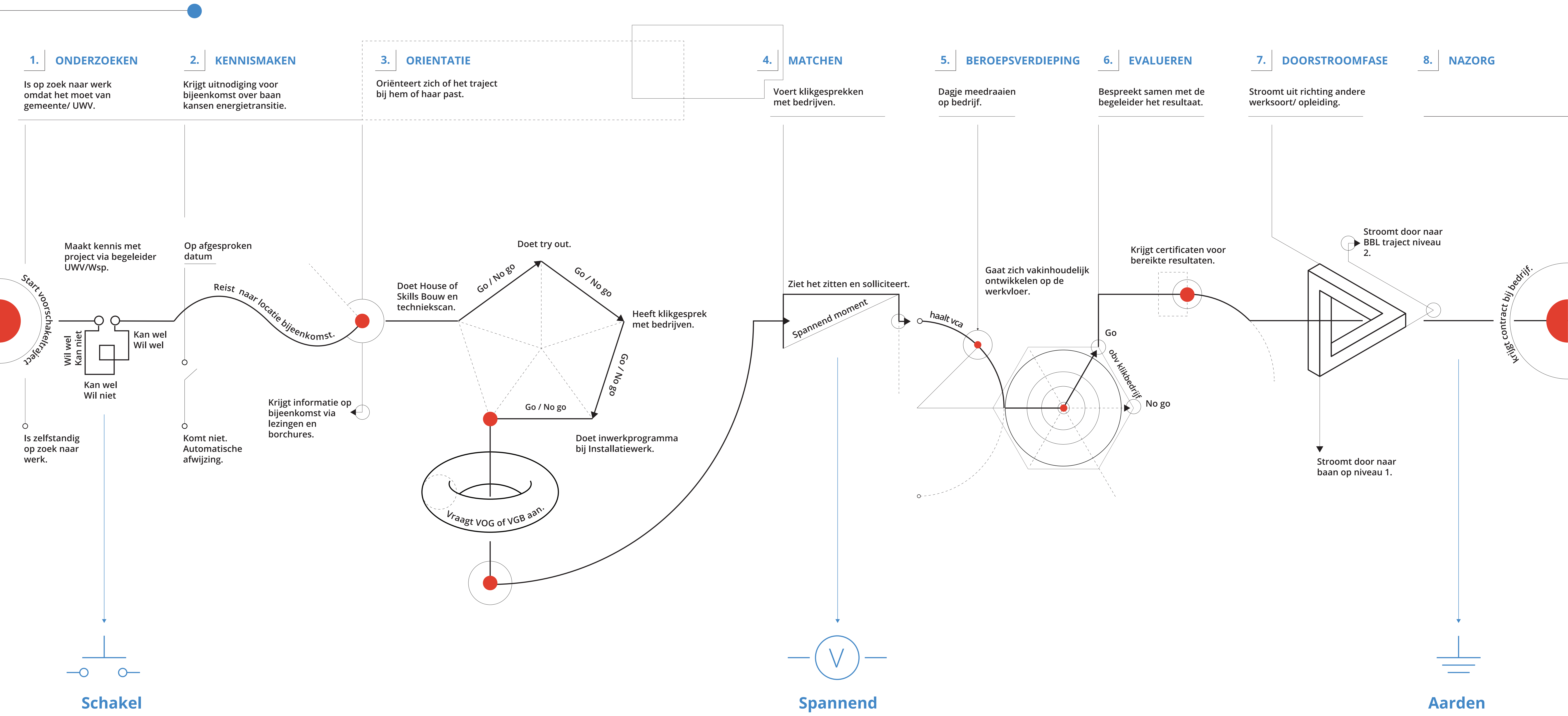


Jouw transitie naar een nieuwe carrière

Proces van voorschakeltraject van werkzoekende naar een baan in de energietransitie

ADAM...



Jouw transitie naar een nieuwe carrière

Proces van voorschakeltraject van werkzoekende naar een baan in de energietransitie

Beschrijving voorschakeltraject vn Adam

1. ONDERZOEKEN

Adam heeft een uitkering bij de gemeente / het UWV en hij moet hier uit. Adam wil dit ook graag, het is alleen wel spannend omdat er meer speelt in zijn leven. Adam heeft schulden gehad en zijn priveleven was rommelig. Daar zit nu verbetering in. Via de klantmanager van het UWV of van de gemeente komt hij in aanraking met het schakeltraject van de VTi. Interessant!

2. KENNISMAKEN

Adam hoort dat er een bijeenkomst is over dit traject. Hij besluit in overleg met zijn klantmanager om hier naartoe te gaan. Hoewel het best even met de tram is doet Adam dit op eigen kosten. Op de bijeenkomst wordt Adam vriendelijk ontvangen. Hij maakt via presentaties en speeddates kennis met het project en met de deelnemende bedrijven. Adam heeft er een goed gevoel bij.

3. ORIENTATIE

Dat was een leuke en erg interessante bijeenkomst! Dit lijkt de Adam wel wat. Samen met de klantmanager meldt hij zich aan voor de voorselectie.

Doel van deze voorselectie is om te bepalen of de match tussen Adam en het traject inderdaad zo goed is. Dit is spannend voor Adam, hij heeft immers een afstand tot de arbeidsmarkt. Daar komt bij dat er een paar stappen gezet moeten worden, waar soms best wat tijd tussen zit.

4. MATCHEN

Adam voert een aantal 'klikgesprekken' met de bedrijven waar hij en het bedrijf dachten dat dit wel eens een goede match kan zijn. En het werkt! Er is een match. Wel vraagt de klant zich af of hij de juiste keuze maakt..De klantmanager helpt Adam tijdens dit proces en bevestigt hem in zijn keuze. Ook het bedrijf straalt uit dat zij het zien zitten. Dit geeft Adam vertrouwen.

5. BEROEPSVERDIEPING

Het is zover! Adam gaat zich een aantal weken inhoudelijk en mentaal inwerken op de werkvloer van Installatiewerk. Hij maakt kennis met het werk. Ook komt hij medekandidaten tegen. Dit schept een prettige band; Ik ben niet een uitzondering, denkt Adam.

Omdat Adam een tijdje niet heeft kunnen werken is het lastig om weer te wennen aan het werkritme, omgaan met collega's en het hebben van een goede werkhouding. Daarom heeft de gemeente een coach op de achtergrond ter ondersteuning.

6. EVALUEREN

Het schakeltraject is doorlopen. Adam voert een eindgesprek met het bedrijf en de klantmanager van de gemeente. Hierin besluiten het bedrijf, Adam en de gemeente of Adam het hele opleidingstraject kan gaan volgen, of op een andere manier gaat doorstromen.

7. DOORSTROOMFASE

Er is groen licht! Adam start met het opleidingstraject binnen het bedrijf waar het mee klikte. Door de voorbereiding is Adam er klaar voor. Hij is gemotiveerd om van de opleiding een succes te maken en heeft de steun gekregen om de drempels die er richting werk waren weg te nemen. Adam krijgt een contract van minimaal 6 maanden bij de werkgever.

8. NAZORG

Het traject is klaar. Maar de opleiding begint nu echt. Adam en het bedrijf gaan vanaf de doorstroom samen aan de slag. Na een paar maanden belt de begeleider vanuit de gemeente met de klant om te vragen hoe het gaat. in dit gesprek bepalen zij gezamenlijk of er verdere ondersteuning nodig is.

Inzichten

Bij klanten is het cv vaak niet up to date, of het klopt niet.

De klant weet ook niet hoe je een sollicitatiebrief schrijft, of een gesprek voert. De klant heeft hulp nodig bij het maken van een cv en een brief.

Het sollicitatieproces is voor klanten vaak erg spannend. Dit kan een drempel zijn om op gesprek te gaan.

Het kan zo zijn dat de klant niet bereikbaar is.

Voor de begeleiders is het belangrijk dat alle informatie over de klant centraal inzichtelijk is. Nu werken een paar systemen naast elkaar. De kans op problemen hiermee is daarom groot.

Het traject vraagt om een investering, ook bij bedrijven. Dit is voor sommige bedrijven een drempel.

Gelukkig zijn er subsidies. Probleem is dat deelnemende bedrijven niet goed de weg weten in subsidie land. Dit zorgt voor verwarring en voor verkeerde keuzes door het bedrijf.

Het aanvragen van scholingsbudgetten gebeurt weer uit een ander potje. Bovendien kan een aanvraag lang duren.

Voor klant is het traject een onbekende weg. Neem onzekerheid weg door te helpen met drempelverlagende acties die:

1. De mogelijkheid tot het nemen van zelfstandige stappen simpel maken.

2. De motivatie verhogen motivatie verhouden.

Bedrijven hebben verwachtingen over klanten, soms ook verkeerde verwachtingen.

Er zijn veel verschillende systemen waarin partijen werken. Dit kan tot verwarring leiden.

Het is een project van VTi, dit mag nog prominenter op de voorgrond.

Partijen gebruiken tijdens gesprekken veel jargon en beleidstermen. Dit kan voor klanten onoverzichtelijk zijn.

Een groot aantal klanten heeft het financieel moeilijk. Dit zorgt ervoor dat klanten niet altijd geld hebben om te reizen.

Ondersteuningspotjes van de gemeente zijn hierbij ontoereikend.

Klanten vinden een bijeenkomst spannend en blijven daarom liever thuis.

Er is veel problematiek waardoor mensen zich 'verstoppen' als het moeilijk gaat worden.

Het kan gebeuren dat een bedrijf selecteert op subsidiepotjes in plaats van op de kandidaat. De kandidaat die het meeste geld meebrengt wordt zo gekozen.

Het kan zo zijn dat het bedrijf de verkeerde functie-eisen opgeeft, of een onrealistisch beeld heeft van de doelgroep.

De klant kan besluiten dat het niet aan de verwachtingen voldoet en uitstappen.

Er zijn verschillende stappen tijdens de voorselectie. Hier kan tijd tussen zitten. De klant kan hierdoor tussen wal en schip raken.

Door schaarste kan het zo zijn dat er geen jobcoach beschikbaar is.

Het bedrijf kan te weinig kennis hebben van de klant, waardoor deze niet begrepen wordt en uitvalt.

Het inwerken van de klant op het bedrijf gaat snel over de vakinhoudelijke kant, waardoor de klant zich wat verloren kan voelen.

Tijdens het traject bestaat het risico dat er ruis in de communicatie ontstaat doordat er veel verschillende contactpersonen betrokken zijn.

Er kan onvoldoende begeleidingstijd zijn tijdens het traject.

Ook in deze fase is wellicht geen jobcoach beschikbaar.

Het traject kan ook anders lopen. Het kan zijn dat de kandidaat niet op de juiste plek blijkt te zitten, maar wel kan en wil werken.

Het kan zijn dat het bedrijf niet geschikt is als leerbedrijf.

Het kan zijn dat een onboardingprogramma ontbreekt.

Het kan zijn dat het traject stopt omdat de klant toch niet in staat is om het traject te volbrengen.

Het UWV en WSP zijn na afloop van de proefplaatsing geen partij meer.

De werkgever heeft een prikkel nodig om de leerling in dienst te houden na de opleiding,

De werkgever ziet door de waan van de dag niet altijd even scherp wat de meerwaarde is van de investering.

De klant kan is weer meer op zichzelf aangewezen en kan hierdoor terugvallen in oud gedrag. Hou hier rekening mee.

Jouw transitie naar een nieuwe carrière

Proces van voorschakeltraject van werkzoekende naar een baan in de energietransitie

Kansen

1. ONDERZOEKEN

Help de kandidaat met solliciteren.

Help het bedrijf met subsidieoverzicht of met 1 potje voor subsidies.

Spreek met partijen af dat de centrale registratie in 1 systeem gebeurt, of dat in ieder geval 1 systeem hét uitgangspunt is.

Maak een proces richting het traject waarin iedere stap is uitgewerkt voor bedrijf en de betrokken overheidsinstellingen. Zo weet iedereen wat moet gebeuren; ook bedrijven.

Hou rekening met aanvraagtermijnen voor scholingsbudgetten door zo snel mogelijk de scholingsbehoefte in kaart te brengen. Doe dit vroeg in het proces Scholingsaanvragen kunnen binnen UWV 5 weken duren.

Overweeg om te solliciteren 'met een open verleden'; dus zonder cv, alleen met een motivatiebrief.

2. KENNISMAKEN

Maak als gemeente samen met de klant een lijstje met zaken die het traject kunnen belemmeren. Bedenk voor die belemmeringen concrete acties. Gebruik hiervoor de WISH methodiek.

Vriendelijkheid en vertrouwen kunnen verwachten. En maak ook helder wat van hen wordt verwacht. Hoe concreter hoe beter.

Maak heel helder wat bedrijven kunnen verwachten. En maak ook helder wat van hen wordt verwacht. Hoe concreter hoe beter.

Laat actief zien dat VTi de organisator is. Draag uit dat deze bijeenkomst er is dankzij de VTi. Dit zorgt voor draagvlak bij alle partijen.

Geef de klant het gevoel dat deze zelf kiest. Ook al zijn de keuzes voorgesorteerd, een gevoel van autonomie is heel belangrijk voor de motivatie van klanten om voor een traject te gaan, of niet. Voedt dit gevoel van eigenaarschap actief.

Spreek af dat betrokken partijen in 1 centraal systeem samenwerken.

3. ORIENTATIE

Zorg voor goede match op basis van gesprekken. Pas de trechtermethodiek toe om realistische doelen te stellen en motivatie te voeden.

Zorg voor actieve ondersteuning als klanten het spannend vinden; bijvoorbeeld door iemand te laten meegaan, of een bekend gezicht op de bijeenkomst te laten komen waar de klant zich veilig bij voelt.

Let op het doel van de bijeenkomst. Het gaat niet alleen om informatie over het traject, maar vooral over het gevoel van de bezoeker. Deze moet in een warm bad terechtkomen.

Zorg als VTi voor een reiskostenregeling voor klanten die naar een informatiebijeenkomst willen

Voor klanten kun je bij het UWV een verzoek 'noodzakelijke scholing' inzetten. De eisen hiervoor zijn erg streng, maar het kan wel een probleem oplossen bij reisaftanden omdat het meer reiskostenvergoeding geeft. Ook is het zaak om eventuele aanvragen al voor de bijeenkomst zijn klaargezet. Dit ivm de lange aanvraagtermijnen.

4. MATCHEN

Help het bedrijf met heldere selectiecriteria

Doe aan verwachtingsmanagement

Zorg als VTi voor 1 pot voor subsidies. En help bedrijven met het bepalen van de juiste potjes. Dit voorkomt shopgedrag op basis van subsidies ipv op een match met de klant

Overbrug de kloof tussen de verschillende stappen in het selectieproces. Dit voorkomt dat de klant tussen wal en schip valt en neemt koudwatervrees weg.

Zorg bijvoorbeeld voor een (online) tool die de klant regelmatig activeert richting het traject. Denk aan (telefonische) contactmomenten, automatische notificaties over de voortgang, een welkomstpakket thuis ontvangen of tussentijds filmpjes over het traject dat de klant kan verwachten.

Hou hierin rekening met het niveau van de klant.

Zorg in voorgaande stappen dat de klant het gevoel heeft echt zelf mee te kiezen over het traject. Dit maakt de kans op uitval kleiner.

5. BEROEPSVERDIEPING

Zorg ervoor dat de klant al voor de eerste werkdag heeft kennisgemaakt met de locatie en de mensen. Dit kan ook (deels) online.

Focus naast de vakonhoudelijk zaken ook op het gevoel van de klant:

1. dat de klant erbij hoort
2. dat de klant het kan
3. dat de klant het zelf kan

Maak een centrale database met tips en informatie beschikbaar waar de klant en het bedrijf oplossingen kunnen vinden. Dit kan persoonlijk, telefonisch maar ook via bijvoorbeeld een FAQ op een website.

Maak een team van verschillende klanten zodat zij elkaar kunnen stimuleren en ondersteunen tijdens het traject.

Zorg voor goede ondersteuning en een hulplijn als er geen jobcoach voorhanden is.

Zorg voor goed voorbereide begeleiders die weten wie zij onder hun hoede krijgen.

6. EVALUEREN

Zorg voor 1 aanspreekpunt voor klant en bedrijf gedurende het traject.

Goede verslaglegging in 1 systeem is belangrijk. Bepaal in welk systeem je de voortgang bewaakt. Bepaal ook samen wat je vastlegt en wat de doelen zijn.

Gebruik een voortgangscanvas als tool om de afspraken in vast te leggen op 1 a4, ipv meerdere lange documenten.

Dit zorgt voor heldere definities van de doelen en aanpak bij alle partijen.

Maak een centrale database met tips en informatie beschikbaar waar de klant en het bedrijf oplossingen kunnen vinden als ze even vastlopen.

Maak de evaluaties niet in moeilijke taal. Doe het mondeling waar mogelijk om taalbarrières te voorkomen. Leg het vast in begrijpelijk Nederlands.

Zorg ervoor dat de jobcoach beschikbaar & benaderbaar is.

7. DOORSTROOMFASE

Voor de klant is het belangrijk dat deze gemotiveerd blijft, ook als het traject niet succesvol verloopt. Zorg ervoor dat het schakeltraject goede opvolging heeft als het onverhoopt niet lukt.

Help de kandidaat actief met een alternatief traject.

Frame uitvallen niet als een schande, het is een stap opzij, niet achteruit. Maak dit duidelijk naar klanten.

Zorg voor scenario's waarin die alternatieven al zijn voorbereid.

Zorg ervoor dat de kandidaat kan doorstromen naar een andere (technische) branche als dit beter blijkt te passen. Denk aan Bouw en infra, of autotechniek. Maak hier afspraken over. Samenwerking is hier slimmer dan concurrentie.

Het moment van doorstroom na de opleiding is een moment waarop de schakels zwak zijn. Versterk dit met een persoonlijke en geleidelijke overdracht.

Wsp kan het bedrijf en de klant laten weten dat ze hen niet aan hun lot overlaten.

Hou het contact met de klant warm, zodat deze verbonden blijft.

Zorg ervoor dat de jobcoach beschikbaar & benaderbaar is.

8. NAZORG

Blijf het bedrijf actief prijzen om de deelname aan het traject.

Reken het bedrijf voor wat het hen oplevert.

Stuur na het traject een een leuke attentie aan het bedrijf als dank voor de inzet. Wellicht een video met positieve reclame, of extra SROI punten.

Als de begeleiding wegvalt staat de klant er zelf voor. Maak deze overgang niet te hard. Gebruik bijvoorbeeld een strippenkaart die de begeleider kan inzetten om de klant nog een tijdje te volgen zonder dat het ten koste gaat van de overige caseload.

Maak een alumniclub van de deelnemende klanten. Dit is goed voor de binding onderling tussen klanten en voor binding met de bedrijven.

Blijf bereikbaar voor het bedrijf voor vragen en ondersteuning. Het is wenselijk dat de klant langer dan een half jaar in dienst blijft. Extra inzet in deze fase kan daarom lonen.