GROEI TECHNIEK®
- MODERN RECRUITMENT -



De GroeiGids

"Slim groeien met de juiste mensen.
Voor technische bedrijven die
structureel willen versterken."

Groeien is voor veel technische bedrijven een mooie ambitie. Meer opdrachten, grotere projecten, nieuwe klanten, een sterkere positie in de markt. Maar groei brengt ook een andere vraag met zich mee: Heb je de juiste mensen om die groei waar te maken?
In de techniek is dat vaak een lastige vraag. Goede vakmensen zijn schaars. Sommige functies zijn maanden voordat ze daadwerkelijk nodig zijn al moeilijk te vinden. Tegelijkertijd kan de werkdruk binnen een organisatie snel oplopen wanneer er te weinig mensen beschikbaar zijn.

Toch wordt personeel binnen veel bedrijven nog steeds vooral benaderd vanuit de actualiteit.

- Er komt een groot project binnen
- Een medewerker vertrekt
- Een vacature ontstaat
- Een team loopt vast

En dan begint de zoektocht. Dat voelt logisch. Maar het betekent ook dat recruitment vaak pas begint wanneer de behoefte al dringend is. En juist daar ontstaat een probleem.
Want wanneer je pas mensen gaat zoeken als je ze vandaag nodig hebt, ben je eigenlijk al te laat.

1. Het echte probleem is niet alleen het personeelstekort

Wanneer bedrijven moeite hebben om vacatures te vervullen, wordt al snel gesproken over de krappe arbeidsmarkt. En natuurlijk speelt die arbeidsmarkt een grote rol, maar het personeelstekort is niet altijd het volledige probleem. Soms zit het probleem eerder in de manier waarop een bedrijf met personeelsbehoefte omgaat.
Een technisch bedrijf kan bijvoorbeeld al maanden weten dat er een groot project aankomt. Toch wordt er pas een vacature geplaatst wanneer het project daadwerkelijk start. Of een ervaren medewerker heeft aangekondigd over een jaar met pensioen te gaan. Toch wordt er pas gezocht wanneer zijn vertrek dichtbij komt. Vaak zie je ook dat een bedrijf weet dat het de komende jaren wil groeien, maar heeft nog niet gekeken welke functies daarvoor nodig zijn.

In al deze situaties ontstaat hetzelfde patroon:
De behoefte is voorspelbaar, maar de actie komt te laat en daardoor ontstaat druk. De werkgever moet snel schakelen. De vacature moet zo snel mogelijk ingevuld worden. De bestaande medewerkers moeten ondertussen het werk opvangen. En juist onder die druk worden soms verkeerde keuzes gemaakt.
Een kandidaat wordt aangenomen omdat hij beschikbaar is, terwijl hij niet helemaal past.

Een vacature wordt maandenlang opengezet zonder duidelijke strategie. Of er wordt veel geld en tijd besteed aan recruitment zonder dat duidelijk is welk probleem eigenlijk opgelost moet worden.

Dat is zonde. Niet alleen financieel, maar vooral organisatorisch.

2. Waarom ad-hoc werven vaak niet werkt

Ad-hoc werven betekent eigenlijk: we hebben iemand nodig, dus we gaan iemand zoeken.

Op zichzelf is daar natuurlijk niets mis mee. Soms vertrekt iemand onverwacht. Soms komt er plotseling een grote opdracht binnen. Soms ontstaat er een situatie die je simpelweg niet kon voorspellen. Maar wanneer vrijwel iedere vacature op deze manier ontstaat, wordt recruitment een voortdurende brandblusactie. En dat als gevolg, minder keuze.

Wanneer je snel iemand nodig hebt, heb je minder tijd om kritisch te kijken naar kandidaten.

Je kijkt eerder naar: *Kan deze persoon binnenkort beginnen?*
Terwijl de betere vraag is: *Is deze persoon de juiste versterking voor ons bedrijf?* Dat verschil lijkt klein, maar is belangrijk.

Meer druk op het bestaande team. Zolang een vacature openstaat, moet het werk vaak door de bestaande medewerkers worden opgevangen.

Een engineer neemt extra projecten over. Een werkvoorbereider krijgt meer dossiers. Een monteur draait extra uren. Een teamleider springt bij waar dat eigenlijk niet de bedoeling was.

Een tijdelijke oplossing kan prima werken. Maar wanneer tijdelijk structureel wordt, ontstaat overbelasting. Meer kans op een verkeerde match. Een verkeerde aanname kost meer dan alleen een salaris. Er is tijd besteed aan gesprekken. Collega's zijn betrokken geweest. De onboarding is gestart.

Kennis is gedeeld. En wanneer iemand vervolgens na korte tijd weer vertrekt, begint het proces opnieuw. Daarom is recruitment niet alleen een kwestie van iemand vinden. Het gaat om de juiste persoon vinden voor de juiste situatie.

3. Van reactief naar proactief

Strategische personeelsplanning begint met een eenvoudige vraag: Waar willen we over 6, 12 of 24 maanden staan – en welke mensen hebben we nodig om daar te komen? Dat klinkt misschien als iets voor grote organisaties met uitgebreide HR-afdelingen.

Maar dat hoeft helemaal niet.
Ook een technisch bedrijf met 10, 25 of 50 medewerkers kan hier praktisch mee aan de slag.

Sterker nog: juist kleinere en middelgrote technische bedrijven kunnen hier veel voordeel uit halen.

Omdat iedere medewerker relatief veel invloed heeft op de organisatie. Wanneer één ervaren specialist vertrekt, kan dat direct gevolgen hebben voor projecten, klanten en kennis binnen het bedrijf. Daarom is het belangrijk om niet alleen naar de huidige bezetting te kijken. Je moet ook vooruitkijken.

4. Begin bij de bedrijfsplannen

Personeelsplanning begint niet bij een vacature. Het begint bij de onderneming.

- Wat wil je als bedrijf bereiken? Wil je groeien?
- Nieuwe klanten aantrekken?
- Grotere projecten aannemen?
- Een nieuwe technische specialisatie ontwikkelen?
- Meer capaciteit creëren?
- Of juist minder afhankelijk worden van een paar ervaren medewerkers?

Pas wanneer je weet waar je naartoe wilt, kun je bepalen welke mensen je daarvoor nodig hebt. Stel dat een technisch bedrijf verwacht de komende twaalf maanden flink te groeien.

Dan zijn er verschillende vragen:

- Welke projecten komen eraan?
- Welke omzetgroei wordt verwacht?
- Welke werkzaamheden nemen toe?
- Welke functies worden daardoor belangrijker?
- Welke kennis hebben we nu onvoldoende in huis?
- Welke medewerkers kunnen doorgroeien?
- Welke expertise moeten we van buiten aantrekken?

Zo verandert recruitment van een losse activiteit in een onderdeel van de bedrijfsplanning.

5. Stap 1 – Kijk eerst naar je huidige team

Voordat je nieuwe mensen gaat zoeken, is het belangrijk om te weten wat je al in huis hebt. Maak daarom een overzicht van je huidige team. Niet alleen met functietitels.
Kijk ook naar kennis, ervaring en verantwoordelijkheden.

Bijvoorbeeld:

Functie	Huidige capaciteit	Kritische kennis	Ontwikkelmogelijkheid	Risico
Werkvoorbereider	Hoog belast	Groot	Ja	Hoog
Engineer	Voldoende	Specialistisch	Ja	Middel
Monteur	Hoog belast	Praktijkkennis	Beperkt	Hoog
Projectleider	Beperkt	Groot	Ja	Hoog

Het gaat hierbij niet om een ingewikkeld HR-systeem. Het doel is inzicht.

- Waar zit ruimte?
- Waar zit druk?
- Waar zit kennis die maar bij één persoon aanwezig is?
- En waar begint de organisatie afhankelijk te worden van individuele medewerkers?

Dat zijn belangrijke signalen.

6. Kijk niet alleen naar vacatures, maar naar capaciteit

Een veelgemaakte fout is dat bedrijven alleen kijken naar functies.

Bijvoorbeeld:
“We hebben een extra monteur nodig.”
Maar de achterliggende vraag is eigenlijk:
“Waar ontstaat de komende periode een tekort aan capaciteit?”

Dat is een andere manier van kijken.

- Misschien kan een deel van het probleem worden opgelost door processen slimmer in te richten.
- Misschien kan een medewerker worden opgeleid.
- Misschien kan iemand intern doorgroeien.
- Misschien moet er inderdaad een nieuwe specialist worden aangenomen.

Door eerst naar capaciteit te kijken, voorkom je dat iedere uitdaging automatisch eindigt in een vacature.

7. Stap 2 – Voorspel waar de knelpunten ontstaan

De volgende stap is vooruitkijken. Welke ontwikkelingen komen eraan? Denk bijvoorbeeld aan: Nieuwe projecten.
Een groot project betekent vaak niet alleen meer werk, maar ook andere competenties.
Misschien zijn extra engineers nodig. Of projectleiders. Of monteurs met specifieke certificeringen.

Groei van de organisatie
Meer klanten betekent niet automatisch dat je alleen meer uitvoerende medewerkers nodig hebt. Ook ondersteunende functies kunnen onder druk komen te staan. Denk aan werkvoorbereiding, planning, administratie, sales en management.

Vergrijzing en pensionering
Wanneer een ervaren medewerker vertrekt, verdwijnt soms niet alleen een medewerker. Er verdwijnt ook jaren aan kennis en ervaring. Daarom is het verstandig om tijdig na te denken over kennisoverdracht. Ziekte en uitval.

Je hoeft niet te voorspellen wie ziek wordt. Maar je kunt wel kijken waar je kwetsbaar bent. Wat gebeurt er wanneer één belangrijke medewerker drie maanden uitvalt? Kan iemand anders het werk overnemen? Of ligt een bepaald proces volledig bij één persoon?

8. Stap 3 – Maak onderscheid tussen moeten, kunnen en willen

Niet iedere personeelsbehoefte is hetzelfde. Een handige manier om prioriteiten te bepalen is om drie categorieën te gebruiken.

Moeten: Dit zijn functies die noodzakelijk zijn om de continuïteit van het bedrijf te waarborgen. Bijvoorbeeld een specialistische functie waarvoor geen interne vervanging beschikbaar is.
Kunnen: Dit zijn functies die extra capaciteit opleveren. Ze zijn niet direct noodzakelijk, maar maken groei wel makkelijker.
Willen: Dit zijn functies die passen bij de langere termijn. Misschien heb je deze medewerker vandaag nog niet nodig, maar over een jaar waarschijnlijk wel.

Door deze drie categorieën te onderscheiden, ontstaat meer rust. Je hoeft niet alle vacatures tegelijk op te lossen. Je kunt prioriteiten stellen.

9. Stap 4 – Begin op tijd met werven

Een van de grootste voordelen van strategische personeelsplanning is dat je tijd krijgt. En tijd is in recruitment enorm waardevol. Wanneer je iemand vandaag nodig hebt, zoek je naar beschikbaarheid.

Wanneer je iemand over zes maanden nodig hebt, kun je zoeken naar kwaliteit. Dat betekent dat je kritischer kunt zijn.

- Je kunt meerdere kandidaten spreken.
- Je kunt beter kijken naar motivatie.
- Je kunt referenties controleren.
- Je kunt kijken naar de langere termijn.

En misschien nog belangrijker:
je kunt een relatie opbouwen met kandidaten voordat je daadwerkelijk een vacature hebt.

10. Bouw een talentpool op

Niet iedere geschikte kandidaat is op het moment dat je hem spreekt beschikbaar. Dat betekent niet dat het contact waardeloos is. Integendeel. Een goede kandidaat die vandaag niet beschikbaar is, kan over zes maanden precies de persoon zijn die je nodig hebt. Daarom kan een talentpool waardevol zijn. Een talentpool is een overzicht van interessante professionals waarmee je contact houdt. Niet omdat je vandaag een baan moet aanbieden. Maar omdat je een relatie wilt opbouwen.

Dat vraagt om een andere manier van recruitment.

Niet:
“Heb je interesse in deze vacature?”

Maar:
“Waar wil jij over een jaar staan en past dat mogelijk bij onze groei?”

Dat gesprek kan veel waardevoller zijn.

12. Recruitment hoort aan tafel bij groei

Een recruiter wordt nog te vaak pas ingeschakeld wanneer er een vacature is. Maar een goede recruiter kan veel eerder waarde toevoegen. Wanneer recruitment weet welke projecten eraan komen, welke functies moeilijk te vinden zijn en welke ontwikkelingen binnen het bedrijf spelen, kan er veel gerichter worden gewerkt.

De recruiter kan bijvoorbeeld aangeven:

- welke functies schaars zijn;
- hoeveel tijd het gemiddeld kost om bepaalde profielen te vinden;
- welke kandidaten interessant kunnen zijn;
- welke arbeidsvoorwaarden belangrijk zijn;
- welke vacatures aantrekkelijker moeten worden gepresenteerd en waar het bedrijf zich als werkgever kan onderscheiden.

Zo wordt recruitment geen uitvoerende afdeling die vacatures plaatst. Het wordt een strategische partner.

13. Denk ook vanuit de kandidaat

Een goede personeelsstrategie kijkt niet alleen naar:
“Wie hebben wij nodig?”

Maar ook naar:
“Waarom zou iemand bij ons willen werken?”

Dat is steeds belangrijker. Een kandidaat kiest namelijk niet alleen een functie. Hij of zij kiest een bedrijf, een omgeving en een toekomst. Daarom moet je als werkgever duidelijk kunnen vertellen:
waar je bedrijf naartoe gaat; welke projecten eraan komen; welke mogelijkheden er zijn om te groeien; hoe het team eruitziet; welke verantwoordelijkheid iemand krijgt; en waarom het werk interessant is.

Een vacature alleen is vaak niet genoeg.
Het verhaal achter de vacature is minstens zo belangrijk.

14. Maak van recruitment een doorlopend proces

Recruitment hoeft niet iedere keer opnieuw te beginnen.
Je kunt het veel meer als een doorlopend proces organiseren.

Bijvoorbeeld:
Kwartaal 1
Analyse van het huidige team.

Kwartaal 2
Verwachte projecten en toekomstige personeelsbehoefte.

Kwartaal 3
Talentpool en actieve werving.

Kwartaal 4
Evaluatie en planning voor het volgende jaar.

Zo wordt personeelsplanning onderdeel van de bedrijfsvoering.
Niet iets wat alleen uit de kast wordt gehaald wanneer een vacature ontstaat.

15. Een eenvoudige personeelsplanning voor de komende 12 maanden

Je kunt morgen al beginnen. Pak een leeg vel papier en verdeel het in vier kolommen:

Nu: Welke functies hebben we vandaag?
Binnen 6 maanden: Waar verwachten we extra capaciteit nodig te hebben?
Binnen 12 maanden: Welke functies worden belangrijk voor onze groei?
Risico's: Waar zijn we kwetsbaar als iemand vertrekt of uitvalt?

Vervolgens geef je iedere functie een prioriteit:
Hoog – Middel – Laag

Je hebt dan binnen korte tijd een eerste overzicht van je personeelsbehoefte.

Geen ingewikkeld systeem. Wel een begin.

16. De voordelen voor jouw bedrijf

Een goede personeelsstrategie levert meer op dan alleen een ingevulde vacature. Je bent beter voorbereid op groei. Wanneer nieuwe projecten zich aandienen, weet je beter welke capaciteit beschikbaar is en waar nog versterking nodig is. Je vermindert de druk op je huidige team

Door eerder vooruit te kijken, voorkom je dat bestaande medewerkers maandenlang extra werk moeten opvangen.

- Je maakt betere keuzes
- Je hoeft niet te kiezen voor de eerste kandidaat die beschikbaar is.
- Je kunt kiezen voor iemand die echt past.
- Je behoudt kennis

Door opvolging en ontwikkeling tijdig te bespreken, voorkom je dat belangrijke kennis onverwacht verdwijnt. Je wordt aantrekkelijker als werkgever.

Een organisatie met een duidelijk verhaal en ontwikkelmogelijkheden heeft kandidaten meer te bieden. Je maakt groei voorspelbaarder. Personeel wordt geen onverwachte beperking, maar een onderdeel van je groeiplanning.

17. De GroeiCheck

Wil je weten hoe goed jouw organisatie voorbereid is op toekomstige groei? Beantwoord dan de volgende vragen:

1. Weet je welke functies je de komende 12 maanden nodig hebt?
□ Ja □ Gedeeltelijk □ Nee
2. Weet je welke medewerkers binnenkort mogelijk vertrekken of minder inzetbaar worden?
□ Ja □ Gedeeltelijk □ Nee
3. Heb je inzicht in de kennis die slechts bij één of twee medewerkers aanwezig is?
□ Ja □ Gedeeltelijk □ Nee
4. Heb je een talentpool of netwerk van potentiële kandidaten?
□ Ja □ Gedeeltelijk □ Nee
5. Bespreek je personeelsbehoefte tijdens gesprekken over groei en projecten?
□ Ja □ Gedeeltelijk □ Nee
6. Weet je welke functies moeilijk te vinden zijn voordat je ze daadwerkelijk nodig hebt?
□ Ja □ Gedeeltelijk □ Nee
7. Kijk je actief naar interne doorgroei en ontwikkeling?
□ Ja □ Gedeeltelijk □ Nee

De uitkomst
Heb je vooral ja ingevuld? Dan heb je waarschijnlijk al een goede basis voor strategische personeelsplanning.
Veel gedeeltelijk? Dan liggen er waarschijnlijk kansen om meer structuur aan te brengen.

Veel nee? Dan is de kans groot dat recruitment momenteel vooral reactief wordt ingezet.
Dat is geen probleem. Het betekent vooral dat er veel winst te behalen is.

18. Van noodzakelijke aanname naar weloverwogen versterking

De belangrijkste verandering zit uiteindelijk niet in een systeem of een vacaturetekst.

Het zit in de manier waarop je naar personeel kijkt. Een medewerker is niet alleen iemand die een openstaande plek invult.

Een goede medewerker kan bijdragen aan:

- groei;
- kennis;
- innovatie;
- klanttevredenheid;
- continuïteit;
- ontwikkeling van andere medewerkers.

Daarom is een personeelsbeslissing eigenlijk een bedrijfsbeslissing.
De vraag is niet alleen:
“Wie kunnen we vinden?”
Maar:
“Wie hebben we nodig om te worden wat we als bedrijf willen zijn?”

Dat is het verschil tussen recruitment als noodoplossing en recruitment als onderdeel van je groeistrategie.

Onze aanpak

Bij GroeiTechniek kijken we verder dan de vacature van vandaag. We kijken naar de richting waarin jouw bedrijf zich ontwikkelt. Welke functies zijn cruciaal voor de groei? Waar ontstaan toekomstige knelpunten?

Geen ingewikkeld HR-plan dat vervolgens in een la verdwijnt. Maar een aanpak die aansluit op jouw projecten, jouw mensen en jouw ambities.

Zo verander je:
“We hebben nú iemand nodig.”
in:
“We weten wie we nodig hebben en we zijn op tijd begonnen.”

En precies daar begint slim groeien.

Tot slot

Personeelstekort is waarschijnlijk geen probleem dat de komende jaren zomaar verdwijnt. De arbeidsmarkt verandert. Technische kennis wordt steeds belangrijker. Tegelijkertijd verandert ook de manier waarop mensen naar werk kijken. Voor technische bedrijven betekent dat dat alleen reageren niet meer genoeg is. Wie wil groeien, moet vooruitkijken. Niet alleen naar omzet. Niet alleen naar projecten. Maar ook naar de mensen die nodig zijn om die plannen werkelijkheid te maken. De juiste mensen op het juiste moment vinden begint daarom niet met een vacature.

“Het begint met een plan. Groei begint met mensen. En mensen beginnen met een goed plan”.

Disclaimer

Deze GroeiGids is met zorg samengesteld door GroeiTechniek en is uitsluitend bedoeld ter algemene informatie en inspiratie over recruitment en strategische personeelsplanning. Aan de inhoud kunnen geen rechten worden ontleend.
Hoewel wij de informatie zo zorgvuldig mogelijk samenstellen, kunnen wij niet garanderen dat deze volledig, actueel of in iedere situatie toepasbaar is. De adviezen zijn algemeen van aard en vormen geen vervanging voor advies dat is afgestemd op jouw specifieke situatie.

GroeiTechniek geeft geen garantie op bepaalde resultaten. De toepassing van de informatie en de beslissingen die daaruit voortvloeien, zijn de verantwoordelijkheid van de lezer. Voor zover wettelijk toegestaan, is GroeiTechniek niet aansprakelijk voor schade die voortvloeit uit het gebruik van deze gids of het vertrouwen op de inhoud ervan.

Deze GroeiGids mag gratis worden gedownload en gedeeld, mits de inhoud ongewijzigd en in zijn geheel wordt verspreid, met vermelding van GroeiTechniek als bron. Het overnemen, aanpassen of commercieel exploiteren van (delen van) de inhoud is niet toegestaan zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van GroeiTechniek, tenzij wettelijk toegestaan.