

Collega gezocht

Trots uitdragen in je netwerk

*Een actie-oefen-dream-netwerk-doe-factory-ideeën-
boekje*



Maarten van Os

Jan Willem van den Brink

Eerste druk, november 2018

Krokostraties: Cornelia Gogelein

© 2018 Maarten van Os en Jan Willem van den Brink

Dit is een uitgave van Krokoboek

ISBN 978-90-9031212-5



www.dreamfactory.nl

Inhoud

Welkom bij de kracht van via-via.

1	Mensen vinden via je eigen mensen	11
1.1	Inhoud alleen is niet meer genoeg	12
1.2	Fuck recruitment, doe het zelf?!.....	14
1.3	Bijdragen aan collega's vinden: is dat een goed idee?	15
1.4	Oefening: What's in it for you?.....	17
1.5	Het wiel van trots – tevens leeswijzer.....	18
1.6	Ja maar - dat werkt niet want	21
2	Het begint bij trots (of hoe je het noemen wilt)	23
2.1	Wij zijn best wel gaaf, toch?	24
2.2	Waar kom jij je bed voor uit?	25
2.3	Wat glimt daar onder het stof?.....	26
2.4	Vragenlijstje: Waarom werk je hier eigenlijk?	29
2.5	Oefening: trots onder woorden brengen	31
2.6	Ja maar - als we nou niet trots zijn... ..	32
2.7	Praktische tips om trots uit te bouwen	33
3	Als je niet zo'n netwerker bent.....	35
3.1	Notendop	36
3.2	Waarom doen we er zo ingewikkeld over?.....	37
3.3	Drie obstakels bij netwerken. De 3 D's	38
3.4	- Drempel bij netwerken: schroom.....	39
3.5	- Doen bij netwerken: eerst zaaien	42
3.6	- Discipline in netwerken: volharden met plezier.....	43
3.7	Netwerken voor introverte mensen	45
3.8	Do's en Don'ts	46

4	Via-via collega's vinden – just do it.....	47
4.1	Ogen open en het toeval een handje helpen	48
4.2	Potentiële collega's in kaart.....	51
4.3	LinkedIn	54
4.4	Eerst een longlist.....	56
4.5	Oefening: longlist maken	57
4.6	Van longlist naar shortlist	58
4.7	Oefening: shortlist maken	59
4.8	Contact opnemen.....	60
4.9	Introduceer, motiveer, instrueer.....	62
4.10	Duwen of trekken	64
5	Voor leiders: het vriendelijk geweten	65
5.1	Trots: van Dream via Factory naar collega's	66
5.2	Netwerken, waarom doen ze het niet gewoon?.....	67
5.3	Waar gaat het mis? De 3 C's	68
5.4	- Choose - help kiezen bij acties.....	69
5.5	- Coach - help met de aanpak	70
5.6	- Check - zorg voor vriendelijk geweten	72
5.7	Van doel naar gewenst gedrag	74
5.8	Het effect van geld op gedrag	76
5.9	Welke beloning werkt?	77
5.10	Eenmalige boost of structureel inbedden?	78
5.11	Welke vissen in welke vijvers?	79
5.12	Mini workshop: collega gezocht met je team.....	80
5.13	Maak kennismaken makkelijk	81
5.14	Mini workshop: belsessie	82
5.15	De most-wanted-list voor de toekomst... ..	83
5.16	Ja maar - voor managers	84
6	Schaamteloos nawoord	87
6.1	Waarom dit boek?	88
6.2	Over Dreamfactory en de auteurs.....	89
6.3	Downloads en meer boeken.....	91
6.4	Met dank.....	93
6.5	Index	95

Welkom bij de kracht van via-via

Wat heerlijk om genoeg goede collega's te hebben. Liefst van die goede, waar je een beetje trots op bent.

De kunst is om zulke collega's te vinden. Wij pleiten ervoor dat zo'n beetje iedereen in een organisatie daarbij meehelpt. Want allemaal samen ken je heel veel goede mensen.

We maken een boekje over recruitment, terwijl we geen recruitment bureau zijn. Hoe zo? Omdat we goed zijn in professionals helpen meer ondernemend te worden.

We mochten met Dreamfactory de afgelopen jaren veel organisaties helpen met het vinden en tevreden houden van klanten. Dat doen we door ondernemendheid bij de inhoudelijk sterke professional te versterken, met een combinatie van *Dream* en *Factory*.

Dream: Trots bij mensen bovenhalen over het vakmanschap en de organisatie, en schroom of koudwatervrees wegnemen.

Factory: Lekker praktisch aan de slag: handvatten hoe je dat aanpakt en volhoudt, zelfs als het druk is.

In de praktijk blijken deze principes uit *Opdrachtgever gezocht* en *Opdrachtgever tevreden* ook te gelden als het gaat om het vinden van nieuwe collega's. Inhoudelijke sterke medewerkers met enig enthousiasme zijn de beste ambassadeurs van de organisatie. (En ook hier merken we dat het geven van bonussen maar matig werkt.)

We hebben Collega Gezocht getest in de praktijk. Het blijkt te werken. Dus hier onze inzichten en ervaringen over trots, netwerken, actie nemen en professionals in beweging krijgen. Met veel plezier presenteren we: *Collega Gezocht*.

Voorburg, najaar 2018

Maarten van Os en Jan Willem van den Brink

Dit boekje is gebaseerd op onze praktijkervaringen. Die hebben we opgedaan met organisaties waar veel hoopopgeleide professionals werken. Ingenieursbureaus, ICT-dienstverleners, advocaten, milieukundigen e.d.

We verwachten dat het ook bruikbaar is voor de meer praktische beroepsgroepen, waar het vinden van goede mensen ook speelt. Daar hebben we het alleen nog niet zelf getest.

1 Mensen vinden via je eigen mensen

Dit is

Een actie-oefen-dream-netwerk-doe-factory-ideeën-boekje

Je vindt oefeningen, inzichten, praktijkverhalen en tips door elkaar. Toch brengen we graag een beetje structuur aan.

We beginnen met waarom. Waarom zou je je bemoeien met het vinden van nieuwe collega's? Daar is recruitment toch voor? Dus waarom zou je?

We presenteren ook ons *wiel van trots*. Want trots leidt tot actie; en dat leidt weer tot meer trots. De vier elementen die zorgen dat het wiel gaat draaien en blijft draaien, zijn:

- Trots – of hoe je het noemen wilt
- Netwerken – contact met aardige mensen, ook als je niet zo'n netwerker bent
- Actie nemen – want met denken alleen gebeurt er niks
- Vriendelijk geweten - zorg dat het wiel blijft draaien: de rol van managers en leiders daarbij

Daarmee hebben we gelijk een lees- of bladerwijzer, want elk onderdeel van het wiel correspondeert met een deel van dit boekje.

1.1 Inhoud alleen is niet meer genoeg

Organisaties in de zakelijke dienstverlening hebben in de basis twee terugkerende thema's. Ofwel ze hebben te weinig mooie opdrachten, ofwel ze hebben te weinig goede mensen. In het verleden hadden inhoudsdeskundige professionals daar weinig mee te maken.

Vroeger hadden we daar een overzichtelijke oplossing voor. Meer opdrachten verwerven betekent werk voor de verkopers (accountmanagers, business developers, senior partners) en meer collega's vinden lieten we over aan HR en recruitment.

Maar dat is niet meer van deze tijd. Tegenwoordig zijn inhoudelijke professionals zelf belangrijke spelers als het gaat om een goede relatie met klanten en hun netwerk. Of het nu gaat om het vinden van collega's, het vinden van klanten of het tevreden houden van opdrachtgevers.

De rol van de professional verandert

In toenemende mate wordt er een beroep gedaan op de sociale en netwerkvaardigheden van de inhoudsdeskundige professional. Dat hij inhoudelijk goed werk levert, is een randvoorwaarde. Daarnaast wordt hij geacht proactief te zijn, contact te onderhouden en kansen in de markt en mogelijke nieuwe collega's te zien. Netwerken is daarbij een belangrijke vaardigheid, die steeds vaker expliciet bij het werk hoort.

Daarom is er steeds meer aandacht voor het 'aanzetten' van de eigen mensen tot netwerken, met als doel om in het eigen netwerk kandidaten te polsen. Veel grotere organisaties hebben programma's met posters en bonussen om hun medewerkers te stimuleren om nieuwe collega's aan te dragen. In de praktijk blijkt dat vaak niet voldoende.

Trots werkt beter dan bonus

Wij pleiten voor een alternatief: begin met de trots. Trots zijn op je eigen organisatie en dit uitdragen helpt enorm bij het vinden van goede mensen. Vaak is de trots impliciet of verstopt en moet het worden herontdekt. Als professionals die trots zelf goed voelen en

onder woorden kunnen brengen, gaat het vinden van nieuwe collega's een stuk makkelijker.

Maar professionals zijn toch geen recruiters?

Inhoudsdeskundige professionals van de oude stempel reageren nogal eens met: ik ben toch geen recruiter (of verkoper)? Daar betalen we toch HR voor? En ja dat klopt. Tegelijk is de wereld veranderd, en hoort tegenwoordig netwerken er wel degelijk bij. Het goede nieuws: netwerken kun je leren, en vaak blijkt het in de praktijk reuze mee te vallen, of zelfs leuk te zijn. Waarbij we adviseren om het te doen op een manier die bij je past. Dus nee, je hoeft niet te gaan blaten.

Uiteindelijk komt het neer op de kracht van vertrouwen

In 2010 schreven we ons boek *Opdrachtgever gezocht – acquireren als onderdeel van je werk*. Een paar jaar later verscheen *Opdrachtgever tevreden – van inhoudelijk expert naar adviserend partner*. Een logisch vervolg: want als je een opdracht hebt, dan wil je die ook uitvoeren op een manier waar de klant en jij blij van worden, op een manier waarop je echt samenwerkt als partners, als vertrouwd adviseur.

In beide boeken is de rode draad: Vertrouwen. Als je het belang van de ander schaaft, kost dat je relatie, en op termijn ook omzet en werkplezier. Begin met vertrouwen, en gebruik dan praktische handvatten.

Nu is het tijd voor een logische vervolgstap: *Collega gezocht*. Als je goed bent in opdrachten vinden, en klanten tevreden houden, dan heb je al snel meer mensen nodig.

Daarmee is dit boek voor professionals die willen leren om zelf meer ambassadeur van hun organisatie te zijn; en voor managers die willen leren hoe ze de trots meer kunnen bovenhalen en meer effect kunnen halen uit de kracht van via-via en elkaar vertrouwen.

1.2 Fuck recruitment, doe het zelf?!

Recruiters staan bij de inhoudelijk sterke professional niet altijd op een hoog voetstuk. Vooral de externe hit-and-run types die je platmailen op basis van een paar zoekwoorden in je LinkedIn profiel, mogen op dezelfde sympathie rekenen als de gemiddelde telemarketeer. Toen we met een professional over het idee voor dit boekje spraken, ontglipte de titel van dit hoofdstukje aan zijn lippen. Uiteraard wezen we hem op alle goede recruiters die we kennen.

Door de aantrekkende economie horen we steeds vaker voorbeelden van professionals die hun LinkedIn profiel dichtzetten voor mensen buiten hun directe netwerk, omdat ze ervan balen dat ze benaderd worden door opdringerige types.

Als we met interne HR bazen en hoofd recruiters praten, zien we dat ook zij steeds minder toekomst zien in het 'cold-calling', en liever via warme contacten met mensen in contact komen.

Liever samen zoeken

In onze gesprekken met recruiters blijkt vrijwel altijd dat zij ook graag willen dat alle interne mensen de ogen wijd openhouden voor mogelijke nieuwe kandidaten. Dat maakt hun werk een stuk makkelijker, want de kwaliteit van de aangeleverde kandidaten is van een hoger niveau.

Rol van Recruitment verandert

Dat betekent niet dat recruiters overbodig worden. Zij nemen het stokje over zodra het eerste contact gelegd is. Of ze helpen bedenken hoe het eerste contact het best gelegd kan worden. Dan volgt nog een heel spel van verder inhoudelijk kennismaken, wikken en wegen, soms nog testen en contracten opstellen. Daar spelen vakkundige recruiters de hoofdrol.

Daarnaast zien we dat steeds meer recruiters het mobiliseren en ondersteunen van de huidige medewerkers bij het aandragen van nieuwe kandidaten als taak zien. Heel goed idee. Wellicht kunnen zij zich herkennen in het hoofdstuk voor managers en leiders.

1.3 Bijdragen aan collega's vinden: is dat een goed idee?

Is het een goed plan om de kracht van via-via in te zetten? Laten we dat van drie kanten bekijken:

- De organisatie waar je werkt
- De persoon die jij wellicht aanbeveelt
- Jijzelf

Waarom is het een goed idee voor jouw organisatie?

Daar zijn we meestal snel uit. Elke organisatie wil graag goede mensen, zeker als er meer vraag vanuit de klanten is. Met goede mensen kom je sneller in contact via je eigen mensen. De eerste selectie is daarmee al gedaan en vertrouwen winnen gaat sneller.

Daarbij rekenen externe recruiters al snel twee of drie maandsalarissen voor een plaatsing.

Waarom is het een goed idee voor de persoon die jij wellicht aanbeveelt?

Veel mensen zijn eerder vereerd dan beledigd als jij ze voorstelt eens te verkennen of het een idee is als ze bij jouw organisatie komen werken. Stel je het omgekeerde voor: een kennis is zo enthousiast over jou en zijn eigen organisatie, dat hij voorstelt dat je nader kennis maakt met zijn organisatie. Zelfs als die organisatie helemaal niet is waar jij zou willen werken, is het toch leuk dat iemand je waardeert.

En uiteraard is het leuk voor die mensen als je ze aan een gave baan kunt helpen.

Waarom is het een goed idee voor jezelf om mensen te entusiasmeren voor jouw organisatie?

Dat verschilt van persoon tot persoon. Redenen die wij veel horen zijn:

- We zijn te druk, meer collega's helpt de werkdruk te verlagen.
- Ik vind dat ik bij een leuke organisatie werk, dat gun ik anderen ook.

- Ik vind dat ik bij een leuke organisatie werk, die help ik graag groeien.
- Ik wil beter leren netwerken. Dat is een belangrijke vaardigheid, en dit is één van de manieren waarop ik dat kan oefenen en doen.
- Ik vind het belangrijk dat er bepaalde leuke/goede mensen als collega bijkomen, en zo kan ik daar zelf invloed op uitoefenen.
- Ik help graag mensen (die een nieuwe baan zoeken).
- Dit helpt mijn eigen carrière/zichtbaarheid.
- Ik wil meer collega's waar ik een goede klik mee heb.
- Ik ben enthousiast, dat wil ik delen.
- Ik vind het leuk of belangrijk om ondernemend te zijn.
- In mijn persoonlijk jaarplan/ pop/ ontwikkelplan staat dat ik meer ondernemend moeten worden (meer ga netwerken) en op deze manier vul ik dat in.
- Ik wil zelf doorgroeien in mijn vak; en dan heb ik wel goede opvolgers nodig.
- Ik wil het vak laten groeien en ik wil dat wij de beste experts hebben.
- Ik wil reflectie van goede collega's/leren van goede collega's.
- Ik wil invloed uitoefenen op de cultuur van mijn bedrijf door passende mensen aan te dragen.
- Van de bonus kan ik een mooi reisje boeken.

Als je dit boekje via jouw organisatie in handen hebt gekregen, betekent dat vast dat ze ook nieuwe collega's willen vinden via eigen mensen. Via jou dus. Goed idee?

1.4 Oefening: What's in it for you?

Wat zijn voor jou de drie belangrijkste redenen zijn om mee te helpen collega's te vinden?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



1.5 Het wiel van trots – tevens leeswijzer

Als je inhoudelijk sterke professionals vraagt om te gaan netwerken, komen we in onze praktijk vier aandachtsvelden tegen. Of het doel nu is om collega's te vinden, of klanttevredenheid te verhogen. Die behandelen we in vier delen.

Het begint bij trots (of hoe je het noemen wilt)

Als mensen niet trots zijn, is de kans klein dat ze helpen om nieuwe collega's te vinden en te enthousiasmeren. De meeste professionals houden echter niet van gebakken lucht verkopen, en kunnen zichzelf wel eens iets te bescheiden opstellen. Vaak zijn ze ook een tikkie introverter dan hun collega's bij recruiting en sales.

Tegelijk zijn ze vaak wel trots op hun vakinhoudelijke kennis, en vaak ook ergens wel op hun organisatie. Wat alleen nog niet vanzelf gaat, is aan die trots ook daadwerkelijk woorden geven en die vervolgens met gepast enthousiasme naar buiten brengen.

Trots kun je wel bouwen, maar niet opdringen. Bouwen kost tijd. Gelukkig blijkt er met een beetje graven al wel vaak trots te zijn. Het gaat vooral over trots ontginnen en onder woorden brengen. Dus als je professionals een actieve rol wilt geven bij het vinden van collega's, dan helpt het om daar te beginnen.

Als je niet zo'n netwerker bent...

Inmiddels is het begrip 'netwerkeconomie' behoorlijk ingeburgerd. En zijn de meeste organisaties overtuigd dat het netwerk van hun eigen mensen veel waard is. Het enthousiasme bij het woord *netwerken* is alleen bij de meeste medewerkers niet zo groot. Veel mensen vinden zichzelf geen netwerker. Of vinden het een beetje glibberig. Zolang dat het geval is, gaan mensen uiteraard niet enthousiast aan de slag.

Onze ervaring is dat netwerken in praktijk veel natuurlijker en leuker is dan het aanvankelijk soms lijkt. Daarom gaan we in op de schroom die er speelt bij netwerken en maken we netwerken wat praktischer.

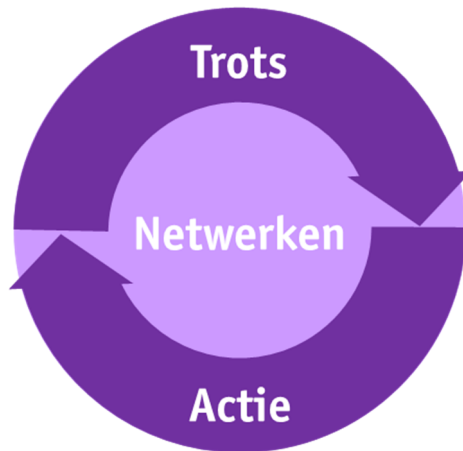
Via-via collega's vinden - Just do it

Dan is de vraag: wat kun je concreet *doen* zodat de kans op leuke collega's vinden toeneemt? Want als je trots bent en weet hoe je kunt netwerken, gaat het nog steeds niet vanzelf. Hoe kom je aan namen? Hoe leg je dan contact? Hoe vind je de balans tussen te pushy en te afwachtend?

Samenwerken is hier belangrijk. Liever niet de individuele professional met een to-do lijstje opzadelen, maar samen aan de slag.

Het goede nieuws is dat trots en actie nemen elkaar versterken. Als je trots uitdraagt in actie en daar wordt positief op gereageerd, neemt de trots toe. Dat nodigt weer uit tot actie.

Zo ontstaat het *wiel van trots*:



Voor managers en leiders – het vriendelijk geweten

Zorg dat het wiel blijft draaien

Daarbij ligt een taak voor de manager en de leiders in een organisatie dat vliegwiel op gang te brengen en te houden. Want het gaat helaas niet vanzelf.

Managers hebben als geen ander invloed op de mate waarin mensen daadwerkelijk trots naar hun werk gaan en met plezier netwerken in de praktijk.

Daarom voor de manager wat praktische handvatten om vanuit zijn rol het netwerk van de professionals te activeren.

Tot slot...

En dan is er nog een afsluitend deel met dankwoord, schaamteloze reclame voor ons eigen Dreamfactory (waar we trouwens trots op zijn), en links naar meer informatie over het onderwerp.

Het klassieke referral recruitment programma werkt met flinke beloning van de aanbrenner. We zien dat een groot aantal Nederlandse professionals van zo'n beloningssysteem nauwelijks in beweging komt. Terwijl mensen die wel in beweging komen dat wellicht ook zonder zo'n beloning wel gedaan zouden hebben.



Good Old Solliciteren

1.6 Ja maar - dat werkt niet want ...

Het is heel normaal dat je soms bezwaren voelt als je iemand die jij kent adviseert om bij jouw organisatie kennis te maken. Wat als er geen klik is? Of als het avontuur niet goed afloopt?

Hieronder een aantal veel voorkomende *Ja maars* met een antwoord ernaast. Vaak komt dat overigens neer op gewoon vertellen wat er aan de hand is, en waar je twijfel zit. In onze andere boeken leggen we uit hoe je dat doet met 'Benoemen Wat Is'.

Managers en leiders krijgen hun eigen *Ja maars* in hoofdstuk 5.16

<i>Ja maar...</i>	
<i>... ik ben bang dat de organisatie teleurgesteld raakt in mijn kandidaat.</i>	Precies. Om dat uit te onderzoeken, is het een goed idee dat jouw kandidaat eens komt praten. Met als doel om uit te vinden of het past of niet.
<i>... als Piet het niet leuk vindt bij ons kijkt hij mij daarop aan.</i>	Piet is een volwassen vent, en het is aan hem om te beslissen of jullie leuk zijn. Dat kan ik niet voor hem beslissen. Je kunt wel vertellen waarom je twijfelt.
<i>... we betalen toch te weinig.</i>	Je contact is prima in staat om nee te zeggen als hij de arbeidsvoorwaarden niet goed vindt.
<i>... ik heb geen zin om er tijd in te stoppen.</i>	Dat is uiteraard je eigen keus. Gelukkig valt de hoeveelheid tijd wel mee. Als je alleen zegt: 'goh, wist je dat wij nog mensen zoeken. Onze website is ...' ben je al een heel eind in minder dan een minuut.
<i>... ik ben niet trots op mijn organisatie.</i>	Tja, daar kunnen we zo snel niks op bedenken. Wellicht een idee om op zoek te gaan naar een andere werkgever?
<i>... als ik wilde netwerken was ik wel zzp-er geworden.</i>	Ga dan niet netwerken, maar vertel alleen aan aardige mensen die je toch al kent, dat jullie nog leuke mensen zoeken ☺.

<i>... ik wil geen mensen 'wegkapen' bij klanten of andere organisaties.</i>	Prima plan. En wellicht kun je dan voor de lange termijn gaan en iets zeggen als: <i>'Mocht je ooit op zoek gaan naar een andere baan, dan zou ik het fijn vinden als je aan ons denkt...'</i>
<i>... ik vind de persoon eigenlijk niet zo geschikt.</i>	Dan lijkt het logisch om die persoon niet voor te dragen.
<i>... waarom zou ik het werk van recruiters gaan doen? Ik ben al druk genoeg en zij zijn specialist en worden ervoor betaald.</i>	De vraag is niet of je het werk van een recruiter wil doen, maar of je die recruiter wil helpen met een deel van zijn werk, namelijk de voorselectie. Waarom zou je dat doen? Lees 1.3 <i>Bijdragen aan collega's vinden: is dat een goed idee?</i> En als je echt niet wilt omdat je een slecht gevoel hebt bij dit onderwerp? Dan vooral niet doen, en lekker in je vak bezig blijven.
<i>... hij komt erachter dat ik een beloning krijg.</i>	Vertel de ander dan dat je een beloning krijgt. En benoem zonodig welke rol die beloning heeft gespeeld bij jouw enthousiasme.
<i>... wat als ik nou niet zeker weet of iemand wel geschikt is?</i>	Dan zeg je tegen de kandidaat in spe iets als: <i>'Ik weet natuurlijk niet zeker of jij geschikt bent, maar om daarachter te komen lijkt het me goed om een gesprek met een van onze managers te hebben'</i> . Tegen je eigen organisatie zeg je iets als <i>'Ik weet niet zeker of hij geschikt is, dat laat ik aan jullie over om dat te onderzoeken.'</i>
<i>... ik houd niet van vriendjespolitiek. Want dat is het toch, mensen voortrekken?</i>	Neem een pepermuntje en lees deel 3 <i>Als je niet zo'n netwerker bent</i>

2 Het begint bij trots (of hoe je het noemen wilt)

Als je niet een beetje trots bent op de organisatie waar je voor werkt, is de kans klein dat je andere mensen gaat vertellen dat het een slim plan is om bij jouw club te komen werken.

Nu zijn we in Nederland niet zo van het opscheppen. Doe maar gewoon en zo. Zeker de inhoudelijk sterke professional is vaak eerder wat te bescheiden dan te opschepperig.

Ja, we willen niet opscheppen. Tegelijk willen we ook goed laten zien waar we trots op zijn.

Laten we daarom beginnen zelf te onderzoeken waarom we ons werk de moeite waard vinden. Om daar je eigen woorden aan te geven, zodat je het desgewenst ook aan anderen uit kunt leggen.

