



# **Werkgevers zijn ook Mensen! Het Belang van Goede Zakelijke Relaties**

**Gent, België  
25 april 2016**

# Wat we weten ...

- ‘Job development’ is meer dan alleen ‘job placement’
- De beste manier om mensen 'werkklaar te maken', is door ze snel aan het werk te krijgen, in:
  - ✓ Jobs die ze zelf kiezen en willen
  - ✓ Jobs in een echte werkomgeving en voor een echt loon
  - ✓ Jobs met ondersteuning voor en na de tewerkstelling
- Tewerkstellingsdiensten moeten rekening houden met beide zijden:
  - ✓ De ‘**aanbodzijde**’ (belangen, noden, ondersteuning, kansen van en voor de werkzoekenden)
  - ✓ De ‘**vraagzijde**’ (wat de werkgevers willen en nodig hebben)

# Kwaliteiten van Doeltreffende Arbeidsbemiddelaars

- Principieel Optimisme
- Culturele Competentie
- Businessgericht Professionalisme
- Een Neus voor Netwerken

I think I can.  
I think I can.  
I think I can.



**I KNOW**  
**ICAN**

A Venn diagram consisting of two overlapping circles. The left circle is light red and contains the text 'Ken de Werkzoekende'. The right circle is light grey and contains the text 'Ken de Werkgever'. The overlapping area in the center is shaded and contains the text 'Breng hen samen' written vertically. Below the circles is a dark red rectangular box containing the text 'Ondersteun hen' in white. The background is light grey with a dark red and grey geometric shape on the left side.

Ken de  
Werkzoekende

Breng hen samen

Ken de  
Werkgever

Ondersteun hen

Wat zie je het  
EERST?

# Het probleem met het typische beoordelingsproces

Oké jongens, dit zijn de loopbaansuggesties op basis van jullie persoonlijkheidstests van vorige week ...

YOU ALL TOOK LAST WEEK...



# Leer de Werkzoekende Kennen

- Werk aan een **P**ositief **P**ersoonlijk **P**rofiel  
Onthoud: Je kunt niet verkopen wat iemand niet kan
- De “3-**P**'s”
  - **Personality** (persoonlijkheid )
  - **Preferences** (voorkeuren)
  - **Previous experiences** (eerdere ervaringen)



# Te ontdekken



Beperkingen (labels)



VAARDIGHEDEN

INTERESSES

TEMPERAMENT


MANIER VAN LEREN



# Werk aan een Positief Persoonlijk Profiel



Meest waardevolle  
beoordelingsstrategieën?



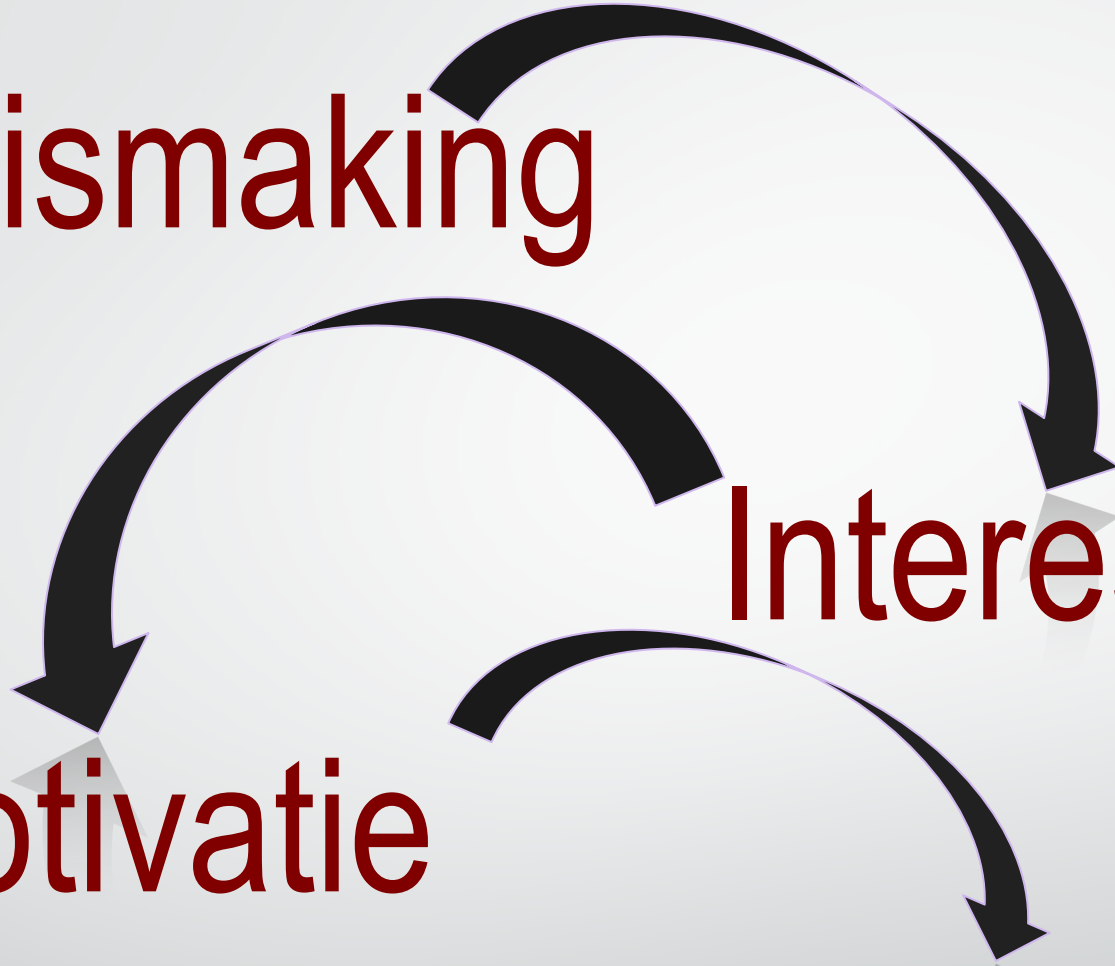
Breng tijd door met de  
werkzoeker in diverse  
omgevingen ('jobschaduw',  
rondleidingen, informatieve  
gesprekken ...)

Kennismaking

Interesse

Motivatie

**ACTIE**



activiteit

# Tekorten versus Troeven

# Tekorten

- ✓ Kan aandacht niet lang vasthouden
- ✓ Onverantwoordelijk
- ✓ Makkelijk afgeleid
- ✓ Hyperactief
- ✓ Opvliegend
- ✓ Lui
- ✓ Dromerig
- ✓ Bezeten

# Troeven

- ✓ Heeft veel interesses
- ✓ Onbezorgd / Eigen wil
- ✓ Opmerkzaam
- ✓ Energiek
- ✓ Gevoelig
- ✓ Ontspannen
- ✓ Rijke verbeelding
- ✓ Gefocust



*AutistiSCH  
Impulsief  
Agressief*

Dit stond in het “Dossier” van  
Andrew



## Dit zagen wij:

Passie voor muziek

Speelt piano en saxofoon

Goede administratieve en  
computervaardigheden / kan  
snel typen

Houdt van tuinieren en  
gewichtheffen

Verbale informatie moet  
langzaam worden gebracht

Houdt van nette,  
georganiseerde omgeving /  
haat lawaai en chaos

Houdt van gestructureerde,  
consistente taken

Wordt niet graag gestoord.



Muziek  
gewichtheffen  
Computer



# De Mythe over Werkklare Mensen

Werkgevers verwachten  
perfecte werknemers



photo of the character Michael Scott from  
Office and cartoon of a man giving an award  
"At last, a perfect employee..." Employee is labeled "Blind"



# Heb je ooit gewerkt met iemand die...

- Niet met anderen overweg kon?
- Zich ongepast gedroeg?
- (Woede)uitbarstingen had?
- Steevast te laat kwam?
- Over alles klaagde?
- Niet goed communiceerde?
- Niet zo snel werkte?
- Makkelijk afgeleid werd?
- Geen instructies kon volgen?
- Impulsief handelde zonder nadenken?
- Weigerde het openbaar vervoer te nemen?
- Een rommelig bureau had?
- Niet georganiseerd was?
- Niet altijd professioneel was?
- Onbeleefd was?
- Niet om kon met kritiek?
- Lui was?
- Niet zo goed was in zijn werk – maar dit verborgen wist te houden

# Voorkeuren zijn belangrijk

## Peanuts



# Wat Werkgevers Willen

- Relaties die helpen te beantwoorden aan de *behoeften van hun bedrijf*
- Relaties die helpen te beantwoorden aan een *behoefte van de hele sector*
- Relaties die helpen te beantwoorden aan een waargenomen *behoefte in de samenleving*
- Hun steun tonen door personen met een beperking in dienst te nemen

# Wat Werkgevers Willen Weten

- Waarom wil jouw kandidaat hier werken?
  - Interesse en motivatie van de werknemer
- Wat kan jij voor mijn bedrijf doen?
  - Geld besparen
  - Tijd besparen
  - De efficiëntie / productiviteit verhogen
  - De klantenrelaties verbeteren



# Wat Werkgevers Vaak Krijgen ...

- Verzoek om mensen met een beperking in dienst te nemen
- Bespreking van “programma’s” met een enge categorie van werkzoekenden als doelgroep
- Diensten van wisselende kwaliteit
- Verwarring en frustratie!

# Werkgeversperspectieven...

## Een tas met van alles in!



Werkgevers willen doorgaans wel mensen in dienst nemen, maar:

- Kennen de mogelijkheden niet
- Hebben geen duidelijke kijk op de mogelijkheden
- Voelen zich onervaren en niet klaar



# Marketing-adagium

Het is efficiënter om te achterhalen wat klanten willen en nodig hebben en jouw aanbod daarop af te stemmen, dan hen te doen kopen wat jij verkoopt.



# Kenmerken versus Voordelen

- Kenmerken: beschrijven het product of de dienst
- Voordelen: datgene wat die kenmerken de gebruiker opleveren

**Mensen kopen alleen voordelen.  
Slechts zelden kopen ze kenmerken.**

# Bijvoorbeeld ...

- Tandpasta met een vlekkenverwijderende formule: dat is een kenmerk. Het voordeel is: wittere tanden.
- ABS is een kenmerk van een auto, maar het voordeel is de veiligheid van de bestuurder en zijn passagiers.

activiteit

# Kenmerken & Voordelen

# De eerste stap: ergens binnen geraken

Het belang van een goede openingszin



# De 'Elevator Speech'



# De basis van een 'Elevator Speech'

- 1. Gesprek.** Het doel is niet om in 1 minuut jouw verkooppraatje te houden; het doel is een gesprek tussen twee mensen. Het is geslaagd als de andere persoon ontspant en zegt: "Interessant. Vertel mij er wat meer over."
- 2. Kort.** Een 'elevator speech' of 'elevator pitch' is GEEN verkooppraatje. Denk: 30 tot 45 seconden of minder!
- 3. Alledaags Taalgebruik.** Vermijd woorden als "synergie", "optimaliseren", "efficiëntie", "Return on Investment" enz. Dergelijke woorden SCHREEUWEN "verkooppraatje" en de ander zal proberen zo snel mogelijk weg te komen!)



# Wat denk jij?

Dit ....

Hallo, mijn naam is Ziva en ik werk voor de nv Rehabilitatie. Wij ondersteunen mensen met een beperking naar zinvolle en productieve jobs in de samenleving. Hebt u toevallig nog een plaatsje vrij?

Of dit ....

Hallo, mijn naam is Ziva en mijn bedrijf biedt aan gerichte sectoren personeelsaanwerving en retentie-ondersteuning. Ons succes is grotendeels toe te schrijven aan onze kennis van de aanwervingsbehoeften en de personeelsverwachtingen van ondernemingen. Heeft u volgende week 20 à 30 minuten vrij in uw agenda zodat ik meer te weten kan komen over uw bedrijf?

activiteit

# Maak jouw 'elevator speech'

Focus in elk geval op de voordelen van jouw dienstverlening voor het bedrijf

# Zorg ervoor dat men op jouw vraag makkelijk “Ja” kan antwoorden!

“Ik werk met werkzoekenden die interesse hebben voor jouw sector. Ik zou graag even met u praten over de vaardigheden die nodig zijn om in dat domein aan de slag te gaan, zodat ik die mensen beter kan voorbereiden. Kan dat?”



# Zorg ervoor dat men op jouw vraag makkelijk “Ja” kan antwoorden!



**“Ik ben zeer geïnteresseerd in *(naam van de sector)*. Ik zou graag eens langskomen en meer te weten komen over uw bedrijf dat daarin actief is. Wanneer zou dat passen?”**

**Zorg ervoor dat men op jouw vraag  
makkelijk “Ja” kan antwoorden!**

**“Ik zou graag meer vernemen  
over uw bedrijf, uit de eerste  
hand. Wanneer zouden wij  
kunnen afspreken voor een  
rondleiding in uw bedrijf?”**

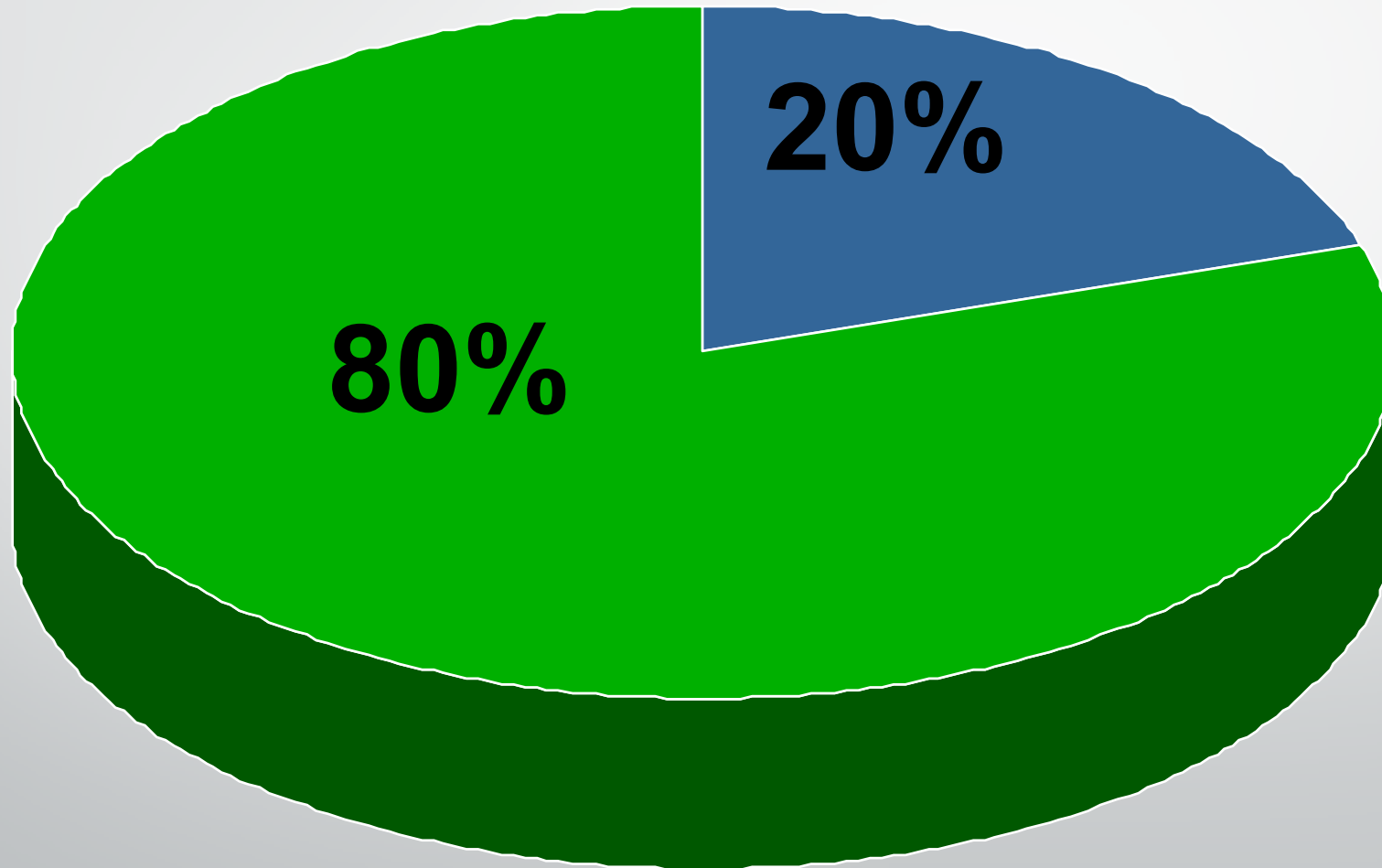




# Netzwerk, Netzwerk, Netzwerk



# Verborgenen Arbeitsmarkt





# Persoonlijke Invloedsfeer

- Girards Wet van de 250 (Joe Girard, *How to sell anything to anybody*)
- De mensen die je kent – mensen die rechtstreeks of onrechtstreeks deel uitmaken van jouw leven
  - Directe familie – verre verwanten
  - Dichte vrienden – terloopse kennissen
  - Mensen met wie je zaken doet – de brievenbesteller, loodgieter, kleermaker, kapper, textielreiniger, winkel- of benzinepompbediende, enz.
  - Mensen die zaken doen met jou – familieleden, andere zakelijke contacten, schoolpersoneel, enz.

activiteit

Gebruik jouw  
persoonlijk netwerk

# Werk aan Relaties

- Doe onderzoek en zorg dat je bedrijven en sectoren leert kennen – sluit je aan bij / neem deel aan zakelijke groepen
- Leer het jargon van bedrijven en sectoren
- Breng tijd door met specifieke werkgevers. Ontdek wat hen uniek maakt en wie hun concurrenten zijn
- Onderhoud je relaties
- Creëer bewustzijn over mogelijkheden/beperkingen en aangeboden diensten
- Dwing werkzoekenden/werkgevers niet in ongepaste opportuniteiten

# MILWAUKEE BizTimes

www.biztimes.com

APR 1

## Social Media New tools for business growth



LinkedIn

Twitter

YouTube

facebook

Instagram



# De Gereedschapskist van de Arbeidsbemiddelaar



- Brochure
- Factsheet
- Statistieken
- Getuigenissen/referenties
- Video's/foto's
- Visitekaartjes
- Inleidende/opvolgende brief
- Andere ...

# Visitekaartjes





# Verkoop sheets & Inkijkmateriaal



## Our Mission

Creative Employment Opportunities, Inc. (CEO) is committed to advancing economic solutions to business through the inclusion of all citizens.

## About CEO

CEO is a for-profit company that assists individuals in obtaining and maintaining employment in the community. Our focus is to work collaboratively with the entire support network of our clients in all aspects of the employment process. In conjunction with this goal, CEO provides a variety of quality services to our businesses clients.

## Why Choose CEO?

Our approach is simple. Professional is just the way we do business! We spend time learning about your business so we can better identify areas which can be enhanced. We offer training options specific to your needs.

## Benefits of Building a Relationship with CEO

- Recruitment and training savings
- Qualified, pre-screened candidates
- Time and money saving services
- Access to untapped labor pools & customer base
- Diversified workforce
- Improved workplace efficiency
- Quality Service – CEO puts its customers first. You are valuable to us. We are committed to serving your personnel needs

## Risk Free Services

- Job accommodations
- Diversity training
- Job restructuring to increase workplace efficiency
- Consultation and technical assistance

1421 N. Water Street • Milwaukee, WI 53202 • P: 414-277-8506 • F :414-277-8547 •  
[www.ceomilw.com](http://www.ceomilw.com)

*Festival  
Season  
2010*

Enclosed is your  
magnetic calendar of events for the  
2010 Milwaukee Area Festivals

Spend time this summer enjoying  
the fun activities that Milwaukee and  
the surrounding areas have to offer!

If you or anyone you know is looking to  
buy or sell this year, please call me!



Greg Surges  
Direct: 262.797.3515 X210  
Cell Phone: 414.355.1308  
Email: [gsurges@shorewest.com](mailto:gsurges@shorewest.com)  
[www.shorewest.com](http://www.shorewest.com)  
Office: 262.784.8466



**Greg Surges**  
*Broker/Associate*

Direct: (262) 797-3515, Ext. 210  
Office: (262) 784-8466  
Cell: (414) 355-1308  
E-mail: [gsurges@shorewest.com](mailto:gsurges@shorewest.com)



No. WI #113  
17750 W. WISCONSIN  
MILWAUKEE, WI 53227-1103  
726 WISCONSIN

Shorewest  
www.shorewest.com

**June** 6.3-6.33 Jazz in the Park (Dowd Park)  
6.4-6.5 Miller Life Ride for the Arts  
(Downtown Milwaukee) 6.6 Scottish Fest/Milwaukee Highland  
Games (Fort Ford) 6.7-8.25 River Rhythms (Dodge Islands) —  
First Mondays Park 6.11-6.13 Milwaukee Air & Water Show  
(Milwaukee Lakeside) 6.11-6.13 PridaFest (Water Festival Park)  
6.15-6.20 Oktoberfest Festival of Arts (Dodge Islands Art Museum)  
6.15-6.20 Polish Fest (Motor Festival Park) 6.19 Juneteenth Day  
(Marlin Jackson King Jr. Blvd) 6.24-7.8 Summerfest (Miller Festival  
Park) 6.26-6.27 Strawberry Festival (Dowd Park)

**July** 7.2 fireworks like festival (Milwaukee Lakeside)  
7.4 Independence Day Parade (Downtown Milwaukee)  
7.8-7.11 Bottle Days (Challenger Square Park) 7.9-7.13  
Gathering on the Green (Marquette) 7.15-17 Festa Italiana  
Bottle Festival Park 7.17 Blues Gospel & Arts Festival (Dowd  
Park) 7.22-7.25 German Fest (Motor Festival Park) 7.26-8.1  
EAA AirVenture (Dowd Park)

**August** 8.2-8.15 Wisconsin State Fair (Dowd  
Park) 8.19-8.22 Irish Fest (Dowd Festival Park) 8.19-8.22  
Milwaukee d la Carte (Milwaukee County Zoo) 8.22-  
8.29 Mexican Fiesta (Dowd Festival Park) 8.29-8.29  
Oktoberfest (Dowd Festival Park)

**September** 9.4-9.5 Oktoberfest (Dowd Festival Park)  
9.6 Polkafest (Dowd Festival Park)  
9.10-9.11 Jazzfest (Dowd Festival Park)  
9.10-9.12 Indian Summer Festival  
(Dowd Festival Park) 9.16-9.16  
Oktoberfest Weekends (Dowd Festival Park)  
9.17-9.18 Milwaukee River  
Challenge (Downtown Milwaukee)  
9.18-9.19 Wine & Harvest Festival  
(Dowd Festival Park) 9.24-9.26 Oktoberfest  
(Downtown Milwaukee)

**20 FESTIVAL  
10 SCHEDULE**

Leer over bedrijven  
door hen vertrouwd te  
maken met jouw  
gezicht:  
voer informatieve  
gesprekken.



# Informatieve gesprekken

## Twee Soorten Informatieve Gesprekken:

- Informatie
- Advies & Suggesties



## Goede redenen om informatieve gesprekken te voeren:

- Verkennen van sectoren en loopbanen
- Ontdekken van tewerkstellingsopportunities (vacatures) die niet worden geadverteerd
- Uitbreiden van je professioneel netwerk
- Vertrouwen opdoen voor ontmoetingen met werkgevers
- Toegang krijgen tot de meest actuele loopbaaninformatie



# Mogelijke takenlijsten

- Zet de werkgever aan het denken
- De takenlijsten zijn gebaseerd op de noden van de werkgever en de vaardigheden van de werkzoekende
- Gebruik het jargon en de organisatorische termen van de werkgever
- Zet de belangrijkste taken/afdeling eerst
  - Met wie heb je een ontmoeting?
- Wees specifiek – geen algemene termen

# Takenlijsten opstellen



Om een takenlijst op te stellen:

- Volg een rondleiding in het bedrijf (of in een gelijkaardig bedrijf)
- Lees de huidige functieomschrijvingen
- Kijk hoe het bedrijf georganiseerd is
- Ga op zoek naar iemand in de sector die jou informatie kan geven en die jouw lijst kan nalezen



# Houd de ogen open voor ...

- Mogelijke manieren om de workflow te verbeteren
- Werknemers die belangrijke maar niet-essentiële taken uitvoeren
- Kernpersoneel dat moeite heeft met een te grote workload
- Ontevreden klanten
- Taken die op een andere manier kunnen worden uitgevoerd
- De mate van flexibiliteit op de werkvloer
- Seizoensgebonden schommelingen
- Algemene probleemgebieden

# Doe de werkgever een waardevol voorstel ("Wat heb ik eraan?")

Hoe kunnen wij de werkgever helpen om ...

- De efficiëntie van het personeel te vergroten?
- Lacunes op de werkvloer te vullen?
- Dure of inefficiënte tijdelijke hulp en overuren terug te dringen?
- De klanttevredenheid te vergroten?

# Voorbeelden van netwerkvragen

- Wanneer is het in het bedrijf het drukst: elke dag, op weekdays, in de loop van het jaar?
- Zijn er taken die vaker of efficiënter kunnen worden uitgevoerd?
- Zijn er taken die niet worden uitgevoerd omdat niemand tijd heeft?
- Zijn er taken die werkgevers weghouden van hun kritieke verantwoordelijkheden? (expertise)
- Heeft u werkgevers die overuren presteren?
- Gebruikt u voor bepaalde taken tijdelijke arbeidskrachten?
- Als u bij iets hulp zou kunnen gebruiken, wat zou dat zijn?
- Als uw werknemers bij iets hulp zouden kunnen gebruiken, wat zou dat zijn?
- Wat is de grootste uitdaging voor uw bedrijf of uw sector in de dagelijkse werking?

# Snelle Vraag

“Wat moet er in uw bedrijf  
gebeuren dat nu niet gebeurt?”

# Volgende Stappen

- Doodlopend gesprek? – Toch de band bewaren met het oog op later
- Enige interesse? – Bied aan om contact te houden
- Echte mogelijkheden? – Leg tweede afspraak vast

# Jouw Diensten Verkopen

- Presenteer jouw onderneming als een bedrijf dat aan dienstverlening doet – niet aan liefdadigheid
- Gebruik professioneel marketingmateriaal, laat je geloofsbrieven zien
- Let op je taal – geen jargon uit de sociale dienstverlening
- Denk eraan: je bent een pleitbezorger van de onderneming EN van de werkzoekende
- Verkoop de vaardigheden van de werkzoekende EN jouw diensten
- Beloof minder, geef meer



# Zeven Stappen bij het Onderhandelen over Tewerkstelling

1. Vat het bezoek of de ontmoeting kort samen
2. Vertel wat je hebt gezien; benoem waar hulp nodig kan zijn
3. Omschrijf hoe jouw kandidaat het bedrijf kan helpen
4. Wijs op de mogelijke voordelen voor de werkgever
5. Verduidelijk jouw rol in het proces
6. Stel de “vraag”
7. Wijs nogmaals op de mogelijke voordelen voor de werkgever

# Maak kennis met Ivan

## – Positief Persoonlijk Profiel

- Houdt van alle sporten – (voetbal, basketbal ...)
- Makkelijk om mee te werken
- Vrolijk
- Veel potentieel
- Zelfstandig
- Lief
- Levenslustig
- Vastberaden
- Hechte familie
- Zeer volhardend
- Grappig/veel humor
- Vriendelijk
- Maakt grappen
- Zorgzaam
- Harde werker
- Zeer bijdehand
- Kan goed luisteren
- Goed in allerlei spelletjes

# Recreatiecomplex voor Studenten van Marquette University had hulp nodig!

- Vijf grote basketbalvelden
- Ongeveer 2000 studenten en ex-studenten maakten hiervan dagelijks gebruik
- De velden lagen er vuil bij, vooral in de winter
- Conciërges moesten de velden constant schoonmaken – wat niemand graag deed

# Wat Wij Deden ...

1. **Informatief gesprek** – nauwgezette takenlijst op basis van waargenomen noden
2. **Takenlijst vergelijken** met Ivans **Positieve Persoonlijke Profiel** om na te gaan of er voldoende overeenkomst was
3. Organiseren van een “**werkgesprek**”
4. **Tewerkstellingsvoorstel** doen aan Marquette
5. **Voorwaarden onderhandelen** voor tewerkstelling

# Tewerkstellingsvoorstel

## Vaardigheden van Ivan

- Houdt van sport – zeker van basketbal
- Volhardend
- Harde werker
- Grappig
- Makkelijk om mee te werken

## Nauwgezette Takenlijst

- De vijf velden schoon houden op de drukste momenten
- Aanpassen van de zwabber zodat Ivan die achter zich aan kon trekken
- Oprapen en wegbrengen van achtergelaten basketballen

**“De menselijke  
zaaldweilmachine”**





# 10 Tips voor Relaties met Werkgevers

10. **Betrek de werkzoekende** zoveel mogelijk
9. Stel een lijst op van **kenmerken en voordelen** op basis van interesses en vaardigheden van de kandidaat
8. Stel een lijst op van **kenmerken en voordelen van jouw diensten** (niet jouw “programma”!)
7. Benoem en gebruik **persoonlijk en professionele netwerken** (van jezelf, de werkzoekende, zijn familie ...)
6. **Sluit je aan bij/neem deel aan** zakelijke groepen/ evenementen (of organiseer zelf business events)



# 10 Tips (vervolg)

5. Zorg voor een goede **'elevator speech'** en oefen die met iedereen die wil luisteren!
4. Betrek bedrijven – bouw aan relaties met bedrijven **voor** er een job nodig is
3. Voer **informatieve gesprekken** met bedrijven om te achterhalen wat de noden zijn
2. Zeg altijd **dank u wel** en zorg voor **follow-up** (een handgeschreven bedankbriefje werkt het best!)

# Tip Nummer 1 ...

**GEEF NOOIT OP**





- Opmerkingen?
- Vragen?
- Bemerkingen?
- Bedenkingen?
- Ideeën?
- Debat?
- Dialoog?
- Laat maar komen!



**Dank u wel!**

Laura Owens, Ph.D., CESP

[lowens@transcen.org](mailto:lowens@transcen.org)

[www.transcen.org](http://www.transcen.org)

[www.ceomke.com](http://www.ceomke.com)