

De vraag is niet hoe jij een talent vindt, maar hoe een talent jou vindt



Zoek je toppers, wees er dan zelf een

Het vinden van digitaal talent was nog nooit zo eenvoudig als nu, want mensen laten zich makkelijk spotten. De kunst is hen voor jou te interesseren, in een arbeidsmarkt met felle concurrentie. Met passie, overtuigingskracht en creativiteit kun je winnen, ook van de grote namen.

Door **Edwin Verspui**, oprichter en managing director van VA Search

AMSTERDAM - Het vinden van digitaal talent is voor vrijwel elke onderneming lastig. Toch zijn die talenten er wel degelijk en CIO's die het professioneel aanpakken, halen ze ook binnen.

Het zoeken naar mensen voor sleutelposities vergt echter een heel andere aanpak dan traditionele werving en selectie. Toppers haal je niet binnen met alleen een briefing aan de hr-afdeling om vervolgens af te wachten waar zij mee komen. De CIO die digitaal talent zoekt, moet zich allereerst zelf een 'topper' tonen, niet alleen vakinhoudelijk, maar ook bij de zoektocht naar de juiste man of vrouw.

Helaas zie ik die betrokkenheid in de praktijk zelden. Men wil een goede man of vrouw, schrijft naar beste weten en kunnen een profiel, sluit kort met de hr-afdeling en vertrouwt vervolgens op hun inspanning en expertise. Ieder z'n vak, nietwaar? Tien tegen een dat dit geen resultaat oplevert. Niet omdat de hr-afdeling ondermaats presteert, maar omdat toptalenten de banen voor het uitzoeken hebben. Het draait in de huidige turbulente IT-arbeidsmarkt primair om de vraag hoe ze geïnteresseerd raken in wat jij te bieden hebt. Dáár ligt de uitdaging voor de CIO van vandaag. Wie goede mensen op sleutelposities wil, moet ze verleiden. 'Talent attracts talent' en dat begint bij de CIO. Hij moet inhoudelijk precies weten

wat hij wil, wat voor kandidaat hij zoekt en welk perspectief hij te bieden heeft. Dit vraagt naast een helder verhaal, om enthousiasme, een persoonlijke klik en vooral overtuigingskracht. Ben je eenmaal met een kandidaat in gesprek, laat hem dan niet glijpen, maar zorg dat hij voor jouw bedrijf kiest! Toon je ambities, je passie, laat zien dat je hem of haar er graag bij wilt hebben.

De CIO die dit spel snapt, weet dat hij de hr-afdeling niet in een bijrol moet manoeuvreren, maar moet overtuigen van het gemeenschappelijk doel: de zoektocht naar IT-talent tot een goed einde brengen. Dat vergt een open mind en wederzijds begrip. IT is een snel ontwikkelend vakgebied waar functies voortdurend veranderen. Vaak gaat het om nieuwe rollen waarvan de scope pas in de praktijk zal uitkristalliseren. Het zijn unieke functies die waarschijnlijk ook niet naadloos passen in de traditionele functieomschrijvingen van de hr-afdeling. Dat vraagt om flexibiliteit van beide kanten. De hr-afdeling kan niet zonder gedegen input van de CIO. Hij moet helder maken wat hem voor ogen staat. Als daarvoor meer dan één briefing nodig is, so be it, maar niets is zo contraproductief als een hr-functionaris die denkt te weten wat de CIO wil. Hoe scherper de CIO het profiel van de gezochte kandidaat formuleert, hoe nauwkeuriger hr kan zoeken en hoe groter de kans op het vinden van een geschikte kandidaat.

Kandidaten zijn er zat. De hr-afdeling die roept dat er nauwelijks kandidaten te vinden zijn diskwalificeert zichzelf. IT-talenten laten zich beter dan ooit identificeren. Een hr-professional die thuis is in sociale media kan moeiteloos tientallen en mogelijk zelfs honderden IT-talenten spotten. Vooral wanneer men bereid is om ook over de grens te kijken. De longlist is het probleem niet.

De crux zit hem in de match tussen vraag en aanbod. De hr-afdeling die gedegen door de CIO is gebriefd, komt op eigen gezag een heel eind. Bovendien is er altijd de mogelijkheid om in dit traject samen te werken met externe experts. Zeker de dedicated bureaus zijn snel in staat te bepalen of gespotte kandidaten over de gewenste skills en potentie beschikken.

Vervolgtraject

Het vervolgtraject wordt spannend. Want kandidaten spotten is één, maar hen strikken is een ander verhaal. Bij het eerste contact moet er een glashelder verhaal zijn.

Kandidaten moet meteen duidelijk worden waarom men hen benadert en wat men te bieden heeft. Ook op vragen moet men to the point kunnen reageren. Ook hiervoor moet de input van de CIO komen. Hij moet zijn hr-collega's de bagage geven waarmee ze mensen weten te raken en te interesseren. En ook hier geldt: professionele wervingsbureaus kunnen in dit stadium een enorme meerwaarde bieden. Zij hebben naast hun netwerk de skills om een

zien waar kansen en uitdagingen liggen, maak concreet welke rol de gesprekspartner daarin zal hebben, wat zijn plaats in de organisatie wordt en welke verantwoordelijkheden daarbij horen. Wijs op studie- en verdere ontwikkelmogelijkheden. En last but not least, maak helder waarom je in hem of haar de ideale kandidaat ziet. 'Ik wil jou!'

Wees creatief in het 'verleiden' van de kandidaat die je echt wilt hebben. Het innovatieve IT-talent waar nu vaak jacht op wordt gemaakt, zijn veelal jonge dertigers. Mensen die zowel aan het begin van een carrière staan als bezig zijn met relaties of met gezinsvorming. Voor deze groep is een goede balans tussen werk en privé heel belangrijk. Maak helder dat die twee te combineren zijn.

Win je het daarmee van werkgevers als Google, Amazon of Facebook? Laten we nuchter zijn, garanties op succes bestaan niet. Maar de praktijk leert wel dat overtuiging en bezieling wezenlijk zijn om mensen over de streep te trekken. We werken bijvoorbeeld regelmatig voor de CIO & Digital Lead van FrieslandCampina Erwin Logt. Voor Erwin is het vinden van innovatief-IT-talent voor sleutelposities dagelijkse prioriteit, totdat de functie is ingevuld. Concreet betekent dit dat hij gedurende het selectietraject nagenoeg permanent beschikbaar is. Dat hij de lead neemt als zich obstakels voordoen en alles uit de kast haalt om binnen het bedrijf alles en iedereen te mobiliseren om die ene kandidaat binnen te halen. De praktijk leert dat je met die insteek succes afdwingt.

Het begint bij de basis

'The big how' bracht mij op de vraag: Wat draag je er zelf aan bij? Ik pleit er daarom voor dat mensen bij wie innovatieve IT in het DNA zit ingebakken waar mogelijk initiatief nemen om het belang van technologie ook buiten de sector helder te maken. Daarbij denk ik vooral aan het voortgezet onderwijs. Want hoe sterk het belang van de digitale maatschappij overal wordt benadrukt, we zien dat niet terug op de scholen. Docenten zijn vaak niet digitaal onderlegd en de toepassing van IT is geen primair aandachtsgebied. Dit leidt ertoe dat schoolverlaters een eenzijdig beeld hebben van de digitale samenleving. Hun bagage beperkt zich tot kennis van de sociale media. Laten we dat gebeuren of pakken we zelf de handschoenen op? Ook jonge mensen herkennen echte passie. Trek ze over de streep.



Edwin Verspui

"Talent trekt talent aan"

complex inhoudelijk verhaal helder voor het voetlicht te brengen. Naast duidelijkheid is snelheid hier een belangrijk aandachtspunt. De concurrentie is immers groot. Laat kandidaten daarom niet in onzekerheid. Zorg dat vragen waarop in eerste instantie geen antwoord is, binnen een dag een follow-up krijgen. Geef aan welk tijdsad de firma voor ogen staat en op welke termijn besluitvorming plaatsvindt. Als CIO moet je gedurende dit traject beschikbaar zijn.

En dan moet het echte werk nog beginnen. De daadwerkelijke gesprekken met de top 5 van de shortlist. Daar kan de CIO als geen ander het verschil maken. Door enerzijds z'n eigen betrokkenheid en passie te tonen en daarnaast een helder perspectief te schetsen. Vertel in welke richting de onderneming zich wil ontwikkelen. Laat