.”

“Je bent de spil die het bedrijf draaiende houdt: administratie, facturatie, ontvangt klanten en doet de boekhouding.”

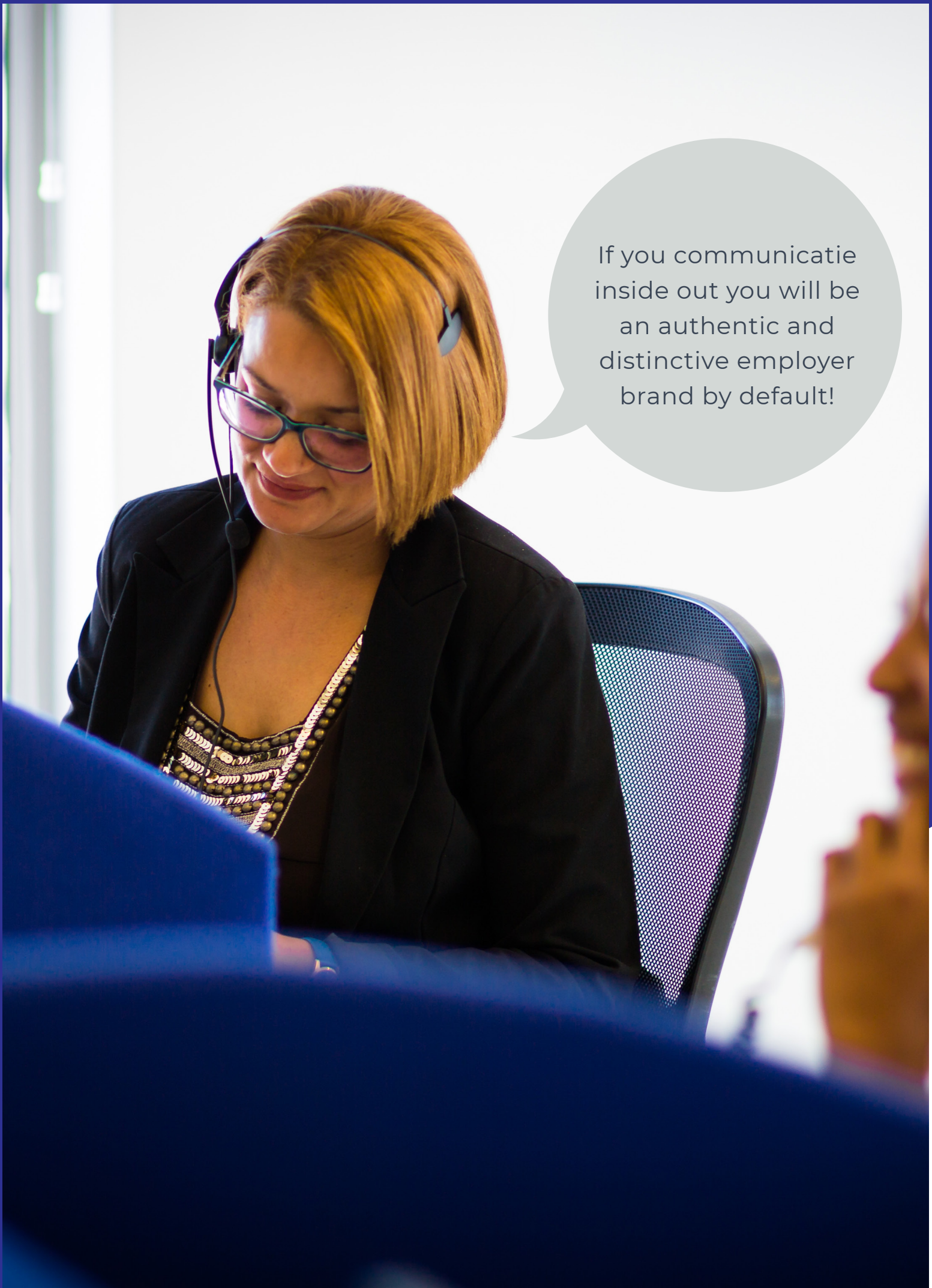
“Je onthoudt verjaardagen en vergeet overuren. Wel of geen diploma maakt niet uit; we zien liever een praktisch denkend hoofd.”

Ze laten zo niet alleen heel duidelijk zien wat je werk inhoudt, maar ook wat de sfeer en cultuur van het bureau is.

Dus stel jezelf als organisatie goed voor, wees eerlijk over de inhoud van het werk en wat mensen kunnen verwachten. Wind geen doekjes om de minder mooie zaken, maar focus je vooral op de dingen die jullie bedrijf tot jullie bedrijf maken.

Hou bij het schrijven van de tekst rekening met de mensen die je zoekt. Je wilt namelijk een brede en diverse groep kandidaten aanspreken.

Voor het plaatsen en presenteren van die vacatures zijn prachtige tools die het team daarna ook gaat helpen bij het selecteren van de juiste kandidaat, maar daar komen we later op terug.



If you communicate
inside out you will be
an authentic and
distinctive employer
brand by default!

Promotie

De vacaturetekst is klaar, tijd voor de promotie ervan. Wat je hier vaak ziet gebeuren is dat de jobboards van de wereld worden opgezocht en dat daar de vacatures met een foto die je op het web hebt gevonden de wereld in wordt geslingerd. Wij zijn hiermee gestopt.

Ja de mensen die werk zoeken staan ingeschreven bij die jobboards, maar het zijn er veel, de kwaliteit is wisselend en solliciteren is te eenvoudig. Het plaatsen van een goede vacature op de jobboards levert ons veel reacties en werk op, maar zelden de juiste reacties. Je bent als bedrijf dan wel op zoek naar een nieuwe collega, maar je wilt eigenlijk dat die collega ook een beetje op zoek is naar jouw bedrijf en niet “gewoon even een nieuwe baan”.

Kies je kanalen dus heel bewust en begin bij de meest betrouwbare kanalen: je eigen kanalen en die van je collega's. Dus plaatje de vacature op je Twitter, LinkedIn en op Facebook. Zet hem op Instagram en op Snapchat als daar de juiste mensen zitten. En vraag je collega's en je omgeving om hulp bij het verspreiden en promoten.

Zorg er ook voor dat de foto's en het beeldmateriaal dat je erbij gebruikt er:

- Netjes uit ziet en
- Eigen materiaal is.

Zet het team op de foto waar je mee gaat samenwerken. Als het goed is zit je nieuwe collega namelijk straks vijf jaar een uur of 30 a 40 met die mensen op kantoor. Laat het kantoor zien of die leuke foto's van jullie gezamenlijk uitje. Ook hier geldt, communiceer inside out.

Vervolgens kun je er nog voor kiezen om de vacatures via de sociale kanalen te promoten. En daarbij kun je zelfs heel bewust werven op leeftijd, geslacht en andere zaken die je team nog diverser maken.



Selectie van kandidaten

Als het goed is ga je nieuwe sollicitaties binnen krijgen. Meestal zijn dit brieven en CV's. Sommige bedrijven selecteren op dat laatste. Het CV zegt iets over het werk dat je hebt gedaan. De brief zegt vaak iets over de persoon die je bent. In deze continue veranderende wereld zul je vooral flexibel moeten zijn en je zult moeten willen leren, omdat het werk dat steeds van je gaat vragen. Wat je kunt leren is daarmee relevanter dan wat je hebt gedaan. Hier kunnen kandidaten in hun CV overigens ook rekening mee houden *hint*.

De selectie van de kandidaten wordt in steeds meer organisaties succesvol gedaan door de teams zelf. Hierbij ligt de focus op het selecteren van kandidaten die de waarden delen, maar die anders zijn dan de rest van het team. Daar wordt een team namelijk rijker van en zo voorkom je dat je kloontjes van jezelf aan het aannemen bent.

Met de acht vragen die men bij Voys gebruikt voor het opstellen van het profiel voorkomen ze ook dat ze mensen aannemen die te veel op het team lijken.

Ook de brief geeft niet altijd het volledige beeld wat we graag van een potentiële nieuwe collega willen. Het hiring team miste toch nog veel informatie die ze eigenlijk wel wilden hebben. Daarom worden er tegenwoordig vragen gesteld als:

“Leg kort en bondig uit wat jouw visie is op XYZ binnen zelfsturing/zelforganisatie.”

“Welke ervaringen maken dat jij jezelf op dit moment een juiste persoon bent voor deze baan?”

“Hoe gaan wij jouw persoonlijkheid/karakter terugzien in je tijd binnen Voys?”

Of...

“Op maandagochtend starten we altijd met een gezamenlijk werkoverleg. Wat horen we van jou over wat je in het weekend hebt gedaan?”



Informatie tijdens het proces

Zorg ervoor dat je alle kandidaten goed informeert tijdens het proces. Bedank iedereen voor het solliciteren en vertel wat ze van het vervolg kunnen verwachten.

Heb je drie, zes of acht mensen geselecteerd waarmee je verder wilt, bericht dan de andere mensen -het liefst zo persoonlijk mogelijk- waarom ze het niet zijn geworden. Iedere kandidaat die solliciteert heeft tijd en moeite gestoken in die sollicitatie. Bedank ze daar dus voor, juist als ze het niet worden, en doe dit bij voorkeur persoonlijk en dus telefonisch.

Dit doe je omdat het goed is voor je reputatie. Dit doe je omdat de kandidaat wellicht geschikt is voor een andere functie. Maar doe het vooral omdat het gewoon netjes is en zo hoort.

Door omstandigheden is het bij Voys wel eens voorgekomen dat het sollicitatieproces werd opgeschoven. Vervelend voor de kandidaat, want er zaten vier weken extra tussen. Dat is lang en je loopt kans dat je die goede kandidaten kwijt raakt. Toch kan het gebeuren, dat je schema over de kop moet. Ook hier kun je je “(employer)brand” terug laten komen. Schrijf je alleen een mail met “sorry, we zijn genoodzaakt onze afspraak te verplaatsen”? Of vertel je eerlijk hoe het zit.

Bovendien koos Voys ervoor om de sollicitanten niet vier weken te laten wachten. Precies in het midden liet ze weer wat van zich horen. De sollicitanten ontvingen een doos. Een doos met ons (nieuwe!) handboek en een boek met vakliteratuur wat relevant is voor de kandidaat. Want, je wilt immers ook dat de sollicitanten de liefde voor je bedrijf vasthouden. Het hoeft natuurlijk niet, zo’n cadeautje, maar ik durf te wedden dat het ook een aanleiding is om enthousiast te vertellen over het bedrijf waar je gesolliciteerd hebt.

En mocht je nou zo veel sollicitaties krijgen dat persoonlijk om de hoogste stellen echt niet meer kan neem dan een voorbeeld aan de dankbrief van “De Vloer”.



De bedankbrief van “De Vloer”

Nogmaals heel erg bedankt voor je interesse in onze vacature. We blijven hier een beetje versteld staan van de aandacht die we gekregen hebben. Meer dan 200 sollicitaties, tien klachten over taalgebruik, absurd veel complimenten en eigenlijk maar één persoon die vroeg of we ook parket legden en of dat dan met met zo’n kliksysteem kon. We hadden graag iedereen op gesprek laten komen, maar met zoveel aanvragen, konden we niet anders dan een eerste selectie maken puur op basis van mails.’

‘Zonder afbreuk te willen doen aan je expertise en motivatie voor deze functie, moeten we je helaas meegeven dat we over kandidaten menen te beschikken wiens kandidatuur nog net iets beter aansluit bij het door ons vooropgestelde profiel. We gaan je dus ook niet verder kunnen weerhouden voor deze functie.

‘We zijn enorm vereerd door de moeite die je in je applicatie hebt gestoken. En door het feit dat je het überhaupt overwoog om hier een voet binnen te zetten. Daarom dat we je nu ook wel kunnen vertellen dat je écht geen traan moet laten om die job bij De Vloer. En wel om de volgende redenen:

We hebben een oud statuut in het Belgische wetboek gevonden dat ons toelaat onze mensen in Belgische Franken te betalen. En zelfs naar die normen zijn we gierig.

Onze vorige office manager zit al twaalf weken in therapie. Sinds kort praat ze weer.

Er is hier een chronisch gebrek aan parkeerplaats en degelijke wifi.

De bazen mogen enkel aangesproken worden met “Oh opperbaas” en worden nooit in de ogen gekeken.

We staan op de rand van het faillissement. Onze enige hoop is die Nigeriaanse prins die ons vorige week mailde in verband met de erfenis van zijn vader.

De vacature is kortom toffer dan de functie.’

‘We wensen je in ieder geval vanuit de grond van ons hart heel veel succes in je verdere carrière.’



Sollicitaties en meelopen

Sollicitatiegesprekken zijn vreselijk. Mensen zijn super zenuwachtig, de vragen zijn voorspelbaar, saai of juist vergezocht en te moeilijk, de hele setting is veel te formeel (past niet bij ons) en je krijgt daarom dus nooit echt een goed verhaal in zo'n gesprek.

1

EEN KOP KOFFIE / THEE

We doen daarom ons uiterste best om gesprekken wél leuk te maken, en zien ze meer als eerste kennismaking dan als een keiharde afvalrace. Gewoon gezellig een kopje koffie (of thee) drinken. We willen graag weten wie *jij* bent, net zoals jij als het goed is ons beter wil leren kennen.

Waar ben je trots op in je werk? Waar zou je morgen mee stoppen als je één ding mocht kiezen. Hoe was je laatste vakantie?

Alsof je een date hebt, of alsof je met een mogelijke klant of leverancier in gesprek bent. Nee, je hoeft geen pak aan (doen wij ook niet). En als het klikt in zo'n gesprek? Dan gaan we verder en loop je een dagje met ons mee.

2

SPEEDDATEN

Nou komt het soms voor dat we simpelweg te veel kandidaten hebben. Op dat moment gaan we voor de speeddates.

Tijdens de speeddates praat iedere kandidaat 15 minuten met één of twee collega's en iedereen heeft een andere invalshoek. De inhoud van het werk, de cultuur van het bedrijf en haar waarden of het snel doen van een voorbeeldcasus zijn voorbeelden van zaken die dan in 15 minuten besproken worden.

Zo leert het hele team snel de kandidaten kennen en is het een gezellig uurtje voor iedereen. Ook hier blijven uiteindelijk 1, 2 of 3 kandidaten over en ook deze lopen een dag mee.

3

DE MEELOOPDAG

En dan is ze daar: de meeloopdag. Op deze dag loopt een kandidaat mee in ons bedrijf en ziet ze hoe het er werkelijk aan toe gaat. Zo leren zij de nieuwe collega's en de inhoud van het werk kennen. Het is de manier om te zien of er voor beiden echt een goede match is. Uit zo'n meeloopdag komt nagenoeg altijd een voorkeurskandidaat naar voren.

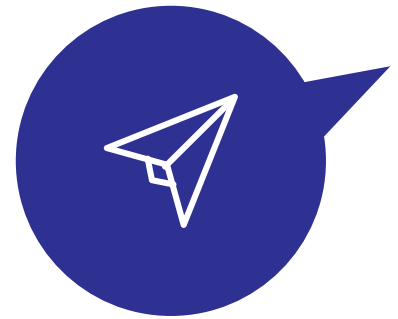
Na de meeloopdag mag iedereen -ook mensen van een ander team waarmee de persoon toevallig heeft zitten lunchen- een veto uitspreken, wat kan betekenen dat één iemand kan bepalen dat er ondanks dat iedereen 'ja' heeft, er toch een 'nee' volgt. Dat is best een zwaar middel, maar het veto had ons een aantal keer kunnen behoeden aan de voordeur, voordat we haar introduceerden.

Na een succesvolle meeloopdag volgt een arbeidsvoorwaardengesprek. Deze wordt door iemand buiten het team gevoerd die daarin gespecialiseerd is, omdat je er specifieke kennis voor nodig hebt. En als deze gesprekken succesvol zijn afgerond dan volgt er een contract van zes maanden zodat alle betrokken partijen elkaar echt kunnen leren kennen. Hallo, nieuwe collega!

Mocht er na de meeloopdag twijfel zijn over een kandidaat, doe het dan niet. Bij twijfel niet doen. Begin opnieuw met zoeken naar een nóg betere kandidaat. Ja, dat is op dat moment heel vervelend, maar de blaren van een 'ja' die eigenlijk een 'nee' had moeten zijn zijn groter.

Onboarding

Als je eindelijk de perfecte nieuwe collega hebt gevonden dan wil je deze ook behouden. Niet alleen de indruk die is ontstaan tijdens het sollicitatie en meeloopdag is daarbij van belang, maar juist ook de allereerste werkweek. Onboarding dus! Te vaak komt de realiteit dan de hoek om kijken en is er geen computer, of account, of pasje op de eerste werkdag. Beetje knullig. Hier kun je als organisatie echt het verschil maken.



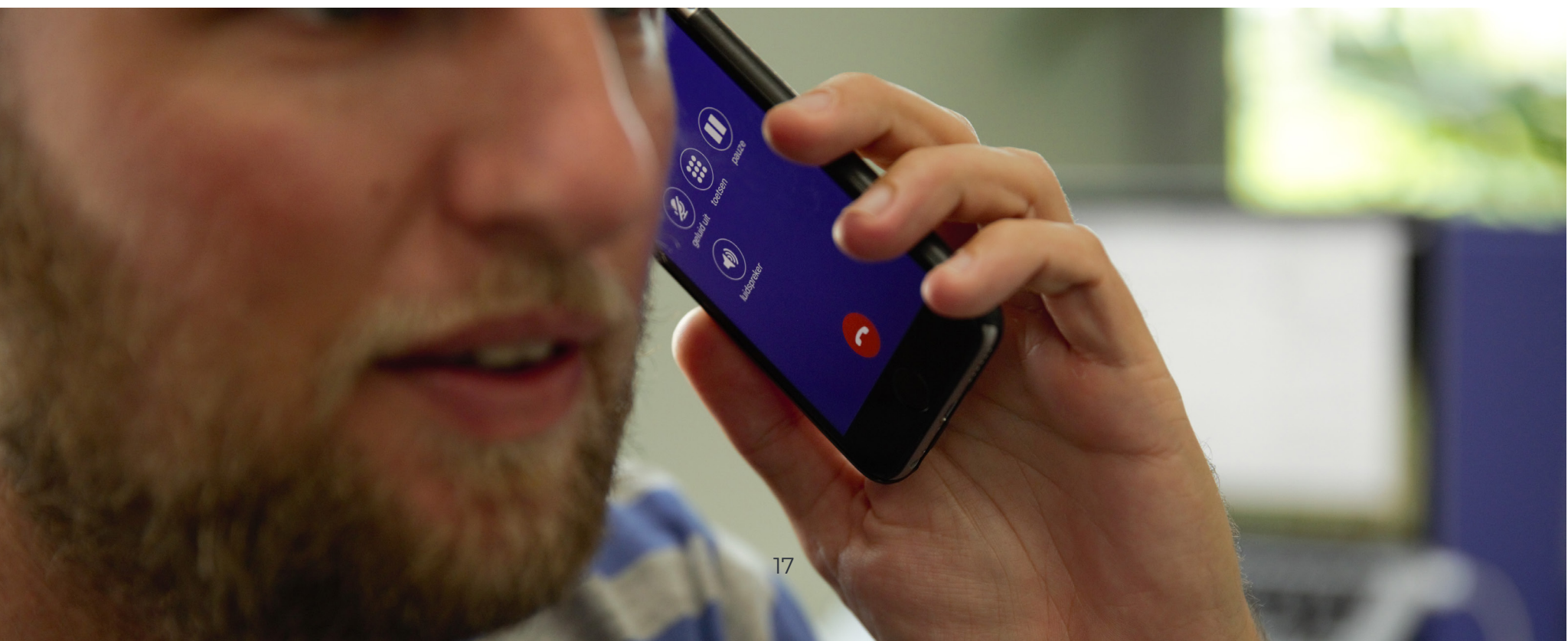
Bij Voys heeft Wouter de afgelopen periode veel aandacht gegeven aan de onboarding. We onderscheiden hierin twee fases: pre-boarding en de daadwerkelijke onboarding.

Pre-boarding

Voor de periode vóóordat het werkelijke onboarden begint heeft Voys een nieuwe term bedacht: Pre-boarding. In de pre-boarding wordt er voor de eerste werkdag contact gelegd met de nieuwe collega. Bij Voys laat men driemaal iets van zich horen. Zo krijgt de collega het zogenoemde Voys pakket toegestuurd. In dit pakket zit van alles: Een dopper waterfles, wat leuke goodies en natuurlijk het Voys Handboek. Ook zit er een leuk begeleidend schrijven bij.

Een paar dagen na de ontvangst van dit pakket volgt er een belletje om even de laatste dingen door te spreken. Hoe laat en waar we je verwelkomen voor je eerste dag. En natuurlijk ook: of jij nog vragen hebt!

Vervolgens volgt er een mailtje van ons onboarding systeem. Hierin worden een aantal hele praktisch zaken geregeld. Waar woon je? Kom je met de fiets of de auto naar kantoor? Heb je voedsel allergieën? De antwoorden van deze vragen bepalen namelijk of je zo'n hippe Voys-fiets te leen krijgt, of dat we je beter een reiskostenvergoeding kunnen geven. Ook wil onze keuken wel weten of ze mensen niet per ongeluk doodziek maken door noten aan de salade toe te voegen.





De daadwerkelijke onboarding

En dan volgt de eerste werkdag. Op deze dag krijg je “je mandje”. In het mandje vind je onder andere een Voys sweater en je laptop, maar ook het belangrijkste object voor je eerste werkdag: een grote pot met snoep. Deze zet je op je bureau en zo weet je zeker dat je de eerste werkdagen genoeg nieuwe collega’s bij je bureau hebt staan om de organisatie in het geheel goed te leren kennen.

Daarnaast blijft deze mand van jou gedurende je carrière bij Voys. Je zet deze mand aan het einde van de dag op de juiste plek op kantoor, en naar gelang van tijd zullen hier steeds meer persoonlijke spullen in komen te liggen. We werken met flexplekken, dus de mand wordt de thuisbasis van familiekiekjes, vakantiefoto’s, mascottes en andere persoonlijke items.

Ons onboarding pakket helpt de nieuwe collega de eerste dagen en weken ook door de verschillende systemen die we gebruiken en zo wordt de nieuwe werkplek snel een thuis.

We verwachten op de allereerste werkdag eigenlijk helemaal niks van nieuwe collega’s, behalve een flinke bak nieuwsgierigheid naar al hun nieuwe collega’s en naar hoe alles precies bij ons werkt. Deze verwachting geldt uiteraard niet alleen voor de eerste dag, maar is als het goed is sowieso een eigenschap van de nieuwe collega. We verwachten dan ook niet dat je op de eerste dag al meteen je weg weet te vinden in al onze systemen en manier van werken, want dat die een beetje ongebruikelijk zijn weten we zelf ook wel.

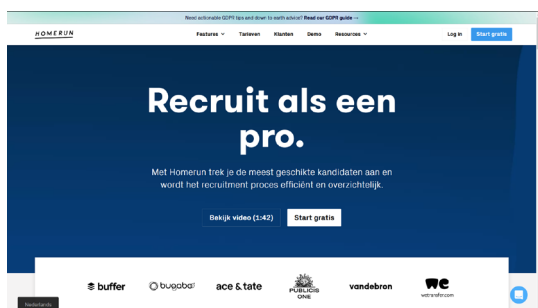
Tweerichtingsverkeer

Als nieuwe collega krijg je een collega die al wat langer meedraait als buddy toegewezen. Je buddy is je eerste aanspreekpunt voor vragen als “hoe maak ik dit account”, “hoe stel ik mijn telefoon in” en “waar zijn eigenlijk de wc’s?” maar houdt in je eerste weken/maanden ook regelmatig gesprekken met je over hoe je het eigenlijk zelf vindt gaan, en of wij nog een beetje aan jouw verwachtingen voldoen.

We kunnen namelijk óók heel veel van onze nieuwe collega’s leren! Vaak hebben ze al ergens anders werkervaring opgedaan, of hebben juist een onbevangen frisse blik, en daarmee een schat aan ervaring of zijn dus bij uitstek de personen zijn die vragen stellen als “Waarom doen jullie dat eigenlijk zo?” of gewoon zeggen “In mijn vorige baan deden we altijd X en dat werkte echt veel beter”. Juist deze frisse blik is van onschatbare waarde, want hoezeer we er ons ook tegen verzetten, vaak is het antwoord van onze kant ook maar “omdat we dat altijd zo doen”. Houdt je scherp, dus. We hebben zelfs collega’s gehad die in hun eerste twee maanden een lijstje bijhouden van alle zaken die ‘beter konden’ (of die gewoon slecht geregeld waren). Dat is nog eens waardevolle feedback!

De beste tools

Er is in verschillende hoofdstukken al even gehint naar de software en tools kant van het employer branding verhaal dus hier volgen dé top tools voor het vinden, interviewen en onboarden van collega's!

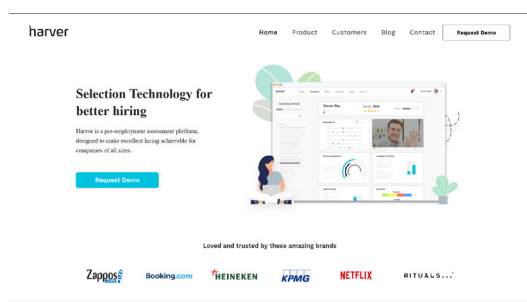


ATS Homerun

Een wat? Ja dat was ook onze reactie. Een Applicant Tracking System is software waarmee je nagenoeg het volledige werving- en selectieproces kan automatiseren. Voor kleine en middelgrote organisaties is Homerun een prachtige oplossing.

Je bouwt met **Homerun** niet alleen een prachtige “Werken bij” site, maar je maakt het ook mogelijk: dat het team zelf de selectie kan doen dat de kandidaten goed op de hoogte worden gehouden en je kunt alternatieve vragen of manier van solliciteren mogelijk maken.

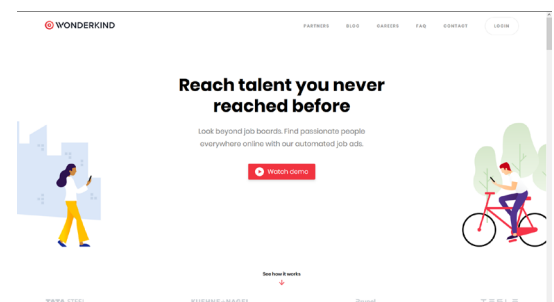
Er komen steeds meer cloud ATS oplossingen, maar voor 2 tot 250 is Homerun onze nummer één. Een andere optie is Recruitee en internationaal wordt Greenhouse veel gebruikt.



ATS for the big boys Head of Marketing

Werk je bij een grote organisatie dan is er eigenlijk maar één optie en dat is **Harver**.

Harver gaat een stuk verder en biedt meer opties aan de corporates van deze wereld. Zo kun je assessments en test toevoegen aan het proces en zie je de eerste AI toepassingen ontstaan door de schaal waarop de klanten van Harver opereren.



Vacature promotie Wonderkind

Voor het promoten van je vacature kun je natuurlijk je eigen sociale kanalen inzetten. Wil je hier een stap verder in gaan dan is **Wonderkind** een gave oplossing.

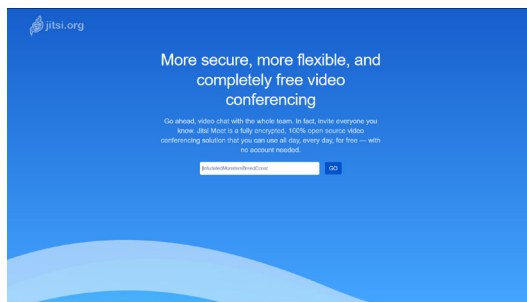
Zij maken vacature advertenties voor de verschillende sociale media en maken het daarmee ook mogelijk om potentiële andere doelgroepen te targetten en daarmee de diversiteit van je sollicitanten te verhogen.



Telefonie, teleconference en meer **Voys**

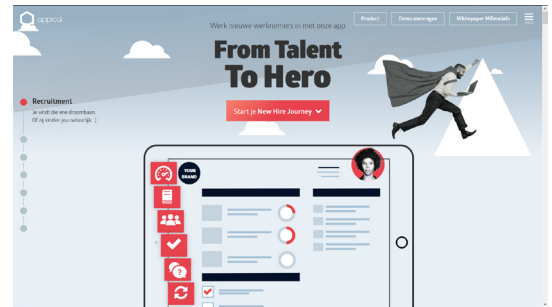
We proberen de koffiedates met kandidaten gewoon op kantoor in te plannen maar soms lukt dat niet.

Wil je bellen dan heeft **Voys** daarvoor een mooie oplossing voor waarbij je ook met meerdere personen tegelijkertijd een gesprek kunt voeren en gesprekken eventueel kunt opnemen.



Videoconference, chat, en meer **Jit.si**

Werk je liever met video kijk dan eens naar **Jit.si**. Hierbij hoeven zowel jij als de kandidaat niets te installeren en met opties als chat en scherm delen wordt het gesprek net wat rijker.



Onboarding **Appical.net**

Voor de pre-onboarding en onboarding gebruiken we **Appical**. Het is dé oplossing om nieuwe collega's in te werken. Je kunt het volledig naar de wens van je organisatie inrichten en werkt ook om de smartphone van je nieuwe collega erg prettig.

Van woordenboek en afkortingen (incl de cursus Johans voor beginners), Wie is wie? naar checklists en interactieve content. Een mooie tool die zowel kandidaat als organisatie blij maakt.

DANK VOOR JE TIJD EN
SUCCES MET JE
EMPLOYER BRANDING
&
HIRING

Met plezier gelezen? Deel hem dan vooral via voys.nl/ebooks. Wil je meer lezen kijk dan op voys.nl/boek voor ons handboek voor nieuwe collega's.