



I-Diverso

INCLUSIEF WERVEN EN SELECTEREN

Wil je meer weten over succesvolle werving en selectie van nieuwe medewerkers op een diverse werkvloer? Wij geven je graag uitgebreid advies!

Inhoud

INCLUSIEVE VISIES

Pagina's 3-11

GLASHELDERE VACATURES

Pagina's 11-27

VERRASSENDE VERWERVINGSKANALEN

Pagina's 27-31

TOEGANKELIJKE SOLLICITATIETRAJECTEN

Pagina's 31-44

1. Hoe pakt jouw bedrijf de selectieprocedure aan?

Zeer grondig, op zoek naar het puzzelstuk dat perfect past. Of eerder open voor een breed publiek waarbij opleiding en extra ondersteuning nodig is?

Dit gaat over kiezen voor de witte raaf of de bonte specht. Op zoek gaan naar een bonte specht betekent de bedrijfsdeuren openen voor mensen die niet het verwachte profiel hebben. Denk maar aan:

- Andere culturen
- (Hooggeschoolde) anderstaligen
- Laag opgeleiden
- Ouderen
- Arbeidsbeperkingen
- Armoede
- Gat van x jaar in het CV
- Geen blanco gedrag en zeden
- ...

Daarom is het belangrijk om te weten wie je binnenhaalt.

Wie bekend is met totem termen weet dat net die specht opgewekt is van aard. Hij is enthousiast om zijn of haar functie goed te vervullen.

De bonte specht biedt, met ondersteuning, dus ook meerwaarde.

Het is die gedachtegang die door de hele organisatie gedragen moeten worden: iedereen heeft potentieel ongeacht de stempel waarmee hij loopt.



2. Hoe een inclusieve organisatiecultuur opbouwen?

2.1. Inleiding

Tijdens sollicitatiegesprekken komt al eens de vraag naar boven waar je jezelf binnen 5 jaar ziet. Niet zo evident om te beantwoorden, ook niet voor bedrijven. Wat brengt de volgende 5 jaar?

Wel, het bedrijf van de toekomst ziet er gegarandeerd anders uit.

Bedrijven beseffen steeds meer dat meerwaardecreatie maar kan door geëngageerde medewerkers. We willen geen SNIFO's (Staat Niet In mijn FunctieOmschrijving), toch? Ofwel personeel dat uitsluitend doet wat de functieomschrijving voorschrijft zonder voeling te hebben met het bedrijf, de organisatie.

Daarom onze oproep: Durf het functiedenken te doorbreken en te kijken naar competenties die echt nodig zijn.

Inclusie wordt hierbij de te verwachten rode draad. Wat telt binnen bedrijven is niet langer alleen 'human doing', maar vooral 'human being'. Het gaat over durven stilstaan bij de diverse (werk)krachten van je organisatie.

Het doel is intern ondernemerschap ofwel medewerkers ten volle inzetten voor de ontwikkeling van creatieve bedrijven.



2.2 Wat valt er te winnen bij inclusie?

Streven naar een inclusie betekent surfen op de MVO oceaan. Organisaties die maatschappelijk verantwoord ondernemen, worden gezien als belangrijke hefboom voor maatschappelijke evoluties.

Inclusieve organisaties blinken uit in betrokkenheid, talentwerking, kwaliteitsverbetering... bottom line verhoging van de productiviteit.

Financieel kunnen zij worden gesteund door doelgroepverminderingen voor werken met prioritaire kansengroepen (jongeren – ouderen – arbeidshandicap)

Het brengt dus tal van **voordelen** voor je organisatie zowel op financieel als op sociaal vlak.

Een greep uit de voordelen die collega-ondernemers noemen:

1. Loyaal personeel
2. Betere werksfeer en minder ziekteverzuim
3. Professionals binnen uw organisatie kunnen zich focussen op kerntaken of extra tijd steken in nieuwe taken als R&D
4. Daardoor gaat het rendement van uw bedrijf omhoog
5. Meer aandacht voor werknemers uit de doelgroep zorgt ook voor betere communicatie in de gehele onderneming
6. Inclusief ondernemen is goed voor uw imago en goodwill van klanten.
7. Sneller vacatures invullen doordat de vijver waaruit gevist wordt groter is.
8. Inspelen op klantbehoefte door het inzetten van talenten van mensen met een beperking. Zo kunnen mensen met autisme bijvoorbeeld lang doorwerken, patronen herkennen, analyses maken.
9. Er zijn verschillende ondersteuningsmiddelen, zowel financiële tegemoetkomingen als begeleiding.
10. Bijdragen aan de groei van mensen door hen mogelijkheden te bieden zich te ontwikkelen.



2.3 Een goede voorbereiding is het halve werk

2.3.1 Inleiding

Om te kijken of een werkvloer toegankelijk is voor diversiteit en inclusie, is een goede analyse van de organisatie nodig:

- Welke vooroordelen leven er en hoe gaat men ermee om?
- Zijn er ambassadeurs die de cultuur mee kunnen uitdragen?
- Is externe hulp nodig voor ondersteuning van het management of de medewerkers?

Haal hiervoor de foto's in je naar boven. Zorg voor een foto van de organisatie. Betrek bij de ontwikkeling al de medewerkers.

Het is in samenspraak dat een negatief omgezet naar een positief beeld.



2.3.2 Leg vooroordelen bloot

Inclusief ondernemen vraagt om een andere bril. Eentje die helpt zien dat communicatie de start is van winstvolle bedrijvigheid. Het is belangrijk om te luisteren naar én te communiceren met elk niveau: organisatie, team en medewerkers. Het is nodig om eventuele vooroordelen uit de weg te vegen.

'Inclusief aanwerven' betekent immers 'exclusief' vooroordelen voor kwetsbare doelgroepen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Pas als er begrip is voor verschillen, kan er van gedragenheid sprake zijn.

- Zo is communicatie met medewerkers met een migratieachtergrond best mogelijk en hoeft dit geen afknapper te zijn voor klanten.
- Zo zijn medewerkers met een handicap niet per se hulpbehoevend.
- Zo hoeft een CV met een vreemde naam niet langs de sollicitatiestapel te vallen.
- Zo is 'boven de 50 jaar' niet de definitie voor 'rustig aan het uitbollen'.

Deze vooroordelen zijn niet met de hamer weg te slaan, maar zoetjesaan te counteren door open te staan voor alle emoties.

Gun je medewerkers tijd om open te staan voor verandering. Anders trekt de muur van onbegrip ongetwijfeld snel op. Draagvlak creëren doe je door kleine stappen te nemen en te kijken waar er nog knelpunten schuilen.



2.3.3 Zorg voor draagvlak

De eerste stap richting draagvlak vertrekt vanuit de leidinggevenden en verantwoordelijken.

Het vraagt om een attitude van leidinggevenden die staat voor: **openheid, vertrouwen, werken op evenwichts- en spanningsvelden, weloverwogen omgaan met kritiek.**

Er dient uitgeklaard te worden wat de gevolgen voor medewerkers zijn van de inclusieve aanwerving. En hoe de samenwerking met een medewerker uit de doelgroep kan aangepakt worden.

Antwoorden op deze vragen kunnen al geboden worden door positieve ervaringen en successen uit de organisaties te delen. Voor extra overtuigings- en draagkracht kan je ambassadeurs mobiliseren. Is er een collega die bewust of onbewust een trekkersrol heeft? Denk na over welke personen binnen je organisatie veel invloed uitoefenen op zijn of haar collega's.

Stel een sterk team samen die de verandering kunnen trekken: waar zitten binnen jouw organisatie de mensgerichte werknemers en leidinggevenden?
Waar zitten die personen die de visie eensgezind en consequent kunnen delen?

Wanneer er draagvlak is, komt dat het arbeidsmarktimago van je organisatie ten goede. Het brengt een ambitieuze en bewuste cultuur binnen de organisatie teweeg.



2.3.4 Zorg voor versterking

2.3.4.1 Externe hulp

Ook al is er toegankelijkheid voor een brede doelgroep. De extra tijdinvestering kan toch nog weerhouden om een inclusieve aanwerving aan te gaan.

Weet dat er job- en taalcoaches zijn die ondersteunen voor een vlotte en snelle integratie van de nieuwe medewerker. Taalcoaches helpen specifiek anderstaligen te begrijpen. Ze denken ook mee met de organisatie om verschillende documenten toegankelijker te maken. Denk maar aan het laagdrempeliger maken van werkinstructies.

2.3.4.2 Interne hulp

Voor informele begeleiding is er ook de optie om eigen personeelsleden op te leiden tot mentor. De kans dat een nieuwe medewerker succesvol participeert, groeit aanzienlijk wanneer hij of zij wordt ondersteund door een naaste collega. Het voordeel hier is niet alleen sociaal, maar ook financieel. Want bedrijven mogen ook rekenen op een RSZ-korting. Dat is een vermindering tot 800 euro op de werkgeversbijdragen die je voor de mentor moet betalen.

In dezelfde lijn ligt de inzet van een collega die fungeert als interne taalcoach. Hij stimuleert de communicatie tussen de nieuwe medewerker en collega's/ de organisatie. Hij staat bij in het leren van het Nederlands op de werkvloer.



2.3.5 Conclusie

Met de neuzen in dezelfde richting, is iedereen klaar voor veranderingen die doorgevoerd wordt. Zoals het aanwerven van een diverse collega.

Deel dus van in het begin dat de organisatie openstaat voor diversiteit. Diversiteit betekent als organisatie gebruik kunnen maken van een grote verscheidenheid in kennis, ideeën en ervaringen = TROEF!

Deel dit al in de missie en visie. Zodat geen enkele werknemer voor voldongen feiten komt te staan. Een duidelijke missie/visie is trouwens de kapstok voor alle leidinggevenden binnen het bedrijf.



3. Is een vacature nodig?

3.1 Is er een interne kandidaat?

Belangrijk is om je in de eerste plaats af te vragen of een nieuwe aanwerving absoluut nodig is. Stel je eerst de vraag of:

- Eén van de huidige medewerkers de job aan kan of
- een interne verschuiving leidt tot invulling van het openstaande takenpakket.

Doorgroeimogelijkheden voor huidige werknemers zorgen voor een nieuwe dynamiek binnen de organisatie. Het daagt medewerkers uit volgens het zalmpincipe.

Dit principe vertrekt vanuit een functie op niveau van de medewerker. Om geleidelijk aan door te stromen naar een groeitraject met toenemende complexiteit in taken en verantwoordelijkheden.

De eenvoudige taken die trapsgewijs te veel worden, kunnen samen een nieuw takenpakket vormen. In dit kader is inclusief jobdesign een mogelijke denkpiste:

3.1.1 Inclusief jobdesign

Hoe kan je meerwaarde creëren? Kritisch. Door op een andere manier naar het bestaande werk in het bedrijf te kijken.

Met inclusief jobdesign is het de bedoeling om eenvoudige, ondersteunende taken te scheiden van complexe werkzaamheden en te bundelen tot een makkelijk in te vullen functie.

Gespecialiseerd personeel kan op die manier 'ontlast' worden en zich beter focussen op hun kerntaken, terwijl de nieuwe functie prima geschikt is voor werknemers die niet gemakkelijk mee kunnen in complexe werkprocessen.

Wil je jouw verdiepen in inclusief jobdesign?

www.inclusiefjobdesign.be



3.2 Is werkplekleren een optie?

Geloof je als organisatie in leren op de werkvloer? Dan kan je op die werkvloer kennis maken met een potentiële medewerker en hem/haar opleiden door beroepstechnische en/of persoonlijke competenties aan te leren.

Er zijn verschillende stagevormen, met al dan niet een aanwervingsplicht. Hieronder vind je het overzicht van 2021. Voor de nieuwste mogelijkheden kan je terecht bij VDAB: <https://werkgevers.vdab.be/werkgevers/werkplekleren>

	DUUR	VERGOEDING	AANWERVING VERPLICHT?	DOEL
Beroepsverkennde stage	max. 4 weken	Kosteloos	NEE	Kennismaking + oriënterend
Werkervaringsstage	max. 6 maanden	Kosteloos	NEE	Versterken generieke competenties
Beroepsinlevingsstage	min. 3 en max. 6 maanden	796,90 euro per maand (voltijds)	NEE	Versterken job-competenties + werkervaring
IBO	Max. 6 maanden	Premie is afhankelijk van toekomstig loon	JA (bij positieve evaluatie)	Opleiding op maat van de werknemer met oog op duurzame samenwerking
K-IBO	idem	Kosteloos	idem	Intensievere opleiding

Zie je door de stagemogelijkheden het bos niet meer? Ook de Werkplekarchitecten (<https://www.dewerkplekarchitecten.be/contact>) kunnen je helpen om de meest interessante vormen uit te zoeken.



3.2 Is werkplekleren een optie?

De vrees voor een lagere productiviteit binnen een team, kan je weerhouden voor werkplekleren. Laat je echter niet in de valkuil van vooroordelen vallen. Werknemers met een afstand tot de arbeidsmarkt kunnen productief zijn en rendabel binnen een team.

De tabel op de vorige pagina toont dat medewerker niet alleen maar geld kost. Wat misschien de eerste gedachte is. Bepaalde stagevormen zijn kosteloos, en steeds is er begeleiding van een werkplekarchitect.

Ze treden op als contactpersoon om:

- te informeren over werkplekleren.
- kandidaten voor te stellen voor een werkplekstage.
- werkgever en werknemer te begeleiden tijdens het stagetraject.
- Een opleidingsplan op te stellen...

Een werkplekarchitect zorgt mee voor de warme welkom die de stagiair motiveert. Een goed onthaal is dan ook belangrijk van de beste samenwerking. In een volgend e-book helpen we je wegwijs te maken in een goed onthaalbeleid.



4. Schuilt er visie in je vacature?

Alle organisaties willen voor een snelle invulling gaan. Maar wil je ook voor een doeltreffende vacature gaan? Stuur dan niet zomaar een vacature de deur uit. Neem de tijd om een vacature op te stellen en de sollicitatie te organiseren. Het verloop ervan draagt bij aan het verhaal dat je als organisatie wil overbrengen. De hele bedrijfsvisie moet weerspiegelt worden in de vacature.

Ga voor een duidelijke profilering van je bedrijf. Dit voorkomt sollicitanten die niet wensen te werken in bepaalde sectoren of zich niet kunnen vinden in de bedrijfscultuur.



5. Hoe een aantrekkelijke vacature maken?

5.1 Schep duidelijkheid

Zeg in de vacature waar het op staat. Je hoeft geen zoete broodjes te verkopen. Of toch? Onderstaande vacature die we vonden, schets kort en bondig wie men zoekt.

Wat helaas ook direct opvalt, is dat deze bakkerij niet openstaat voor medewerkers die het Nederlands minder machtig zijn. We willen hier graag aanmoedigen om de focus niet te fel op taal te leggen. Dit is met behulp van job-en taalcoaching specifiek voor de werkvloer aan te leren. Klantvriendelijkheid daarentegen zit ingebakken in de persoonlijke houding.



Bakkerij Meuris
werft aan:

een voltijdse winkelbediende (m/v)

Wij vragen:

- klantvriendelijke houding
- goede kennis van het Nederlands

Wij bieden:

vast contract (38u), goed loon en aangename werksfeer.

Plaats van tewerkstelling:

9000 Gent
(gemakkelijk bereikbaar met bus & tram)

Gelieve contact op te nemen met



Een duidelijke vacature vermijdt dat:

- een kandidaat na enkele maanden moet toegeven dat hij andere verwachtingen heeft.
- een kandidaten vroegtijdig afziet van de vacature terwijl hij of zij toch over de nodige competenties beschikt.

Daarom zijn eenvoudige verwoordingen in een duidelijke lay-out belangrijk. Zo bereik je een schat aan kandidaten: anderstaligen, mensen met een beperking, ...

Wees kritisch na het opstellen van de vacature: Wat vind je goed? Wat vind je minder? Wie denk je dat er bereikt wordt? Waar zouden drempels voor het doelpubliek kunnen liggen?



5.2 Bereid goed voor

Om een wervende vacature op te stellen, is een goede voorbereiding noodzakelijk. Het gaat over grondig aftoetsen wat van de kandidaat verwacht wordt en waar de organisatie extra inspanningen zal doen. Hierbij wordt gedacht aan opleiding op de werkvloer, job-en taalcoaching, mentorschap...

Job

- Taken
- Arbeidsomstandigheden

Vaardigheden

- Welke startcompetenties zijn onmisbaar voor de job?
- Welke competenties kunnen aangeleerd worden tijdens de job?
- Zijn er specifieke opleidingen of attesten nodig?

Verloning en andere vergoedingen/voordelen

- Glijdende werkuren
- Maaltijdscheques
- Verlofmogelijkheden
- Zijn er doorgroeimogelijkheden?

Onboarding

- Hoe lang duurt de inwerkperiode? Hoe wordt deze ingevuld?
- Wordt er bij aanwerving een peter of meter aangeduid?

Betrokkenen

- Wie zal betrokken zijn bij de werving en selectie?
- Wie is de contactpersoon voor deze vacature?

Bijzonderheden

- Zijn er bijzonderheden waar de organisatie aan tegemoet komt? Bijvoorbeeld werkvloeraanpassingen, taalondersteuning voor laagtaalkundige medewerkers,...



5.3 Maak vacatures exclusief

Je zoekt niet zomaar iemand. Je zoekt die ene persoon met potentieel voor de job en jouw organisatie. Deze persoon verdient jouw volledige aandacht.

5.3.1 Inleiding organisatie

Na een korte blik op VDAB blijkt dat een aantal organisaties direct to-the-point komen in de functieomschrijving.

Toch raden we aan te starten met een korte voorstelling, naast de functieomschrijving. Deze bezorgt de werkzoekende een eerste indruk van je organisatie.

Vertel waar je organisatie voor staat in een regel of zes. Neem dat vertellen letterlijk.

Schrijf zoals je het zou verwoorden aan een vriend. Zo schrijf je voor een brede doelgroep (bv. anderstaligen, mensen met een beperking,...).

Deel niet alleen je kernactiviteit, maar ook jouw bijdrage/betekenis in het ondernemerslandschap en de maatschappij.

Een inspirerende voorbeeld dat we vonden:

X is een West-Vlaamse KMO in Rumbeke die jaarlijks 1,5 miljoen gebruikte stalen vaten ophaalt. Met onze 140 medewerkers geven we deze vaten een nieuw leven voor hergebruik. Niet herbruikbare vaten worden op een verantwoorde manier gerecycleerd. Ons onderhoudsteam zoekt ter versterking van het team een polyvalent productiewerker. Je komt in een productie-omgeving terecht waarin je diverse taken aanleert, zoals:



5.3.2 Functietitel

Zoek je een Maes medewerker of een Maester? Al in de functietitel kan je laten uitschijnen wat voor een toffe organisatie je bent!

Zorg er in elk geval voor dat de naam van de functie de inhoud van de job dekt. Een poetsmedewerker is geen interieur verzorger. Hoewel hij of zij uiteraard wel zorg draagt voor het interieur.

Gebruik geen moeilijke Engelse woorden en houdt het genderneutraal. Een verpleegkundige omvat de verpleger die zo graag verpleegster wil worden.

TIP: Vergeet bij de titel niet te vermelden of het over een voltijdse of deeltijdse functie gaat.



5.3.3 Functieomschrijving

Omschrijven wat de medewerker in detail moet doen, is geen makkie. Maar het is wel een aanrader hierover eerlijk te zijn. Omschrijf de job in zijn ware aard. Zo bouw je vertrouwen op. Ook hier: doe het in gemakkelijke taal.

Het is niet nodig om met functietechnische termen te goochelen. Het lijkt interessant, toch pak je er niet mee uit. De kandidaat kan er zich niets bij voorstellen. Zo lijkt 'catering' het proces van koken tot opdienen te omvatten. Terwijl het misschien voornamelijk over 'opdienen' gaat.

Hieruit vloeit ook het belang van concrete afbakening van taken. Toon het belang van die taken. Een poetsman en -vrouw zorgen bijvoorbeeld voor een gezond kantoor.

Kader in welk team en afdeling de kandidaat terecht komt. Het is de eerste stap richting een warm/welkom gevoel.

Maak dat de toekomstige medewerker geactiveerd wordt na het lezen van de omschrijving. *Je geeft glans aan de werkvloeren in plaats van je zal de werkvloeren schoonmaken.*

Supporter met actieve zinnen en vermijd clichés. Wist je dat 20% van de Indeed vacatures gericht is naar enthousiaste kandidaten? Om nog maar over de 'flexibele', 'gedreven' en 'gepassioneerde' gezochte profielen te zwijgen.

Gebruik liever accurate omschrijvingen. Flexibiliteit, dat is werken in diverse ploegen op diverse plaatsen met een wisselend takenpakket.



5.4 Maak vacatures inclusief

Stel je bij het opstellen van een vacature open voor een brede groep pool van kandidaten. Iedereen heeft groeimogelijkheden in zich. Hoe je als bedrijf/organisatie omgaat met competenties, bepaalt hoe je omgaat met werving en selectie en vice versa.

5.4.1 Competentieprofiel

Een competentieprofiel gaat niet enkel over vaardigheden. Hier pols je of de unieke persoonlijkheid van de kandidaat verenigbaar is met je organisatie.

Om de juiste klik te maken, kan je beroep doen op de beroepenfiches van VDAB voor sprekende omschrijvingen: <https://competent.vdab.be/competent/>

5.4.1.1 Werkattitude

Focus niet alleen op kwalificaties en diploma's. De werkattitude geeft bijvoorbeeld veel prijs over de motivatie van een persoon. De aard van het beestje is moeilijker te veranderen dan dat technische competenties aan te leren zijn.

Zo vonden we bij een openstaande vacature een enthousiasmerende intro die vertrekt vanuit werkgoesting:

"In de eerste plaats zijn we op zoek naar mensen met talent én goesting. Goesting om te leren, goesting om mee te bouwen en goesting om er voluit voor te gaan." (Cmore)



5.4.1.2 Mate van ervaring

Vaardigheden kunnen ten allen tijden ontwikkeld worden. Vermeld duidelijk wat bij de start vereist is en waar de toekomstige medewerker nog in kan leren: *"ervaring is geen must. De knepen van het vak leer je gaandeweg bij X"*

Die mogelijkheid tot leren, is ineens ook een troef van je organisatie. Voor starters kan interne opleiding, samenwerking, coaching,... een trigger zijn. Terwijl een kandidaat met meer ervaring meerwaarde vindt in carrière mogelijkheden, aandacht voor balans tussen privé en werk, mogelijkheid van aanpassingen/hulpmiddelen,...

5.4.1.3 Niveau van het Nederlands

Stel ook het niveau van Nederlands in vraag. Welke kennis is exact vereist?

Taal op productiewerkvloeren, voor uitvoerende profielen, zou geen issue meer mogen zijn.

Om organisaties hierbij te ondersteunen, is er het aanbod van onder andere job-en taalcoaching. Een taalcoach voorziet ondersteuning op de werkvloer voor zowel de nieuwe werknemer, als de leidinggevende en de afdeling. In veel gevallen is deze ondersteuning kosteloos.

Daarnaast helpt de taalcoach om een laagtaalvaardige werkomgeving te creëren door bijvoorbeeld werkinstructies aan te passen, een koelkastfiche op te stellen of de onthaalbrochure laagtaalvaardig te maken, ...



5.5 Maak vacatures sprekend

- Schrijf zoals je vertelt: Actief, in korte verwoordingen zonder afkorting. Ja echt: je woorden zijn geteld.

Er wordt van je verwacht dat je klantvriendelijk bent. --> Je bent vriendelijk voor klanten.

- Een vacature springt eruit in zijn eenvoud. Je bereikt het juiste niveau als de omschrijvingen voor iedereen begrijpbaar zijn. We serveren je enkele transparante woorden. Ze klinken gelijkaardig in verschillende talen:

- Contact opnemen contacteren
- Bellen telefoneren
- Afdeling departement
- Getuigschrift attest
- Gesprek conversatie

- Geef goesting met een vleugje humor doorheen de vacature. Hoe meer je afwijkt van saaie bedrijfstaal, hoe toegankelijker je wordt. Ook voor iemand die al lang niet meer solliciteerde.

Zo betekend werken bij een Nederlands e-commercebedrijf 'je zwarte band in klanten blijmaken halen.'

- Verlies je creativiteit niet in beeldspraak. Je bereikt er maar een beperkte groep mee. Maak het vooral alledaags, ook al schrijf je niet elke dag een vacature uit.

'Bruggenbouwer' is zo'n beeldspraak woordje. Waarschijnlijk zoek je geen ingenieur, maar iemand die teamgericht en behulpzaam is. Ook een creatieve duizendpoot heeft te veel poten, euh noten, op zijn zang. Houd het simpel met 'We zoeken een creatief persoon.'

- Gebruik instructies die de job duidelijk omschrijven. Zoals:

- Je helpt de kok bij voorbereiding in de keuken. Je volgt zijn instructies op;
- Je wast, schilt, kookt groenten en fruit;
- Je bereidt sauzen, soepen, voor- en nagerechten, salades en garnituren.

Op die manier krijgt de kandidaat een juist beeld van de job. In dit geval keukenmedewerker.

- Zorg dat een kandidaat weet wie hij kan contacteren bij vragen of bedenkingen. Opnieuw verhoogt dit de toegankelijkheid van de vacature.

- Nodig hartelijk uit tot sollicitatie, ongeacht achtergrond:

"Voor X zijn gelijke kansen belangrijk. Wij selecteren mensen op hun kwaliteiten niet op hun afkomst, leeftijd of handicap".



5.6 Maak vacatures sociaal

5.6.1 Openlijk divers

Toon dat de organisatie openstaat voor diversiteit in de breedste zin. Geef dit met een specifieke formulering weer: *'Onze teams staan sterk door de kwaliteiten van elke medewerker. De kracht van onze dienstverlening is de diversiteit van onze teams. Daarom voeren wij een actief diversiteitsbeleid.'*

5.6.2 Met de glimlach

Ook al staat een vacature op een simpel A4'tje. Toch kan je erin laten uitschijnen hoe blij je met een nieuwe medewerker bent. Omarm hem of haar nu al in je team. Toon dat team met een leuke groepsfoto. Het geeft de nieuwsgierige kandidaat een beeld waar hij terecht komt.

En oké, eerste indrukken tellen niet. Toch vertelt een glimlachende groep veel. Het stelt gerust en zorgt voor een samenhangingsgevoel. *'Daar wil ik bijhoren!'*

5.6.3 Per postbus. Per trein

Sociaal betekend ook: voor iedereen. Houd er rekening mee dat niet iedereen zijn of haar cv digitaal kan indienen. Geef de mogelijkheid van verzenden per post mee. Vermeld de uiterste sollicitatiedatum in de vacature. Want de verzending per post vraagt meer tijd dan via het internet.

We zijn ook niet allemaal reizigers. Zowel in een fiets-, openbaar vervoers- of autorit kan het eerste "stresske" al opborrelen. Vermeld daarom duidelijk hoe de kandidaat op de sollicitatie- en werkplaats geraakt. Probeer dit eventueel visueel te doen aan de hand van een kaartje of duidelijke routebeschrijving.



5.6.4 In vorm

Vormgeving refereert naar de leesbaarheid van de vacature. Het begint al bij het lettertype. Een grafisch vormgever valt ongetwijfeld over het lettertype 'comic sans'. Not done!

Een anderstalige voelt zich het meest vertrouwd met een eenvoudig lettertype als **Arial**, **Verdana** of **Calibri**. Liefst in minstens lettergrootte 11 voor optimale leesbaarheid.

Vermijd hoofdletters. Dat is stilzwijgend schreeuwen. Als je iets wil benadrukken, gaat vet boven onderlijnen. Gebruik cijfers, splits telefoonnummers en schrijf data voluit. Op 17 juni 2020 kreeg voorgaande zijn vorm.

Durf in de vacature illustraties of foto's, pictogrammen en symbolen te plaatsen. Door een goed gekozen foto of symbool weet de kandidaat sneller waarover een tekstdeel gaat.

Maak die tekstdelen of alinea's kort. Het geeft de lezer per deeltje de tijd om even na te denken.

Denk daarnaast ook goed na over welke boodschap je in een alinea stopt. Zie je een dubbele boodschap staan? Splits de nieuwe informatie op in een nieuwe alinea.

Niet alleen moet de vacature er goed uitzien. Er moet ook duidelijk uit blijken hoe de verdere procedure wordt vormgegeven. Met andere woorden: Welke stappen zijn er in de selectieprocedure (sollicitatie, praktijkproef, selectietests,...) én wanneer vinden deze plaats.

Hier komen we later in het e-book op terug.



5.6.6 Met motivatiebrief op maat

Een vacature vraagt vaak om een CV en motivatiebrief. Net de behoefte aan een motivatiebrief kan een struikelblok zijn voor je doelpubliek.

Weeg voor de job af of een motivatiebrief echt nodig is. Misschien kan een korte toelichting op het cv al voor voldoende duiding zorgen. Of is het een praktische proef die de vaardigheden effectief test. Minder goede schrijvers kunnen wel over de juiste technische vaardigheden beschikken.

Werkzoekenden zijn immers niet altijd vertrouwd met het opstellen van brieven. Het vergt heel wat om te overtuigen met de juiste woorden. Dit is niet voor iedereen weggelegd. Zeker niet wanneer de kandidaat de Nederlandse taal nog niet vaardig is.

Wil je toch een motivatiebrief in handen om een eerste indruk te krijgen?

Misschien kan je de potentiële kandidaat een handje helpen door gerichte vragen op te stellen:

'Waar ben je goed in? Waarom vind je deze vacature interessant? Wat weet je al over het bedrijf?...'



VERRASSE VERWERVING- KANALEN



1. Hoe maak jij jouw vacatures vindbaar?

1.1 Inleiding

Wil je een brede doelgroep bereiken, mag je jou niet beperken tot de gebruikelijke wervingskanalen.

VDAB, Jobat, Regiotalent, De Streekkrant of interimkantoren zijn hoogstwaarschijnlijk top of mind. Maar in de praktijk blijken ze niet altijd aangewezen om werkzoekenden te bereiken met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Kijk daarom eens uit naar alternatieve bekendmakingsstrategieën.



1.2 Zoek alternatieve wervingskanalen

Wist je dat je I-Diverso jou kan helpen bij het vinden van de geknipte kandidaat? Via ons samenwerkingsverband met WEBvzw en Groep Intro kunnen we beroep doen op een brede pool van mensen en hun competenties correct inschatten.

Zij focussen onder andere op de intensieve begeleiding op maat van kwetsbare doelgroepen op de arbeidsmarkt (bijvoorbeeld schoolverlaters zonder diploma, anderstaligen,...). Jaarlijks staan ze in voor de begeleiding van duizenden mensen.

- **Eigen website en social media:** LinkedIn, Facebook, Instagram
- **Minderhedenforum:**
<https://www.minderhedenforum.be/jobs/vacatureforum>
- **De Werkplekarchitecten:** www.dewerkplekarchitecten.be/leden
- **Jobdatabank van kifkif:** <https://kifkif.be/jobs>
- **Jobdatabank van 11.be:** <https://11.be/vacatures>
- **Onderwijs:** Scholen, centra deeltijds onderwijs, Syntra
Dacht je al aan begeleiding bij eindwerken of het deelnemen aan een jury voor eindbeoordeling?
- Deelname aan **jobbeurzen**
- Via actief netwerk van **eigen medewerkers**
- Via **klanten of leveranciers:** mond-tot-mondreclame
- via **publieke ontmoetingsplaatsen:** Bibliotheken, supermarkten, lokale winkels, ontmoetingscentra,...
- Via **publicatie in lokaal krantje** met verwijzing naar website. Dit vraagt om PC-kennis.
- Via **uithangbord 'collega's gezocht'**. Houd er rekening mee dat er durf nodig is om binnen te stappen en meer informatie te vragen.
- Via **OCMW's**
- ...

2. Hoe laten reageren op de vacature?

Zorg dat kandidaten makkelijk kunnen reageren op de vacature. Vermijd allerlei formulierelden of voorselectievragen. Het kan een vraag te ver zijn voor een kandidaat met afstand tot de arbeidsmarkt.

Toegankelijker is om te werken met een simpele solliciteerknop of de mogelijkheid om alleen het telefoonnummer achter te laten. Gewoon al het achterlaten van duidelijke contactgegevens (liefst met naam) kan aanmoedigend werken.



TOEGANKELIJKE SOLLICITATIE- TRAJECTEN



1. Hoe hanteer je een objectieve voorselectie?

1.1 Inleiding

Het selecteren van kandidaten vraagt om een bewuste houding. Want terwijl je door verschillende CV's bladert of scrolt, spreekt in de eerste plaats je buikgevoel. Dat buikgevoel vertelt je bijvoorbeeld dat vrouwen fysiek werk moeilijk aankunnen.

Het is een aanname die ontstaat door wat je meekrijgt van je leefomgeving, je opvoeding en heersende normen en waarden.

Een vrouwelijke dakwerker. Stel jij jou er vragen bij?

Zo ja, laat je niet misleiden. Weet dat in dit (en andere) gevallen je keuze wordt verhinderd door onderbewuste vooroordelen of 'unconscious bias'.

Ga daarom bij jezelf eens na wanneer je direct een mening of gevoel hebt bij een persoon. Ga hier niet onmiddellijk op in. Want deze vooroordelen zijn de grootste belemmering van diversiteit. Want Belgen met een X achtergrond, kunnen de Nederlandse taal (mits ondersteuning) best beheersen.



1.2 Kijk door een brokkelig parcours

Neem een CV voor lief! Hiermee willen we aanmoedigen om 'eigenaardigheden' in het CV tegenover de context van de kandidaat te plaatsen.

In de CV's van allochtone kandidaten vind je eventueel een brokkelig opleidingspatroon of zijn er gaten in de chronologische opbouw.

Wil je met de vacature een divers publiek aantrekken, bestaat de kans op een CV met:

- anderstalige naam
- een onstabiel werkverleden
- schrijffouten
- referentie naar jobcoach

1.3 Stel duidelijke criteria op

Bewaak je er voor dat de selectie objectief blijft zonder vooroordelen of stereotyperingen. Bijvoorbeeld: werken onder een vrouwelijke leiding zorgt voor problemen. Men is niet bereid een hoofddoek niet te dragen. Mijn klanten/collega's hebben het hier moeilijk mee ...

Stel daarom voor jezelf duidelijke beoordelingscriteria op waaraan een CV of motivatiebrief moet voldoen. Handig is om te werken met een beoordelingsformulier. Je geeft een score van negatief, neutraal, positief tot zeer positief op criteria als vriendelijkheid, enthousiasme of communicatie.

Deze criteria vallen voornamelijk terug op de beoogde startcompetenties. Niet over leeftijd, gender, afkomst, ...



2. Hoe zorg je voor een logistiek goed geregeld sollicitatiegesprek?

Een gerustgestelde sollicitant is goud waard! Maak daarom op voorhand al een aantal zaken waar zoals:

- een duidelijke routebeschrijving. Duid ook de weg aan vanaf het station of een veelgebruikte halte om deelnemers te bereiken die zich met het openbaar vervoer verplaatsen.
- een duidelijke tijd- en plaatsaanduiding. Waar kan de sollicitant zich aanmelden?
- een ingelicht onthaal die voor de eerste warme welkom zorgt en eventueel meertalig is. Tip: Voorzie eventueel een welkomstbord/affiche in meerdere talen.
- een comfortabele wachruimte met leesmateriaal. Het leidt je af van de stress wanneer je iets te doorbladeren hebt. Bij voorkeur ligt er informatie over het bedrijf.
- Een glaasje water of tas thee/koffie olijet niet alleen de droge keel, maar is gastvrij/huiselijk.
- een gespreksruimte die chaosvrij is. Een gespreksruimte met een prettige uitstraling stelt op het gemak. Plaats de stoelen niet recht tegenover elkaar, maar ga voor een schuin gerichte opstelling. Het komt minder dreigend over dan bij een opstelling waarbij men bijna letterlijk elkaars kap zit.



3. Hoe zorg je voor een gestructureerd interview?

3.1 Inleiding

Door vanaf het begin aan te geven hoe het interview eraan toegaat, wek je kalmitte op. Het neemt wat spanning weg wanneer de kandidaat direct weet wat of wie op hem afkomt. Laat dit geen Tarzan bengelend aan lianen zijn.

Uh, wat bedoelen we hiermee!? Wel in een gesprek met anderstalige kandidaten durven we wel eens een gek Tarzantaaltje aan te slaan. Iets in de zin van '*Jij van ver gekomen?*'

Voelt dit voor jou ook wat kinderlijk aan? We zijn het waarschijnlijk met je eens. Een interview maak je niet duidelijk door een kinderlijke taal aan te wenden. De anderstalige kandidaat voor je heeft net nood aan taalverrijking van zijn of haar woordenschat.

Spreek gewoon klare taal, dat is ietsje trager en in AN. Verder is het een meerwaarde om je te baseren op startcompetenties en het interview in fases te verdelen. Van introductiefase tot afrondingsfase. Ze dragen allen hun steentje bij aan een succesvol gesprek.



3.2 Vertrek vanuit vragen per competentie

Je behoudt structuur in het interview door het te baseren op de beoogde competenties. Per competentie bedenk je vragen om te polsen in welke mate de competentie vervuld wordt.

Is doorzettingsvermogen daar bijvoorbeeld eentje van? Overweeg onderstaande vraag:

Kan je mij een voorbeeld geven van een situatie waarin van jou doorzettingsvermogen werd verwacht?

Dit kan worden gesitueerd in de jeugdbeweging, op de schoolbanken, in de thuissituatie of op het werk.

Als de vragen geformuleerd zijn, kunnen interviews ingepland worden. Tijdens een interview met een anderstalige kandidaat, speelt (het ontbreken van) de taal uiteraard een rol.

Stem doorheen de sollicitatie vragen en opdrachten af op taaltaken. Met taaltaken bedoelen we bijvoorbeeld:

- het schrijven van e-mails.
- het lezen van instructies.
- het voeren van informele gesprekken.
- het uitleggen van het dagverloop,...

Je scoort hiermee niet enkel de competentie, maar ook het taalniveau. Weeg voor je organisatie af welk niveau van het Nederlands noodzakelijk is. Hierin kan nog bijgestaan worden door job-en taalcoaches.



3.2 Deel het sollicitatiegesprek in fases op

3.2.1 Introductiefase

Tijd voor een aangename kennismaking! Breek dat ijs en ga voor een warm gesprek. Dat gesprek mag je gerust starten met een beetje smalltalk:

Heb je het bedrijf goed gevonden? Was het druk onderweg? Hopelijk heb je niet te lang moeten wachten? Het is niet nodig om zenuwachtig te zijn. Stel jezelf kort even voor.

Zit er een anderstalige kandidaat voor je? Van in het begin is het belangrijk dat je let op hoe je jou uitdrukt. Spreek in duidelijke, correcte en korte zinnen waarin vaktaal gekaderd wordt. Als je vakjargon gebruikt, is het een aanrader dit woord uit te leggen.

Let er wel op dat je niet in kindertaal gaat spreken. Een sollicitatiegesprek is net een mogelijkheid voor de anderstalige kandidaat om specifieke woordenschat op te doen. Vaak is het al voldoende om iets trager te praten. In volle enthousiasme heb je misschien de neiging om te gaan ratelen. Zet dan de rem even op.

Ook de omgeving waarin het gesprek doorgaat, doet er toe. Zorg ervoor dat je het sollicitatiegesprek in een aparte, rustige ruimte laat doorgaan. Het is belangrijk dat er zowel voor jezelf als de kandidaat geen afleiding is. Als er te veel omgevingslawaai is, dan kan dit voor anderstalige kandidaat erg stresserend zijn.



De informele opening met ijsbreker



Voorstelling interviewers



Informatie over verloop gesprek

3.2.2 Informatiefase

Na de informele ontmoeting is het tijd om de kandidaat diepgaander te leren kennen. Het middel bij uitstek zijn daarbij gerichte vragen. Tip is om de STARR-methodiek toe te passen. Hierover lees je verder meer in het e-book.

Loopt het gesprek stroef? Vraag naar hobby's en interesses. Iets waarmee de kandidaat vertrouwt is en spontaan over kan vertellen. Het toont tegelijkertijd dat je de CV grondig doornaam.

Om de kandidaat niet te verwarren, is de manier van vraagstelling belangrijk. Zie later in het e-book.

En eerlijk is eerlijk, ook de kandidaat is vrij vragen af te vuren. Dit is belangrijk om misverstanden bij eventuele aanvang de job te vermijden.

Best pas na het bevragen van de sollicitant, geef je uitgebreid informatie om sociaal wenselijke antwoorden te vermijden. Het is ook het moment om de openstaande functie in de organisatie te kaderen: afdeling, collega's, taken, doorgroeimogelijkheden... Vertel erover met sfeer. Want ook de werksfeer mag zeker ter sprake komen.

Bij een anderstalige kandidaat kan het een meerwaarde te zijn om visuele ondersteuning te gebruiken. Pols je naar een bepaald gevoel, dan zijn emoji's een handige tool.

Om instructies bij een praktische proef te geven, is het gebruik van foto's en pictogrammen een aanrader. Op [Sclera](#) vind je hier een waaier van. Hier maken we wel graag de kanttekening dat pictogrammen cultuurgebonden zijn. Houd hiermee rekening bij de keuze van.

Informatie over kandidaat

Voorstelling onderneming/organisatie

Informatie over de functie en de situatie

Beantwoorden van vragen van kandidaat

3.3.3 Afrondingsfase

Nadat de antwoorden voldoende bodem bieden, concretiseer je de functie nog verder met arbeidsvoorwaarden.

Wat zijn de arbeidsvoorwaarden en waar komt de organisatie in tegemoet? Bijvoorbeeld glijdende uren om de opvang van kinderen te vergemakkelijken.

Uiteraard kan een indicatie van het loon hier niet ontbreken. Zijn er aanvullende extralegale voordelen en wat met het aantal vakantiedagen? Wordt thuiswerk toegestaan en hoe wordt de balans werk/privé bewaakt?

Net zo belangrijk als het loon delen, is het schetsen van de verdere procedure. Wanneer krijgt de kandidaat te horen of te lezen wanneer hij/zij al dan niet wordt aangenomen? Wordt hij/zij eventueel onthaalt door een meter/peter collega binnen de organisatie?

Nog een tip is om belangrijke zaken op papier mee te geven. Denk maar aan een laagdrempelige onthaalbrochure... Op die manier kan de (anderstalige) kandidaat alles nog eens rustig nalezen en binnen de familie bevragen wat eventueel onduidelijk is.

In het opstellen van een onthaalbrochure ondersteund I-Diverso eveneens. Benieuwd naar warm onthaal? In ons volgende e-book rond het thema vind je een waaier aan tips & tricks.

Bespreken van de arbeidsvoorwaarden

Nagaan of de kandidaat nog geïnteresseerd is in de functie

Afspraken maken over de verdere procedure



3.3 Stel vragen aan de hand van de STARR-methodiek

Haal de ster in je kandidaat naar boven door gerichte vragen te stellen. Breng met de juiste insteek het gedrag tijdens verschillende situaties duidelijk in kaart.

Pols met andere woorden naar een situatie - taak - actie - reactie - reflectie

SITUATIE

Het selecteren van een situatie en de kandidaat uitnodigen hier meer over te vertellen. Wat speelde er? Waar en wanneer speelde zich dit af?

REFLECTIE

Hoe beoordeelt de kandidaat zijn of haar eigen prestatie? Wat ging goed? Wat kan beter in de toekomst en hoe?

TAAK

Wat is de rol van de kandidaat bij de taak? Wie was er nog bij betrokken met welke verantwoordelijkheden?

RESULTAAT

Wat is het bereikte resultaat van de kandidaat en de betrokkenen? Wat waren de gevolgen?

ACTIE

Hoe ging de kandidaat met de situatie om? Wat heeft de sollicitant toen juist wel of niet gedaan?



4. Voorwaarden voor een goed sollicitatiegesprek

4.1 Formuleer opbouwende vragen

Een gestructureerd interview brengt rust voor de kandidaat. De vragen 'overvallen' niet, maar komen in een opbouwende volgorde. Hou het nog even luchtig op het begin. Dat stelt op het gemak.

De manier waarop die vragen gesteld worden, draagt bij aan de sfeer tijdens het gesprek. Stel eenvoudige vragen die peilen naar de motivatie, competenties, werkstijl, ambitie en persoonlijkheid. Van wat trekt je aan in de vacature tot wat doe je als je taken op het einde van de dag niet klaar zijn?

- Wat is je moedertaal? Waar heb je Nederlands geleerd? Ben je bereid om NL te leren?
- Wat maakt dat je op deze job hebt gesolliciteerd?
- Hoelang ben je naar school geweest?
- Wat doe je graag? Welke taken vind je prettig om te doen?
- Presteer je beter of slechter onder tijdsdruk?
- Met wat voor mensen werk je het liefst?
- Waar word jij gelukkig van?

Ontwijk cocktail- en suggestieve vragen, ze zorgen enkel voor verwarring.

Cocktailvragen zijn meerdere vragen in één zin gevangen, waardoor het antwoord soms enkel op het laatste deel betrekking heeft.

Kunnen we ons aanbod meer op maat maken van onze doelgroep en onze vrijwilligers? Dit heeft zowel betrekking op de doelgroep als de vrijwilligers.

Suggestieve vragen omvatten stiekem al het 'juiste' antwoord. Het antwoord zit als het ware in de vraag vervat.

- 'Kopt het dat...?'
- 'Ik neem aan dat.'
- 'Ik veronderstel dat'.



4.2 Creëer een gemoedelijke sfeer

Creëer een veilige omgeving waar de kandidaat zich naar volledige potentieel kan uiten.

De interviewer en kandidaat staan hierbij op gelijke voet, wat sociaal wenselijke antwoorden vermijdt. Toon als interviewer je volledige aandacht voor de antwoorden. Het is geen examen waarbij je door eventuele geveinsde desinteresse de kandidaat hoeft te testen ;)

Sowieso spelen een goed paar zenuwen hem of haar al parten. Voor een anderstalige bijvoorbeeld vraagt het heel wat spreekdurf om deel te nemen.

Laat dus merken dat je actief luistert en vat regelmatig samen. Op die manier pols je of je alles goed begreep. Het is ook een check om na te gaan of de kandidaat zich juist uitdrukte. Een verkeerde verwoording kan al snel een ander beeld vormen.



4.3 Ga voor maximale interactie

Naast een gemoedelijke sfeer is interactie een aspect dat niet mag onderschat worden. Interactie haalt aspecten aan die we hierboven al uitgebreid omschreven:

Luister actief & kritisch. Probeer met behulp van vragen echt te projecteren in de belevingswereld van de sollicitant.

Stel open en ervaringsgerichte vragen. Behoud aandacht voor de non-verbale communicatie. Er zijn heel wat culturen waar mensen ingetogener zijn en waar de communicatie indirecter gebeurt. Zij vinden het erg belangrijk dat mensen prettig met elkaar omgaan, beleefd zijn en de ander geen gezichtsverlies laten lijden.

De indirecte manier van communiceren is dan niet altijd efficiënt en eenduidig, het heeft wel veel aandacht voor de relatie. Voor deze culturen is het erg belangrijk wat de familie denkt. In een gesprek pols je daarom ook best naar wat de familie over de job denkt.

Besef dat er in de Westerse culturen andere waarden en normen heersen met betrekking van de omgang met hoger geplaatsten:

- Zo mag het ontbreken van een handdruk of het ontbreken van oogcontact in deze gesprekken niet te zwaar meewegen in het oordeel.
- Ook kost het mensen (van andere origine) moeite om zichzelf op de voorgrond te plaatsen. Alleen al het taalaspect zorgt voor een beperktere spreekdurf. Dit vraagt extra geduld en vasthoudendheid van de interviewer. Soms is het beter om later in het gesprek terug te komen op persoonlijke waardering. De sfeer is dan mogelijk meer ontspannen.

Verder is het bij allochtone kandidaten een aanrader om naast het interview ook een praktijkproef te organiseren. Op die manier kan er echt beoordeelt worden op vaardigheden.



4.4 Vermijd beoordelingsfouten

Als er je iets om de tuin leidt, is dat afgaan op een eerste indruk wel. Wie bijvoorbeeld verlegen is en daarom stiller, kan meer in mars hebben dan op dat moment overkomt.

Er is ook sprake van het halo- en horn-effect. Heb je een positieve indruk van iemand, ga je dit ook naar andere eigenschappen projecteren. Dat is het halo-effect. Je gaat de persoon beter belichten dan dat misschien terecht is.

Het omgekeerde is het horn-effect. Je laat je negatief beïnvloeden door (on)bewuste vooroordelen. Zelfs een naam kan dan onmiddellijk leiden tot een oordeel. Zo zouden een 'Kelly' en een 'Britney' minder kansen krijgen dan een 'Anne' en een 'Sarah'. Het zit 'm allemaal in de 'y'.

4.5 Creëer klantvriendelijkheid

De manier waarop je als interviewer overkomt, is van cruciaal belang. Het bepaalt mee de zogenaamde 'candidate' experience. Een kandidaat die vertrekt met een goed gevoel, behoudt zijn of haar vertrouwen in zichzelf én de organisatie.

Geef de kandidaat de tijd om alles uit te leggen. Schenk ondertussen ook aandacht aan non-verbale elementen van jezelf en de kandidaat. De manier van praten en de lichaamstaal vormen voor zo'n 93% mee het beeld dat je van een persoon hebt.



En dan ...

Tijdens de wervings-en selectieprocedure is het aangeraden ook al stil te staan bij:

- Onthaal
- Peter-/meterschap
- Opleidingsplan
- Opvolgingsgesprekken
- ...

Het zijn thema's die uitgebreid aan bod komen in ons volgende e-book.

Op onze website www.i-diverso.be vind je eveneens handige instrumenten die je ondersteunen in het inclusief ondernemen. Want culturele diversiteit binnen bedrijven brengt heel wat mogelijkheden, maar ook heel wat nieuwe uitdagingen met zich mee.

Wil je van die uitdagingen kansen maken, maar heeft jouw organisatie ondersteuning nodig? I-Diverso staat je graag bij. Contacteer ons vrijblijvend, we bekijken samen hoe we jou kunnen helpen.

Wil je weten waar je staat op vlak van inclusief ondernemen? Aan de hand van een korte digitale bevraging brengen we in kaart welke stappen jouw onderneming reeds zette op vlak van inclusief ondernemen en welke stappen er verder nog nodig zijn. Eventuele noden en behoeften van jouw onderneming op gebied van HR-beleid leiden we af uit deze slimme scan. Tijdens de startscan komen aspecten van werving en selectie, onboarding en retentie aan bod. Hieruit vloeien opties voor groeimogelijkheden binnen de organisatie.

We hopen alvast dat dit e-book de groei van een divers personeelsbestand stimuleert.

Het I-Diverso team

