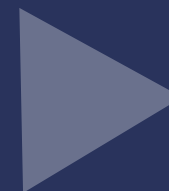


6 manieren om talent aan te trekken én te behouden

Adviezen om je mee te onderscheiden op de krappe arbeidsmarkt



HUIS VAN TALENT

De 6 manieren:

01 Maak je verhaal interessant voor potentials

02 Werk aan je employer brand

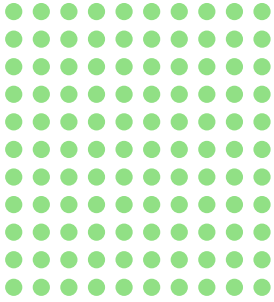
03 Stem je zoektocht af op wie je zoekt

04 Wees flexibel: je mensen blij, jij blij

05 Zorg voor een goede offboarding

06 Ga aan de slag met Total Talent Management

Hoogspanning op de arbeidsmarkt; tijd voor actie



De cijfers spreken voor zich. De meest recente metingen op het [dashboard Arbeidsmarkt](#) van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), over het derde kwartaal van 2021, tonen aan dat de spanning op de arbeidsmarkt nog nooit zo hoog was.

126 vacatures op 100 werkzoekenden, zo kopte onder meer [de NOS](#) op 16 november 2021. 371.000 openstaande vacatures, aanwezig in allerlei sectoren. Van de horeca tot de zakelijke dienstverlening en van de handel tot de zorgsector; iedereen is naarstig op zoek naar geschikte mensen. Niet vreemd, nu de economie zich herstelt van de coronapandemie en het bedrijfsleven weer vooruit kijkt.

Talent vinden en behouden is een uitdaging die voor alle bedrijven geldt. Was dat bijvoorbeeld in 2018 al een belangrijk punt van zorg voor veel bedrijven, met het huidige tekort aan geschikt personeel is dat vraagstuk alleen maar urgenter geworden. Hoe zorg je ervoor dat je als organisatie aantrekkelijk wordt voor talent? Niet alleen om ze aan te trekken, maar ook om ze langdurig aan boord te houden?



6 manieren om talent aan te trekken en te behouden

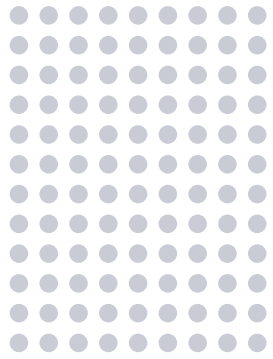
Wij geven je zes adviezen, waarmee je ervoor zorgt dat talent graag bij jouw organisatie wil (blijven) werken.

1. Maak je verhaal interessant voor potentials
2. Werk aan je employer brand
3. Weet wie je zoekt
4. Wees flexibel: je mensen blij, jij blij
5. Zorg voor een goede offboarding
6. Ga aan de slag met Total Talent Management

Benieuwd wat deze adviezen concreet inhouden? Lees dan snel verder.

01

Maak je verhaal interessant voor potentials



Tijden veranderen. Stonden vroeger zaken als een hoog loon en een fraaie leaseauto bovenaan de prioriteitenlijst, tegenwoordig hangt die vlag er héél anders bij. Natuurlijk, een organisatie dient zaken als salaris en pensioen op orde te hebben -baanzekerheid is nog steeds, en zéker na de coronapandemie, een belangrijke factor. Maar als talent de keuze heeft uit verschillende organisaties, doet ook het verhaal van het bedrijf ertoe. Waarom ben je er? Waarom doe je ertoe?

‘Duurzaamheid’ is een containerbegrip en hetzelfde geldt voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo). Echter, het principe dat talent graag werkt binnen een bedrijf dat niet alleen werkt ‘omdat ze dat al jaren zo doen’ of ‘omdat de rekeningen betaald moeten worden’ is eveneens evident.

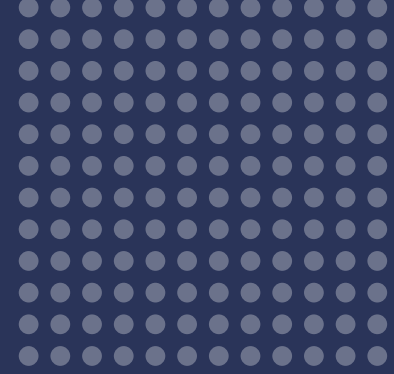
“Het bedrijf is steeds meer een vertaling van de idealen van de mensen die je in dienst hebt”

Mensen willen ook in hun werkende leven bijdragen aan de samenleving. Of het nu gaat om het vergroten van iemands levensgeluk, het verbeteren van de gezondheid, het oplossen van een maatschappelijk issue of om het klimaatprobleem; het bedrijf is steeds meer een vertaling van de idealen van de mensen die je in dienst hebt.

Daarom is het belangrijk dat je als organisatie met je verhaal aan de slag gaat. Geen green washing, maar wel een kritische blik naar binnen toe. ‘Waarom bestaan wij als organisatie?’ ‘Wat kunnen we op onze manier toevoegen aan de samenleving?’ Pas als je dát helder hebt en als bedrijf weet te omarmen, heb je een verhaal dat talent aanspreekt én aantrekt.



Hoe kijkt generatie Z aan tegen de toekomstige werkplek?



Waarden

Slechts 19% van Gen Z wil werken bij een organisatie die de waarden niet deelt.

Sociale impact

41% van Gen Z vindt dat de CEO moet worden afgerekend op zijn of haar sociale impact.

Diversiteitsprogramma's

41% van Gen Z wil best voor een niet zo divers bedrijf werken, maar alleen als er wel stevige diversiteitsprogramma's lopen.



<https://www.teamlewis.com/magazine/new-global-research-reveals-gen-z-prioritizes-company-values/>



02

Werk aan je employer brand

Staat het verhaal van je bedrijf stevig en heb je het gevoel dat je mensen deze missie en visie ook echt omarmen? Dan is het zaak om te kijken naar je employer brand. Hoe sta je als werkgever te boek?

Je werkgeversmerk vormt een sleutelkenmerk binnen de strategie om talent aan te trekken en te binden. Employer branding is niet iets van de laatste jaren, maar de impact ervan is wel een stuk groter geworden. Een sterk (of zwak) merk kan je reputatie maken (of breken) in de zoektocht naar talent.

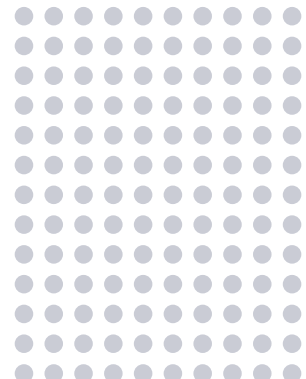
Verhalen zoals die over bierbrouwer BrewDog zijn ontzettend schadelijk en tonen aan dat core business en het werkgeversmerk intens met elkaar samenhangen, maar ook los van elkaar staan. Immers: klimaatpositief bier brouwen, daar is niemand tegen.

“Er is niet één waarheid, maar de keuzes die je maakt bepalen wel wie zich tot je merk aangetrokken voelt”



Ook als je product of dienst een positief verhaal vertelt, is het belangrijk dat je alsnog actief en kritisch naar je employer brand kijkt. Hoe kijk je naar werktijden? Naar opleidingsmogelijkheden? Naar verlofdagen? Ga je voor eigenaarschap, of juist voor strakke kaders? Er is niet één waarheid, maar de keuzes die je maakt bepalen wel wie zich tot je merk aangetrokken voelt.

Maar het werkklimaat was een stuk minder vriendelijk, bleek toen vorig jaar de nodige ex-medewerkers uit de school klaptten over de angstcultuur binnen de vooruitstrevende bierbrouwerij.



Werknemers kijken naar de toekomst: met name een goede pensioenregeling is belangrijk voor hen, blijkt uit onderzoek van Business Insider Nederland. De belangrijke arbeidsvoorwaarden:

Pensioen

72% vindt pensioen het belangrijkste

Flexibiliteit

49% gaat voor het flexibel inrichten van werktijden en -locaties

Doorgroeien

43% zet doorgroeimogelijkheden op 1

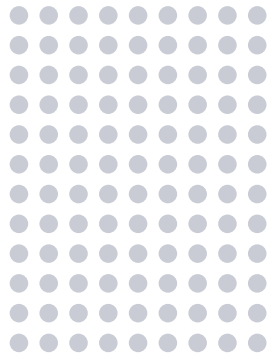
Verlof

Extra verlof- en vakantiedagen voor 35% van de deelnemers key.



03

Stem je zoektocht af op wie je zoekt



Een vacaturetekst is binnen een mum van tijd geplaatst. Praktisch iedere professional – jong én oud – zit op LinkedIn, weet jobsites als Indeed moeiteloos te vinden en kan zonder moeite enkele interessante vacaturenieuwsbrieven opsommen.

Maar stem jij je zoektocht af op wíe je precies zoekt? Of verspreid je al je vacatures altijd op precies dezelfde manier en via de bekende kanalen?

Eigenlijk is het best vreemd om je vacatures steeds via dezelfde kanalen te delen en altijd in dezelfde vorm te gieten? Je zoekt toch ook niet altijd precies dezelfde mensen? Je hebt uiteenlopende functies en dito ervaringsniveaus; stem daar je zoektocht naar talent op af. Je zult zien dat je zo veel sneller de juiste mensen weet aan te spreken.

Van Tweakers tot Facebook

Ben je op zoek naar IT'ers? Die community bevindt zich voornamelijk op websites als Tweakers. Een betaald artikel daar levert meer interessante namen en rugnummers op dan een vacature op een algemene vacaturewebsite.

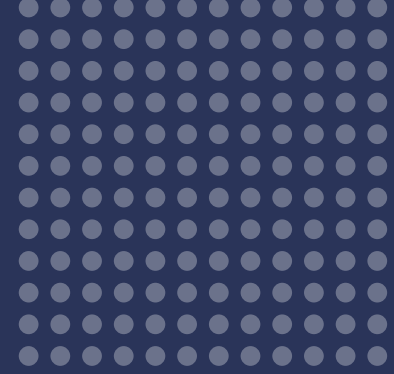
Ben je op zoek naar een meer senior medewerker? Dan kan een social mediaplatform als Facebook of Instagram meer uitkomst bieden dan zakelijk platform LinkedIn. En denk na over de vorm; waarom per se alle vacante functies in tekstvorm verspreiden? Podcasts zijn razend populair én geven de luisteraar direct een gevoel bij je organisatie. Zeker jongere generaties trek je op deze manier over de streep.



“Eigenlijk is het best vreemd om je vacatures steeds via dezelfde kanalen en in dezelfde vorm te delen? Je zoekt toch ook niet altijd dezelfde mensen?”



Handshake heeft onderzoek gedaan naar de job search en netwerkskills van Gen Z. De belangrijkste bevindingen:



Waardevolle connectie

Bijna 70% is van mening dat ze niet iemand in real life moeten ontmoeten om een waardevolle professionele connectie op te bouwen. Vrouwen zijn hier 26% méér van overtuigd.

Geschikte baan

80% van Gen Z is van mening dat het voor hen makkelijker is om een geschikte baan te vinden, het bedrijf te leren kennen en professionele connecties aan te gaan dan dat dit voor hun ouders gold.



<https://www.fastcompany.com/90685254/gen-z-is-finding-jobs-and-building-relationships-in-a-whole-new-way>



04 Wees flexibel: je mensen blij, jij blij

Vrijheid is een groot goed. Professionals gaven vroeger hun baan in loondienst op om vervolgens als zelfstandige verder door het werkende leven te gaan. Weg met die verplichte 9-tot-5-mentaliteit, het uitrekenen van overgebleven vakantiedagen en het treinreizen/sporten/autorijden op momenten dat iedereen dat doet.

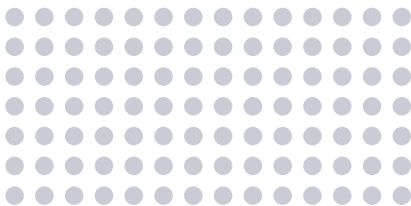
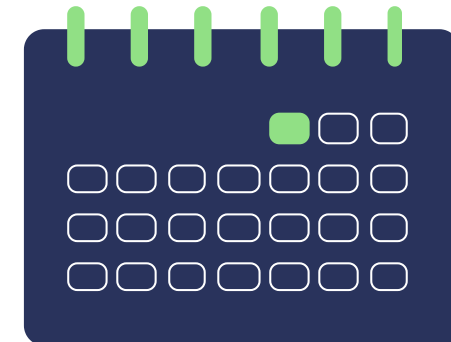
Hoewel duidelijke kaders voor bepaalde professionals juist heel prettig werken, is er steeds meer talent dat aan de verhoudingen tussen werken en vrije tijd zélf invulling wil geven. Bied ze die mogelijkheid ook. Zeker nu de coronapandemie heeft aangetoond dat we prima in staat zijn om (thuis)werken te combineren met het huishouden en ander privé-afspraken.

Het mes snijdt aan twee kanten. De organisatie bespaart zichzelf een hoop administratieve rompslomp op het vlak van personeelsadministratie, terwijl de medewerkerstevredenheid hoger wordt en talent hiermee het vertrouwen krijgt waar het zo'n behoefte aan heeft. Er zijn verschillende contractvormen mogelijk voor flexibel werk.

Meebewegen

Als werkgever toon je met dit flexibele karakter aan dat je bereid bent mee te bewegen met je professionals, die zich onder je vleugels ook op persoonlijk vlak ontwikkelen. Ze kopen huizen, krijgen kinderen, starten misschien parttime een eigen bedrijf. Doordat jij in staat bent mee te bewegen, vormt dit voor hen een extra reden om te blijven en je vertrouwen terug te betalen.

“Doordat jij in staat bent mee te bewegen, vormt dit voor werknemers een extra reden om te blijven en je vertrouwen terug te betalen”



Onderzoek van EenVandaag onder 5000 werknemers en 360 ondernemers, toont aan dat:

Fulltime

Slechts 1 op de 10 werknemers wil na corona weer fulltime naar kantoor

Deels op kantoor

77% van de werknemers geeft de voorkeur aan deels op kantoor en deels thuis

Volledig thuiswerken

11% van de werknemers geeft zelfs de voorkeur aan volledig thuiswerken

Productiviteit

53% van de werknemer geeft aan productiever te zijn thuis dan op kantoor

Hybride werken

Slechts 12% van de werknemers gelooft niet in hybride werken

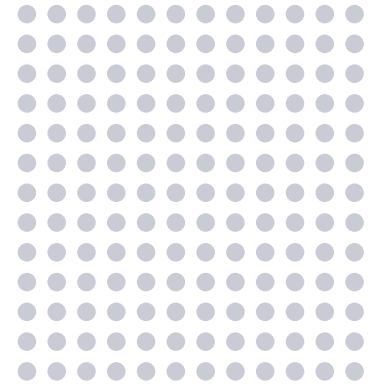


<https://eenvandaag.avrotros.nl/panels/opiniepanel/alle-uitslagen/item/maar-1-op-de-10-thuiswerkers-wil-na-corona-weer-helemaal-naar-kantoor/>



05

Zorg voor een goede offboarding



Het klinkt paradoxaal, maar wil je talent duurzaam aan je merk binden? Zorg er dan voor dat de uitstroom net zo positief verloopt als de onboarding. Offboarding is in onze ogen net zo belangrijk als onboarding, leggen we uit op ons platform. Hoe dit zit?

Blijde medewerkers die jaren na hun vertrek nog altijd positief over jouw organisatie praten; betere ambassadeurs zijn er niet te vinden! Misschien kennen zij nét die professional waar je zo naarstig naar op zoek bent. Dan helpt het dat hij of zij over de volledige employee journey een positief verhaal kan vertellen. Niet alleen toen hij of zij binnenkwam en aan de slag ging, maar ook toen het vertrek werd aangekondigd.

Kleinigheidjes en vrijdagmiddagborrel(s)

Softwarebedrijf AFAS geldt als een voorbeeld van hoe je met (vertrekkende) personeelsleden om kunt gaan. Allereerst krijgt iedere medewerker die vertrekt op de laatste werkdag een speciale doos mee, met motiverende teksten, bedankjes, snoep en uitnodigingen voor de vrijdagmiddagborrel(s).

Ook krijgt hij of zij op de eerste werkdag bij de nieuwe organisatie een bosje bloemen thuisgestuurd. Afkomstig van AFAS. Sportief en slim. Immers: veel werknemers gaan bij klanten van het softwarebedrijf aan de slag. Zo breidt het AFAS-merk zich ook na de uitdiensttreding uit.

“Blijde medewerkers die jaren na hun vertrek nog altijd positief over jouw organisatie praten; betere ambassadeurs zijn er niet te vinden”



Employer branding-statistieken van Review Trackers tonen aan dat het belangrijk is om mensen op een positieve manier uit te zwaaien:

Reputatie

84% van de banenzoekers geeft aan dat de reputatie van een bedrijf voor hen van belang is.

Online reviews

83% van de banenzoekers gaat op zoek naar online reviews van het bedrijf in kwestie.

Volledig informeren

93% van de banenzoekers laat zich eerst volledig informeren voordat een aanbod wordt geaccepteerd



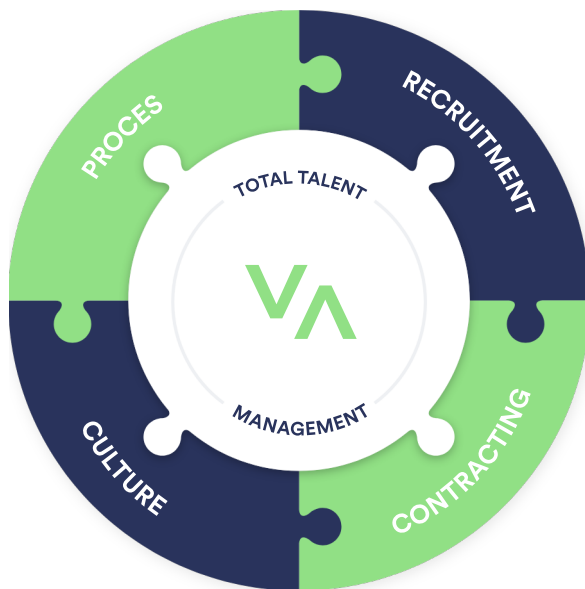
<https://www.reviewtrackers.com/blog/employer-brand-stats/>



06

Ga aan de slag met Total Talent Management

Talent vinden, binden, boeien en ontwikkelen: dáár draait het om binnen Total Talent Management. Total Talent Management is geen som van losse thema's; voor een toekomstbestendige organisatie en dito personeelsbeleid is een holistische aanpak noodzakelijk.



Wil je duurzaam talent vinden en behouden, ga dan aan de slag met Total Talent Management. Heb je als organisatie een integrale benadering van het talentvraagstuk? Dan heb je op iedere personeelsuitdaging een passend antwoord. Of het nu gaat om:

- het aantrekken van talent (o.a. met een aantrekkelijk employer brand);
- het binden van medewerkers aan je organisatie (door een kwalitatieve match tussen het talent en je organisatie);
- het ontwikkelen van je medewerkers (door te focussen op en te investeren in persoonlijke én professionele groei);
- en/of het behouden of verder helpen van talent (door het stimuleren van ieders flexibiliteit).

Dit beschrijven we in de Talent Journey binnen Total Talent Management.

“Total Talent Management is geen som van losse thema's; voor een toekomstbestendige organisatie en personeelsbeleid is een holistische aanpak nodig”

Talentmanagement is nog steeds het belangrijkste thema binnen het bedrijfsleven. De drie belangrijkste HR-thema's op de beleidsagenda, aan de hand van het jaarlijkse HR Trendonderzoek van AFAS en Berenschot:

- 01 Ontwikkeling, scholing, inzetbaarheid & talentmanagement
- 02 Werving & selectie
- 03 Verzuim/arbeidsomstandigheden



<https://www.berenschot.nl/nieuws/hr-trends-onderzoek-2021-2022>



Op zoek naar talent?

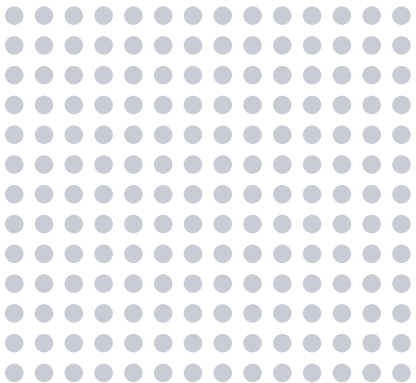
Als talent niet meer (ruimschoots) voorhanden is, heeft het geen zin om op een klassieke manier werving en selectie toe te passen; dan is er meer nodig. Ton Wilthagen, hoogleraar Arbeidsmarkt, formuleerde daarom tien acties om de schaarste op de arbeidsmarkt mee tegen te gaan.

Maar goed, met de door Wilthagen geformuleerde acties, van het omscholen van medewerkers en het creëren van betaalbare woningen tot het verbeteren van de mobiliteit, ben je niet meteen geholpen.

Direct aan de slag!

Met het integraal benaderen van het talentvraagstuk - Total Talent Management - kun je wél direct aan de slag. Hiermee ontwikkel je een bedrijfsstrategie waar je mee vooruit kunt, hoe de economie en de arbeidsmarkt zich ook ontwikkelen. De Staffing Groep, een van de grootste leveranciers van kennis en capaciteit in Nederland én de organisatie achter Huis van Talent, helpt je hierbij.

Benieuwd hoe je Total Talent Management vormgeeft en uitrolt binnen jouw organisatie? Vul dan ons contactformulier in. Dan nemen we zo snel mogelijk contact met je op!



Meer weten over Total Talent Management?

Heb je na het lezen van deze whitepaper nog vragen over Total Talent Management of wil je ermee aan de slag? Neem dan contact met ons op.

[NEEM CONTACT OP](#)

POWERED BY

 de staffing groep



HUIS **V**AN TALENT