

Lakehouse

executive search & selection

De kracht van verbinding

JEROEN LAMMERTSE

*'Onveilig werken wordt maatschappelijk
steeds minder geaccepteerd'*

JOAN LEEUWENBURG

*'Het gaat erom dat je mensen laat doen waar
ze goed in zijn en waar ze blij van worden'*

MARC DE VREEDE

*'Ik verwacht dat de helft van de functies
die we in 2030 hebben, nu nog niet bestaat'*



De kracht van verbinding

‘Hoe beter wij onze klanten kennen, hoe gericht we voor hen kunnen zoeken naar de beste match.’

MAARTEN SCHOUTEN

Directeur Lakehouse



Samen zijn we succesvol, daarvan zijn we bij Lakehouse overtuigd. Dat geldt niet alleen voor ons team, waarin consultants samenwerken met gespecialiseerde researchers om de beste kandidaten te vinden. Het geldt ook voor de relatie met onze klanten, voor wie wij de werving en selectie van nieuwe medewerkers verzorgen. Want hoe beter wij hen kennen, hoe gericht we voor hen kunnen zoeken naar de beste match. Dat is de kracht van verbinding.

Wij investeren in sterke, duurzame relaties met onze klanten door gesprekken te voeren met mensen uit diverse geledingen van de klantorganisatie. Op die manier leren we de producten en diensten kennen en dompelen we ons onder in de organisatiecultuur.

Cultural fit speelt namelijk naast competenties een belangrijke rol in de zoektocht naar de ideale kandidaat – past iemand echt in de organisatie? Daarnaast bespreken we met onze klanten wat de uitdagingen en plannen voor de komende jaren zijn. Ook als er nog geen concrete vacatures zijn, denken wij graag mee over de juiste mensen op de juiste plek. Welke medewerkers zijn er nodig om de ambities

waar te maken? Door onze duurzame verbindingen met klanten zijn we bovendien nog beter in staat om kandidaten te enthousiasmeren voor een functie. Wij kennen de organisatie zo goed, dat onze consultants kunnen optreden als ambassadeur.

Verbinding is een thema dat niet alleen ons, maar ook onze klanten bezighoudt. Hoe zorg je ervoor dat medewerkers verbonden blijven met de organisatie, ook als ze bijvoorbeeld in de buitendienst werken of hybride werken en daardoor minder op kantoor zijn? Hoe draag je bij aan de onderlinge verbinding tussen medewerkers die de basis vormt voor het vertrouwen dat nodig is voor samenwerking? Wat is de rol van jouw organisatie in de waardeketen en hoe zorgt verbinding in die keten voor maximale waarde voor de klant?

In dit Lakehouse Magazine lees je inspirerende interviews met enkele van onze vooraanstaande klanten, met wie wij vanuit een partnerschap samenwerken om hun visie waar te maken. Ook werpen we een blik op de toekomst van de banenmarkt in de technische branches waarvoor Lakehouse werft. En natuurlijk laten we zien wat we voor jou kunnen betekenen.



Inhoud

3

VOORWOORD

De kracht van verbinding

6

INTERVIEW MET MARC DE VREEDE

'Ik verwacht dat de helft van de functies die we in 2030 hebben, nu nog niet bestaat'

13

DE TOEKOMST VAN DE BANENMARKT

Trends en ontwikkelingen in de technische branche

16

INTERVIEW MET JOAN LEEUWENBURG

'Het gaat erom dat je mensen laat doen waar ze goed in zijn en waar ze blij van worden'

23

HOE JE TALENT AAN JE ORGANISATIE BINDT

Tips voor werkgevers

26

INTERVIEW MET JEROEN LAMMERTSE

'Onveilig werken wordt maatschappelijk steeds minder geaccepteerd'



33 VAN AANVRAAG TOT PLAATSING

Dit kun je verwachten als je een opdracht uitzet bij Lakehouse

35 ONZE BEWEZEN METHODE & TOOLS

- 39 EXECUTIVE SEARCH
 - 41 DATAGBERUIK & RAPPORTAGES
 - 44 PERSOONLIJKE ASSESSMENTS
 - 45 DIGITALE ASSESSMENTS
 - 46 EXTRA SERVICE: ONBOARDING
 - 49 INTERIM OPDRACHTEN
-

50 EVENTS

Het Lakehouse event voor klanten

52 CONTACT

Wij zijn er om je te helpen

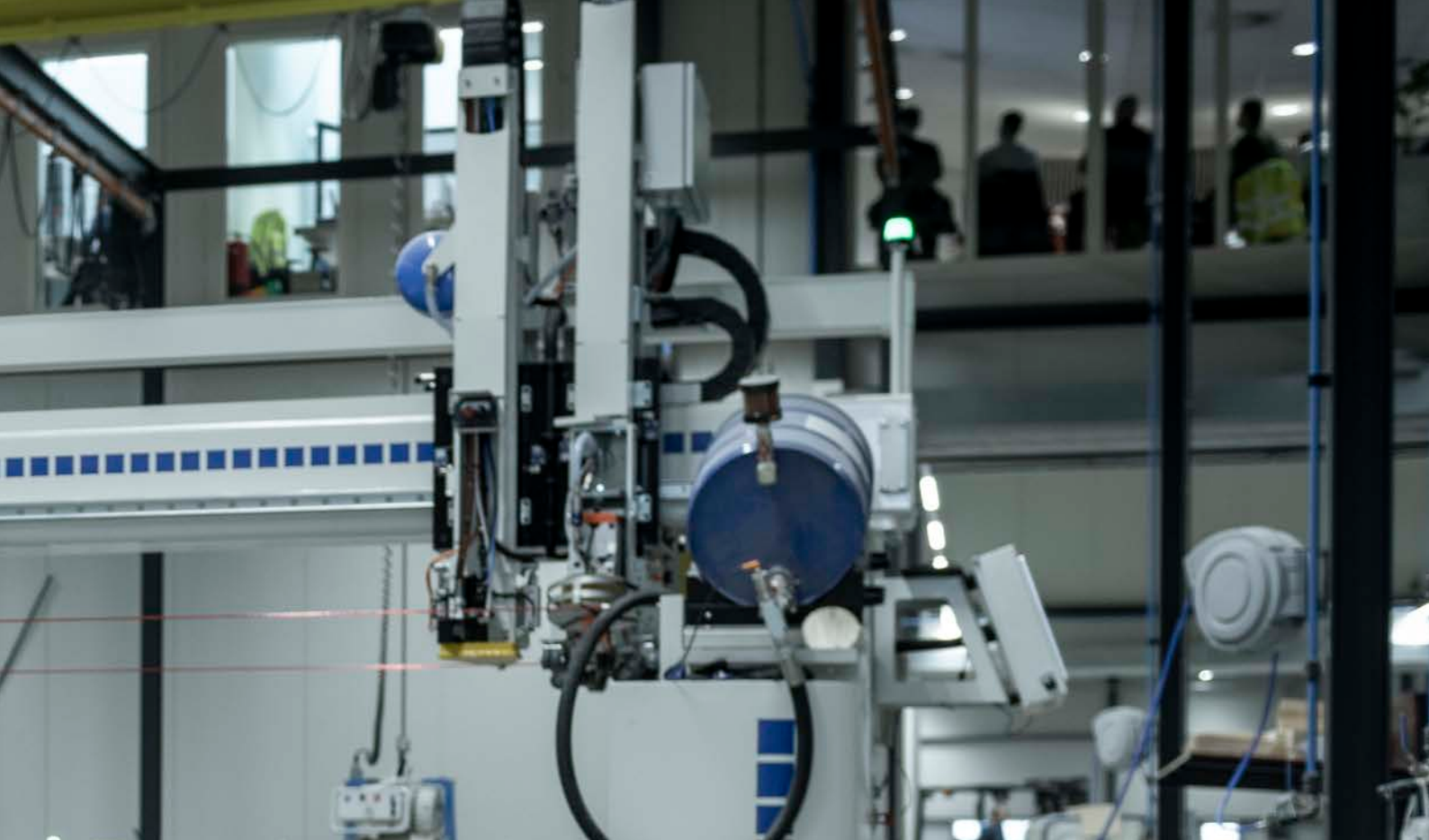


‘Ik verwacht dat de helft van de functies die we in 2030 hebben, nu nog niet bestaat.’



MARC DE VREEDE

*Directievoorzitter Heijmans
Bouw & Techniek*



In zijn ruim honderdjarige bestaan is Heijmans uitgegroeid van een stratenmakerij tot wegenbouwer, bouwer van woningen, winkels en bedrijfspanden en ontwikkelaar van woonwijken, winkelgebieden en bedrijvenparken. Vandaag staat Heijmans voor een nieuwe, grote transformatie.

‘Je kunt als bedrijf alleen succesvol blijven als je steeds weer weet in te spelen op nieuwe marktomstandigheden’, zegt Marc de Vreede. Hij is directievoorzitter van het onderdeel Heijmans Bouw & Techniek, dat gespecialiseerd is in woningbouw en utiliteitsbouw. ‘Daarom hebben wij onlangs onze nieuwe strategie tot en met 2030 vastgesteld.’

Wat is de basis van die strategie?

‘We hebben vijf belangrijke thema’s aangewezen: welzijn, verbinding, maakbaarheid, duurzaamheid en teams. Voor elk van die thema’s hebben we bold statements geformuleerd. Dat zijn uitdagende toekomstperspectieven voor 2030. Ze zijn uitdagend en zijn niet makkelijk te halen; daarvoor moeten we onszelf stretchen.’

Verbinding is het thema van dit magazine en het is dus ook een thema van Heijmans. Wat betekent verbinding voor jullie?

‘Onze organisatie maakt deel uit van een keten. Wij zijn een belangrijke schakel tussen de klant en alle partijen die achter ons zitten in het proces, zoals kennispartners, onderaannemers en leveranciers. Dat vraagt van ons een sterke regierol, zodat partijen goed samenwerken en alles voor de klant soepel verloopt. Wij hechten veel belang aan cocreatie met andere partijen. Dat doen we door samen te werken met kennisinstellingen en start-ups, waardoor we maximale waarde toevoegen in de keten. En ook de samenwerking met Lakehouse is een mooi voorbeeld van verbinding: wij willen onze klanten inspireren met verrassende talenten en Lakehouse helpt ons vanuit een partnerschap om deze visie waar te maken.’

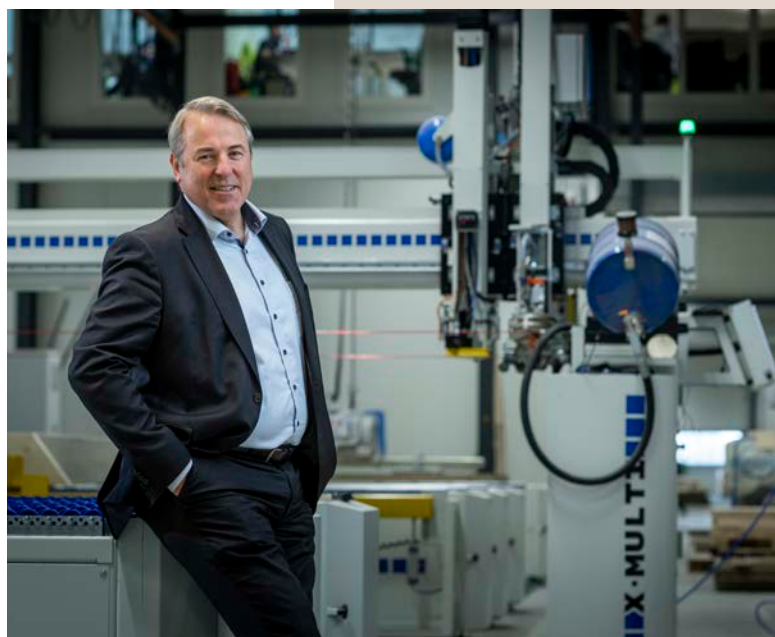
Verbinding komt ook terug in een ander Heijmans-thema: teams. Waarom is dat een belangrijk thema voor jullie?

‘Dat heeft te maken met de veranderopgave waar we voor staan. Het aantal vakmensen in de uitvoering neemt de komende jaren sterk af, terwijl de tijd waarin producten volwassen worden, steeds korter wordt. Binnen de woningbouw wachten kopers geen jaren meer tot hun appartement gebouwd is. Die combinatie van krapte en snelheid maakt dat we onze projecten op een andere manier moeten gaan uitvoeren. Om sneller te bouwen, ontwikkelen we

concepten op basis van functionele bouwstenen. Deze bouwstenen worden vaak offsite gebouwd en vervolgens naar de bouwplaats gebracht. We gaan steeds meer van onsite- naar offsiteproductie. De ultieme vorm van bouwen met bouwstenen is industrieel bouwen. Dat doen we op dit moment al in onze houtskeletbouwfabriek. Met de bouwstenen die we daar maken, fabriceren we in één dag een complete eengezinswoning. En met compleet bedoel ik echt met alles erop en eraan. De toiletborstelhouder zit er zelfs al in. Die elementen laden we op vier vrachtwagens en rijden we naar de locatie waar de fundering al klaar is. Het huis staat dan in ruim een dag overeind. Op die manier realiseren we momenteel 88 woningen voor Woonstichting 'thuis in Eindhoven. En de fabriek is voor 2024 al goed gevuld.'

'Met deze manier van werken kunnen we grote stappen zetten, ook op het gebied van kwaliteit en veiligheid. Maar het betekent wel dat we projecten op een andere manier moeten organiseren. Digitalisering speelt daarbij een grote rol. De woningen die we uit de houtskeletbouwfabriek leveren, configureren we eerst digitaal in een 3D-model. Als dat model klaar is, stuurt het de machines in de fabriek rechtstreeks aan. In de toekomst zullen consumenten op deze manier zelf hun woning samenstellen, met hier een erker en daar een dakopbouw. Al die opties zijn van tevoren al bedacht en uitgewerkt. Als de kopers tevreden zijn over het huis dat ze hebben ze samengesteld, leggen ze de configuratie vast en gaan de machines aan het werk. Dit betekent een totaal nieuwe manier van werken voor ons en daarvoor is het belangrijk om aandacht te besteden aan teams. Het management begeleidt de teams naar een nieuwe manier van werken.'

'De combinatie van krapte op de arbeidsmarkt en de snelheid waarmee producten volwassen worden, vraagt om een andere manier van werken.'





Hoe gaan jullie om met zulke grote veranderingen?

‘Niemand houdt van veranderen, maar het wordt wel van ons gevraagd. Het is heel belangrijk dat we goed aan onze medewerkers duidelijk maken wat er verandert, waarom we daarvoor kiezen, wat het voor hun werk betekent en wat het oplevert. Eerlijkheid en kwetsbaarheid zijn daarbij essentieel. Ik weet zelf ook niet precies wat er allemaal gaat gebeuren. Bij een transformatie moet je leren omgaan met onzekerheid, je hebt niet alle antwoorden. Het management bekijkt in welke organisatiedelen de verandering het grootst is of de meeste stress veroorzaakt. Daar geven we steun en laten we weten dat het niet raar is als je nieuwe dingen spannend vindt. Wij streven naar een bedrijfscultuur waarin maximale ruimte is voor ontwikkeling en kwetsbaarheid. Durven praten over veranderingen waar je tegen opziet, haalt de spanning ervan af. Bovendien hoeft niet alles in één keer, maar veranderen we stap voor stap. Mensen krijgen de tijd om die stappen te zetten, het is een traject.’

Betekent de transformatie ook dat jullie medewerkers nodig hebben met andere specialismen dan voorheen?

‘Absoluut. We hebben het afgelopen jaar bij Heijmans Bouw & Techniek 350 nieuwe medewerkers aangenomen, onder andere voor functies die we drie jaar geleden nog niet hadden. Ik verwacht dat de helft van de functies die we in 2030 hebben, nu nog niet bestaat. Een mooi voorbeeld van een nieuwe

functie bij ons is de rol van data scientist. Dankzij de systemen die we bij onze klanten installeren, beschikken we over talloze gegevens die inzicht bieden in wat ze nodig hebben. Als huisvestingspartner van het Nationaal Militair Museum in Soesterberg weten wij bijvoorbeeld door CO2-metingen in welke delen van het museum het druk is en in welke het rustig is. Dat geeft inzicht in hoe interessant bezoekers verschillende tentoonstellingsdelen vinden, en daar kan het museum op inspelen. Zo zijn er veel meer kengetallen waarmee we het gebruik van gebouwen kunnen optimaliseren. Denk hierbij aan het reduceren van energieverbruik en afvalstromen, of het optimaliseren van de bezetting en het gebruik van utilitaire gebouwen.’

Vraagt een ander type medewerkers ook om een andere manier van leidinggeven?

‘De gevraagde competenties van de mensen die bij ons werken, verschuiven inderdaad. De kwaliteiten die een projectmanager nodig heeft, veranderen daardoor. We willen een grote diversiteit in competenties en sturen op een personeelsopbouw die een goede afspiegeling is van de maatschappij. Diversiteit zorgt voor een betere besluitvorming. Wat houding en gedrag betreft zoeken we naar resultaatgerichtheid, eigenaarschap, transparantie, kwetsbaarheid en eerlijkheid. We hebben mensen nodig die zeggen: “Wat kan ik doen en hoe kunnen we samen verder komen?” Dat zijn waarden die we in onze cultuur



**‘Wat houding en gedrag
betreft, zoeken we naar
resultaatgerichtheid,
eigenaarschap, tran-
sparantie, kwetsbaarheid
en eerlijkheid.’**



verankeren, want het bedrijf dat zich het best kan aanpassen aan de omstandigheden, is de winnaar van morgen. Daarbij helpt Lakehouse ons heel goed. De consultants leven zich goed in onze cultuur in en zoeken naar mensen die niet alleen de juiste competenties hebben, maar ook in de cultuur passen. Het gaat erom dat mensen gelukkig worden in ons bedrijf, want dan creëren we de grootste meerwaarde voor onze klanten.'

Dat is belangrijk nu het moeilijk is om aan vakmensen te komen. Hoe gaan jullie om met de krapte op de arbeidsmarkt?

'We willen aantrekkelijk zijn voor nieuwe medewerkers. We dragen uit dat wij staan voor duurzaamheid, digitalisering, welzijn en de maakkant. Dat zijn zaken waaraan mensen graag willen bijdragen. Verder besteden we veel aandacht aan onze bedrijfscultuur. Heijmans is een beursgenoteerde onderneming, maar we zijn regionaal georganiseerd, met oog voor de menselijke maat. We zorgen voor een goede introductie om nieuwe medewerkers wegwijs te maken. Het gele Heijmans-hart is voelbaar: mensen verbinden zich aan Heijmans en wij verbinden ons aan onze mensen. Doordat we hier consequent in zijn, merken mensen dat het echt is. We weten wie we willen zijn en we vinden de medewerkers die daarbij passen. Ik merk dat we de flow mee hebben en dat mensen de weg naar ons bedrijf weten te vinden. Ik voel de verantwoordelijkheid om dat vast te houden, want dan hebben we een mooie tijd samen.'

Hoe ervaren jullie de samenwerking met Lakehouse? Is hierbij ook sprake van verbinding?

'De samenwerking met Lakehouse is een partnerschap. De consultants van Lakehouse steken er veel energie in om onze behoeften te begrijpen. Daardoor weten ze steeds beter welke mensen bij ons succesvol zullen worden, en vinden ze kandidaten die zich echt thuis voelen bij Heijmans. Ook denken ze met ons mee over bestaande en nieuwe functieprofielen. Het is zelfs voorgekomen dat ze moesten werven voor een functie waarvoor we nog niet eens een naam hadden. Hoe ziet de ideale kandidaat er dan uit en waar haal je die vandaan? Om dat te bepalen, moet je elkaar goed begrijpen. Het is een groot compliment dat Lakehouse daarin is geslaagd.'



Een
nieuwe
manier

DE TOEKOMST VAN DE BANENMARKT

*Trends en ontwikkelingen in
de technische branche*



Als specialist in de werving van technisch specialisten en leiders in technische branches heeft Lakehouse goed zicht op ontwikkelingen in de sectoren vastgoed, bouw, industrie en energie. Wat zijn de uitdagingen waar zij voor staan? Hoe vertaalt zich dat in de zoektocht naar gekwalificeerd personeel? En wat kunnen zij doen om talent aan zich te binden?

Van uitdaging ...

Het zijn pittige tijden voor de vastgoedbranche: door de nieuwe huurregels wordt het bezit van vastgoed minder aantrekkelijk voor kleine beleggers, de bouwkosten zijn hoog en de rente stijgt. Daardoor vindt er minder nieuwbouw plaats. De verwachting is daarom dat er in 2024 minder vacatures zullen zijn in deze branche. Maar de kans is groot dat dit slechts een tijdelijke dip is. De vraag naar nieuwe woningen is enorm en wonen is een belangrijk thema voor een nieuw kabinet. Het ligt voor de hand dat er snel nieuwe ontwikkelprojecten zullen komen, zodra de bouwkosten zich normaliseren.

... naar oplossing

De bouwsector kan bijdragen aan een oplossing, door kostenefficiënter te bouwen. Het is inspirerend om te zien hoeveel er op dit gebied gebeurt. Zo leidt houtbouw uit de fabriek tot lagere productiekosten en is het duurzamer dan traditionele bouw. Modulair bouwen is een bijbehorende trend. Zelf je eigen huis online samenstellen, zoals je nu al de uitvoering, kleur en alle extra's van je nieuwe auto kiest op de website van de dealer? Zo ziet de nabije toekomst van de bouwsector er waarschijnlijk uit. Kies zelf het aantal verdiepingen, de plattegrond, voeg een erker of een dakkapel toe – met losse modules die op elkaar aansluiten, laten consumenten hun huis naar wens bouwen.

Deze ontwikkelingen hebben grote gevolgen voor de manier van werken in de bouwbranche en daarmee ook voor het type medewerkers waaraan behoefte is. Het proces in de bouw verschuift van projecten naar productie; de bouw wordt meer seriematig, met modules en componenten die kunnen worden samengevoegd. Dat vraagt om digitalisering en dus om mensen die deze digitalisering vorm kunnen geven.

Koploper in productie in eigen land

Dankzij een sterk innoverende industrie wordt Nederland koploper in productie in eigen land. De industriële klanten van Lakehouse investeren veel in Research & Development, digitalisering en het Internet of Things. De softwarecomponent van hun producten wordt steeds belangrijker. Die software draagt niet alleen bij aan het gebruiksgemak, maar maakt het ook mogelijk om op afstand te monitoren of alles nog goed functioneert. Waar het tot voor kort gebruikelijk was dat producenten elke maand een servicemonteur stuurden naar de grote afnemers van hun producten, onderscheiden zij zich nu met service en gebruiksgemak doordat het product zo min mogelijk downtime heeft. Deze bloeiende industrie heeft naar verwachting in 2024 een grote vraag naar ervaren leiders en technisch specialisten.

Geëxplodeerde vraag naar elektrotechnici

In de energiebranche ligt de nadruk op de energietransitie. Iedereen wil zonnepanelen en een elektrische auto, maar daarvoor moet de capaciteit van het elektriciteitsnet omhoog. Daar is veel werk te verrichten en de vraag naar mensen met kennis

van elektrotechniek is dan ook geëxplodeerd. Maar uit onderzoek blijkt dat steeds minder jongeren geïnteresseerd zijn in een opleiding elektrotechniek. Daar komt bij dat de energiebranche net als andere branches wordt geraakt door de vergrijzing. Er stromen dus meer medewerkers uit dan in. Het gevaar bestaat dat een gebrek aan medewerkers de energietransitie vertraagt. Daarom is het positief dat werkgevers in toenemende mate openstaan voor zij-instromers.

Rode draad

Automatisering en digitalisering vormen de rode draad in de branches die Lakehouse bedient. Hierdoor wordt het mogelijk om meer werk met minder mensen uit te voeren – een belangrijke ontwikkeling nu de beroepsbevolking in relatieve zin kleiner wordt. Een andere trend die Lakehouse bij zijn klanten signaleert, is dat de diversiteit in het personeelsbestand toeneemt. Zo werken er steeds meer vrouwen in de bouw, bijvoorbeeld als projectmanager. Dit is een mooie transitie in een branche die als conservatief bekendstaat, want hoe diverser de perspectieven, hoe beter organisaties functioneren.





Automatisering en digitalisering vormen de rode draad in de branches die Lakehouse bedient.

Medewerkers binden

De vraag naar medewerkers in de technische branche is ongekend. Heb je eenmaal een geschikte kandidaat gevonden, dan wil je die natuurlijk aan je organisatie binden. Maar wat vinden medewerkers nu echt belangrijk? Met stip op één staat het salaris. Vanwege de hoge inflatie willen werknemers die op een vacature reageren, graag een flinke stap maken van hun huidige naar hun nieuwe salaris. Daarnaast is een vast contract vaak een harde eis voor mensen die uit een vaste baan komen. Ze willen zekerheid. Verder speelt de afstand een rol: werknemers accepteren een minder lange reistijd dan we voorheen gewend waren. Tot slot is de werk-privébalans een belangrijk thema: mensen willen lang niet altijd meer fulltime werken, en bij velen leeft de wens om minimaal twee dagen per week thuis te werken.

Hoe ga je om met deze eisen?

Verbinding is niet alleen het thema van dit magazine; het is een belangrijk thema voor alle organisaties die willen presteren. Daarmee staan zij voor de opgave om verbinding te maken met de nieuwe generatie, die minder dagen per week fysiek aanwezig wil zijn. Het is cruciaal om te blijven investeren in teambuild-

ing en in manieren waarop medewerkers gemakkelijk met elkaar in contact staan.

Wat de primaire arbeidsvoorwaarden betreft is het goed om elk jaar te beoordelen of het salarishuis van de organisatie nog marktconform is. Is er een vacature waarvoor je moet headhunen? Besef dan dat zulke kandidaten noten op hun zang hebben. Het is begrijpelijk dat de hr-afdeling het lastig vindt dat de nieuwe medewerker meer gaat verdienen dan collega's, maar het is goed om in dat geval een rekensom te maken. Hoeveel omzet loopt het bedrijf mis als de vacature onvervuld blijft?

Garantie op de match

Een medewerker is de investering waard als hij of zij de juiste capaciteiten en persoonlijkheidskenmerken heeft om de prestaties van de organisatie op een hoger niveau te brengen. Het voelt veiliger om met een kandidaat in zee te gaan, als je zeker weet dat die match er is. Daarom biedt Lakehouse een jaar garantie op de plaatsing van kandidaten die een digitale assessment hebben ondergaan.

Lees meer op pagina 44 over deze extra zekerheid.



**‘Het gaat erom dat
je mensen laat doen
waar ze goed in zijn
en waar ze blij van
worden’**



JOAN LEEUWENBURG

Corporate Head HR bij Neways

onics for a e future

Met meer dan 50 jaar ervaring en brede engineeringkennis is Neways een trotse technologie- en innovatiepartner voor de klanten in zijn sector. Neways ontwikkelt en levert elektronica die bijdraagt aan belangrijke duurzaamheidsthema's. Het bedrijf heeft zich ontwikkeld tot systeem-innovator die klanten oplossingen biedt op het gebied van industriële automatisering, Internet of Things, big data en slimme mobiliteit. Neways is gevestigd in Nederland, Duitsland, de Verenigde Staten, China, Tsjechië en Slowakije.

'De drie segmenten waarop Neways zich richt, zijn echte groeimarkten', vertelt Joan Leeuwenburg, Corporate Head HR bij Neways. 'We hebben bijvoorbeeld fabrikanten van laadpalen als klant. Met onze meer dan 500 engineers bieden we onze klanten totaaloplossingen. Daarvoor is het belangrijk dat we in een vroeg stadium bij hun plannen betrokken zijn. Op die manier kunnen we samen met de klant een duurzame oplossing ontwerpen en ontwikkelen.'

Jullie zijn altijd bezig met innovatie. Is verbinding tussen medewerkers daarvoor van belang?

'Zeker! Wij hebben vijf kernwaarden: trust, one team, passion, innovation en customer focus. Verbinding is een onderdeel van trust (vertrouwen) en one team

(één team). Want om elkaar te vertrouwen en één team te vormen, is het van belang dat je met elkaar in verbinding staat. En dat is cruciaal voor succes. Denk alleen maar aan de benodigde afstemming tussen Inkoop en Sales. En engineers kunnen innovaties niet geïsoleerd achter de pc uitdenken, maar moeten daarvoor goed samenwerken met de andere disciplines.'

Wat doen jullie om die verbinding te bevorderen?

'Onze kernwaarden vormen de basis van een transformatie die we twee jaar geleden hebben ingezet. We hebben in alle landen workshops gehouden met het personeel om de kernwaarden te vertalen naar concreet gedrag. Wat kunnen wij doen om succesvol te zijn voor onze klanten? Het mooie is dat het de mensen zelf zijn die dit bedenken, het wordt niet van bovenaf opgelegd. Onze leiderschapsprogramma's en trainingen voor young potentials zijn ook gebaseerd op de kernwaarden. En we organiseren trainingen om als one team te werken. Per land hebben we bovendien veranderaars opgeleid die de kernwaarden in hun eigen taal verder brengen in de lokale organisatie.'

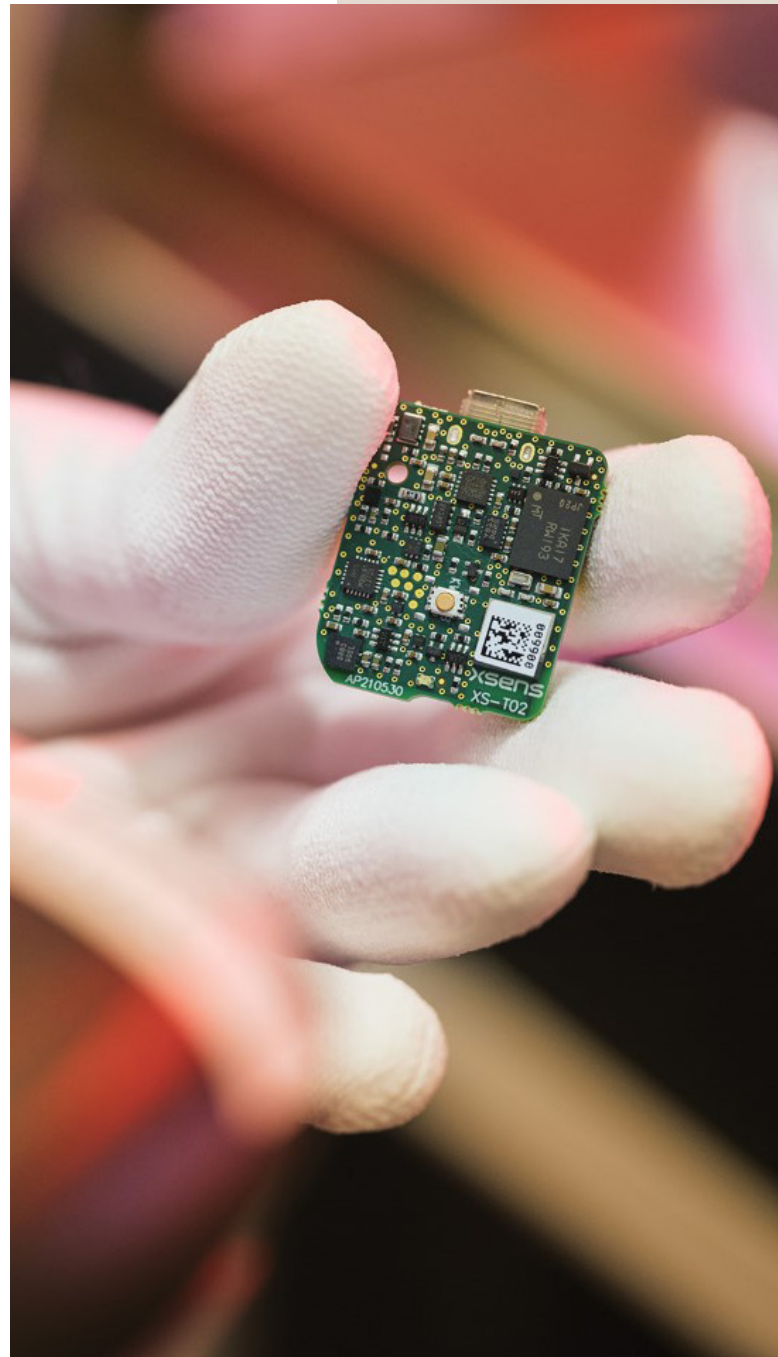
Letten jullie op verbindende kwaliteiten als jullie nieuwe medewerkers aannemen?

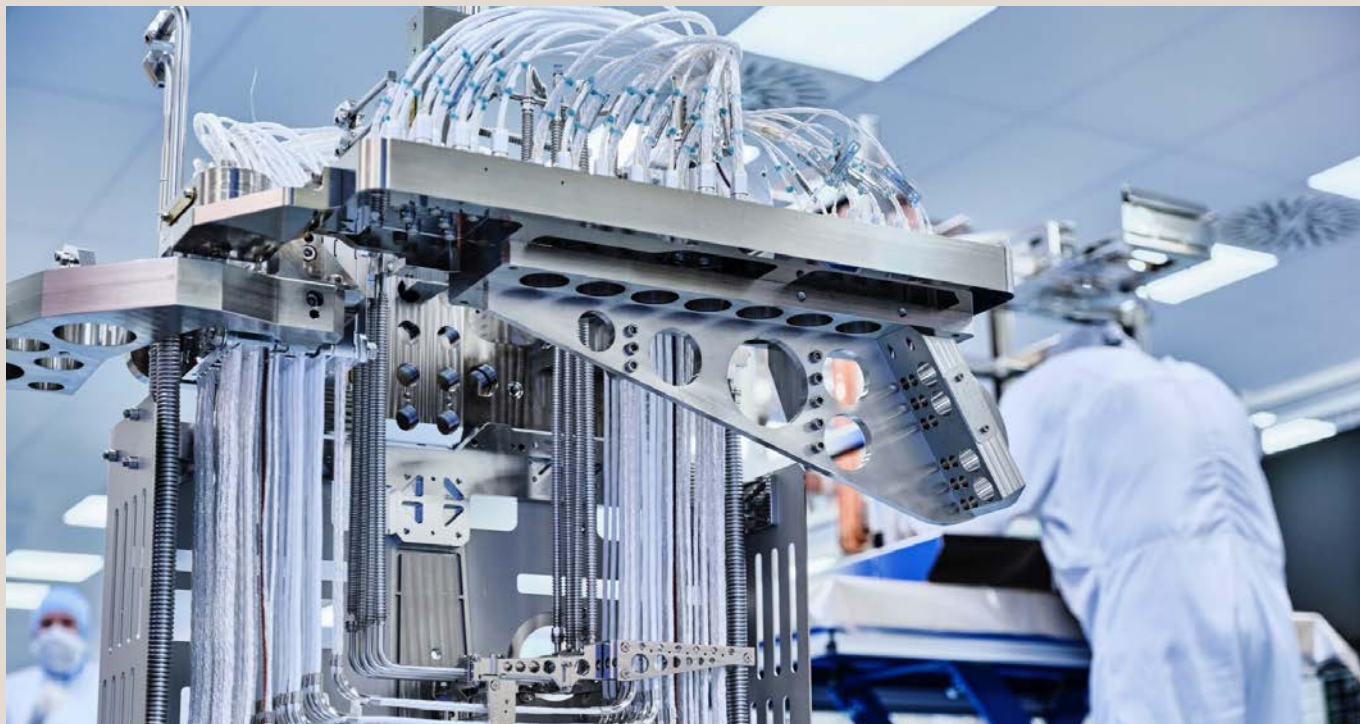
‘Dat doen we voor de functies waarvoor dat van belang is in verschillende mate. Bij een junior administratief medewerker ligt de nadruk bijvoorbeeld meer op de vakinhoud. Maar voor iedereen geldt dat werken bij Neways heel persoonlijk is. Je wordt hier gezien. Van oorsprong is Neways een gemoedelijk Brabants familiebedrijf. Inmiddels zijn we een internationale organisatie, maar we hebben nog steeds een mensgerichte cultuur. Voor onze employer branding hebben we aan onze medewerkers gevraagd wat werken bij Neways leuk maakt en wat er beter kan. Wat we toen veel hoorden, is dat Neways groot genoeg is om internationaal te zijn, maar klein genoeg om er als medewerker het verschil te maken. Elk individu telt. En nog een opvallende uitkomst: hoe druk het ook is, als je hulp nodig hebt, staat iedereen voor je klaar.’

Hoe houd je verbinding met mensen die thuis werken, of collega's in andere landen?

‘In coronatijd is gebleken dat thuiswerken voor veel medewerkers een goede optie is. Voor mensen die wat verder weg wonen, is thuiswerken een grote plus, dus het helpt ons ook om aan personeel te komen. We faciliteren thuiswerken daarom en hebben medewerkers een training gegeven om dat op een gezonde manier te doen, maar we willen wel verbinding houden. Het management werkt in principe op locatie. Leidinggevenden kunnen zich ook verder ontwikkelen in online aansturing van hun medewerkers, en op afstand observeren hoe ze in hun vel zitten. Om contact te houden, organiseren we regelmatig fysieke activiteiten, zoals een maandelijkse kantinesessie, een sinterklaasfeest, een kerstborrel, een barbecue en een internationaal voetbal- en volleybaltoernooi.’

‘Verbinding is een onderdeel van onze vijf kernwaarden: trust, one team, passion, innovation en customer focus.’





Is verbinding ook een thema in de relatie met jullie klanten en leveranciers?

‘In de keten is verbinding heel belangrijk. Samen kun je meer bereiken. Wij vinden het leuk om uitgedaagd te worden door onze klanten en op onze beurt dagen wij onze leveranciers uit. Samen spreken we doelstellingen af waar we voor gaan. Zo hebben we een stuurgroep die duurzaamheidsdoelstellingen formuleert. Overigens waren wij allang bezig met duurzaamheid door hergebruik van onderdelen en materialen, maar daar communiceerden we nog niet over. Toen we van een van onze belangrijke klanten een sustainabilityprijs kregen, beseften we eigenlijk pas zelf hoe bijzonder het is wat we doen.’

Wat vraagt het samenwerken als ketenpartners van jullie medewerkers?

‘Je moet je goed kunnen verplaatsen in de klant: voor welke uitdagingen staat die? En als het probleem helder is, gaat het erom dat je bedenkt hoe je elkaar kunt versterken en hoe onze oplossing duurzaam kan bijdragen. Een mooi voorbeeld van meedenken met de klant komt uit coronatijd. Er was een tekort aan beademingsapparatuur, doordat een bepaald onderdeel daarvan niet te verkrijgen was. Een van onze medewerkers bedacht dat wij die onderdelen nog in het magazijn hadden en is hoogstpersoonlijk naar de klant gereden om die te doneren. Dat is de passie die we zoeken in onze mensen.’

‘Voor leidinggevenden worden people skills steeds belangrijker. Het gaat erom dat je de drijfveren van je mensen achterhaalt, dat je hen laat doen waar ze goed in zijn en waar ze blij van worden en dat je ze als team aan de doelstellingen laat werken. Voorheen werd degene met de meeste kennis vaak leidinggevende. Tegenwoordig is vakinhoud natuurlijk nog steeds van belang, maar is mensgericht leidinggeven de belangrijkste competentie. Zo kwam uit ons youngtalentprogramma een deelnemer naar voren met interesse in productie, maar zonder technische achtergrond. Zij laat nu als teamleider haar team excelleren. Dat is een positieve ontwikkeling, want wij zien graag meer diversiteit in leidinggevende en technische functies. Daarnaast ontstaat door deze benadering meer diversiteit in het management, wat de samenwerking verrijkt. Dergelijke voorbeelden inspireren ons management en onze medewerkers om eens een loopbaanstap te maken die mogelijk niet zo voor de hand ligt.’

Hoe zorgen jullie ervoor dat jullie klanten kunnen helpen bij de uitdagingen van morgen?

‘Om te beginnen door goede relaties te onderhouden met onze klanten. We kennen onze markt. Wekelijks briefen Sales, Inkoop, en Marketing de organisatie over wat er bij klanten en op de markt speelt en over trends. Ook creëren we nieuwe functies, bijvoorbeeld op het gebied van kunstmatige intelligentie.’



Innova el

‘Tegenwoordig is vakinhoud natuurlijk nog steeds van belang, maar is mensgericht leidinggeven de belangrijkste competentie.’

elect ab

Een uitdaging van vandaag is de krapte op de arbeidsmarkt, in het bijzonder in de technische sectoren. Hoe gaan jullie daarmee om?

‘We lanceren momenteel een employerbranding-campagne – deels voor de hele organisatie en deels per land of bedrijf. Ook hebben we meer recruiters aangenomen en krijgen medewerkers een bonus als ze een nieuwe collega aanbrengen. We nemen deel aan events en beurzen en steunen studenten-initiatieven, zoals een boot op zonne-energie. We vinden het heel belangrijk om mogelijkheden te bieden aan stagiairs, afstudeerders en trainees. Het is een maatschappelijke verantwoordelijkheid om deze starters werkervaring te bieden.’

‘Bij vacatures moet je soms buiten de gebaande paden denken. Als iemand niet precies de juiste kwalificaties heeft, maar wel passie en een goede werkhouding heeft en in het team past, dan bekijken we of we die persoon kunnen trainen. En eenmaal binnen is het belangrijk dat medewerkers blijven leren, want de techniek gaat altijd verder.’

Hoe ervaren jullie de samenwerking met Lakehouse?

‘Recruitment is een heel menselijk beroep, waarbij verbinding onmisbaar is. Je moet elkaar goed begrijpen en dat ging van het begin af aan soepel. Lakehouse leert Neways bovendien steeds beter kennen. Met Lakehouse kan ik goed sparren. In welke andere branche zouden we op zoek kunnen naar een kandidaat? Op welke niet voor de hand liggende plek zou iemand de kerncompetenties kunnen verwerven die wij zoeken? Zo komen we in gesprek met mensen die we anders niet gevonden zouden hebben, en negen van de tien keer werkt dat.’

‘Na een kennismaking met een kandidaat bespreken Lakehouse en ik onze bevindingen, om een objectiever beeld te krijgen. Dat doe ik graag snel, ook omdat het belangrijk is om een kandidaat warm te houden. Die wil je niet te lang laten wachten, want hij of zij heeft misschien meer aanbiedingen. Met Lakehouse hebben we goede afspraken over een transparante communicatie. Al met al ervaar ik het als heel prettig om met vakgenoten af te stemmen over de invulling van vacatures.’



De kunst van omdenken

HOE JE TALENT AAN JE ORGANISATIE BINDT

Tips voor werkgevers



Eerder schreven we al over de opgave om de nieuwe generatie werknemers aan je te binden. Wat kun je doen om het aantrekkelijk te maken langdurig voor jouw organisatie te werken? Uit ervaring weten wij wat kandidaten belangrijk vinden. Het salaris staat stipt op één. Daarna volgt een vast contract, de reisvoorwaarden en de werk-privébalans. Gebruik deze tips om je als organisatie te onderscheiden en talent aan je te binden.

Het salaris: kom met een sterk aanbod

Is de geschikte kandidaat voor die openstaande positie in het vizier? Doe dan eerst grondig onderzoek voordat je het gesprek aangaat. Ontdek wat andere organisaties in dezelfde sector betalen voor vergelijkbare functies. Doe vervolgens een goed en onderbouwd aanbod. Afwachten wat de kandidaat voor het salaris vraagt is inmiddels achterhaald. Jij wilt dit talent binnenhalen, daar mag je best een goed aanbod voor doen.

Sta je op het punt om het nieuwe talent een sterk aanbod te doen, houdt daarbij in het achterhoofd dat je gedurende de onderhandelingen open

en eerlijk bent over het salarisbeleid. Leg uit hoe salarissen in de organisatie tot stand komen en welke factoren daarbij een rol spelen. Vergeet daarbij niet het beloningspakket! Werknemers willen erkenning en beloning voor hun harde werk. Niet alleen in termen van salaris, maar ook via andere bonussen of beloningen.

Een vast contract: meer dan een papiertje

Voor mensen die uit een vaste baan komen, is een vast contract een harde eis. En niet zomaar een vast contract. Het moet aantrekkelijk zijn om de overstap te maken. Laat daarom in het contract zien hoe een werknemer kan groeien en zich kan ontwikkelen in het bedrijf. Of misschien kan een werknemer zelfs aandeelhouder worden in het bedrijf. Allemaal punten om te benoemen en dit 'papiertje' uitzonderlijk te maken.

Is het contract getekend, maak dan niet de fout om het daarbij te laten. Ook na ondertekening vinden er genoeg belangrijke momenten plaats. Stuur bijvoorbeeld een welkomstpakket en voorzie voor de eerste werkdag van alle benodigde informatie om een goede start te maken. Denk aan details over de locatie, parkeermogelijkheden, een agenda-overzicht

en introductieprogramma. Na start kun je een follow-up geven en vragen naar de ervaringen tijdens de eerste weken. Neem actie op basis van feedback om de integratie verder te verbeteren.

Reizen is zo erg nog niet

De 'nieuwe generatie' werknemers zijn minder happig op lange autoritten onderweg naar klanten en filerijden richting kantoor. De reisafstand naar kantoor of klanten is niet onontkoombaar, maar je kunt dit wel aantrekkelijker maken. Bied reisvoordelen die concurrerend zijn met wat andere bedrijven bieden. Denk aan een mobiliteitsbudget, de mogelijkheid tot aankoop van een elektrische fiets, carpoolen, een OV-abonnement met upgrade naar de eerste klas, een leasdeal met vrije keuze uit diverse (elektrische) auto's. Zo streef je ook nog eens naar duurzaamheid!

Werk-privébalans voorop

Heb je talent gevonden, dan wil je natuurlijk dat deze langdurig, vitaal en met plezier voor je werkt. Besteed daarom aandacht aan de werk-privébalans van werknemers. Dat kan op meerdere manieren. Bied bijvoorbeeld de mogelijkheid tot flexibele werktijden, die werknemers kunnen aanpassen aan hun behoeften. Zo kunnen ouders later beginnen als





Heb je talent gevonden, dan wil je natuurlijk dat deze langdurig, vitaal en met plezier voor je werkt.

zij hun kind moeten wegbrengen en anderen eerder weggaan als zij 's avonds sporttraining hebben.

Ook vanuit huis werken is niet meer weg te denken uit arbeidsvoorwaarden. Maak dit – inmiddels gewoon geworden – concept toch speciaal. Denk aan het vergoeden van internetkosten als werknemers veel vanuit huis werken. Geef een koffievergoeding, nu werknemers vaker hun eigen koffiebonen malen. Of stuur wekelijks een lunchbon om het thuiswerken net iets leuker te maken.

Probeer daarnaast eens de kunst van omdenken. Hoe kun je als werkgever ervoor zorgen dat werknemers ook het meeste halen uit hun privé- en familielevens? Neem een voorbeeld aan Amerikaanse bedrijven die verplichte vrije dagen geïntroduceerd hebben. Op dergelijke dagen krijgt het hele bedrijf verplicht vrij. Dat betekent geen onderlinge mails of telefoontjes

die ondanks een vrije dag nog steeds binnenkomen, maar complete radiostilte voor het hele bedrijf.

Maar ook in mindere mate kun je werknemers aanmoedigen het meeste uit hun vrije tijd te halen. Zo kun je ruimhartig ouderschapsverlof bieden aan werknemers die een gezin willen stichten of al ouder zijn. Denk mee over flexibele verlofregelingen en kinderopvangmogelijkheden. Implementeer ook programma's voor stressmanagement en welzijn om werknemers verder te ondersteunen bij een gezonde balans. Zo is ook sporten onder werktijd niet meer weg te denken!

Door deze tips toe te passen, laat je als werkgever zien dat je werknemers belangrijk vindt. Niet alleen als werknemer, maar ook als persoon. Dit is dé manier om talenten aan de organisatie te binden en langdurige samenwerkingen aan te gaan.



‘Onveilig werken wordt maatschappelijk steeds minder geaccepteerd’



JEROEN LAMMERTSE
Algemeen directeur Aboma



Al meer dan zestig jaar is Aboma dé expert op het gebied van veiligheid in de bouw- en de verticaal-transportbranche. De organisatie heeft drie servicelijnen: consultancy, keuring en certificering. Om de veiligheid in de branche te blijven verbeteren, staat het bedrijf voor de opgave om zich steeds weer te vernieuwen.

‘Ons uiteindelijke doel is om onszelf overbodig te maken’, zegt algemeen directeur Jeroen Lammertse met een lach. ‘Want dat betekent dat iedereen veilig werkt. Maar zolang dat nog niet het geval is, zetten wij ons onvermoeibaar in om de veiligheid in de branche te verbeteren.’

Wat vind jij jullie grootste succes van de afgelopen jaren?

‘Een van de grootste successen vind ik dat Aboma al meer dan zestig jaar relevant blijft. Dat lukt ons, doordat we aansluiting hebben gezocht met brancheverenigingen. Heel terecht zeggen bedrijven: veiligheid is iets wat we samen doen, dat mag geen concurrentiefactor zijn. Daarom zitten wij aan tafel met bijvoorbeeld Bouwend Nederland, BOVAG en Techniek Nederland, en met het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Dankzij deze gesprekken over marktontwikkelingen blijven we

onzelf vernieuwen. Als ik naar het bedrijf zelf kijk, dan ben ik trots op de stabiliteit die we hebben gekregen door focus te leggen op activiteiten die we willen laten groeien. De bouwbranche is conjunctuurgevoelig, daarom richten wij ons op activiteiten die niet afhankelijk zijn van conjuncturele schommelingen. Denk bijvoorbeeld aan de certificering van managementsystemen, zoals de Veiligheidsladder. Door de groei van deze activiteiten is de continuïteit van Aboma gewaarborgd en kunnen we blijven bijdragen aan de veiligheid in de bouw.’

Op welke belangrijke ontwikkelingen spelen jullie in om de veiligheid te blijven verbeteren?

‘De belangrijkste ontwikkeling die wij zien, is dat onveilig werken maatschappelijk steeds minder wordt geaccepteerd. En gelukkig maar! De technische kant van veilig werken is al grotendeels geregeld. Maar minstens zo belangrijk is gedrag: werk je veilig, zie je wat er om je heen gebeurt en onderneem je passende acties? Onze afdeling Consultancy ontwikkelt programma’s die veilig werken stimuleren, en de afdeling Certification zorgt voor auditsystemen die het veilige gedrag borgen. Veiligheid moet vanzelfsprekend zijn! Daarnaast merken wij dat de technisch-inhoudelijke kennis bij klanten terugloopt, waardoor zichzelf technische tekortkomingen niet

meer herkennen. Dat vraagt van onze inspecteurs dat ze breder kijken naar wat er gebeurt en meer verbinding maken met de omgeving. Dat plaatst hen soms voor een dilemma. Stel, een machine is zelf veilig, maar staat onveilig opgesteld. Volgens het wettelijk kader moet je de machine dan goedkeuren, maar vanuit veiligheidsoogpunt wil je dat niet doen.'

Welke gevolgen hebben deze ontwikkelingen voor jullie manier van werken?

'Samenwerking wordt veel belangrijker voor ons. Inspecteurs en consultants waren gewend om individueel te werken. Een inspecteur inspecteerde een machine, schreef een rapport en was weer weg. Maar nu is er meer afstemming nodig. Denk aan het voorbeeld van de veilige machine die onveilig staat opgesteld: inspecteurs overleggen met elkaar over wat ze wel en niet kunnen doen en hoe ze de opdrachtgever het best kunnen begeleiden. Daarvoor moeten ze over goede communicatieve vaardigheden beschikken. Want de opdrachtgever heeft alleen een keuring van de machine gevraagd, maar nu moeten we hem ervan overtuigen dat de opstelling óók van belang is.'

'En niet alleen bij inspecties gaan we meer samenwerken. We doen steeds meer multidisciplinaire projecten. Als we bijvoorbeeld een bedrijf begeleiden bij de implementatie van de Veiligheidsladder, zijn er mensen nodig met kennis van het bijbehorende handboek en de benodigde middelen, maar ook iemand die verstand heeft van communicatie. Verder laten we audits tegenwoordig door twee personen uitvoeren: de een stelt de vragen en de ander observeert. We zoeken daarom medewerkers die het prettig vinden om samen te werken. Gelukkig merken we dat mensen minder individualistisch worden en graag de verbinding zoeken.'

'De technische kant van veilig werken is al grotendeels geregeld. Maar minstens zo belangrijk is gedrag.'





‘Onze inspecteurs, consultants en auditors zijn allemaal vakvolwassen. Het is aan de staf en het management om faciliterend en motiverend leiderschap te tonen, zodat de medewerkers optimaal kunnen samenwerken en daardoor excelleren in hun vak. Een bijzondere opgave daarbij is dat vertrouwen in het eigen oordeel en standvastigheid kwaliteiten zijn die wij zoeken in onze uitvoerend medewerkers. Het is een soort beroepsdeformatie dat zij vinden dat ze altijd gelijk hebben. Maar tegelijk vragen we nu van hen om met collega’s samen te werken om tot een gezamenlijk oordeel te komen. Wij hebben leiders nodig die samenwerking op basis van onderling vertrouwen stimuleren.’

Een andere uitdaging is de krapte op de arbeidsmarkt, in het bijzonder in de technische branche. Hoe gaan jullie daarmee om?

‘Het tekort aan arbeidskrachten kunnen we niet oplossen, maar we kunnen daar wel op een slimme manier mee omgaan. Om te beginnen maken we scherpe keuzes in wat we wel en niet doen, en maken we die keuzes inzichtelijk voor onze medewerkers. Dat laatste is belangrijk, want als zij werk blijven doen waarvoor wij niet meer kiezen, ervaren ze onnodige werkdruk. Daarnaast leiden we waar mogelijk klanten op om zelf het werk uit te voeren waarvoor ze ons anders zouden inhuren. Een deel van de keuringen die wij uitvoeren, hoeft namelijk niet te gebeuren door een onafhankelijke partij als Aboma, maar mag

ook worden verricht door een interne deskundige. Daarom leiden wij keurmeesters van onze klanten op en begeleiden we hen. Op die manier hebben we met evenveel medewerkers een grotere invloed op de veiligheid in de branche. En tot slot zoeken we de oplossing in een flexibele schil, waarbij verschillende soorten arbeidsrelaties mogelijk zijn.’

Aboma verzorgt cursussen, trainingen en opleidingen over veiligheid voor klanten. Besteden jullie ook aandacht aan de ontwikkeling van jullie eigen medewerkers?

‘Vroeger kwam iemand binnen als inspecteur en bleef dat tot zijn pensioen. Tegenwoordig willen mensen een leven lang leren; niet per se om door te groeien naar een andere functie, maar om zich te blijven ontwikkelen en hun kennis te verbreden. Dat is een positieve ontwikkeling die Aboma wil stimuleren. Het is overigens tweerichtingsverkeer: Aboma draagt bij aan de persoonlijke ontwikkeling van medewerkers en vraagt van hen dat zij bijdragen aan de ontwikkeling van Aboma. Zo versterken we elkaar.’

‘We hebben een uitgebreid onboardingtraject opgezet. Dat richt zich niet alleen op het eerste jaar, waarin we mensen intensief begeleiden. In dat eerste jaar zitten ze meestal nog op een roze wolk. Maar we willen dat ze net zo gelukkig blijven als ze eenmaal zijn geland in de organisatie. Daarom blijven we met hen in verbinding en bespreken we hun wensen om



‘Elk jaar bespreken we wat een medewerker gaat doen en welke training hij of zij daarvoor nog nodig heeft.’



zich te verdiepen of juist te verbreden. Onze organisatie heeft verschillende entiteiten: consultancy, keuring en certificering. Ze kunnen dus alle kanten op! Daarvoor bieden we interne en externe cursussen aan.'

'Veel positieve reacties krijgen we op korte trainingen die we aanbieden om bepaalde vaardigheden te ontwikkelen. Denk bijvoorbeeld aan vaardigheden die je nodig hebt om een training of presentatie te geven. Daarvan profiteren medewerkers direct in hun dagelijks werk. Elk jaar bespreken we wat een medewerker gaat doen en welke training hij of zij daarvoor nog nodig heeft. Zo zorgen we ervoor dat onze mensen fit for the job zijn.'

Hoe zorgen jullie voor verbinding met jullie medewerkers?

'Wij hebben een bijzondere organisatie: van de 130 medewerkers werken er maar 20 op kantoor. De rest is altijd op pad. Sommigen zie je maar een paar keer per jaar. Juist daarom vinden wij het belangrijk om verbinding te zoeken met onze medewerkers. Dat doen we met thematische programma's. Een recent voorbeeld daarvan is Aboma Vitaal, een vrijwillig coachingsprogramma dat wij aanbieden op het gebied van gezondheid en vitaliteit. Daardoor versterken we de band met onze medewerkers.'

'Bij Aboma Consultancy en Aboma Certification gaan de medewerkers meer samenwerken. Om de onderlinge verbinding te stimuleren, komen we met die afdelingen vaker bij elkaar. We hebben het dan niet alleen over de inhoud van het werk, maar ook over thema's als omgaan met stress of agressie. Hierdoor leren mensen elkaar beter kennen en ontstaat een basis voor het vertrouwen dat nodig is voor samenwerking. Mensen moeten weten dat ze van elkaar op aan kunnen.'

Hoe ervaren jullie de samenwerking met Lakehouse? Is hierbij ook sprake van verbinding?

'Ik heb altijd direct contact met Lakehouse en ervaar dan zeker verbinding. Er zijn drie punten die de samenwerking met Lakehouse tot een succes maken. Ten eerste kan ik Maarten heel makkelijk bereiken. Ten tweede hebben we een goede relatie, waardoor we open en duidelijk kunnen zijn over wat we wel en niet willen. En ten derde is Lakehouse door die open uitwisseling uitstekend in staat om de zachte kant te begrijpen en kandidaten te vinden die passen in de cultuur van Aboma.'



Een
soepel
verloop

VAN AANVRAAG TOT PLAATSING

*Dit kun je verwachten als je een
opdracht uitzet bij Lakehouse*



Je laat ons weten voor welke vacature je een oplossing zoekt. Na je aanvraag komen wij bij je langs voor een intakegesprek. We willen alles weten over de organisatie, afdeling en functie waarvoor wij kandidaten gaan werven. We maken een wervingsprofiel en leggen een longlist aan je voor van kandidaten die we willen benaderen. Ga je akkoord? Dan houden we een telefonisch interview met de kandidaten van de longlist om meer over de vacature te vertellen en hun interesse te peilen. Met geïnteresseerde kandidaten voeren wij een persoonlijk kennismakingsgesprek waarin we dieper ingaan op hun achtergrond, werkervaring, eigenschappen en drijfveren. De beste kandidaten leggen we aan je voor en als je het ermee eens bent, nodigen wij ze uit voor een persoonlijk gesprek met jou als opdrachtgever. Jij bepaalt wie er doorgaat naar de laatste ronde. Is er op alle vlakken een match? Dan kunnen jullie de arbeidsovereenkomst ondertekenen. Na afloop houden we graag een evaluatie: hoe bevalt de samenwerking met de nieuwe medewerker en hoe kijk je terug op het wervingstraject?

Heb je zelf speciale wensen? Dan passen we de procedure op maat aan jouw wensen aan.





Onze bewezen methode & tools

*Zo vinden en selecteren
wij de juiste kandidaat*

De vacatures waarvoor onze opdrachtgevers ons inschakelen, zijn cruciale functies om de organisatie verder te brengen. Wij voelen dan ook een grote verantwoordelijkheid om de juiste kandidaat te plaatsen. Iemand die niet alleen de benodigde kennis en ervaring heeft, maar ook wat persoonlijkheid en instelling betreft de juiste match is, want alleen dan komt duurzame verbinding tot stand. Met onze bewezen methode en moderne tools vinden wij de juiste persoon voor de job.



EXECUTIVE SEARCH

In samenwerking met een team van gespecialiseerde researchers zoeken onze consultants gericht naar de beste matches voor onze opdrachtgevers. Goede krachten met een vaste baan zijn zelden op zoek naar iets nieuws, maar dankzij hun kennis en ervaring zijn zij juist de parels op de arbeidsmarkt. Met een persoonlijke benadering lukt het om hen aan tafel te krijgen.

Lees meer op pagina 39



DATAGEBRUIK EN RAPPORTAGES

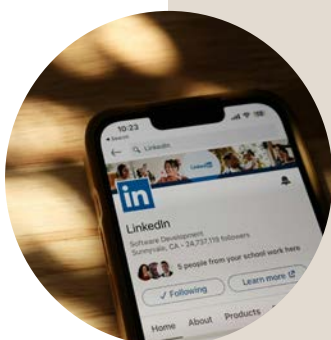
In de zoektocht naar de beste kandidaat voor een functie maakt Lakehouse gebruik van datasets. Door deze slim te benutten, kunnen wij heel fijnmazig zoeken naar talenten. Dankzij deze zorgvuldige aanpak vinden wij kandidaten die anders onder de radar zouden blijven. Onze opdrachtgevers blijven wekelijks op de hoogte van de progressie dankzij helder gevisualiseerde rapportages.

Lees meer op pagina 41



VACATURETEKSTEN

Specialisten en managers in de technische sector hebben de positie dat zij de banen voor het uitzoeken hebben. Dat vraagt om vacatures die eruit springen. Energieke, enthousiasmerende teksten die de unieke, aantrekkelijke aspecten van juist deze baan bij deze organisatie in de schijnwerpers zetten. Onze tekstschrijver schrijft teksten die kandidaten nieuwsgierig maken om in gesprek te gaan.



ONLINE MARKETING

Wij hebben een veelomvattende online marketingstrategie. Ons snelgroeende LinkedIn-kanaal met meer dan 2.700 volgers fungeert als belangrijk platform om bekendheid te geven aan vacatures. Ook maken wij voor elke vacature gebruik van online advertenties. De advertentiedoelgroep selecteren wij zorgvuldig, afgestemd op de functie-eisen, locatie en andere relevante criteria.



OFFLINE MARKETING

Op allerlei manieren zoeken en onderhouden wij contact met onze doelgroepen. Zo vind je ons regelmatig in de Cobouw, het vaktijdschrift voor de bouwsector. Ook bezoeken wij regelmatig congressen en beurzen, zoals PROVADA. Daarnaast publiceren wij jaarlijks ons eigen magazine met trends en praktijkverhalen uit de sectoren bouw, infra, installatietechniek, energie, industrie en vastgoed.



BRANDING VIDEO

Op onze website plaatsen wij een portfolio van jouw organisatie. Onderdeel daarvan is een brandingvideo. In deze korte, professionele video schetsen we een beeld van het bedrijf en de mensen die er werken. Kandidaten kunnen daardoor alvast de sfeer proeven en worden geënthousiasmeerd om te reageren op een vacature.



PERSOONLIJKE ASSESSMENTS

Op zoek naar een flexibele oplossing voor een capaciteitsprobleem? Dankzij ons uitgebreide netwerk vinden wij snel de zelfstandige professional voor jouw interim opdracht. Laat ons weten welk profiel je zoekt en ons researchteam gaat direct voor je aan de slag.

Lees meer op pagina 44



DIGITALE ASSESSMENTS

Een objectief beeld krijgen van de competenties en eigenschappen van kandidaten? Dat kan snel en eenvoudig door hen een digitaal assessment te laten maken. De uitslag daarvan helpt opdrachtgevers om met vertrouwen een beslissing te nemen. Als onderdeel van onze dienstverlening bieden wij twee digitale assessments aan voor elke vacature waarvoor wij werven.

Lees meer op pagina 45



ONBOARDING

Als extra dienstverlening bieden wij een onboardingtraject aan. Dit zorgt ervoor dat de nieuwe medewerker goed landt in de organisatie en de benodigde competenties ontwikkelt. Het onboardingtraject bestaat uit een ontwikkelassessment, 360 graden feedback, een of meer coachingsgesprekken en een persoonlijk ontwikkelplan.

Lees meer op pagina 46



INTERIM OPDRACHTEN

Op zoek naar een flexibele oplossing voor een capaciteitsprobleem? Dankzij ons uitgebreide netwerk vinden wij snel de zelfstandige professional voor jouw interim opdracht. Laat ons weten welk profiel je zoekt en ons researchteam gaat direct voor je aan de slag.

Lees meer op pagina 49





ONZE BEWEZEN
METHODE

EXECUTIVE SEARCH

Lakehouse gaat met executive search de diepte in om de parels op te duiken: de allerbeste matches voor onze opdrachtgevers. Dat kunnen mensen met een vaste baan zijn, die helemaal niet op zoek zijn naar iets nieuws. Ons speciale researchteam weet hen te vinden. Dankzij de ondersteuning van dit team kunnen de consultants van Lakehouse zich bovendien volledig concentreren op de opdrachtgever voor wie zij werven, en zo nog beter aan zijn of haar behoefte voldoen. Wat maakt de samenwerking van consultants en researchers zo effectief?

Specialisten met kennis van de arbeidsmarkt

Voor elke wervingsopdracht koppelen we een researcher aan een consultant. Zowel de consultants als de researchers zijn gespecialiseerd in een bepaalde branche. Hierdoor zijn zij goed op de hoogte van de functies in deze branche en hebben ze al een eigen pool van kandidaten die ze kunnen benaderen. Tegelijk profiteren ze van de kennis en contacten van hun collega's, dankzij een wekelijks teamoverleg.

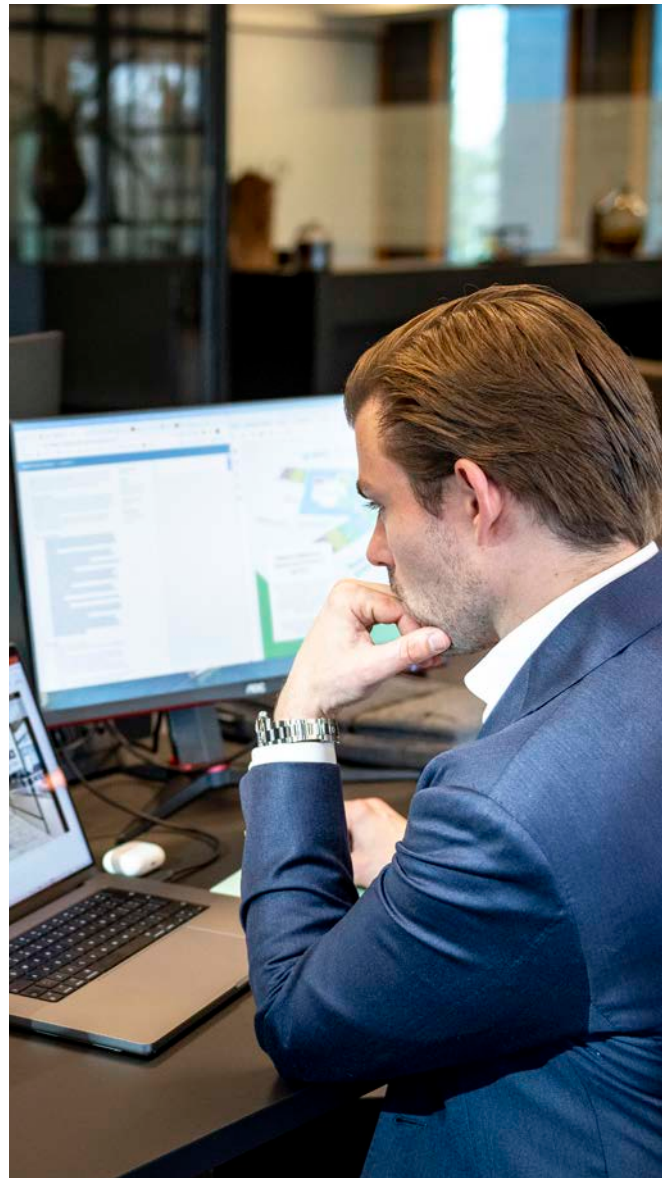
De researcher gaat met de consultant mee naar het intakegesprek met de opdrachtgever, om een goed beeld te krijgen van de organisatie, de functie-inhoud en hoe de ideale kandidaat eruitziet. Daarbij gaat het niet alleen om harde eisen, zoals opleiding en ervaring, maar ook om persoonlijke kwaliteiten. Iemand moet in het team passen. Als het profiel duidelijk is, kan de werving beginnen.

Marktanalyse

De researcher maakt om te beginnen een marktanalyse op basis van verschillende databronnen. Op pagina 41 lees je daar meer over. Het doel is om een eerste indruk te krijgen van de hoeveelheid kandidaten die in het profiel passen. Blijkt een zoekopdracht te weinig kandidaten op te leveren? Dan analyseert de researcher welke aanpassingen mogelijk zijn. Het kan bijvoorbeeld zijn dat de vereiste opleiding de bottleneck is, terwijl uit onze database blijkt dat er ook andere opleidingen zijn die de gewenste competenties opleveren. In overleg met de opdrachtgever kan de researcher in zo'n geval de zoekcriteria aanpassen om meer geschikte kandidaten te vinden.

Actief en latent zoekende kandidaten

Op basis van de vastgestelde zoekcriteria zoeken de researchers via LinkedIn Recruiter naar kandidaten. Die zoekactie levert zowel kandidaten op die openstaan voor een nieuwe baan als mensen die wel aan de criteria voldoen, maar niet op zoek zijn. Omdat de researchers zich volledig kunnen concentreren op werving en selectie, hebben zij tijd om niet alleen actief zoekende kandidaten te benaderen, maar ook latent zoekenden te polsen. Dat zijn mensen die nog niet van plan zijn om van baan te veranderen, maar die wel geïnteresseerd kunnen raken als het om de juiste functie bij het juiste bedrijf gaat. Met een persoonlijke benadering lukt het om deze mensen



Eerste selectie en overdracht

Elke week benadert de researcher nieuwe kandidaten voor een functie en stuurt hij of zij reminders naar degenen die nog niet reageerden. Met geïnteresseerden voert de researcher een telefonisch kennismakingsgesprek. Ze bespreken dan de functie en de organisatie en bekijken het cv van de kandidaat nog wat nauwkeuriger. Blijkt dan bijvoorbeeld dat die een training heeft gevolgd die interessant is voor deze functie, maar die nog niet op het cv staat? Dan voegen we die informatie toe aan het profiel. Als de researcher enthousiast is over een kandidaat, draagt hij of zij deze over aan de consultant, die een kennismakingsgesprek plant. De consultant gaat de diepte en stelt de beste kandidaten voor aan de opdrachtgever. Na afloop van het traject voeren de consultant en de researcher samen een evaluatie met de opdrachtgever. Dat helpt om volgende zoektochten nog effectiever te maken.

ZEER GERICHT
ZOEKEN NAAR TALENT

DATAGEBRUIK EN RAPPORTAGES



In de zoektocht naar de beste kandidaat voor een functie maakt Lakehouse gebruik van datasets. Door deze slim te benutten, kunnen wij heel fijnmazig zoeken naar talenten die niet alleen de juiste opleiding en ervaring hebben, maar ook wat arbeidsvoorwaarden en bedrijfscultuur betreft een potentiële match zijn.

Met een stofkam door de arbeidsmarkt

Per wervingsvraagstuk bekijken we welke databronnen we het best kunnen inzetten. Naast breed beschikbare bronnen zoals LinkedIn, zijn dat de data die we zelf via ons CRM-pakket hebben verzameld en databronnen waarop we een licentie hebben, met gegevens over bijvoorbeeld arbeidsvoorwaarden, opleidingen en organisatieomvang. Ook zien we waar de grootste populatie kandidaten voor een bepaalde functie zich geografisch bevindt, en bij welke bedrijven zij werken. Met slimme tools kunnen we op basis van deze data heel scherp bepalen op welke doelgroepen we onze campagnes richten. Ook gebruiken we het dataonderzoek om een longlist op te stellen van kandidaten die voldoen aan het gewenste profiel, om hen vervolgens te benaderen. We gaan dus met een stofkam door de arbeidsmarkt. Dankzij deze zorgvuldige aanpak vinden wij kandidaten die anders onder de radar zouden blijven. En daar kan maar net die ene persoon tussen zitten die de perfecte match is voor onze opdrachtgever!

Helder inzicht voor de opdrachtgever

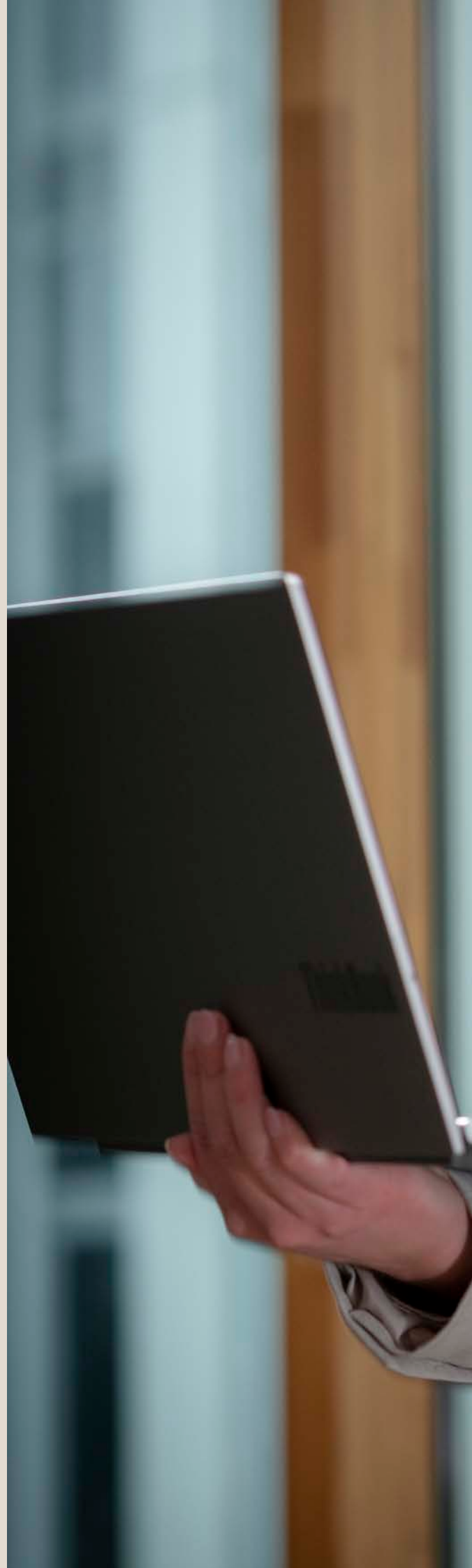
Tijdens het wervingstraject brengen we de opdrachtgever iedere vrijdag op de hoogte van de ontwikkelingen. Uiteraard gaan wij daarbij zorgvuldig om met alle gegevens, volgens de Nederlandse en Europese privacyregels. We visualiseren de data op een slimme en overzichtelijke manier, waardoor je als opdrachtgever direct een helder beeld hebt van de progressie. Wil je inzoomen? Dan klik je op een kandidaat voor gedetailleerde informatie.

In onze rapportages laten we zien welke kandidaten interesse hebben in de functie, welke kandidaten niet en wat de redenen zijn waarom die laatste groep niet geïnteresseerd is. Dat inzicht helpt opdrachtgevers om al snel in het traject bepaalde elementen aan te passen als dat nodig is, bijvoorbeeld het salaris of de mogelijkheid om een dag thuis te werken. Hierdoor kan de opdrachtgever zelf tussentijds invloed uitoefenen om bepaalde kandidaten alsnog te interesseren in de baan.

De toekomst van data-onderzoek

Artificiële intelligentie (AI) speelt in toenemende mate een rol in ons vakgebied. Die ontwikkelingen volgen we op de voet en passen we ook al toe. De data die wij verzamelen, kan AI analyseren op trends. Daardoor kunnen we deze gegevens nog doeltreffender gebruiken, en kunnen onze consultants nog meer persoonlijke aandacht schenken aan het benaderen van de beste kandidaten.

Met AI kunnen onze consultants nog meer persoonlijke aandacht schenken aan het benaderen van de beste kandidaten.





**Een grote waarde
voor het selectieproces**

DIGITALE ASSESSMENTS

Zien wij potentie in een kandidaat? Dan schrijven we voor de opdrachtgever een introductie op basis van zijn of haar cv en de gesprekken die we hebben gevoerd. Zo'n introductie geeft een goede eerste indruk. Maar wat zijn iemands drijfveren, competenties, intelligentieniveau en persoonlijkheid? Welke rollen passen het best bij hem of haar? Een digitaal assessment geeft daarvan een objectief beeld. Dat maakt het een handig selectiemiddel.

Prestatie en potentieel

De digitale assessments zijn gericht op prestatie en potentieel. Denk aan het vermogen om met verandering om te gaan, voorkeursrollen en in hoeverre iemand bij de bedrijfscultuur past. Ook een cognitietest maakt er deel van uit. Digitale assessments bieden daarmee inzichten die van grote waarde zijn voor het selectieproces. Het kost een kandidaat slechts een halfuur tot drie kwartier om dit assessment online te maken. We bespreken de uitkomsten met hem of haar en rapporteren de scores aan de opdrachtgever. voor deze assessments werken wij samen met LTP.

Met vertrouwen een beslissing nemen

Wij bieden twee digitale assessments aan voor elke vacature waarvoor wij werven. Dat is een vast onderdeel van onze dienstverlening. Als opdrachtgever bepaal je zelf in welke fase van het selectieproces je die inzet. Een populaire mogelijkheid is om de twee kandidaten die in de laatste ronde als beste uit de bus zijn gekomen, een digitaal assessment te laten maken. Op basis van de uitslag kun je met vertrouwen een beslissing nemen.



Tip: Meer kandidaten een digitaal assessment laten maken? Dat kan ook! Je kunt extra digitale assessments bij ons inkopen.

Extra service: DISC-analyse

Een andere handige keuzehulp is een DISC-analyse, waarmee we de gedragsstijl van een kandidaat in kaart brengen. Hier hangt een kleiner prijskaartje aan, waardoor deze methode aantrekkelijk is om een grotere selectie kandidaten met elkaar te vergelijken. Je kunt een DISC-analyse als extra dienst bij ons afnemen.

PERSOONLIJKE ASSESSMENTS

Lakehouse gaat met executive search de diepte in om de parels op te duiken: de allerbeste matches voor onze opdrachtgevers. Dat kunnen mensen met een vaste baan zijn, die helemaal niet op zoek zijn naar iets nieuws. Ons speciale researchteam weet hen te vinden. Dankzij de ondersteuning van dit team kunnen de consultants van Lakehouse zich bovendien volledig concentreren op de opdrachtgever voor wie zij werven, en zo nog beter aan zijn of haar behoefte voldoen. Wat maakt de samenwerking van consultants en researchers zo effectief?



Meetlat én handvatten voor verdere ontwikkeling

Voor elk assessment bekijkt de assessor welke competenties er in het algemeen nodig zijn voor de positie. Ook vraagt hij of zij in een intakegesprek naar de specifieke behoeften van jouw organisatie en uitdagingen die zich daar voordoen. De kandidaat zelf mag aangeven wat die uit het assessment wil halen. Want het is wel een toets, maar de deelnemer wordt niet alleen langs de meetlat gelegd. Het assessment is er ook om de kandidaat handvatten te geven voor verdere ontwikkeling.

Inhoud van het persoonlijke assessment

Met de informatie uit de intake maakt de assessor een assessmentprogramma op maat. De basis daarvan is een criteriumgericht interview over de beheersing van de competenties. Daarnaast moet de kandidaat ten minste één casus uitwerken of presentatie houden en drie rollenspellen spelen met een trainingsacteur. Voor die rollenspellen lever jij de input. Wil je bijvoorbeeld weten hoe iemand onder stress functioneert, of hoe iemand een slecht-nieuwsgesprek voert? Voor elke gewenste situatie ontwikkelen we een script.

Verder maakt de kandidaat een aantal tests over persoonlijkheidskenmerken en bij hogere posities ook een IQ-test. Het assessment eindigt met een reflectieoefening. Deze onderdelen samen maken duidelijk in hoeverre de kandidaat de competenties en eigenschappen heeft die nodig zijn voor de nieuwe rol. Ook krijgt hij of zij advies voor verdere ontwikkeling.



VOOR EEN ZACHTE LANDING
IN DE ORGANISATIE

EXTRA SERVICE: ONBOARDING

Om te bevorderen dat een talent volledig tot bloei komt in de nieuwe functie, kun je kiezen voor extra ondersteuning in de vorm van een onboardingtraject. Dat bestaat uit vier onderdelen: 1. een ontwikkelassessment; 2. 360 graden feedback; 3. een of meer coachingsgesprekken; 4. een persoonlijk ontwikkelplan.

Kies je voor dit complete onboardingtraject? Dan bieden wij zes maanden garantie op de plaatsing van de kandidaat. Je kunt de onderdelen ook als losse diensten afnemen.



Ontwikkelassessment

Tijdens het ontwikkelassessment toetsen wij in hoeverre de kandidaat de benodigde competenties al heeft. In een ontwikkeladvies leggen we vast welke vaardigheden jouw nieuwe medewerker nog kan verbeteren om op het gewenste niveau te presteren.

360 graden feedback

We laten collega's een feedbacklijst invullen over de nieuwe medewerker. Op basis van de feedback geven we ontwikkeladviezen. Hiermee kan de medewerker de regie nemen over zijn of haar eigen carrière.

Coachingsgesprek

In een coachingsgesprek kijken we naar de persoon, de rol en de omgeving. Het doel is om niet alleen de productiviteit en efficiëntie van de medewerker te verbeteren, maar ook de wendbaarheid, weerbaarheid en autonomie.

Persoonlijk ontwikkelplan

Na zes tot negen maanden vult de nieuwe medewerker een digitaal werkboek in, doet hij of zij een zelfassessment en voert een coachingsgesprek. De resultaten gebruiken wij om een plan voor verdere ontwikkeling op te stellen. Een goede manier om de medewerker aan je organisatie te binden!





EEN PROFESSIONAL
DIE KLAARSTAAT

INTERIM OPDRACHTEN

Ben je op zoek naar een manager voor een afgebakend project? Heb je snel een technisch expert nodig? Of een tijdelijke vervanger wegens ziekte of zwangerschapsverlof? Dan is het fijn als er een professional klaarstaat met verstand van zaken, die direct aan de slag kan. Dankzij ons uitgebreide netwerk en ons ervaren researchteam vinden wij in no time de zelfstandige professional voor jouw interim opdracht.

Zo werkt het

1. Stuur ons een beschrijving van de interim opdracht en het gewenste profiel van de kandidaat.
2. Ons researchteam gaat op zoek naar geschikte kandidaten.
3. Met de kandidaten die interesse hebben in de interim opdracht voeren wij een eerste gesprek.
4. De beste potentiële matches stellen we aan je voor.
5. Jij bepaalt welke kandidaat je inschakelt voor de interim opdracht.

We zoeken net zo lang door tot we de juiste match voor je hebben gevonden.

A photograph of a social event. In the foreground, a dark glass bottle of Piper champagne stands next to a tall flute glass filled with bubbly champagne. The bottle has a red label and a foil-wrapped neck with 'PIPER' printed on it. The background is softly blurred, showing several people in formal attire, including a man in a tuxedo and a woman, suggesting a high-end event. A dark grey diagonal shape cuts across the bottom right corner, serving as a background for the text.

Event voor klanten



NAJAAR 2024

Verbinding zorgt voor energie tussen mensen. Wij blijven dus graag in contact met onze klanten. En we vinden het mooi om nieuwe verbindingen tot stand te brengen. Daarom organiseren we voor onze klanten in het najaar van 2024 een evenement met interessante sprekers. Tijdens de afsluitende borrel is er volop gelegenheid om te netwerken en nieuwe connecties te maken met vakgenoten of potentiële nieuwe partners uit andere branches.

HOUD ONZE SOCIALS IN DE GATEN VOOR UPDATES

Wij zijn er om je te helpen!

Neem contact met ons op

Krijg je die ene belangrijke vacature maar niet vervuld?
Ben je op zoek naar een partner in werving en selectie?
Of wil je advies? Neem vrijblijvend contact met ons op.
Je bent altijd welkom om kennis te maken en te ontdekken hoe we jouw organisatie kunnen ondersteunen.

E-mail	info@lakehouse.nl
Telefoon	085 073 70 70
Adres	Tielweg 16 2803 PK Gouda
Website	www.lakehouse.nl





creating the future by connecting people • creating the future by connecting people • cr
the future by connecting people • creating the future by connecting people • cr
future by connecting people • creating the future by connecting people • cr

