

AALTJE VINCENT:

“Je vindt betere kandidaten als je begint met een informeel gesprek”



Goede kandidaten vinden in deze krappe markt? Laat ze eerst informeel kennismaken met een vakgenoot tijdens een kop koffie. Het leidt tot relaxtere en gelijkwaardiger sollicitatiegesprekken waarbij beide partijen overtuigd zijn van elkaars oprechte interesse. En niet onbelangrijk, de kans dat medewerkers die op deze manier binnenkomen lang blijven is groter.

TEKST: REDACTIE ZIPCONOMY

Volgens **Aaltje Vincent** die al dertig jaar mensen helpt bij het veroveren van nieuw werk en sinds vier jaar werkgevers adviseert om goed met sollicitanten om te gaan, is het hoog tijd om de kop koffie te standaardiseren. “Werkgevers zouden alleen sollicitanten uit moeten nodigen die al informeel hebben gesproken met een vakcollega.”

Waarom is dit belangrijk?

“Het netwerkgesprek werkt aan twee kanten. Je kunt als potentieel sollicitant in een informele setting je vragen en twijfels kwijt bij een vakcollega, je krijgt een indruk van de bedrijfscultuur, het soort mensen dat er werkt en een idee of de baan iets voor je kan zijn, zonder verlamdende sollicitatiedruk. Overigens ook als er nog geen vacature is, kan een kandidaat in gesprek met een vakgenoot. De laatste heeft de rol van sponsor binnen het bedrijf. Die kan aan de bel trekken zodra er een vacature is. Zo krijg je kandidaten aan tafel die zijn voorgeselecteerd op vakmanschap en cultuur, en serieuze interesse hebben.”

*‘Werkgevers zouden alleen sollicitanten uit moeten nodigen die al informeel hebben gesproken met een vakcollega’*

### Of ze solliciteren juist niet

“Ook als iemand tijdens zo’n koffiegesprek concludeert ‘Dit is niets voor mij’ is dat fijn voor de werkgever. Zo krijg je nauwelijks kandidaten langs die tijdens het gesprek afhaken. En je verliest je geen kostbare uren van vacaturehouders, hr en recruitment.

Een aangename bijkomstigheid: de sollicitatiegesprekken die uit het kop koffie-gesprek voortvloeien zijn doorgaans leuker en gelijkwaardiger. Bij het proces post en pray, waarbij de organisatie via een vacaturetekst vraagt om een brief en cv, en dan bekijkt of de sollicitant op gesprek mag komen, is de relatie meteen ongelijk. Het is eigenlijk een onnatuurlijke manier om te beslissen of je wilt samenwerken. Als je de sollicitatiebrief vervangt door een kop koffie met een vakcollega wordt de relatie gelijkwaardiger en het sollicitatiegesprek vaak ontspannen.”

### Draagt koffie drinken bij aan de oplossing voor de krapte op de arbeidsmarkt?

“Uit onderzoek van Indeed blijkt dat 65 procent van de nieuwe werknemers al in de eerste drie maanden om zich heen gaat kijken. Dat is triest voor de nieuwkomer en de organisatie. Bij kandidaten die via het eigen netwerk binnenkomen, via referral recruitment, is dit al minder. Zij zijn blijer en sneller ingewerkt. Voor sollicitanten die ik afgelopen dertig jaar sprak is de meest betrouwbare bron iemand die al bij de potentieel nieuwe werkgever werkt. Dus waarom zou je informeel kennismaken niet verder standaardiseren?”

### Hoe verhoudt de informele kennismaking zich tot de standaard werving?

“Je hebt de candidate journey waarbij kandidaten centraal staan, maar dat is een formeel proces. Ik wil het op zijn kop gooien en juist het informele onderdeel standaardiseren.

Het kop koffie moet deel gaan uitmaken van alle wervingsprocessen; referral recruitment, sourcing en post and pray. In 2030 moet koffie drinken een standaard onderdeel van het sollicitatieproces zijn.”

### Waarom moet het initiatief vanuit de werkgever komen?

“Sollicitanten vinden het vaak moeilijk om de telefoon te pakken en te vragen om een netwerkgesprek. Als je dit als werkgever standaard faciliteert, zullen er meer kandidaten contact opnemen.”

### Zijn er al veel organisaties die kandidaten op de koffie vragen?

“Het komt op gang. Op de vacaturepagina van pensioenuitvoeringsorganisatie PGGM staat bijvoorbeeld: ‘Kop koffie? Eerst kennismaken’. Dat kan met een vakcollega of recruiter. Het recruitmentteam van een onderdeel van Rijkswaterstaat heeft alle teamleiders betrokken bij de zoektocht naar ingenieurs. Een van de oplossingen was het voeren van dit soort gesprekken. Ze hebben daarmee al hun vacatures vervuld.”

*‘Sollicitanten vinden het vaak moeilijk om de telefoon te pakken en te vragen om een netwerkgesprek’*

En er is een aantal gemeentes die het doet. Die zijn dolenthousiast. Ze hebben betere kandidaten, leukere sollicitatiegesprekken en nieuwe collega's zijn meer betrokken. Een aantal leidinggevendenden bij de gemeente Almere zet bijvoorbeeld in de vacaturetekst: wil je eerst informeel kennis maken om te kijken of het wat voor je is, neem contact op.

Sommige bedrijven geven groepen geïnteresseerden de mogelijkheid een kijkje in de keuken te nemen. Ik ken een bedrijf in zaden voor groente en fruit dat mbo'ers zoekt. Het bedrijf heeft nauwelijks sollicitanten want bijna alle mbo'ers hebben werk. Zij hebben elke maand het Ontmoetbijt. Daar komen altijd een paar kandidaten uit."

### Het doet denken aan de open dag op scholen

Basisscholen, middelbare scholen, hbo's en universiteiten houden allemaal open huis. Dat is niet voor niets: je staat op het punt een belangrijk besluit te nemen over de manier waarop je tot bloei wilt komen, je moet je dan thuis voelen in zo'n omgeving. Het is gek dat organisaties geen open huis houden. Er zijn wel steeds meer bedrijven die werken met video's, podcasts en webinars naast de vacaturetekst, en zo iets laten zien van de organisatie en cultuur. Maar dat is online, live is toch doorslaggevend."

### Waar moet de werkgever op letten bij het koffiegesprek?

"Dat het echt informeel blijft en niet stiekem toch een selectie wordt. Als de vakcollega vraagt: 'Hoe zou jij dit oplossen?' is hij aan het selecteren, dat vind ik niet kunnen."

### Hoe introduceer je het gesprek met de vakgenoot in de organisatie?

"Wat ik hr-professionals en recruiters blijf vertellen is dat nieuw werk veroveren een life changing event is. De meeste mensen veranderen alleen van baan als ze erop vooruitgaan. Dan gaat het niet alleen om salaris, maar ook over werksfeer en wat je bij een nieuwe werkgever kunt doen. Solliciteren is hopen op een beter leven. Het kopje koffie geeft belangrijke informatie of een keuze tot dat betere leven leidt.

Het is belangrijk dat leidinggevendenden dit inzien. Vertel ze over de huidige arbeidsmarkt en dat je op deze manier betere kandidaten werft. Hoe goed een vacature ook is, de echte ervaring is beter.

*'In 2030 moet koffie drinken een standaard onderdeel zijn van het sollicitatieproces'*

### En als de leidinggevendenden overtuigd zijn?

"Zij vragen hun teamleden wie het kopje koffie wil drinken. Dat zullen meestal de betrokken werknemers zijn. Die breng je samen in een ambassadeursteam. Verder laat je ze vrij. Ik sprak laatst een recruiter die met technenuten werkte. 'Die praten niet zo gemakkelijk', zei hij. De recruiter wilde bij het gesprek gaan zitten om het ijs te breken. Dat moet je dus juist niet doen. Laat vakcollega's onbekommerd met elkaar praten. Of het nou over het werk gaat of over voetbal.

Als het gesprek leuk is kan de ambassadeur de kandidaat vragen of hij of zij op de hoogte wil blijven via de nieuwsbrief of in de talent pool wil. Het is slim om een band te onderhouden, ook als iemand zegt dat hij of zij voorlopig goed zit."

## En als je zelf op de koffie gaat?

“Dan is het zaak om een stuk of tien vakinhoudelijke vragen voor te bereiden. Het zijn vragen die je tijdens een gesprek stelt waarbij je niet op je woorden hoeft te letten. Daarna besluit je pas of je gaat solliciteren. Na een kop koffie zit je gegarandeerd beter in een sollicitatiegesprek.”

### Je Next Step als recruiter?

Denk je als recruiter weleens na over een volgende stap in je loopbaan? Plan eens een digitaal kopje koffie in met een van de collega's van Compagnon. Samen ontdekken we of jouw wensen en ambities aansluiten bij Compagnon óf misschien wel bij een van onze vele opdrachtgevers en relaties.

### **Bio Aaltje Vincent**

Sinds 2007 onderneemt zij vanuit Aaltje Vincent & Company als loopbaanprofessional, trainer, spreker en auteur. Aaltje Vincent is grondlegger van de Jobmarketingmethode (2007), het boek Solliciteren via LinkedIn (Aaltje Vincent, 2009) en Candidate Experience 3.0 (2018). Ze spart dagelijks met de afdelingen hr en recruitment van organisaties, bedrijven en uitzend- en werving & selectiebureaus over methodes van selecteren, de technologische ontwikkelingen daarbinnen en de onderzoeken daarnaar.

Aaltje Vincent is auteur van verschillende bestselling boeken over solliciteren. In september komt haar nieuwe boek uit over solliciteren en werkgeluk.