

# flexmarkt

Excellent ondernemen in flex

Starters &  
scale-ups

De markt in 2021  
**Klaar voor de  
reïncarnatie  
van flex?**



18

**Flexondernemers**  
Over het coronajaar en  
de belofte van 2021



20

**Franchise in flex**  
Vrijheid met een  
vleugje vastigheid

# ‘Het is de enige manier om een failliet te voorkomen’

Je onderscheiden doe je door meer oog te hebben voor je uitzendkrachten. Dat zegt zowel Aaltje Vincent, prediker van de candidate experience 3.0, als Adriana Stel van Doorzaam. Beiden zijn keynote op het Flexevent 10 juni.

## Ellen Nap

Het imago van werken via een uitzendbureau is onder sollicitanten slecht. En dat kost omzet, stelt Aaltje Vincent. Op het Flexevent 10 juni spreekt zij over de candidate experience 3.0 en hoe dat het contact tussen kandidaat en uitzendbureau kan verbeteren. “Vaak moeten ze ellenlange formulieren invullen op de site, hun cv uploaden enzovoort. Dat maakt het niet laagdrempelig om in contact te komen met goede potentiële krachten.” Iedereen zegt dat je goed moet omgaan met je kandidaten, aldus Vincent. Maar wat zij predikt onder de term ‘candidate experience 3.0’, gaat een slag dieper. “Wat kandidaten echt willen, is weten waar ze aan beginnen. En ze willen zich met een inhoudelijk goed cv kunnen voorstellen. Dus help je kandidaten met het cv maken. Als het cv beter is, draai jij daarvoor ook meer omzet.”

## Ga in gesprek

Je kunt er als uitzender volgens Vincent niet meer omheen: je hebt sollicitanten een optimale ervaring te bieden. Neem werkgevers in de zorg en techniek. Als voorbeeld noemt Vincent VolkerRail dat monteurs zocht. “Die konden ze niet vinden, omdat monteurs overal kunnen wer-



Aaltje Vincent

ken. Toen hebben zij zelf aan hun monteurs gevraagd wat ze prettig solliciteren vinden. Het duidelijke antwoord was: ‘in ieder geval geen brief en cv sturen’. De recruiter heeft toen een open huis georganiseerd. De helft van hun eigen monteurs was daar om met potentiële sollicitanten te spreken. In no time hadden ze zo de vacatures ingevuld.”

De boodschap van Vincent is: ‘Voer het gesprek met de kandidaat, ook over het cv. Eigenlijk is iedereen onbewust onbekwaam. Als je echt gaat zitten met een kandidaat, blijkt iemand altijd meer gedaan te hebben dan uit het cv blijkt. Van zo’n gesprek wordt iedereen beter.’

## Failliet van de branche

Ook Adriana Stel, directeur van Doorzaam, is ervan overtuigd dat uitzenders meer oog moeten hebben voor de kandidaat. Sterker nog: het is de enige manier om de branche voor een failliet te behoeden. “De tendens van de afgelopen veertig jaar om altijd maar goedkoper te leveren, is eindig”, zegt Stel. “De keuze is mee blijven gaan in de neerwaartse prijs-spiraal en verliezen. Of je onderscheiden door toegevoegde waarde te bieden.” Dat laatste zit in meer oog voor die kandidaat. “Uitzenden is mensenwerk, zeggen we. Maar er is nauwelijks ruimte voor die mens. Dat komt ook door de digitalisering. Natuurlijk ben je verplicht om efficiënter te werken, dus daar moet je in mee. Maar daarmee onderscheid je je niet. Dat doe je wel met goed werkgeverschap en duurzame inzetbaarheid van de uitzendkracht.” Volgens een integrale benadering, zegt Stel. “Want je kunt een uitzendkracht wel willen opleiden, maar als een kracht financiële problemen heeft, wil hij helemaal geen opleiding. Dan heb je daar eerst iets aan te doen als uitzendondernemer. Gewoon, volgens de piramide van Maslow. Om uiteindelijk de beste uitzendkracht te kunnen leveren.”



Adriana Stel

Waar uitzendkrachten echt minder op scoren ten opzichte van vaste krachten is onzekerheid, zo zegt Stel. “Wij hebben onderzoek gedaan en dan zie je daar het grote verschil. Als werkgever kun je daar iets aan doen door zekerheid te bieden. En dat mag continue doorplaatsing zijn. De contractvorm zal die kracht om het even zijn, als ‘ie maar werk heeft.’”

## De eigen vakvaardigheid

“Uiteindelijk heeft het ook met onze eigen vakvaardigheid te maken”, vindt Stel. “Voer een betere prijsonderhandeling en kies ervoor niet verder te beknibbelen. Voer met de uitzendkracht het goede gesprek om hem gezond te houden.” De coronacrisis heeft, in tegenstelling tot wat Stel vreesde, een positieve impact gehad. “Het is voor het eerst in veertig jaar dat ik de focus zie op de uitzendkracht.” Ze denkt dat dit komt omdat kennis en kunde steeds belangrijker worden. “De eisen aan uitzendkrachten zijn hoger. Dat opent de ogen van uitzendondernemers. En dit zou dus weleens de kentering kunnen geven die zo broodnodig is.” **X**