

Vitae: hard op de feiten en zacht op de relatie



Hein Pouw: 'Waar wij goed in zijn ten opzichte van onze concurrenten is de ontwikkeling van de mens achter de vakman'.

FOTOGRAFIE: FOTOFERISBURO DIJKSTRA BV

Een detacheringorganisatie die opvallend haar best doet om echt onderscheidend te zijn in de ogen van potentiële flexkrachten. Dat is de indruk die Vitae maakt in de vakpers. Wat doen ze dan zoal en welke filosofie zit erachter? Een interview met een van de webbers van het netwerk van de nieuwe professional.

TRYNTSJE DIJKSTRA

'Vier het verschil', een evenement rond diversiteit op de werkvloer, 'Great Place to Work', een prijs voor goed werkgeverschap, 'inspiratietafels', om over actuele HR-thema's als 'passie-management' of 'employee branding' te discussiëren, en 'inspiratieplatform Snipp'r', een virtueel netwerk voor iedereen die aan Vitae verbonden wil zijn. Het zijn maar enkele voorbeelden van feiten waarmee Vitae zich profileert. 'Celebrate responsibility', een dag per jaar letterlijk de handen uit de mouwen

steken voor een goed doel, en de ‘Dag van je eigen koers’ om je werk te vieren, zijn er nog twee. ‘Het netwerk van de Nieuwe Professional’ noemt het personeelsbemiddelingsbureau zich sinds een jaar of twee. Wie erin duikt, duizelt het al snel van de kreten. Tijd voor een interview met een van de drie ‘webbers’ van dit detachering- en werving en selectiebureau. ‘Sinds 2001 zijn we een netwerkorganisatie,’ vertelt Hein Pouw, webber c.q. directeur marketing en innovatie van Vitae. ‘Onze organisatie heeft niet de vorm van een hark, maar van een bloem. Drie gelijkwaardige directeuren staan niet boven maar in het hart van de organisatie. We nemen geen directiebesluiten, maar beslissen in proces-teams rond een onderwerp. Hierin zitten drie webbers aangevuld met drie of vier personen uit het bedrijf die van het onderwerp verstand hebben. Het is iets wat past in de huidige tijd en het werkt so far so good in een slechte en in een opgaande markt.’ Het idee komt van Annemieke Roobeek, hoogleraar strategie en transformatie management aan Nyenrode Business Universiteit. De personeelsbemiddelaar heeft nauwe banden met deze universiteit. Zo is Vitae de sponsor van het Powerhouse Competing for Talent, een leerstoel bekleed door hoogleraar strategisch talent management Lidewey van der Sluis. ‘We maken gebruik van hun onderzoek, bijvoorbeeld naar hoe mensen leren, hoe talenten zich ontwikkelen en hoe je ze tot bloei brengt,’ aldus Pouw. ‘Verder werken we mee aan masterclasses op Nyenrode en neemt de universiteit deel aan onze inspiratietafels.’

In terminologie echter vaart Vitae haar eigen koers. ‘We gebruiken begrippen die algemeen zijn in het bedrijfsleven, maar geven er soms onze eigen draai

VITAE IN CIJFERS

omzet	95 miljoen euro
netto winst	6,6 miljoen euro
medewerkers	1280
op kantoor	402
als interim professional	878
man	645
vrouw	635
voltijd	858
deeltijd	422
twintigers	627
dertigers	515
veertigers	110
vijftigers	29

Bron: Sociaal jaarverslag 2007

aan,’ aldus Pouw. ‘Door onszelf webber te noemen bijvoorbeeld hebben we vaak gelijk een gesprek waarbij we kunnen vertellen over onze organisatie. Passiemanagement komt uit onze eigen koker, als tegenhanger van competentie-management, omdat we vinden dat die laatste teveel nadruk legt op reparatie van wat niet goed gaat terwijl wij uitgaan van de kracht van mensen. Nieuwe professional hebben we echter weer overgenomen, omdat we het verschijnsel herkenden maar onszelf te klein achten om een term te laden. Celebrate work en Celebrate responsibility zijn wel weer eigen termen.’

ONTWIKKELINGSBUDGET

Pouw classificeert Vitae als een kandidaatgericht bedrijf: ‘De klant is zo trouw als de laatste bemiddeling. Als je goede mensen in huis hebt, heb je werk.’ Hij

We willen aantrekkelijker zijn dan onze opdrachtgevers

constateert echter ook een nieuwe werknemer: een die gelijkwaardigheid zoekt, die gedreven wordt door passie en zich verantwoordelijk voelt voor zijn eigen ontwikkeling. Die noemen we de nieuwe professional. Wat professionals wensen, kunnen we makkelijk bieden met een ontwikkelingsbudget en ontwikkelingsmogelijkheden. Maar waar wij goed in zijn ten opzichte van onze concurrenten is de ontwikkeling van de mens achter de vakman. We bieden vakopleidingen en trainingen in persoonlijke vaardigheden en daarbij geven we continu feedback.’

Eens per jaar een beoordeling op een schaal van een tot tien vindt Pouw crimineel. ‘Dat noem ik grijs beoordelen, want het zegt helemaal niets. Naast een persoonlijk gesprek met de leidinggevende creëren wij tal van mogelijkheden waar onze professionals feedback kunnen halen bij meerdere partijen. We organiseren door het jaar heen op een prikkelende manier netwerkbijeenkomsten, community-dagen en andere evenementen met een inhoudelijk programma. Daar hoort een biertje bij en dansen ook, en workshops waarin theorie gecombineerd wordt met een rollenspel bijvoorbeeld. De vragen “wie ben je?”, “wat kun je?”

en “wat wil je?” komen daar altijd in voor. En vaak lopen klanten en kandidaten er door elkaar. Vandaar de toevoeging aan onze naam “netwerk van de nieuwe professional”.

Vitae streeft ernaar een unieke en de beste werkgever te zijn. ‘We willen ons onderscheiden door aantrekkelijker te zijn dan onze opdrachtgevers. Dat onze professionals een band met ons hebben en houden en niet, zoals je vaak ziet, meer band hebben met de opdrachtgever dan met het ingenieurs- of accountantsbureau waarvoor ze werken,’ aldus Pouw. Het predikaat Great Place to Work hoort daarbij, maar plezierig werken was op een gegeven moment niet onderscheidend genoeg meer. ‘In 2006 hebben we daarom een nieuwe positionering gezocht en gevonden in de nieuwe professional. De politieke wind die waait in de richting van eigen verantwoordelijkheid nemen, en een maatschappelijke wind richting zingeving speelden daarin mee. Waar veel concurrenten ophouden bij het vragen naar cv, diploma’s en werkervaring, gaan wij door met vragen naar wie iemand is en wat hij of zij wil. Voordat we een kandidaat aannemen maakt hij ook een passieprofiel met daarin zijn drijfveren en inspiratiebronnen, en vervolgens voeren we een koersgesprek over waar iemand heen wil. Kandidaten ervaren hierdoor nog eens dat we hen centraal stellen en dat is ook wat we doen.’

OVERGENOMEN

Wie echter denkt dat Vitae soft is, heeft het mis. Pouw: ‘We zijn hard op de feiten en zacht op de relatie. Daartussen bewegen we steeds heen en weer en dat verwachten we ook van onze kandidaten. Dat ze hun potentieel kennen en dat hun zelfbeeld daarbij past. Dat ze afspraken nakomen en in vrijheid kunnen bepalen hoe ze dat doen. Het is een kwestie van elastisch en evenwichtig zijn.’ Doel van Vitae is dat medewerkers hun persoonlijke ambities oplijnen met de bedrijfsambities. ‘Dan ontstaat er een resonans.’ Begin dit jaar werd Vitae overgenomen door uitzendconcern Manpower, een deal waar beide partijen belang bij hebben. ‘Manpower wil het professionalsegment wereldwijd op de kaart zetten en was ook al met de nieuwe professional bezig,’ aldus Pouw. ‘Onze ambitie is Vitae te laten doorgroeien naar andere landen. Dat kan door het netwerk van Manpower.’ 