



WERVEN EN TRAINEN IN CUSTOMER CONTACT

DE IDEALE OPZET ONDERZocht





WERVEN EN TRAINEN IN CUSTOMER CONTACT

DE IDEALE OPZET ONDERZOEKT

De recessie loopt ten einde. De markt trekt aan en het aantal vacatures neemt toe. Een prettig gegeven voor werknemers, want dit betekent dat zij een keuze kunnen maken naar hun persoonlijke voorkeur. Het vraagstuk is simpel: wordt het uw vacature, of toch die van de concurrent? Vooral binnen de branche van het klantcontact merken wij dat er een tekort ontstaat aan de kwalitatieve instroom van kandidaten. Bij diverse opdrachtgevers wordt opgemerkt dat doorlooptijden toenemen en een volledige bezetting van 'de klassen' een steeds lastiger opgave is. Daarnaast worden verblijfsduur en kwaliteit van de kandidaat steeds belangrijkere topics. Eisen nemen toe en het aantal kandidaten neemt af.

Maar voor vrijwel elk probleem is een oplossing.

Zo ook hiervoor! YoungCapital onderzocht in voorjaar 2015 de werving en selectie in de customer contact-branche, zowel aan de klant- als aan kandidaatzijde. In dit whitepaper leest u de uitkomsten van dit onderzoek en leert u hoe u het beste sollicitanten werft en behoudt.

STAP 1: HET ONDERZOEKEN VAN HET SELECTIEPROCES

De eerste stap die we hebben ondernomen, is het in kaart brengen van het gehele wervings- en selectieproces van onze grote customer contact center-klanten. Per selectiestap hebben wij op een rij gezet hoeveel sollicitanten afvielen, en waarom. Deze funnel-analyses lieten een heel duidelijk resultaat en hiermee ook oplossing zien.

FUNNEL-ANALYSE 1

Voor een CCC klant in Amsterdam hebben we in Q4 van 2014 474 kandidaten gescreend om tot 16 plaatsen te komen. Ruim 28% viel af op de gestelde beschikbaarheidseisen van de training; een fulltime training werd geboden, waarna aansluitend parttime gewerkt kon worden. Een mismatch met uitval van maar liefst 134 potentiële kandidaten tot gevolg.

FUNNEL-ANALYSE 2

Voor een CCC klant die meerdere locaties in het land heeft, hebben wij een landelijke funnel-analyse uitgevoerd. Deze analyse liet zien dat 42% van de sollicitanten afviel omdat zij niet beschikbaar waren voor de fulltime training van meerdere weken. Dit kwam neer op ruim 2.500 sollicitanten, die op dit knock-outcriterium direct afvielen voor een parttimefunctie.

CONCLUSIE: KWALITEIT BOVEN BESCHIKBAARHEID

Kortom, niet beschikbaar zijn zegt niets over de kwaliteit of capaciteit van de kandidaat, maar sluit hem of haar wel direct uit van verdere procedures. En dat is enorm zonde, tijdrovend en niet goed voor het employer brand. Daarnaast zorgt dit ervoor dat de toestroom van sollicitanten enorm wordt verkleind. Deze mismatch is gelukkig eenvoudig op te lossen door de trainingsperiode aan te passen.



STAP 2: UW POTENTIËLE NIEUWE MEDEWERKER AAN HET WOORD!

De periode waarin de training plaatsvindt, is dus een heel belangrijke afhaakfactor voor sollicitanten. Maar daarmee zijn we er nog niet, want de volgende vragen moeten nog worden beantwoord:

- Hoe ziet de ideale training eruit?
- Hoeveel uur wil of kan de kandidaat getraind worden?
- Op welke momenten wil hij/zij getraind worden?
- Hoeveel uur wil hij/zij idealiter eigenlijk werken?
- Zijn er verschillende doelgroepen te herkennen?

Om deze vragen te kunnen beantwoorden heeft YoungCapital ook de volgende stap ondernomen, namelijk een enquête uitgezet onder 22.000 sollicitanten die geïnteresseerd zijn in een baan binnen de contactbranche, verspreid over Nederland.

ONDERZOEKSUITVRAAG

Leeftijd:	18 t/m 65 jaar
Locaties:	Amsterdam/Rotterdam/ Enschede/Eindhoven/ Groningen
Opleiding:	Vmbo, mbo, hbo en wo
Interesse werkgebied:	Callcenter
Populatie:	Werkzoekende en werkende kandidaten, zowel parttime als fulltime
Respons:	800

De uitkomsten van dit grootschalige onderzoek met 800 respondenten laten duidelijk zien waar de

kansen liggen bij de CCC-werkgever als het gaat om werving én behoud van nieuw personeel:

trainingsduur, arbeidsuren per week en het bieden van zekerheid!

Bij het analyseren van de uitkomsten onderscheiden twee duidelijke doelgroepen zich:

Doelgroep 1: 18-25 jaar

Doelgroep 2: 36-55+ jaar

Overige: 26-35 jaar

De groep 'overige' bevat zowel studenten als mensen die al werkzaam zijn, en onderscheidt zich daarom minder sterk.

HET AANTREKKEN VAN DOELGROEP 1: 18-25 JAAR

Wij zien dat dit een zeer gewenste doelgroep is voor veel van onze CCC-opdrachtgevers. Hoogopgeleid talent, hbo- en wo-geschoold, sterk in communicatie en realiseren van goede klantbeleving. Deze doelgroep ziet het werken op het contact center als eerste officiële en goede stap van hun carrière. Voor u een mogelijke kweekvijver aan talent, niet alleen voor het contact center, maar ook breder in de organisatie.

Hoe ziet de ideale baan er volgens hen uit?



De ideale baan biedt idealiter maximaal 20 contract-uren per week aan voor de parttimedoelgroep; nog geliefder is een contract tussen de 12 en 16 uur;



De ideale baan biedt de fulltimers een contract aan voor 36-40 uren per week;



De ideale baan werkt niet met contractvormen die liggen tussen de 21 en 35 uur per week; deze is overduidelijk het minst geliefd en sluit sollicitanten uit van solliciteren.

Hoe ziet de ideale training er volgens hen uit?



De ideale training is bij voorkeur niet meer dan 3 dagdelen per week (12 uur);



De ideale training is op doordeweekse avonden en in het weekend;



De ideale training neemt de zondag mee als potentieel trainingsmoment;



De ideale training is liever niet op doordeweekse ochtenden en middagen, deze dagen zijn het minst geliefd.

Welk commitment kunnen zij bieden?

Vraag de kandidaat niet alleen om commitment, bied het hun ook terug aan in de vorm van een contract. Opvallend is het gegeven dat deze doelgroep zich wil binden voor een periode langer dan twaalf maanden. Een contractperiode van <zes maanden is het minst geliefd. Dit onderdeel kan een zware pull-factor zijn bij het aantrekken én behouden van nieuw personeel. Wenst u een verblijfsduur van een jaar, bied hundaan een contract aan. Dat kan ook met YoungCapital's uitzendcontract.

Training staat los van de baan

Opvallend is dat kandidaten maximaal 3 dagdelen per week getraind willen worden. Deze uitkomst is ook zichtbaar bij de fulltimers binnen deze doelgroep én zelfs ook in de doelgroepen die ouder zijn dan 25 jaar (van 36 jaar t/m 55+).

Het zou kunnen betekenen dat men de training 'los' ziet van de daadwerkelijke start van de functie. Dat men eerst getraind wil worden in de avond/het weekend naast de bestaande baan, om vervolgens het aantal contract-uren aan de slag te gaan. Het is interessant om met deze gedachte verder te gaan: Is het mogelijk om te trainen per skill? En gaandeweg verder te trainen naast het werk? Of kandidaten al eerder te trainen, ook al werken ze nog bij een andere werkgever?

Het is daarnaast onze aanbeveling om sowieso de trainingsmomenten te spiegelen aan de contract-duur/tijden. Op deze wijze kan een training worden ingevuld door de kandidaat.

HET AANTREKKEN VAN DOELGROEP 2: 36-55+ JAAR

Hoe ziet de ideale baan er volgens hen uit?



De ideale baan biedt fulltime-uren, vanaf 32 uur per week, maar nog beter: 36-40 uur;



Alles onder de 28 uur per week is minder aantrekkelijk voor deze doelgroep.



Hoe ziet de ideale training er volgens hen uit?



De ideale training ligt aan het begin van de week en overdag: maandag, dinsdag en woensdag; bij voorkeur niet doordeweeks en niet in avonden;



De ideale training is overdag, ook hier een voorkeur voor 3 of anders 10 dagdelen. Wanneer gekozen wordt voor 10 dagdelen laat dit dan ook aansluiten op de fulltime werkweek.

Welk commitment kunnen zij bieden?

Een periode langer dan 12 maanden.

Op zoek naar zekerheid

Dit is de doelgroep met veelal kinderen thuis. Dat betekent elke maand vaste lasten, en daarom is het verklaarbaar dat vooral de fulltime-uren populair zijn. Vervolgens wil deze doelgroep vooral een training overdag of doordeweeks. Ook verklaarbaar, want in de avond en in het weekend zijn de kinderen vrij.

Een optie is om deze doelgroep alleen overdag of doordeweeks te laten werken. De avonden en weekenden kunnen vervolgens worden opgevangen door de doelgroep jonge talenten (doelgroep 1). Daarbij is deze doelgroep ook op zoek naar zekerheid. Naast het commitment dat u als werkgever verlangt, kom uw werknemer tegemoet met een contract van 1 jaar, daarmee bouwt u een vertrouwensrelatie op; dit kan tevens via ons als partner.

ONZE AANBEVELINGEN

Onderzoek geeft duidelijk weer waar de enorme kansen liggen voor u in het aanspreken van (latent) werkzoekenden om zo de instroom te vergroten zonder afbreuk te doen aan kwaliteit. Sterker nog: wij durven te beweren dat het vergroten van de instroom direct zorgt voor het verder verhogen van de kwaliteit.

- Pas het aanbod aan op de twee doelgroepen: parttimers en fulltimers;
- het bieden van kleinere contracturen tot 20 uren per week;
- het bieden van fulltimecontract-uren, voorkeur voor doordeweekse dagen;
- pas op met het vragen om een te grote flexibiliteit; dit is wenselijk voor u, maar sluit direct veel sollicitanten uit van de procedure;
- het aanbieden van trainingen die niet meer beslaan dan 3-5 dagdelen per week, trainen per skill.

Deze aanpassingen zorgen ervoor dat sollicitanten niet onnodig worden uitgesloten van de sollicitatieprocedure. Ze vergroten de instroom en daarmee de toegang tot talent!

OOK UW WERVING VERBETEREN?

Neem dan contact op met:
Alice Becker (a.becker@youngcapital.nl) of
Danielle Emmer (d.emmer@youngcapital.nl).

