

Masterclass Recruitment Klantwaardenmodel en accountmanagementstrategie

Binnen deze boeiende masterclass zul je worden meegenomen in, de nieuwe strategisch wereld van recruitment als Businesspartner. De kern van deze masterclass is de Recruitment Klantwaardenformule. Middels deze formule breng je strategische focus aan, waardoor jouw interne klanten jou zien als strategische partner. De diverse aspecten van de klantwaardenformule zullen we vertalen naar strategische doelstellingen en meetbare KPI's zoals, Total Cost of Relationship en Succesrate. Tevens zullen we de vertaalslag maken naar de financiële impact die de strategische recruitmentpraktijk heeft op de resultaten van de organisatie.

In het tweede deel van deze masterclass zullen we ingaan op de eerste van de vijf strategische modellen die samen de basis voor de strategische recruitmentpraktijk vormen. Door middel van het strategische accountmanagementmodel ben je in staat efficiënte en effectieve relaties aan te gaan met jouw interne klanten. Tevens leer je werken met het Recruitment Forecasting Model (RFM) om op accurate wijze de klantvraag te kunnen voorspellen.

Na het volgen van deze masterclass ben je in staat om:

- Recruitment als strategische discipline in de organisatie neer te zetten
- Strategische doelstellingen voor recruitment te bepalen
- De impact van recruitment meetbaar te maken via het Recruitment Klantwaarde Model
- Een accountmanagementstrategie op te zetten voor de organisatie
- Het Recruitment Forecasting Model te implementeren zodat accurate vraagvoorspelling mogelijk wordt.

Masterclass Kostenstrategie & Servicestrategie

In deze masterclass behandelen we twee van de vijf strategische recruitmentmodellen namelijk de kostenstrategie en de servicestrategie.

Veel recruitmentafdelingen gaan nog niet strategisch om met de kosten die zij maken, hierdoor zijn zij vaak kwetsbaar naar de organisatie toe. Doordat de recruitmentafdeling vaak als costcenter gezien wordt en niet als valuecenter vinden kostenreducties met regelmaat plaats met een negatieve impact op de afdeling. In deze masterclass leer je proactief kosten te managen via Strategisch Kosten Management. Je leert hierbij te sturen op integrale kosten en niet op bijvoorbeeld alleen maar wervingskosten. Door het formuleren van een strategische inkoopcyclus neem je belangrijke invloed op de kosten die je maakt. Daarnaast leer je inzichtelijk te maken, naar de organisatie, welke capaciteit nodig is om de strategische recruitmentpraktijk te laten draaien middels de resourcestrategie. Na deze masterclass ben je in staat proactief kosten voor de recruitmentpraktijk te managen, waardoor je een stuk minder kwetsbaar bent!

In het tweede deel van deze masterclass gaan we in op het servicemodel voor recruitment. Vaak zien we dat recruitment een niet positief imago heeft op het gebied van (interne) dienstverlening. In deze masterclass leer je hoe je jouw service naar je interne klantgroep optimaal kan vormgeven. Je leert hoe je een serviceportfolio kunt samenstellen, je leert hoe je de zachte kant van dienstverlening kunt managen en je leert hoe je op een goede manier kunt (marketing)communiceren rondom jouw dienstverlening. Door bewust bezig te zijn met recruitment als dienstverlening, zal jouw positie intern sterk verstevigd worden.

Na deze masterclass ben je in staat om:

- Kosten proactief te managen
- Een strategische inkoopcyclus te definiëren
- Een resourcestrategie te definiëren op basis van benodigde capaciteit
- Op doordachte wijze jouw dienstverlening naar interne klanten op te zetten, te meten en te verbeteren
- Op structurele wijze te (marketing)communiceren met jouw interne klanten

Masterclass Positioneringsstrategie en Marktbewerkingsmodel

In deze masterclass gaan we in op twee essentiële onderdelen van de sourcingstrategie namelijk de positioneringsstrategie en het marktbewerkingsmodel.

In het eerste deel leer je een effectieve positioneringsstrategie voor de organisatie op te zetten. Om tot een positioneringsstrategie te komen behandelen we een aantal onderdelen. Als eerste leer je de klantvraag op effectieve wijze te segmenteren in arbeidsmarktdoelgroepen. De arbeidsmarktdoelgroepen worden vervolgens gedefinieerd in werkmotieven en oriëntatie en mediagedrag per doelgroep. Op basis van werkmotieven worden Employee Valuepropositions gedefinieerd en in het verlengde daarvan ook het Employerbrand. Door een zeer gestructureerde en conceptmatige aanpak ontstaat een zeer robuuste positioneringsstrategie.

In het tweede deel van de masterclass gaan we dieper in op het construeren van een marktwerkingsmodel om geformuleerde Valuepropositions en Employerbrand te gaan communiceren met de doelgroepsegmenten. Je leert welke communicatiekanalen en middelen in te zetten op basis van oriëntatie- en mediagedrag van de doelgroep. Door strategisch te sturen op zaken als communicatiebereik, frequentie, gebruik van kanalen door concurrenten, latente en actieve marktsegmenten en uiteraard kosten ontstaat een effectief en efficiënt marktwerkingsmodel.

Deze masterclass is ook zeer geschikt voor AMC professionals die arbeidsmarketing en arbeidsmarktcommunicatie op strategisch niveau willen brengen, binnen de eigen organisatie.

Na deze masterclass ben je in staat om:

- Doelgroepsegmentatie toe te passen op de vraag naar arbeid van de organisatie
- Doelgroeprofielen te construeren op basis van “kandidaatzichten”
- De Valueproposition(s) en Employerbrand voor de organisatie te construeren
- Effectieve en efficiënte marktwerkingsmodellen te ontwerpen en implementeren

Masterclass Basemanagement en Bureaumanagement

In deze masterclass behandelen we twee essentiële onderdelen van de sourcingstrategie; Basemarketing en Bureaumanagement.

Corporate recruitmentafdelingen zullen in toenemende mate aan candidatebasemarketing gaan doen. Door steeds beter gebruik te maken van eigen kandidatenbestanden kan er sneller, beter en goedkoper geleverd gaan worden. In deze innovatieve masterclass leer je hoe basemarketing voor jouw organisatie op te zetten. Zo leer je hoe je een effectieve talentpoolstructuur kunt aanleggen als basis voor basemarketing. Daarnaast leer je hoe je talentpools kunt vullen (baseacquisitie) en hoe de talentpools gevuld te houden (baseretentie) middels een goed uitgedachte CRM strategie. Na deze masterclass neem je een definitieve voorsprong op concurrenten in de arbeidsmarkt.

In het tweede deel van deze masterclass gaan we in op het construeren van een doordachte bureaustrategie. Door werving- en selectiebureaus, uitzend- en detacheringbureaus en headhunters optimaal te combineren garandeer je een strategische inzet van recruitmentbureaus. Je leert hoe je op basis van doelgroepsegmenten de juiste bureaus kunt selecteren om aan de organisatievraag te voldoen. Je leert ook het geschikte suppliermodel te kiezen dat het best past bij geselecteerde bureaus. Als laatste leer je ook hoe op een efficiënte wijze Supplier Relationship Management op te zetten met de diverse recruitmentbureaus.

Deze masterclass is ook zeer geschikt voor AMC professionals die arbeidsmarketing en arbeidsmarktcommunicatie op strategisch niveau willen brengen, binnen de eigen organisatie.

Na deze masterclass ben je in staat om:

- Een talentpoolstructuur voor de eigen organisatie aan te leggen
- Een acquisitiestrategie om talentpools te vullen op te zetten
- Een retentiestrategie op te zetten om talentpools gevuld te houden
- Een juiste combinatie van recruitmentbureaus samen te stellen
- Een passend suppliermodel te kiezen voor te geselecteerde recruitmentbureaus
- Een Supplier Relationship Management Model op te zetten voor geselecteerde bureaus

Masterclass Selectiestrategie en strategisch aannameproces

In deze masterclass behandelen we de selectiestrategie als 1 van de 5 strategische modellen van de strategische recruitmentpraktijk. Daarnaast behandelen we het aannameproces als 1 van de strategische recruitmentprocessen.

In het eerste deel behandelen we hoe je als “poortwachter” van de organisatie het selectieproces op strategische wijze vorm kan geven. Je leert hoe je selectiemodellen kunt construeren maar ook scorings- en beslismodellen. Door jouw kennis weet je het selectieproces “factbased” te maken en vergroot je de kwaliteit van kandidaten die worden aangenomen. De organisatie ziet jou als de expert op selectiegebied.

In het tweede deel leer je hoe je het aannameproces het meest effectief kunt managen. Kandidaten die “afhaken” in het aannameproces hebben een zeer negatieve impact op de recruitmentresultaten. In deze masterclass leer je hoe je de propositie van de organisatie integraal kunt managen (dus niet alleen arbeidsvoorwaarden maar ook overige propositie-elementen). Daarnaast leer je hoe je de beslisketen van de kandidaat kunt beïnvloeden, zodanig dat de kans van een “nee” op de aanbieding zo klein mogelijk wordt.

Na deze masterclass ben je in staat om:

- De juiste selectiemodellen voor de organisatie te construeren
- Scorings- en beslismodellen te ontwerpen en implementeren
- De beslisketen van de kandidaat maximaal te beïnvloeden

Masterclass Strategisch Recruitment Proces Management

In deze zeer innovatieve masterclass gaan we dieper in op aspecten die ervoor zorgen dat je invloed gaat krijgen op het strategisch recruitmentproces. Je leert hoe je de vier strategische recruitmentprocessen (vraagmanagement-, sourcing-, selectie- en aannameproces) op gedegen wijze op kan zetten. Daarnaast leer je hoe je via een operationeel dashboard de vier strategische processen kunt gaan managen. Als laatste leer je diverse procesverbeteringstechnieken om continu de recruitmentprocessen te kunnen verbeteren.

Na het volgen van deze masterclass ben je in staat om:

- De 4 strategische processen van de recruitmentpraktijk vorm te geven binnen jouw eigen organisatie
- Prestatie-indicatoren te benoemen voor de 4 kernprocessen en deze te managen middels een dashboard
- Diverse verbeterstechnieken in te zetten om recruitmentprocessen te optimaliseren
- Integraal het totale recruitmentproces te managen