

Zo stappen flexkrachten niet naar de concurrent

# Uitzendkrachten meer binden door heldere visie op IT

Persoonlijk contact en een goede relatie opbouwen met de flexkracht is belangrijk voor een uitzendbureau. Maar het is net zo belangrijk om als uitzendbureau te werken aan een bestendige relatie met je IT-partner.

**Paul van den Bosch**

**M**eer flexbedrijven onderkennen de noodzaak van IT. Zeker als je groeit als uitzendbureau kun je niet meer alles met de hand doen, alles controleren. Je moet alle tijd en aandacht besteden aan de flexkracht en opdrachtgevers. Want het binden en boeien van flexkrachten is nu 'key'. De vluchtigheid in deze markt - flexkrachten stappen zo naar een volgend uitzendbureau - is de grootste worsteling voor uitzenders.

Wat er nu veelal gebeurt is dat uitzendbureaus heel hard rennen om nieuwe flexkrachten binnen te halen terwijl er tegelijkertijd evenveel via de achterdeur vertrekken. Dan groei je dus niet. Nieuwe mensen zoeken kost veel meer tijd en geld dan het benutten van het potentieel dat je in huis hebt. Als uitzendbedrijven beter in staat zouden zijn het potentieel van flexkrachten dat ze in huis hebben beter te benutten, verdienen ze daar meer mee dan met het vinden van nieuwe flexkrachten.

IT helpt het verborgen kapitaal inzichtelijk te maken. Bijvoorbeeld door in beeld krijgen dat een uitzendkracht die nu 20 uur in de week werkt voor 40 uur beschikbaar is. Dat maakt het omzetpotentieel dus twee keer zo groot. Data biedt waardevolle informatie. Hierdoor weet je bijvoorbeeld dat een uitzendkrachten die een paar keer bij opdrachtgever A ge-

werkt hebben, daarna vaak naar tevredenheid bij opdrachtgever B aan de slag gaan. Zo bind je flexkrachten ook aan jouw uitzendbureau.

## Samenspel IT en mens

Het belang van de intercedent of recruiter moet niet onderschat worden. Die moet zorgen voor een goede chemie met de flexkracht, ondersteund door IT. Het persoonlijke contact is een samenspel tussen IT en mens. Dankzij automatisering houdt de intercedent tijd over voor het persoonlijke contact. En IT helpt de bin-

steeds complexere wetgeving is betrouwbaarheid van het systeem cruciaal. Dan hoeft de intercedent ook niet bezig met het herstellen van fouten of herberekeningen van lonen en dergelijke. En dan zit de intercedent ook niet in een herstelmodus in de communicatie met de flexkracht - wat negatieve energie kost - maar in een pro-actieve situatie, in een positief gesprek met de uitzendkracht. Dat is belangrijk voor de candidate experience, maar ook voor de medewerker van het uitzendbureau zelf. Die gaat aan het eind van de dag met een beter

'Nieuwe mensen zoeken, kost meer geld en tijd dan het benutten van het potentieel dat je in huis hebt'

ding te verbeteren door een goede candidate journey te faciliteren; bijvoorbeeld een Appje sturen na de eerste werkdag. Want naast het ontzorgen is het belangrijk dat door IT de hygiënefactoren geborgd zijn; de juiste verloning, tijdige betaling, ziekteverzuim, et cetera. Met de

gevoel naar huis. En bind je de eigen recruiter, dan bind je daarmee ook de uitzendkracht.

## Dezelfde visie?

Het klinkt mooi, IT inzetten om het kapitaal dat je in huis hebt beter te benutten



**Paul van den Bosch: “Bouw vanuit een solide basis.”**

en flexkrachten meer aan je te binden, maar dat begint wel met een duidelijke visie. Visie op de business (welke markten bedienen?), welke rollen binnen de organisatie horen daarbij? Welke processen zijn belangrijk? En wat is de visie op IT? Dat bepaalt welk type medewerker je nodig hebt en dat bepaalt weer hoe je relaties opbouwt met jouw flexkrachten. Alles draait om relatie. Dat geldt ook voor de relatie met jouw IT-partner. Een uitzendbureau moet bouwen aan groei, samen met zijn opdrachtgevers, samen met zijn flexkrachten en samen met zijn IT-leverancier. Het belang van een goede relatie tussen uitzendbureau en uitzendkracht is net zo groot als die tussen het uitzendbureau en de IT-leverancier.

### Solide basis

Wat geldt voor de relatie met de flexkracht, geldt dus ook voor de relatie met je IT-partner. Ga voor een bestendige, langdurige samenwerking waarin je elkaar scherp houdt. Blijf als uitzendbureau niet rennen, gaten vullen, korte ter-

mijn-oplossingen zoeken. Bouwen vanuit een solide basis - dan realiseer je echt groei.

### Meer een partner

Samen bouwen, samen investeren, samen werken aan groei, op alle niveaus. Pivoton ziet zichzelf dan ook niet als IT-leverancier, maar als partner. Want flexbedrijven vragen ons om advies en wij willen vanuit onze visie hen helpen verder te groeien. Wij geloven dan ook in 'standaardsoftware via partnership op maat'. Altijd uitgaand van de processen, want dat komt vóór het product. De processen moeten zorgen voor een goede basis, een betrouwbare kern (verloning, etc), maar daaromheen moet je snel processen kunnen inrichten om op toekomstige ontwikkelingen in te kunnen spelen. Je weet niet hoe de markt er over twee of drie jaar uitziet en wat er dan nodig is. Maar je moet nu zorgen dat je dan wel kunt meebewegen.

### Waarom-vraag stellen

De verschillen in niveau in uitzendland zijn

## Blijf als uitzendbureau vooral niet rennen en gaten vullen

enorm. De een heeft de bedrijfsprocessen goed ingericht, het andere flexbedrijf heeft nog nauwelijks inzicht in de eigen processen en benaderen de IT-leverancier met ad hoc-vragen voor acute problemen. En elke IT-leverancier kan zo'n concrete vraag invullen met een IT-oplossing. Maar daar moet een stap aan vooraf gaan: waarom wil je dat? Is dat wel een verstandige keuze?

Vraagt een uitzendbureau bijvoorbeeld om software te koppelen met hun planningssysteem, dan kun je als leverancier zeggen 'dat kan', maar je kunt ook vragen 'waarom wil je dat, hoe ziet het ideale proces eruit, en welke tools moeten dan leidend zijn?' Dan kun je samen tot heel andere keuzes komen.

### Scherp houden

Die waarom-vraag stellen wij onszelf, onze klanten en prospects ook. Als prospects denken met een all-in-one het best uit te zijn, dan vragen wij waarom. Vaak blijkt dan dat dit vanuit gemak is en niet vanuit de vraag 'wat is het beste voor mijn organisatie?' Dan weten we beiden dus ook snel of we bij elkaar passen of niet.

Partnerschap betekent ook elkaar scherp houden, gevraagd en ongevraagd elkaar adviseren. Niet voor niets voeren wij op drie niveaus gesprekken met onze klanten; op strategisch niveau (visie), op tactisch niveau (welke onderdelen in jullie proces kunnen wij efficiënter, betrouwbaarder maken?) en op operationeel niveau (contact met mensen in het veld). Zo bouw je aan een bestendige, langetermijnrelatie in het gemeenschappelijk belang: de groei van het uitzendbureau of flexbedrijf. **X**

Dit artikel is tot stand gekomen in samenwerking met Pivoton.