



MIRJAM MANNI



JÖRG BAUER

## PRAKTIJKVOORBEELD DELFT

# ➔ Kruisbestuiving op alle niveaus

HOGE UITSTROOM IN DELFT DANKZIJ SUCCESVOL  
PARTNERSHIP TUSSEN WSP EN UITZENDORGANISATIE

**Het Werkgeversservicepunt Delft heeft uitzendbureau Tempo-Team als vaste partner. Hierdoor is de dienstverlening aan werkgevers duidelijk verbeterd.**

Het werkgeversservicepunt (WSP) maakt deel uit van het sociaal werkbedrijf Werkse! en is begin 2014 ontstaan door de samenvoeging van het sociaal werkbedrijf Combiwerk en de re-integratietak van de gemeente Delft. Een belangrijke keuze bij de oprichting was om de werkgever als klant meer centraal te stellen, zegt Jörg Bauer, adviseur marketing bij Werkse! “Er was een professionaliseringslag nodig, te beginnen met de werkgeversdienstverlening. We besloten om structureel samen te werken met een marktpartij die hierin thuis is.”

Werkse! heeft toen naar allerlei mogelijke partijen gekeken. De keus viel uiteindelijk op Tempo-Team, vertelt Bauer. “Het sprak ons erg aan dat dit bedrijf niet met een kant-en-klaar product kwam. Tempo-Team luistert goed naar onze behoefte en heeft een drive om te ontwikkelen die past bij Werkse! Onze samenwerking stoelt op drie pijlers: bestandsreductie, professionaliseren en flexibiliseren.”

### Open en eerlijke communicatie

Mirjam Manni, operationeel manager publiek-private samenwerking bij Tempo-Team, heeft het over een win-winsituatie. “Werkse! is voor ons een prettige partner. Wij versterken elkaar. Ik geloof bij publiek-private samenwerking in het principe van ‘schoenmaker blijf bij je leest’. Tempo-Team brengt het eigen werkgeversnetwerk en de expertise met werkgeversbenadering in, Werkse! is erg sterk in het ontwikkelen van kandidaten. Beide partijen communiceren open en eerlijk met elkaar en durven zich kwetsbaar op te stellen.”

Tempo-Team heeft twee accountmanagers gedetacheerd bij het WSP. Zij vormen een vast team met accountmanagers van Werkse! Ook werkt een manager van het uitzendbureau een dag per week voor het WSP. En waar nodig kunnen deskundigen worden ingeschakeld. Volgens Manni is het belangrijk dat op alle niveaus kennis en ervaring worden uitgewisseld. “Dus op operationeel, tactisch én strategisch niveau. Dat zorgt voor een goede kruisbestuiving.”

### Gerichte keuzes door klantwaardemodel

De marktwerking is duidelijk beter geworden door de inbreng van Tempo-Team, vindt Bauer. “We schoten vroeger eigenlijk met hagel. Onze accountmanagers waren gewend om met cv's onder de arm bij bedrijven langs te gaan. Er ontbrak een goede marktanalyse. Tempo-Team heeft het klantwaardemodel aangedragen.”

In dit model worden drie platformen onderscheiden. Het koopplatform bestaat uit de bedrijven die mensen aannemen en het



werkplatform uit de bedrijven die nog geen kandidaten aannemen maar wel worden bewerkt. In het marktplatform zitten de bedrijven die niet door de accountmanagers worden bewerkt, maar waaraan de afdeling marketing wel gericht aandacht besteedt met behulp van sociale media en andere kanalen. Bauer: “Wij hebben aan de hand van een aantal criteria vastgesteld welke werkgevers voor ons het belangrijkst zijn. Daarin investeren de accountmanagers nu de meeste tijd en energie. Een kwestie van slim werken.”

#### **Werkgevers getriggerd door goede voorbeelden**

Het werkgeversservicepunt wil vooral intrinsiek gemotiveerde werkgevers bereiken, zegt Manni. “We richten ons hoofdzakelijk op werkgevers die een steentje willen bijdragen aan een inclusieve arbeidsmarkt.” Bauer valt haar bij. “Door de lagere kwaliteit van de instroom zijn partnerships in verband met de inclusieve arbeidsmarkt nog belangrijker geworden. Dat thema staat gelukkig bij steeds meer bedrijven op de agenda. De middenmoot is getriggerd door goede voorbeelden. Het zou supergaaf zijn wanneer we een netwerk kunnen opbouwen van een paar honderd bedrijven die even enthousiast zijn als wij.”

#### **Doel ruim gehaald**

De target voor 2016 was 500 plaatsingen. Dat aantal is ruimschoots gehaald, vertelt Manni. “Daar ben ik trots op. Want de doelstelling was best ambitieus gezien het budget.” Bauer wijst erop dat er allerlei mogelijkheden worden gebruikt om mensen aan de slag te helpen. “Denk aan directe contracten bij werkgevers en detachings-, payroll- en uitzendconstructies. Afhankelijk van de behoefte van de werkgever zijn er ook arrangementen mogelijk. Zo

hebben we in samenwerking met Tempo-Team een pool van brugwachters opgericht, inclusief een opleidingstraject.”

In het begin was er volgens Bauer een duidelijke rolverdeling tussen beide partijen. “Tempo-Team hield zich bezig met de bovenkant van de arbeidsmarkt, Werkse! met de onderkant. Door het aantrekken van de economie vinden de meeste mensen met goede papieren nu hun eigen weg wel. De kwaliteit van de instroom neemt af. Tempo-Team besteedt daarom steeds meer aandacht aan mensen die niet zo gemakkelijk te bemiddelen zijn.”

#### **Zicht op zachte criteria**

Volgens Manni werkt de indeling van kandidaten soms belemmerend. “Dan kan een frisse blik handig zijn. Wat kan iemand wel?” Bauer merkt op dat een goed zicht op kandidaten van belang is. “Hun cv’s hebben vaak grote gaten. Dan komt het aan op zachte criteria zoals: is iemand snel of juist secuur? Deze criteria moet je aan de werkgever kunnen uitleggen. Daarom hebben onze consulenten werk en accountmanagers wekelijks overleg met elkaar.”

Dit heeft de vorm van een ‘scrum-matchboard overleg’. Manni licht toe: “Op grote borden worden de vacatures en kandidaten getoond, zodat je in één oogopslag een beeld van vraag en aanbod hebt. We passen ook diverse tools en innovaties toe. In januari 2017 introduceren we bijvoorbeeld een digitale applicatie waarmee de accountmanager ‘realtime’ zicht heeft op de bemiddelbare kandidaten. Door filters in de app kan de accountmanager ook de juiste kandidaten aan een werkgever laten zien.”



### Gezamenlijke ontdekkingsreis

Werkse! en Tempo-Team werken intussen drie jaar samen. Manni spreekt over een gezamenlijke ontdekkingsreis. “Beide partijen hebben zich duidelijk ontwikkeld. Dat heeft geleid tot meer uitstroom.” Bauer laat zich in vergelijkbare bewoordingen uit. “Alleen waren we echt niet zover gekomen bij de werkgeversdienstverlening.”

#### ! TIPS

- Zoek bij werkgeversdienstverlening een goede inhoudelijke partner.
- Beschouw het echt als een partnership en niet als een relatie tussen opdrachtgever en opdrachtnemer.
- Zorg voor een uitwisseling van kennis en ervaring op alle niveaus: operationeel, tactisch en strategisch.
- Maak heldere keuzes bij wat je wel en niet doet in de samenwerking.
- Durf je kwetsbaar op te stellen en wees kritisch.
- Ga samen op ontdekkingsreis en zorg voor voldoende ruimte voor doorontwikkeling en innovatie.
- Concentreer je op werkgevers die een steentje willen bijdragen aan een inclusieve arbeidsmarkt.
- Stel vast welke werkgevers het belangrijkst zijn en besteedt aan hen de meeste aandacht.

### Links



- [Presentatie tijdens Praktijkdag van 9 juni 2016](#)
- [Artikel uit Uitzendwerk \(uitgave van de Algemene Bond Uitzendondernemingen\)](#)
- [Leaflet WSP als onderdeel van Werkse!](#)
- [Werkse!](#)
- [Werkgeversservicepunt Delft](#)

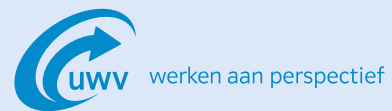
### Contactpersonen

- Jörg Bauer  
[JBauer@werkse.nl](mailto:JBauer@werkse.nl)
- Mirjam Manni  
[mirjam.manni@tempo-team.nl](mailto:mirjam.manni@tempo-team.nl)

### Overige informatie staat online op:

- <https://www.samenvoordeklant.nl/praktijk/hoge-uitstroom-delft-dankzij-succesvol-partnership-tussen-wsp-en-uitzendorganisatie>

 [www.samenvoordeklant.nl](http://www.samenvoordeklant.nl)  
 [info@samenvoordeklant.nl](mailto:info@samenvoordeklant.nl)  
 @SamenvdKlant  
 De Programmaraad



Samen vernieuwen we de dienstverlening aan werkgevers en werkzoekenden