

HOE BIND JE

TALENT

SUCCESVOL

• • • • AAN JE
ORGANISATIE?



Inleiding

De maatschappij verandert snel. Door de komst van internet en de snelheid waarop onze economie nu functioneert volgen trends elkaar snel op, zijn we sneller geïnformeerd en krijgen we veel real-time informatie. Dit heeft ook invloed op ons werk. We weten namelijk altijd wat er te koop is buiten onze scope.

Voor organisaties betekent dit dat ze flexibel moeten kunnen schakelen. De concurrentie kan immers letterlijk in het moment met ons meekijken wat we doen. Dit vergt een duidelijke strategische visie op organisatie- en talentontwikkeling.

“THE MEASURE OF INTELLIGENCE IS THE ABILITY TO CHANGE.”

- ALBERT EINSTEIN

Het heeft ook invloed op de wijze waarop we omgaan met personeel en hoe we talent werven en binden aan onze organisatie. De arbeidsmarkt is krap en de concurrentie is groot als het gaat om vinden en behouden van de juiste talenten. Gelukkig is het niet zo dat de X en Y generatie enkel bestaat uit jobhoppers. Sterker nog, ze zoeken veelal dezelfde dingen als hun ouders: een leuke werksfeer, mogelijkheden om te groeien en vooral de kansen om hun vakkundigheid te laten zien.

Helaas werkt maar 35% van de mensen in Nederland op zijn nummer 1 talent. Sterker nog, de meeste mensen weten niet eens wat hun talenten zijn of hebben moeite om ervoor uit te komen. Slechts 12% van de werkende professionals is bezield aan het werk. Waarom zijn dit belangrijke indicatoren? Een werknemer die èn zijn talent succesvol kan inzetten èn bezield is van zijn werk, zal bij de juiste routine beter produceren, minder ziek zijn, gelukkiger zijn en dit uitstralen op anderen.

In dit whitepaper behandelen we vijf succesfactoren waarmee je talent succesvol aan je organisatie bindt.

Waar moet je op letten bij het scannen van talent? En hoe ontwikkel je een duidelijk profiel hierop? Om deze vragen te beantwoorden is het nuttig om eerst te omschrijven wat talent precies is. Onder talent verstaan we:

- iets waar je als professional goed in bent.
- Dat anderen ook vinden dat je hier goed in bent.
- Dat je blij wordt als je dit talent gebruikt.
- iets dat jouw toegevoegde waarde verhoogt en ook van toegevoegde waarde is voor de organisatie.
- Dat jijzelf en anderen bereid zijn om er tijd, geld en/of energie in te steken.



Talent kun je vervolgens screenen op basis van de volgende 5 intelligenties en bijbehorende vaardigheden:



Sociale intelligentie

Sociale intelligentie kun je screenen door de volgende vragen te stellen:

- Neemt het talent een netwerk mee dat van waarde kan zijn voor de organisatie?
- In welke mate is het talent in staat om sociale netwerken te bouwen en te activeren?
- Is het talent zich bewust van de dynamiek van sociale netwerken en zijn rol daarbinnen?



Emotionele en lichamelijke intelligentie

Emotionele en lichamelijke intelligentie kun je screenen door je af te vragen of het talent mentaal en fysiek gezond is. Het gaat hierbij om drie zaken: de algemene psychologische staat van welzijn, de fysieke gezondheid en de wisselwerking tussen deze twee zaken.



Toepassingsintelligentie

Toepassingsintelligentie valt vast te stellen met de vragen:

- Welke kennis heeft het talent opgedaan en hoe past hij dit toe in de praktijk?
- Welke vaardigheden heeft hij die een toegevoegde waarde zijn voor de organisatie?
- Heeft het talent ook het lef om zijn kennis en vaardigheden te delen en in actie te komen?



Spirituele intelligentie

Het leerproces van de mens is een spirituele reis waarbij hij alle aspecten van zichzelf kan exploreren en ontwikkelen. Spirituele intelligentie ontdek je door vragen te stellen als:

- Hoe flexibel is het talent in aanleren van nieuw gedrag?
- In welke mate evolueert een talent door?
- Kent het talent zichzelf met al zijn sterkten en zwakten?



Intelligentie om competent te zijn in veranderen

Bij het screenen van deze intelligentie stel je vragen als:

- Kan het talent omgaan met veranderingen op persoonlijk niveau?
- Kan het talent de angst voor het onbekende omzetten in vertrouwen en zelf weer zorgdragen voor veiligheid en stabiliteit?
- Kan het talent omgaan met nieuwe werkprocessen, zonder identiteitsverlies, zonder vermindering van de arbeidssatisfactie en met voldoende vertrouwen dat de nieuwe taak uitgevoerd kan worden?

Bij alle 5 de intelligenties en competenties geldt: de kans dat een talent eerder vertoond gedrag zal herhalen is groot. Dit geldt zowel voor positieve als negatieve gedragingen. Stel daarom in de zoektocht naar talent vragen om eerder vertoond gedrag in situaties naar voren te halen. Daarbij dien je goed in kaart te brengen welke competenties een medewerker in de nieuwe rol en situatie nodig heeft. Eerder succes in een andere situatie en omgeving is geen garantie voor succes in een nieuwe situatie, waar misschien andere vaardigheden vereist zijn.



Als je talent wilt aantrekken, dien je een aantrekkelijke werkgever te zijn voor nieuwe mensen. De manier waarop je op dit moment mensen werft is een goede indicator. Als minder dan één derde van de nieuwe werknemers via-via bij het bedrijf belandt, dan is er mogelijk iets loos. Mensen praten met elkaar en als je een goede werkgever bent, dan wordt dit via social media of mond-tot-mond reclame gedeeld. Het draait bij goed werkgeverschap zeker niet enkel om een goed salaris.

Een aantrekkelijke werkgever identificeert zich met de verwachtingen die de nieuwe lichting talenten hebben. De waarde propositie bestaat uit verschillende elementen die samen een goede representatie zijn van wie jij bent als werkgever. Deze bepalen of een nieuw talent de organisatie zal kiezen als werkgever.



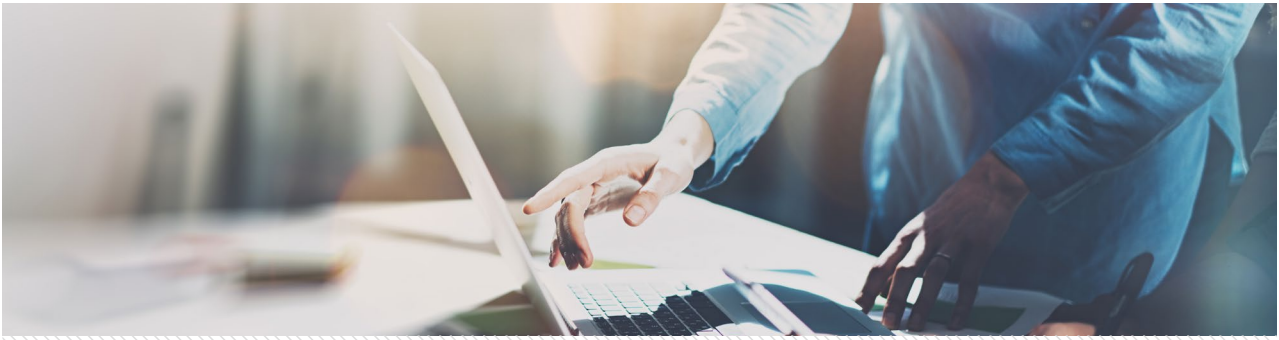
Bepalende factoren kunnen zijn:

1. **Functie**

Waar bestaat de functie uit en in welke mate zijn verdere verdieping en doorgroei mogelijk? Wat dient het talent te leveren om succesvol te zijn en is dit realiseerbaar?

2. **Verantwoordelijkheden**

In welke mate draagt de medewerker eigen verantwoordelijkheid en kan hij ownership krijgen over zijn functie? In welke mate kan hij autonoom werken en beslissingen nemen?



3. **Branche**

De branche waarin het talent komt te werken is ook van invloed. Het maakt nogal wat uit of je in de olie-branche werkt of in de bancaire branche.

4. **Bedrijfstype**

Het soort bedrijf is uiteraard ook van invloed op de keuze van een talent. Werk je bijvoorbeeld als medewerker bij een autobedrijf of recyclingbedrijf?

5. **Missie, visie en waarden**

De nieuwe generatie talenten kijkt kritisch of een bedrijf ook iets doet voor het grotere ecologische en maatschappelijke geheel. Men kijkt of de waarden tot uiting komen in gedrag en polst of dit past bij de persoonlijke waarden.

6. **Cultuur**

Ook de cultuur van een organisatie speelt mee in de keuze. De cultuur van een conventioneel bouwbedrijf verschilt nogal met de cultuur van een innovatief softwarebedrijf.

7. **Mindset**

Sluit de mindset binnen de organisatie aan bij de mindset van het nieuwe talent? Als je iedereen op kantoor aan het werk wilt zien van 09.00 - 17.00 uur en het talent wil zijn eigen werktijden bepalen en afgerekend worden op output, dan sluit dit qua mindset niet aan.

8. **Ontwikkelingsmogelijkheden**

In welke mate kan een talent zich binnen de organisatie ontwikkelen? Wat ontvangt hij aan training, coaching en interne begeleiding? Welke leercultuur bestaat er binnen het bedrijf?

9. **Locatie**

Op welke plaats bevindt de organisatie zich? Is de locatie filegevoelig of niet? Hoe ziet het pand eruit? Is het een aantrekkelijke omgeving om in te werken?

10. **Arbeidsvoorwaarden**

Ten slotte bieden ook de arbeidsvoorwaarden mogelijkheden. Hoe zijn de primaire, secundaire en tertiaire arbeidsvoorwaarden geregeld? Een talent kijkt vooral naar de verhouding van: wat stop ik erin en wat krijg ik ervoor terug? Kortom, wat biedt uw organisatie en wat dient het talent dan te gaan leveren?



De nieuwe generatie talenten focust bij het uitzoeken van een werkgever vooral op een goede privé-werkbalans. Deze balans is bij veel mensen verstoord en zij zoeken naar een rustigere manier van werken.

Daarnaast zoeken mensen een werkplek die sociaal positief is en waar een leuke sfeer heerst. Medewerkers willen zichzelf kunnen zijn, zonder een rol te hoeven spelen. Authenticiteit, daar draait het om. Medewerkers zoeken een werkplek waar ze vrienden kunnen maken en willen graag bij een leuke organisatie horen waar ze trots op kunnen zijn.

Ook vinden medewerkers het belangrijk om mogelijkheden te krijgen om het persoonlijke vakmanschap te kunnen laten zien. Ze willen zich graag verder ontwikkelen via coaching, training en opleiding.

De nieuwe generatie talenten zoekt naar betekenis. Een organisatie dient diepere betekenis te geven aan zaken die goed zijn voor ecologie, de maatschappij en de mens in zijn geheel. De nieuwe generatie wil dat hetgeen zij doen, werkelijk een positieve betekenis heeft en waarde toevoegt aan een gezonde toekomst. Ze willen het gevoel hebben dat zij een belangrijke rol spelen binnen het bedrijf.

Ook willen mensen autonoom kunnen werken. Zelf de inhoud, opzet en structuur van hun werk kunnen bepalen is hierbij een belangrijke factor. Waar nodig wil men de hulp van een leider kunnen inschakelen om back-up te leveren of om een op maat oplossing te krijgen. Zie het als een soort leiderschap on demand.

In de kern verschillen de nieuwe werknemers in hun verlangens niet zo veel met hun ouders: een goede werksfeer en inhoudelijk werk dat verdieping geeft, blijft nog steeds belangrijk. De wijze waarop jouw organisatie dit faciliteert, daarin zit het grote verschil.



4

Weet wat de identiteit is van de organisatie

Wanneer je als organisatie start met het scannen van talent, is het belangrijk dat je weet wat je precies onder talent verstaat. Interne gesprekken met medewerkers, leidinggevenden en HRM over de definitie van talent leiden vaak tot mooie visies, ideeën en uitkomsten.

Ook dien je kennis te hebben van de identiteit van de organisatie. Kortom: wie ben je als organisatie? Welke cultuur heerst er en welke mindset, vaardigheden en kennis heeft een talent nodig om binnen het bedrijf succesvol te kunnen zijn?

De cultuur kan nog wel eens een probleem vormen. Veel organisaties hebben een cultuur en ontdekken tijdens een veranderingstraject dat ze eigenlijk anders willen zijn. De organisatie zit dan midden in een verandering en de nieuwe cultuur heeft zich nog niet geheel genesteld.

Je gebruikt dan de nieuwe zienswijze als uitgangspunt bij de zoektocht naar talent. Je zoekt de mensen die perfect passen in de nieuwe visie en nieuwe cultuur. Vertel altijd open en eerlijk waar de organisatie zich bevindt. Je bent immers op zoek naar de perfecte langdurige match tussen talent en organisatie.

5

Zorg dat de promotie van het bedrijf klopt

Alle uitingen die de organisatie doet en alle handelingen die de organisatie verricht zijn onderdeel van de communicatie naar de markt toe. We hebben al eerder gezien dat een goede werkgeverspropositie wordt opgebouwd door 10 verschillende factoren. Een talent zal proberen al deze factoren samen te binden. Het is aan de organisatie om te zorgen dat de identiteit hierin naar voren komt. Eigenlijk is dit de corporate story, de identiteit en de propositie naar talent in de markt, zodat ze geïnteresseerd raken. Zorg dat de wijze waarop dit wordt geprofileerd klopt en eenduidig overkomt.

**PUBLICITY IS ABSOLUTELY CRITICAL. A GOOD PR STORY IS
INFINITELY MORE EFFECTIVE THAN A FRONTPAGE AD.**

- RICHARD BRANSON

Direct aan de slag

De SLiM! methode helpt organisaties om talentontwikkeling succesvol in te zetten en actief een bijdrage te leveren aan het vergroten van de duurzame inzetbaarheid van talenten in Nederland.

De methode is gebaseerd op jarenlang wetenschappelijk en evidence based onderzoek naar duurzaam ontwikkelen van talent, leertechnieken en vergroten van de persoonlijke effectiviteit van professionals en teams. We hebben dit samengebundeld in een praktisch handboek, waarin van a tot z uitgelegd wordt hoe talentontwikkeling op de juiste wijze neer te zetten is.

De SLiM! methodiek bestaat uit:

- Stappenplan talent-ontwikkeling;
- VIP24 profilering-scans;
- De SLiM! Cultuurscan;
- De Talentontwikkeling-show SLiM!;
- De SLiM! trainingen om talent te ontdekken en in actie te zetten;
- De training: SLiM! coachen op talent voor leidinggevenden;
- SLiM! Coaching door een SLiM! coach via een strippenkaart;
- De online trainingen van SkillsTown om het talent-ontwikkelingsprogramma volledig in te richten.

Wil je met ons een gesprek aangaan over talentontwikkeling en de wijze waarop je dit binnen jouw organisatie succesvol kunt toepassen? Neem dan vrijblijvend contact op.

Innerspective BV

www.innerspective.nl
info@innerspective.nl
073 522 5656



SkillsTown

www.skillstown.com
info@skillstown.com
088 414 00 00





Bronnen

- Harvest Universiteit naar Leiderschap 2016
- RAET naar HR trends 2018
- Energiefit 2016 naar stress op de werkvloer
- Arbonet naar geluk en stress op de werkvloer
- Hoe leert een mens het snelste?
Evidence Based Onderzoek Literacy Company & In-nerspective BV 2009 - 2011