

## Werken aan groei - Wat zijn de belangrijkste trends en ontwikkelingen op de arbeidsmarkt?

---

Bevlogen medewerkers verzetten bergen werk.

Een goede employee experience is essentieel voor het vinden en behouden van werknemers.

En het oplossen van het personeelstekort begint bij jezelf, simpelweg door aandacht te hebben voor je nieuwe medewerkers.

Deze ontdekkingen hebben we in de eerdere afleveringen van deze Podcast reeks gedaan, en hopelijk hebben we je genoeg tools gegeven om ermee aan de slag te kunnen.

Nu is het een goed moment om vooruit te kijken.

Wat zijn de trends op de arbeidsmarkt, hoe maak je het verschil, en hoe verras en innoveer je.

De antwoorden krijg je van Peter Boerman.

Hij is hoofdredacteur van het online recruitment platform Werf&.

Dit is 'Werken aan Groei', een podcast serie van Indeed.

Jan-Willem Boks, senior strategist bij Indeed, gaat in gesprek met inspirerende mensen uit het vak, over onderwerpen die Indeed belangrijk vindt, als het gaat om het verbinden van de juiste kandidaat aan de juiste werkgever.

En andersom.

Dag Peter, leuk dat je naar de studio bent gekomen.

- Nu leuk om hier te mogen zijn.

Dank je wel.

Al mijn gasten hebben dezelfde openingsvraag gekregen en ik ben daarom ook heel benieuwd naar jouw antwoord.

Hoe ziet werk er in 2030 uit?

Nou, het allereerlijkste antwoord is, ik heb geen idee.

Het één na eerlijkste antwoord is, ik denk niet heel veel anders dan we nu doen.

En sommige dingen kun je gewoon heel moeilijk voorspellen maar ik denk wel dat we veel meer remote gaan werken.

Ik denk ook dat we nog veel meer freelance gaan werken, veel meer op opdracht gestuurd.

Ik denk dat we steeds meer toegaan naar een wereld waar het niet gaat om wanneer je er bent maar wat je doet.

- Output gestuurd in plaats van input gestuurd. - Ja.

Ja, ik denk dat die ontwikkeling de komende jaren echt nog wel steeds duidelijker gaat worden.

- Ja. En in deze aflevering blijven we vooruit kijken.

Het gaat immers over de trends voor dit jaar en de jaren erna.

Wat zijn in het kort de belangrijkste ontwikkelingen van dit moment.

- Het zijn er altijd heel veel als ik eenmaal ga beginnen maar als ik één alomvattende trend pak, dan denk ik dat we toch wel echt in het jaar van de skills leven.

Europa die heeft al het jaar van de skills uitgeroepen en ook in Nederland is er steeds meer aandacht voor op allerlei manieren, gaan we steeds meer met je op soft skills want we zien dat soft skills veel belangrijker zijn in een baan dan met je op diploma en met je op werkervaringen.

Het gaat écht om de skills.

De skills die maken het verschil.

- Skills maken het verschil.

Is dat dan ook voor werkgevers een omslag die ze moeten maken, in het aannemen van personeel, in het werven van personeel?

- Het is zeker een omslag, dat doen ze nog niet of nauwelijks.

Het gebeurt wel, ze kijken er ook wel naar in sollicitatiegesprekken.

Ik denk dat de echte omslag nog veel meer zit in dat ze niet alleen anders moeten kijken naar mensen die ze aannemen maar ook nog daarvoor, dat ze kijken van, ja maar welke skills hebben we nou echt nodig in de functies die ik zoek.

In het werk dat ik aanbied.

- Dus dat gaat dan voordat zij de vacature uitzetten, zouden zij een betere inventarisatie kunnen maken, of moeten maken, om te bepalen wat ze nodig hebben.

- Ja, dat denk ik wel ja.

Als ik zelf kijk naar wat ik zie in vacatures, ja, dan is dat nog meestal meerduidige containerbegrippen, waar eigenlijk een kandidaat niet veel mee kan en waar je ook heel moeilijk op kunt selecteren dus, ik denk dat we aan die kant nog echt wel heel veel werk te doen hebben.

- Die containerbegrippen, die zien we heel veel voorkomen, geen negen tot vijf mentaliteit, [overlap] salaris.

Je hebt geen idee wat je kunt verwachten.

Zie je ook goede voorbeelden van bedrijven die dat anders doen?

- Dat zijn vooral bedrijven die het niet zozeer anders doen maar die veel meer doen, die veel meer laten zien, die foto's aanbieden van, zo is het bij ons, om hier te werken.

Dus aan de voorkant klopt het wel, ik zie nog vaak aan de achterkant, is het nog steeds voor mij heel onduidelijk, wat zoek je nou, wat gaan die mensen nou doen, wat houdt die functie nou in.

Dus daar zie ik weinig goede voorbeelden van.

- En met de voorkant bedoel je de vacaturetekst, dat dat wel ...

- Nou de vacatureteksten doen ze, echt vacaturetekst plus dus met video's en met foto's, en...

aparte pagina's per vacature dus echt veel meer aankleden, veel meer neerzetten dan alleen maar even iets posten.

- Ja en de achterkant, die noemde je net eventjes, is dat dan het sollicitatieproces.

Bedoel je dat daarmee?

- Nee, ik bedoelde juist eerder de achterkant van, dat ze echt erover nagedacht hebben wat zijn dat nou voor mensen die we zoeken en wat hebben die nodig, wat moeten die meebrengen, en wat verwachten we in die functie.

- En dat zie je nog niet zo veel gebeuren.

- Eigenlijk nog te weinig, ja.

Maar dat is ook, werkgevers hebben er ook niet heel veel handvatten voor, want je kunt wel zeggen, ja we zoeken iemand die niet van negen tot vijf is, maar wat zegt dat dan.

En hoe kun je dat dan vastleggen en waar kun je dat dan valideren, en hoe kun je zeggen, je hebt veel minder van negen tot vijf mentaliteit dan de ander, want als je het vraagt aan iemand, dan hebben ze het allemaal.

- Dan heeft niemand een negen tot vijf mentaliteit. - Nee.

Ze willen ook wel een keer tot vijf over vijf bijvoorbeeld. - Precies ja.

Ja, ja.

En als je vijftwintig bent dan heb je een andere mentaliteit dan als je vijfendertig bent, maar als je echt langer werkt dan veranderen zulke dingen ook.

- Ja. - Dus dan gaat het ook weer om, hoe flexibel ben je echt en dat kun je wel vaststellen hoor.

- Ja. - Volgens mij kun je dat wel assessen ja.

- En heb je daar een voorbeeld van, heb je daar een bedrijf van...

- Mag ik bedrijven noemen?

- Het ligt eraan, wie het is natuurlijk hè.

[lachen]

- Nee, laten we zeggen er zijn veel assessment partijen in de markt en daar is ook heel veel gaande op dat gebied.

Ook hele leuke dingen en de meeste doen het ook nog eens tegenwoordig online en snel, - Ja. - durf niet helemaal, zelf heb ik daar te weinig oog op, hoe en in hoeverre dat wetenschappelijk allemaal klopt. - Ja.

Hebben we het dan over gamification of over kunstmatige intelligentie.

- Nee, met name over gamification.

Kunstmatige intelligentie is op dat gebied nog vrij beperkt, we roepen het allemaal wel maar in principe zie ik heel weinig echte voorbeelden ervan in de recruitment wereld.

- Ja, dus je ziet dan assessment in de vorm van een spel.

- Ja, spelletjes doen en dan kun je vrij snel vaststellen hoe snel iemand iets leert, bijvoorbeeld of hoe snel iemand een reactie geeft, nou zulke dingen kun je vrij snel vaststellen.

- Ja. - Wat we vroeger in assessments deden op assessments kantoren van een dag lang postvakoefeningen en dergelijke, dat kan tegenwoordig allemaal veel sneller en veel makkelijker.

Maar ja dat is allemaal nog steeds wel, hoe sneller je het doet, denk ik zelf, hoe minder valide het is.

- Vanuit de kandidaat gezien?

- Nee, vanuit de werkgever denk ik, als je in tien minuten een spel doet kan je toch niet helemaal vaststellen hoe, ja, je kunt vaststellen hoe snel iemand op dát moment reageert, maar in hoeverre je dat kunt doortrekken naar dat iemand altijd snel reageert, vraag ik me af.

- Ja en zie je dan ook bedrijven die daar toch wel op vertrouwen al?

- Ja, ja en dat is ook niet echt slecht meteen want voorheen werd er vertrouwd op het C.V. en ja daarop schrijft iemand dat hij heel snel is maar ja wat zegt dat.

Dus dit is meer maar we zijn er nog lang niet.

- Nee. - En ik vraag me ook af, want we hadden het er net al over, waar het echt misgaat, die werkgever, die vraagt aan zo'n assessment partij, ja ik wil iemand die heel snel is.

Maar hij heeft er niet echt over nagedacht of dat nou echt belangrijk is in die functie.

- Toch even over de Artificial Intelligence, de kunstmatige intelligentie, hoe kan dat helpen bij werving en selectie?

Nou we hadden het net vooral over selectie, ik denk dat we daar aan de vooravond staan van wat er allemaal gebeuren gaat.

Ik denk dat daar heel veel mogelijk is, het gebeurt nu natuurlijk al, kandidaten worden gescoord op basis van C.V. in hoever de matchings kans is, nou daar krijg je percentages uit, daar leert zo'n systeem zelf van, dat wordt elke keer beter.

Bij werving zien we veel A.I. op het gebied van programmatic advertising, dat soort dingen, targeting die steeds beter wordt, daar zie ik nog niet veel zelflerende systemen, laat ik het zo zeggen.

- Je ziet ze nog niet in het schrijven van vacatureteksten.

- Ja, die zijn er wel maar dat zijn ook vaak tooltjes waar algoritmen achter zitten, dat weer niet A.I. is want dat leert niet zelf.

Er zijn natuurlijk wel formats en die kun je gebruiken en dan gaat het snel.

Maar als het goed zou werken dan zou je kijken welke vacature tekst scoort beter en levert betere kandidaten op, en dan moet je die hele kringloop sluiten.

En dat zie ik nog weinig gebeuren, eigenlijk niet.

- Het zijn dus losse facetten in het werving- en selectietraject. - Ja.

Wij hebben zelf ook al heel lang een tooltje op basis van onderzoek dat we doen, wat kandidaten belangrijk vinden, en daarmee kun je vacatures beter door...

omdat die checkt of dat die elementen erin staan.

Ja, is dat A.I. Nou ik zou dat geen A.I. noemen, ik noem het meer een handige tool.

- Ja. - Die laten zien in hoeverre je tekst...

zowel mannen als vrouwen aanspreekt bijvoorbeeld.

- Ja, en we hadden het net ook over gamification.

En het jaar van de skills.

- Ja. - En dat met kunstmatige intelligentie, als je die drie dan pakt, ik denk dat kunstmatige intelligentie die schrijft dan die tekst, of die matcht, maar dat is toch voornamelijk op C.V. of gebeurt dat ook op skills.

Want ik denk dat die skills worden getest door middel van gamification of zie ik dat verkeerd?

- Nee, in principe zou dat wel de toekomst moeten zijn.

Ik zie dat nog niet echt gebeuren.

Maar als je het zo brengt, dan komt het allemaal samen en ik denk ook dat we wel die kant op gaan, ik vind het bijvoorbeeld zelf heel gek dat we op LinkedIn zetten we wel ons C.V., we zetten wat we allemaal gedaan hebben, maar we zetten niet onze assessment resultaten.

We zetten niet onze skills neer of in ieder geval nauwelijks nog.

En als ze het neerzetten zijn ze niet gevalideerd, ik zet erop dat ik heel nieuwsgierig ben maar niemand weet of ik nieuwsgieriger ben dan jij. - Nee - En dat zou je... - Dat is ook moeilijk te meten - Nou ja, zoiets zou je wel kunnen valideren, dat zou moeten kunnen, je zou een assessment kunnen zeggen, die is negentig procent nieuwsgierig en die is zeventig procent nieuwsgierig.

En dan zou je daar als werkgever ook moeten kunnen matchen.

- Ja - En dan wordt het iets.

- Ja. - Dan wordt het iets, maar zover zijn we nog niet.

- En die betere matching dat is natuurlijk wel noodzakelijk, en laten we meteen ook de koe bij de hoorns vatten, zijn we er dan wat betreft de personeelstekorten over het hoogtepunt heen.

- Dat denk ik niet trouwens, de demografie die toont gewoon aan dat we wat dat betreft, anders zullen moeten gaan denken. De mensen zijn niet weg, dus we moeten gewoon de mensen anders vinden.

Maar de stroom jonge mensen die net van de universiteit afkomen die we altijd gewend waren te scouten, ja die is wel aan het opdrogen, dus we zullen anders moeten kijken en dan kom ik ook weer met skills terug, want als we die in kaart hebben dan wordt het ook makkelijker.

- Zou dat dan ook onderdeel moeten zijn van de opleidingen?

Het ontwikkelen van je skills en van je ... - Oh zo bedoel je.

- over de bühne brengen. - Ja, ik denk dat onderwijs die trend ook wel ziet, en ook wel aan het doen is en ook wel probeert om nieuwe mensen niet alleen maar te laten uitstromen...

met een diploma maar ook met een soort inzicht in hun skills.

Portfolio, dat je daar iets aan hebt.

Ja, ze zijn natuurlijk nog heel erg gericht op kennisoverdracht.

- Ja. - Maar daarnaast komen al die andere facetten ook wel door.

- Ja en dan heb je die goede werknemers gevonden, aangenomen, maar dan is het ook nog een kwestie van behouden.

- Ja - Heb jij verrassende innovaties gezien op dit gebied?

- Die zie ik eigenlijk heel weinig, iedereen heeft een beetje hetzelfde, we zagen in de Corona tijden dat iedereen van die Zoomballs deed en dat soort dingen, iedereen doet elkaar daarin na.

We doen wel wat met salarissen en we doen wel iets met opleiden ...

maar ik zie daar weinig verrassende manieren in.

Ik moet ook zeggen dat zie je ook in de cijfers terug, want nog nooit zoveel mensen zijn van baan gewisseld als vorig jaar.

- Ja, dus het is voor werkgevers ook lastiger geworden om ....

- ik denk het wel ja. [overlap] - te behouden.

- Ja, dat moet ik wel zeggen, ook dat is vooral een generatie of een leeftijdsding trouwens, boven de vijfendertig zijn mensen toch weer een stuk minder geneigd om van baan te wisselen.

- De mensen van nu van vijfendertig of is dat van alle tijden.

- Ja dit is een beetje van alle tijden. [overlap] ja precies.

Dan heb je meestal je plek gevonden zullen we maar zeggen. - Klopt.

Ik ben zelf ook bij zevenendertig begonnen bij Indeed en ik zit er nu ook zes jaar dus ik herken dat wel.

- De luisteraars kunnen uitrekenen hoe oud je nu bent.

- Ja klopt, klopt.

Er wordt steeds meer geïnnoveerd als het gaat om het werven van medewerkers, ik zag dat er zelfs gerecruit wordt via de game Grand Theft Auto, ken je dat?

- Of het werkt, durf ik niet helemaal te zeggen, ik vond het zelf ook wel innovatief.

Wat er uit die test bleek was dat er geloof ik 12 sollicitanten zich gemeld hadden dus dat is niet heel veel, als je kijkt naar hoeveel mensen het spelen.

Ik vind het wel grappig maar dit was meer een voorbeeld van een vernieuwende manier van reclame doen.

Er zijn ook bedrijven die werven via TikTok of via E-sports of allerlei manieren maar het is in principe gewoon een ander kanaal met eigenlijk dezelfde boodschap, kom bij ons werken, we zoeken overal.

De krantenadvertentie van weleer die is niet meer dus we moeten iets nieuws hebben en we zien ook wel, je bereikt nog wel de actieve werkzoekende, bereik je via...

platforms zoals Indeed maar de latente werkzoekende die moet je ook op andere platforms bereiken.

- Die moet je aanspreken op waar ze zijn.

- Precies ja. - En moet je ze dan actief benaderen of ...

werkt dan ook nog wel de strategie van, kom bij ons werken.

- Ja, ik denk als je het hebt over werving dat je beiden moet doen.

Je moet laten zien dat je er bent, je moet laten zien dat je actief bent maar actief benaderen is ook heel belangrijk.

- Ja - Wordt steeds belangrijker ook.

- Ja, die werving via Grand Theft Auto, G.T.A. zie je nog meer van dat soort initiatieven, zijn daar voorbeelden van?

- Niet in G.T.A., ik zou daar gaan zitten als ik monteurs zou zoeken of zoiets bijvoorbeeld.

Maar er zijn natuurlijk wel andere games waarin je zou kunnen adverteren.

Ik zie het zelf niet helemaal hoe je in die wereld hoe je in games moet adverteren maar dat zou kunnen. Ik weet wel, er was vorig jaar ook een onderzoek over E-sports, er zijn ook heel veel jongens die dat doen.

En daar kun je natuurlijk ook wel in scoren, of in scouten.

Maar ja, ik vond dat ook wel een mooi platform waar ik zelf niet eerder aan gedacht had van als ik jongens zoek dan moet ik daar zijn. maar zo zijn er, voor elke doelgroep is er wel iets te vinden.

Ja, en heeft dat de toekomst dan om die niet-traditionele manieren in te zetten om mensen te werven.

- Ja ik weet niet of dat nou een specifieke toekomst is, het was de toekomst en het verleden.

Het was dat altijd al. Alleen het was vroeger meer vakgedreven denk ik dan zocht je in vakbladen naar vakmensen.

En nu zoek je op allerlei plekken waar ze toch zijn, zoek je naar mensen.

En mensen zijn ook op gaming platformen dus dat is een logische plek.

- Ja, en dat wordt ook gedreven door dat personeelstekort.

We gaan overal zoeken waar... - We gaan overal zoeken waar ze zitten ja.

En dat wordt nog extra gedreven doordat de tekorten zo groot zijn aan jonge mensen.

We willen dus heel graag die jonge mensen hebben dus zoeken we op platformen waar zij zich begeven.

- Ja, en kunnen recruiters goed die connectie maken met die jonge doelgroep, zie je dat veel gebeuren?

- Denk het wel, nu ja je ziet de meeste recruiters zelf zijn ook jong, dus organisaties zoeken ook wel jongeren op om nog een beetje in die groep te kunnen blijven.

- Ja, werknemers worden door alle veranderingen in de markt steeds kritischer en veeleisender.

Hoe zal zich dit verder ontwikkelen?

- Ja, ik denk dat die veeleisendheid logisch is en dat die ook wel blijft, dus ze kunnen ook veeleiserender zijn, dus ik denk dat zich dat ook wel zal blijven doorzetten.

Ja, het belangrijkste antwoord daarop is altijd aandacht.

Volgens mij, als je als werkgever aandacht hebt voor je mensen dan blijven ze wel.

- En wat voor aandacht is dat?

- Nou ja, je ziet het nu met die bagagesjouweraars op Schiphol.

- Ja. - Die hebben het moeilijk om aan mensen te komen, dat snap ik ook wel want het is gewoon heel zwaar werk.

Ongezond werk, het is vervelend werk, die zeggen we willen hogere lonen, we willen hulp hebben om onze koffers te kunnen sjouwen, om het werk te gaan verlichten, en dat krijgen ze niet, en ja dan houdt het snel op. - Ja.

- Dus eigenlijk zijn het geen spannende dingen, - Nee en je ziet het ook in het regionale vervoer, stakingen, afval ophalen, - Ja - Stakingen, - In de zorg snap ik het ook...

drie jaar geleden klapten we voor de zorg en alles bleef zoals het was.

- Ja. - Dus dat is natuurlijk moeilijk voor die mensen.

En ze zien alleen maar, ze zien hetgene andere mensen erop vooruit gaan, roosters maken is moeilijk, aan alle kanten wringt het, ja ik denk dat je daar beginnen moet.

Dan kun je van alles werven hoor, dan kun je prachtige campagnes maken maar dan gaat het toch echt eerst om de basis.

- En de basis is: luisteren naar je medewerkers.

- De basis is goed werkgeverschap en daar hoort luisteren bij je mensen bij ja.

- Ja, zie je daar goede voorbeelden van wie dat goed doen. Ik las over het Rijksmuseum bijvoorbeeld.

- Oh vandaar, oh wat leuk. - Over beveiligers, die zij zochten voor de grote Vermeer tentoonstelling.

- Ja, nou die hebben een leuke campagne gedraaid, ik weet niet goed of zij nu meteen het voorbeeld zijn van goed werkgeverschap, ik denk het wel want het lijkt me een plek waar je trots bent om daar te werken.

Je vraagt naar goede voorbeelden, ja die krijgen we natuurlijk wel heel veel binnen, maar het is wel zo...

de goede voorbeelden hebben ook geen tekort.

Die vallen minder op want die, ja daar komen toch wel de mensen binnen nog.

- En heb je daar goede voorbeelden van wie dat dan goed doet, want die horen we dus minder.

- Ja, we schrijven veel, we noemen Rijksmuseum we schrijven ook veel Rijksoverheid, er zijn echt plekken van Rijksoverheid waar het heel soepel gaat.

Waar we heel veel aanbod hebben maar er zijn ook plekken waar het heel moeilijk is.

- Waar zit dat verschil dan in voor die, als het dan gaat over de Overheid.

Waarbij je net zegt, de ene partij heeft voldoende aanbod, de andere organisatie heeft minder aanbod.

- Ja, vaak is het ook wel, het werk lijkt aantrekkelijker bijvoorbeeld de AIVD heeft een hele goede campagne gedraaid, waarin ze hun eigen sterke punten naar voren brachten, dat is natuurlijk ook wel een aantrekkelijke club om voor te werken, denk ik.

- Vinden ze spannend. - Is spannend. Ja natuurlijk.

- Ja, allemaal James Bond worden. - Ja, is leuk om te kunnen vertellen toch.

later, nee ik doe iets, ik mag niet teveel over zeggen, weet je wel, dat is leuk.

- Ja, dus dat is ook onderdeel van de Brand.

- Precies - Van de AIVD [overlap]

- Ja dat hebben ze slim neergezet. Je moet natuurlijk wel iets kunnen wil je hier werken, ja.

Ja, en dat kan niet elke werkgever natuurlijk. Die kan het zo spannend maken.

- Ja, en als je dan kijkt naar de zorg, hoe maak je dan de zorg spannend, lukt dat.

Want daar zit een heel groot tekort.

- Jazeker, zit daar een heel groot tekort.

Ik weet ook niet of ze het spannend moeten maken of dat de trigger is om die doelgroep aan te spreken.

Mensen die in de zorg willen werken die willen niet spanning, die willen mensen helpen.

En daar moet je op aanspreken.

Nou ja, dat is inderdaad de boodschap, je moet zoeken naar wat je doelgroep het belangrijkste vindt in dat werk.

En dat moet je uitvergroten en daar moet je op blijven hameren, daar moet je een leuke twist aan geven.

- En dat moet je naar buiten brengen. - Dat moet je naar buiten brengen ja.

- En dan kan dus GTA dus wel aansluiten voor automonteurs, - denk ik, - of misschien wel de AIVD.

Noem maar wat. En moeten we op zoek naar een ander platform TikTok misschien, voor zorg. - Ja.

Nou ik ken wel voorbeelden van die dat heel goed doen ja.

- Ja?

- Ja, bij 's Heeren Loo, dat is een zorginstelling in het midden van het land, een grote zorginstelling, daar zit toevallig een recruiter en die doet al jarenlang gewoon dansjes op TikTok, en verhaaltjes op TikTok en dat slaat heel goed aan.

Ja, mensen vinden het leuk en daardoor gaan ze toch daar solliciteren.

- Dus dat heeft een boost gegeven aan hun employer brand waardoor er uiteindelijk ook meer...

sollicitanten komen. - Ja.

Ik ken de cijfers niet precies maar dat heeft inderdaad wel echt gewerkt ja.

- Kan iedere recruiter dat doen? - Ja.

- Ja, ik denk inderdaad dat we ons heel erg verslikken in vergaderingen en overal over hebben en...

het moet allemaal netjes, het moet allemaal, ga maar gewoon doen.

Ga maar gewoon jezelf laten zien, je hebt allemaal ook zelf een camera bij je.

Die kun je ook gewoon gebruiken. - Ja.

Ja en ook daar dus voor die recruiter is dan, vind iets wat bij jouw doelgroep past maar wat ook bij jou past.

- Ja, dat wel maar kandidaten willen eigenlijk weinig liever dan kijken in de keuken.

Ze willen gewoon zien, hoe is het daar.

- Dus eigenlijk moet je ook je werknemers inzetten.

- Dat is het allerbeste ja, ja.

We zien nu dat het aantal refills via via werving stijgt, daar komen ook steeds meer tools voor.

Maar als je je eigen medewerkers ambassadeurs maakt dan werkt dat het allerbeste ja.

- En dat moeten wel echte verhalen zijn.

Het komt misschien ook weleens voor dat het lijkt alsof het fotomodellen zijn.

En werken die mensen daar wel echt.

- Dat denk ik ook weleens ja, als ik het zie maar het moeten wel echte verhalen zijn, maar als dat niet zo is dan valt het ook wel op want dan, de echte medewerkers...

die knappen dan ook af, die zeggen, hé hoe kan dat nou dat we andere mensen zien dan wijzelf.

- En dan kan het dus tegen je werken.

- Ja, maar iedereen is nu wel van overtuigd dat je echte mensen moet inzetten, en sterker nog, ik denk dat we daar ook wel weer een beetje overheen zijn want je ziet alleen maar...

alleen maar dezelfde verhalen daardoor.

Dus je moet niet alleen maar mensen laten vertellen waarom ze ergens werken, maar je moet het ook, je moet het dan ook nog eens vertalen naar die doelgroep toe.

Waarom het voor hun interessant is om dat te gaan lezen.

- Ja, interessant. En natuurlijk gaat het verder dan alleen aandacht.

Want investeren in je medewerkers houdt beide partijen gezond.

Hoe staat het daarmee?

- Ik denk dat we daar in Nederland nu het belang van aan het inzien zijn.

Door het grote tekort hebben heel veel, werkgevers moeten bijschakelen en dachten van, nou we komen ermee weg, voor jou zoveel anderen.

Ja, die tijd is voorbij.

Voor jou niet meer zoveel anderen.

Dus we zien allemaal van, hé ze lopen weg als het verkeerd gaat.

Dus dan gaan ze daar wel in, ja dan gaan ze zich wel aanpassen.

Dat is voor sommigen nog wel moeilijk.

- Ja. - Maar je ziet ook wel in sollicitatiegesprekken...

ook wel die verhouding veranderen.

Eerst was het van, waarom wil je bij ons werken.

En nu is het toch wel aan het omdraaien.

- Moet verkocht worden aan de kandidaat. - Moet verkocht worden aan de kandidaat ja.

- Dat sollicitatiegesprek is dan ook heel anders geworden?

- Dat zou het moeten zijn ja.

Of het zo is, dat durf ik niet helemaal te zeggen.

Nu ja, ik zit niet overal bij... - Nee ... maar ik heb nog wel de indruk dat er nog wel veel kruisverhoren gedaan worden ja.

Het is in ieder geval nog altijd zo, als kandidaat ga je naar de werkgever toe.

- Ja. - Het komt niet andersom voor.

Dat zou ook heel gek zijn maar het is wel wat de markt zou ...

- Ja precies.

[overlap] - Dat is een interessante gedachte.

[lachen] - Ja ik sta hierover na te denken dat...

Het zou wat zijn inderdaad als ze bij je thuiskomen en ...

- Ja - ... de recruitment manager of de manager van de afdeling komt bij jou thuis om te vertellen hoe gaaf het is om daar te werken.

- Nou er was vorig jaar een campagne die heet 'de sollicitatie andersom'. En dan zag je ook een filmpje de kandidaat die zat in de kamer en er kwamen drie werkgevers langs.

- Ja - Dat was een beetje een raar beeld.

Want dat vonden we toch niet helemaal passen, niet helemaal zoals we het gewend zijn.

- Nee - Ergens gaat het toch wel die kant op denk ik, ja.

Wij noemden dat vroeger weleens het 'impressariomodel' rekruteurs staan nu nog heel erg aan de kant van de werkgever maar je zou ook kunnen bedenken dat rekruteurs aan de kant van de werknemers staan en met werknemers onder hun arm gaan lopen, zeg maar.

- Dat we allemaal een soort voetballer worden.

Met een zaakwaarnemer. - Precies.

[lachen] - Ja, ja kan het opgaan ja.

- Oké en hoe liep dat experiment af met het solliciteren andersom.

- Het was een beetje campagne, ze hadden een aantal kandidaten, ze zijn toen wel met de werkgevers in contact gekomen en hoe het dan...

verder loopt, dat durf ik niet te zeggen, maar ik denk dat we dan toch weer een traditioneel patroon zien.

- Dus het is wel een marketingkanaal eigenlijk... - Het is een marketingtrucje, was het.

Maar de gedachte erachter was van, hé moeten we als werkgever ook veranderen, - Ja. - Die is ook sterk dan ook een kruisverhoor methode is alleen maar bedoeld om mensen uit te filteren.

Maar je moet ook kijken naar hoe kunnen we mensen infiltreren.

Eigenlijk, hoe kunnen we de kracht van iemand ontdekken en die gaan gebruiken in ons werk.

- De skills. - In onze organisatie, zitten we weer op skills, ja ja, dat komt terug. - Ja dat is een terugkerend thema, de skills.

Ik zit even te denken van hoe kun je dat dan laten zien ook anders dan in een assessment.

Of in een gamification, ga je dan misschien... - Nou daar zijn we ook naar op zoek ja en dat is, maar die assessment, is eigenlijk heel gek want je doet een assessment voor een functie, die heb je dan gedaan en je krijgt een rapportje mee dat is leuk.

Maar eigenlijk zou je die dan dus, daar zou je iets mee moeten kunnen doen.

Want bijvoorbeeld die doe je alleen voor die ene functie maar dan ga ik bij de volgende functie solliciteren en dan moet ik weer assen.

- Ja. - Terwijl ik dat net gedaan heb.

- Ja, dus je krijgt naast je C.V. een assessment... - Ja, assessment portfolio.

- Ja, maar heel gek want iedereen weet of hij blauw of rood of geel of groen is want...

want die hebben we allemaal gedaan die testjes. - Ja.

- Maar niemand die doet daar iets mee.

Nou zeg ik niet dat je daar iets mee doen moet omdat ook, het is leuk om op mijn C.V. te zetten...

dat ik blauw ben maar die werkgever die weet ook nog steeds niet of dat hij iemand blauw zoekt.

Dus daar moet hij beginnen.

Hij moet intern beginnen van, hé wat zoek ik nou voor mensen en dan zou je daarop kunnen matchen ja.

- Ja - En dan zou je kunnen zeggen, mijn team is al rood...

ik moet blauwe mensen hebben.

Of andersom - Ja.

Je kunt zeggen, hé dat gebeurt niet maar het goede nieuws is, het gebeurt steeds meer.

Er is steeds meer aandacht voor en ik denk dat we die kant opgaan als je zegt van, waar zijn we in 2030...

dan denk ik dat we op dat gebied wel stappen gemaakt hebben.

- Dat we een portfolio met assessments bij hebben. - Ja.

- En zeggen van, dit is wat ik kan. - Ja.

- Dit is wat ik leuk vind, hier ga ik op aan.

Hier krijg ik energie van. Dit is mijn kracht.

- Ja. - Zou dat hier passen.

Dus veel meer naar wat heb ik gestudeerd, geleerd. - Ja ik denk ook niet dat dit in de plaats komt ervan maar dat dit erbij komt en dat daardoor de matching beter wordt.

- En dat werknemers dus ook blijer worden.

- Ja en de werkgevers dan ook hopelijk maar. - Ja.

- Door de Corona pandemie werd thuiswerken de norm, nu is het vooral zogenaamd 'hybride' werken. Zet die trend door, verwacht je.

- Nou die trend is al doorgezet, we werken nu al hybride.

De meeste mensen werken een paar dagen thuis, paar dagen op kantoor, dat zal wel zo blijven.

- Toch zie je ook wel dat bedrijven ervan terugkomen.

- Heel veel bedrijven... [overlap] - We willen ze op kantoor hebben.

- Ja we willen ze op kantoor hebben. Je ziet in vacatures, zie je trouwens heel duidelijke trend, kandidaten zoeken er enorm op, die willen heel graag hybride werken, remote werken, thuiswerken, dat vinden ze allemaal heel belangrijk.

- Ja - Werkgevers stoppen, zetten het er niet meer in, in de vacatureteksten, dus die willen inderdaad de mensen weer op kantoor hebben.

- Ja - Ik denk dat omdat de krapte zo sterk is en ook nog wel...

zo zal blijven dat er nog steeds wel heel veel, werkgevers zullen wel naar kandidaten moeten luisteren willen ze dit doen. Dus ik denk wel dat die hybride trend blijft, ook omdat die krapte ervoor zorgt dat werkgevers ook een grotere regio gaan zoeken.

Stel je zit in Winschoten of Dinteloord of waar dan ook, ja dan kun je niet meer alleen op je eigen dorp vertrouwen.

En sommige specialisaties zitten verder weg en dan zul je dus ook erover na moeten denken ja die mensen die hebben geen zin meer om elke dag in de file te staan.

Dus daar moet je een soort oplossing voor vinden dus in die zin denk ik wel dat die trend doorzet, alhoewel ik ook wel snap dat werkgevers ook weer mensen op kantoor willen hebben.

Ze willen ze zien, dat is een hele oude gedachte want dan heb je het gevoel dat je controle hebt, ook al heb je geen idee wat ze aan het doen zijn maar je hebt het gevoel dat je controle hebt.

- Ja, nou ik moet zeggen dat ik als werknemer ook heel graag naar kantoor kom, ja niet iedere dag, zeker niet.

Maar eens per twee weken, een keer per week, kom ik toch wel graag naar kantoor. - Ik ook.

Om maar verbinding te houden met het bedrijf en met mijn collega's.

Ook omdat er af en toe nieuwe mensen starten.

Die ik dan niet gezien heb en ik merk toch dat via online vergaderingen, dan praat je heel gericht.

Ik maak met jou de afspraak over dit onderwerp en we gaan het daar 15 of 30 minuten over hebben.

- Dan sluiten we hem af en dan gaan we verder.

- En dan gaan we verder inderdaad en ik merk dat ik als ik op kantoor ben ook, een veel betere verbinding maak met die collega maar ook, als ik dan in gesprek ben, dat er soms ook een andere collega aanhaakt en zegt, hé dat heb ik ook, of, ik heb dat zo opgelost.

Dus ik vind die verbinding op kantoor voor mezelf heel belangrijk.

- Ik ook hoor, en ik denk ook wel dat die heel belangrijk is, maar ik denk...

ja zoals ik al zei, het zal wel hybride blijven dus mensen een, twee dagen in de week, of een dag in de twee weken.

En ik zeg thuis maar het kan ook een kantoortje zijn ergens anders natuurlijk maar die...

- Café om de hoek - dus ja, kan café om de hoek kan...

- en het kantoor wordt een ontmoetingsplek.

- Dat is wat we zien ja.

En ik denk wel dat mensen, mensen gaan niet alleen maar ergens werken voor het werk, en mensen gaan ook ergens werken voor de verbinding.

- Ja, welke trend of ontwikkeling zal in de verdere toekomst een groot verschil gaan maken, denk jij.

- Nou ik denk dat we het nog niet zoveel gehad hebben over de ZZP trend, - Wat is de ZZP trend.

- Nou dat mensen steeds meer toch zich minder gebonden voelen aan een werkgever en dus als ZZP'er verder gaan of als freelancer.

Daar zit natuurlijk een financiële achtergrond achter hè omdat ze denken dan kunnen we meer verdienen.

Maar er zit ook een hang in naar autonomie, naar vrijheid, minder vergaderen, minder gedoe.

Geef me een klus op de dingen die ik goed kan en die maak ik voor je.

Dat lijkt me iets wat wel aan het doorzetten is.

- En is dat iets wat vanuit de werknemer komt of...

- Het kwam vroeger vooral vanuit de werkgever, denk ik, want die wil natuurlijk flex hebben, die wilde weinig mensen op zijn loonlijst hebben, twee jaar lang ziekte doorbetalen is natuurlijk ook een risico, dus ze willen het allemaal kwijt. Nu zie je het veel meer komen vanuit de werknemer zelf.

Met name in de zorg bijvoorbeeld, die willen liever de mensen binden hè.

Maar de zorgmedewerkers zelf, die zeggen, ik heb geen zin meer in dat hele vergadercircus, en ik wil gewoon mijn eigen tijden bepalen.

Dus die ZZP trend die is al gaande in de zorg. - Ja in de zorg, zeker ja.

- Ook in het onderwijs?

- In het onderwijs ook, ja ja, behoorlijk zelfs ja.

- Ja, en zijn er ook andere sectoren die daar onder lijden want volgens mij levert het ook veel meer kosten op voor een werkgever.

- Ja, van oudsher niet dus, van oudsher deden ze het om de kosten te besparen op langere termijn, nu zie je wel dat die kosten stijgen, je ziet het in alle sectoren terug.

Als je het hebt over overheden, gemeentes, provincies, daar is het ook al jaren aan de gang.

Is het erg, dat weet ik niet, er komen ook heel veel binnen via consultants bureaus.

Er is wel een hele grote markt aan buro's die zich daar op stort waardoor de kostprijzen hoger worden.

- Er zit een partij tussen die ... - Ja die wil ook een marge hebben. Ja, ja.

En dat kan, ik vind het niet erg ook maar dan vind ik wel, dan moet die partij ertussen ook een toegevoegde waarde hebben.

Dus weten van, diegene die plaatsen we hier omdat hij dit kan of ik bied een hele goede opleiding aan of...

die moet echt ook die schakel zijn tussen die uiteindelijke werkgever en die werknemer.

En dat zie ik in de praktijk nog niet altijd gebeuren ook al roepen ze allemaal van wel.

- Dat zijn meer vacaturehuizen.

- Soms wel ja.

Dat is jammer. - Zeker.

- Ja vooral voor het talent dat dan verloren gaat voor een werkgever.

[overlap] - Precies ja. Klopt.

Hoofdredacteur van Online Recruitment Platform Werf&, dank je wel voor je komst naar de studio.

- Graag gedaan.

- Dit was Werken aan Groei, een podcast serie van Indeed over recruitment van de toekomst.

Misschien wil je nog een aflevering luisteren.

Dan is de aflevering met containerkoningin Christel Groeneboom een goede suggestie.

Zij wilde als vierjarig meisje het containerbedrijf van haar vader overnemen, 20 jaar later, lukt dat.

Inmiddels is zij de hoogstopgeleide persoon in het techniekbedrijf en ook nog eens zakenvrouw van het jaar 2022.

Zij vertelt in de podcast aan Jan-Willem Boks hoe het is om als vrouw in een mannenwereld de baas te zijn.

Werken aan Groei is te vinden op [BNR.nl](https://www.bnr.nl), [Spotify](https://open.spotify.com/), [Apple Podcast](https://applepodcast.com/) en [Indeed.nl/inspiration](https://www.indeed.nl/inspiration).

Dank je wel voor het luisteren.