

Vrijuit “dromen” over een toekomstige collega....

een mooie manier om een wervingsprofiel helder te krijgen

De afgelopen jaren is werving weer op mijn pad gekomen. En dan vooral de werving van mensen op sleutelposities in organisaties. Directeur-bestuurders, toezichthouders en managers. Ik ervaar dat als een heel mooie combinatie met mijn werk als organisatieadviseur. Als organisatieadviseur stop ik veel energie in het begeleiden van verandertrajecten en in organisatieontwikkeling. Ook de komst van nieuw bloed heeft het effect dat er beweging in de organisatie komt. Daarom is het belangrijk om vooraf goed helder te hebben wat nodig is. Welke kennis en ervaring, welke competenties en vaardigheden zijn vooral belangrijk om de organisatie stappen te laten zetten in de richting die zij voor zich ziet? En vooral: welk type mens zoek je dan? Daar komt mijn expertise als verandermanager en organisatiecoach goed van pas.

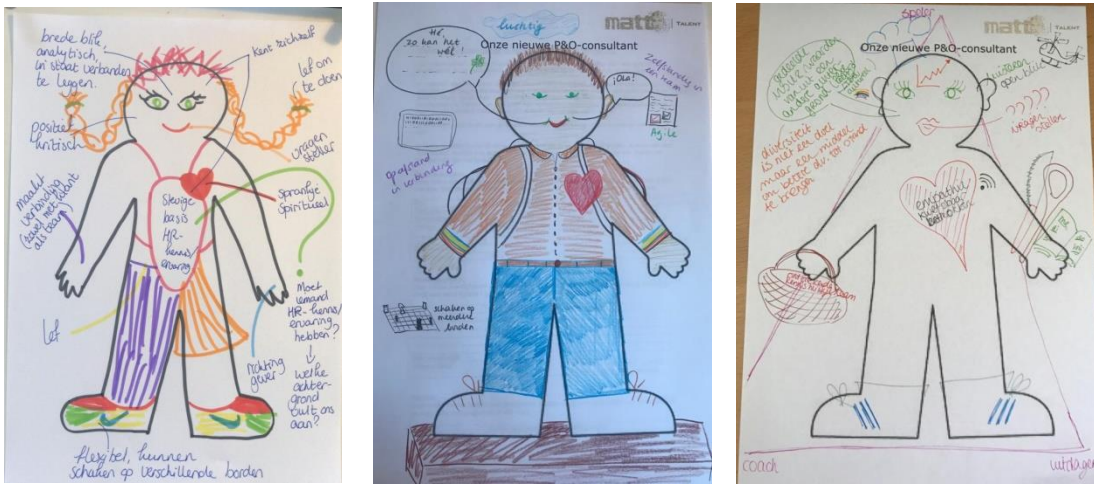
Ik ontwikkelde een methode om tot een goed doordacht en krachtig profiel te komen. Een profiel dat past bij de uitdagingen waar die organisatie op dat moment voor staat. In een bijeenkomst van 2,5 uur met een afvaardiging van alle stakeholders, verzamelen we met elkaar input voor het profiel. Het gaat dan niet om de functiebeschrijving, maar vooral om de “geur, kleur en smaak” van een toekomstige leider. Het mooie is dat je gebruik maakt van de diversiteit van de deelnemers. En dat er door uitwisseling van de verschillende wensen die er zijn, inzichten ontstaan die zorgen voor een compleet beeld. Want een leider heeft verschillende rollen te vervullen. En elke rol vraagt vaak andere capaciteiten. Welke mix is hier en nu nodig? Wat zijn de belangrijkste elementen wanneer je naar alle rollen kijkt?

Tijdens zo'n bijeenkomst wordt gevraagd wie vanuit de verschillende onderdelen van de organisatie willen deelnemen aan het selectieproces. Zij hebben een goed gevoel voor het gewenste profiel. Daardoor is er een gemeenschappelijk beeld waarop je de kandidaten goed kunt vergelijken met dat profiel vanuit verschillende invalshoeken. Bij evaluatie van de sollicitatiegesprekken kan heel goed het gesprek worden gevoerd over de onderlinge verschillen, omdat iedereen het hele proces heeft doorlopen en beseft dat meerdere brillen nodig zijn om tot een goed besluit te komen.

Door de lock-down kunnen deze bijeenkomsten op dit moment niet “live” plaatsvinden. Daarom heb ik inmiddels ook een online variant vormgegeven. Dat was best een uitdaging. Want het vraagt om een andere manier van werken om hetzelfde effect te krijgen. Het werkt! En bij de deelnemers ontstaat hetzelfde enthousiasme. In de reacties die ik terugkrijg, zeggen mensen dat ze heel blij zijn dat hun input wordt gevraagd en dat ze deze terugzien in het profiel. En ook dat hun blik op wat nodig is om als organisatie verder te komen wordt verbreed. Zo is het meteen ook een stap in een veranderproces...

De consultants binnen MATT Talent waren nieuwsgierig naar deze methode. Met mogelijk verdere groei van onze organisatie in het vooruitzicht wilden we de methode voor onszelf uitproberen. Hoe willen we graag dat onze nieuwe collega eruitziet? Omdat de corona maatregelen nog steeds actueel zijn, hebben we de online variant gebruikt. Ook al zijn we een kleine organisatie, het lukte om drie verschillende groepen te maken. Dat is belangrijk om vanuit verschillende “brillen” naar het profiel te kijken. En omdat Marly tot voor kort opdrachtgever/klant was bij MATT Talent, kon zij ook haar “externe” bril opzetten. Eerst hebben we in groepen verkend welke ontwikkelingen er op onze organisatie afkomen en welke vraagstukken bij klanten de komende tijd vooral gaan spelen. Daarna zijn we in

groepen aan de slag gegaan met het gewenste profiel. Daar kwamen drie heel mooie beelden uit:



Tot slot hebben we overal gekeken wat vanuit deze drie profielen de belangrijkste geur, kleur en smaak is van onze ideale collega. Dat brachten we in kaart via een ‘woordwolk’.



Zo hebben we een inspirerende workshop van twee uur gehad, waarbij de consultants hebben ervaren wat deze aanpak inhoudt en kan brengen. En tegelijkertijd hebben we ingrediënten verzameld om straks een passend wervingsprofiel te maken. Wanneer we gaan werven hebben we een helder beeld over wat voor mens we zoeken voor onze klanten en als aanvulling op ons team. We starten nu al om dit droombeeld ‘uit te zetten’. We hebben gemerkt dat de kracht van intenties heel groot is. Door ons te verbeelden wie er bij ons team komt, is de kans groot dat er iemand (spontaan) op ons pad komt die past op dit profiel. Wij worden daar heel blij van!

Dus, ken of ben jij onze ideale toekomstige collega die past bij het beeld dat we hebben opgeroepen? Dan horen we het graag....

Enne, heb jij (binnenkort) een vacature en word je ook blij van deze manier van werken? Neem dan vrijblijvend contact met ons op.