

Onboarding van nieuwe medewerkers

Wat is het en waarom
is het belangrijk?



Inhoudsopgave

1	Onboarding: de huidige stand van zaken	03	5	Onboarding en de ‘employee experience’	19
2	De ideale situatie	06	6	Verschillende fasen in de onboarding	24
3	Definieer stakeholders	11	7	Verschillende onboarding opties	32
4	Investeren in betere onboarding: maak een business case	16	8	Onboarding voor alle leeftijden en functies	37
			9	Onboarding: Praktijkvoorbeelden	41

hoofdstuk

Onboarding: de huidige stand van zaken

1

Onboarding: de huidige stand van zaken



In de beginfase van Appical, kort na de oprichting als onboarding technologie bedrijf in 2012, hielden we ons vooral bezig met de oriëntatieperiode van nieuwe medewerkers tijdens hun eerste twee weken. Werkgevers waren er vooral op uit hun nieuwe medewerkers een bijzonder welkom te geven met behulp van augmented reality en teamactiviteiten.

Tevens zagen we mogelijkheden in de periode tussen het aanstellingsbesluit en de eerste dag op kantoor: de pre-boardingfase. De pre-boardingfase begint al één of zelfs twee maanden voor de eerste werkdag. Het is de ultieme kans om een nieuwe medewerker op een nieuwe functie voor te bereiden. In de praktijk vinden nieuwe medewerkers het meestal geen enkel

probleem om een paar dagen te investeren en zich in hun eigen tijd gedegen voor te bereiden. Bijna elke nieuwe medewerker is echt enthousiast om te beginnen en wil graag leren, dus waarom zou je daar geen gebruik van maken?

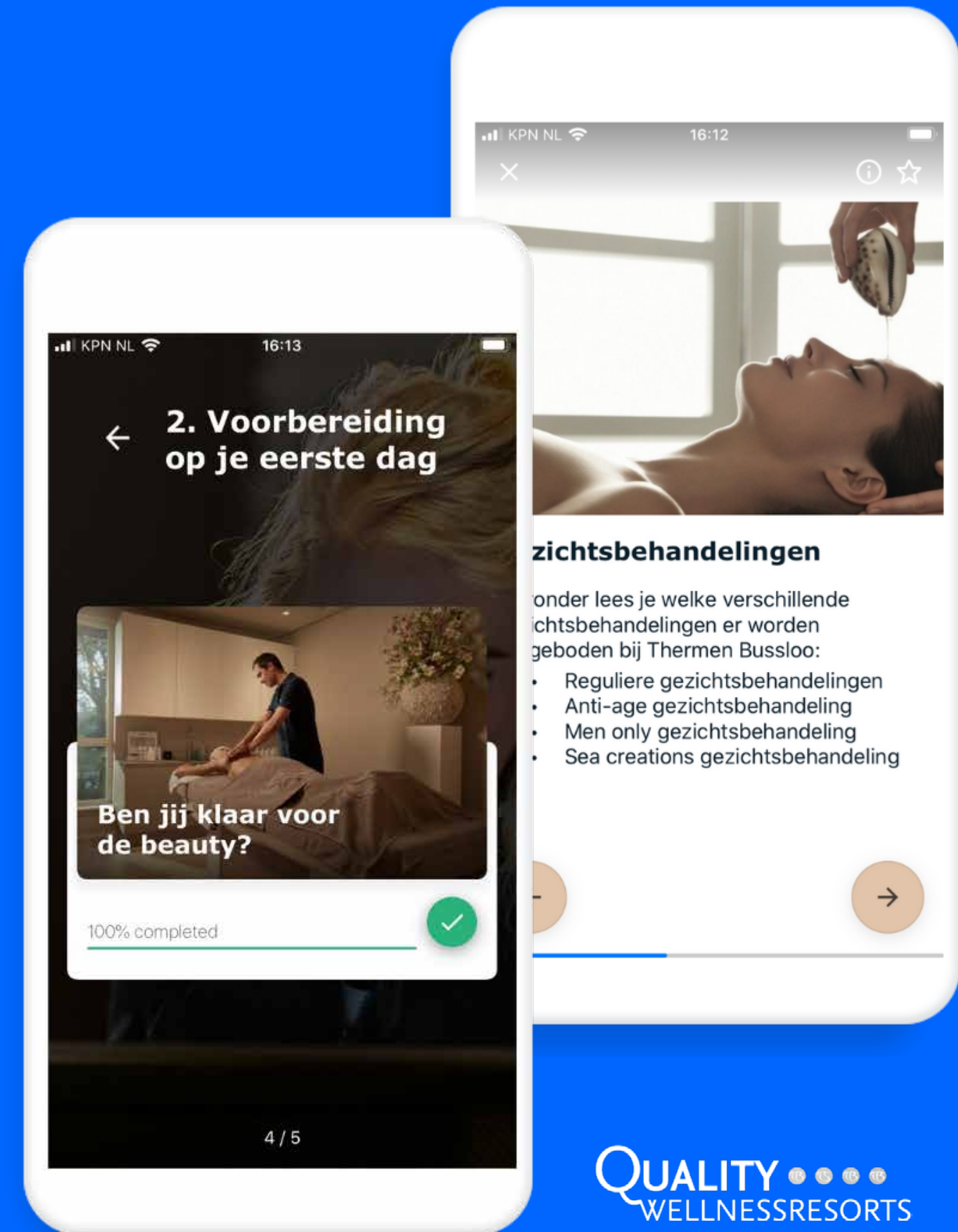
Na het succes van pre-boarding, zagen we in de laatste jaren een verschuiving van een one-size-fits-all oplossing naar een meer persoonlijke aanpak, waarbij de inhoud beter kan worden afgestemd op de functie en de taken van een nieuwe medewerker in ons schaalbare platform. Daarbij wisselen een digitale onboarding en persoonlijk contact op locatie elkaar af en loopt het onboardingprogramma naadloos over in e-learning binnen hetzelfde platform. Ook richten we ons op het besparen van

waardevolle tijd van recruiters en HR managers door integraties met andere platformen te bewerkstelligen.

Zo ontvangen nieuwe medewerkers die aan boord komen bij het familiebedrijf Quality Wellnessresorts nu bijvoorbeeld een persoonlijk pre- en onboarding programma via het Appical platform en een introductiebijeenkomst op locatie. Quality Wellnessresorts vindt het daarnaast belangrijk dat medewerkers kunnen groeien in hun kwaliteiten.

Groei en ontwikkeling is dan ook een van de kernwaarden die het bedrijf typeert. Na de onboarding krijgen medewerkers daarom toegang tot een nieuw gedeelte in het platform, de QWR Academy, waarin diverse e-learning modules voor elke afdeling te vinden zijn. Zo ondersteunt het bedrijf de medewerkers gedurende de gehele employee journey.

De bedrijven die blijvend investeren in de ervaringen van een nieuwe medewerker, liefst op de manier die perfect aansluit bij de bedrijfscultuur, je propositie als werkgever (Employer Value Proposition) en je employer brand, zullen daarvan de vruchten plukken. Dat nieuwe medewerkers sneller productief worden is natuurlijk een belangrijke eerste stap, maar door het creëren van ambassadeurs zul je er als werkgever pas echt uitspringen.

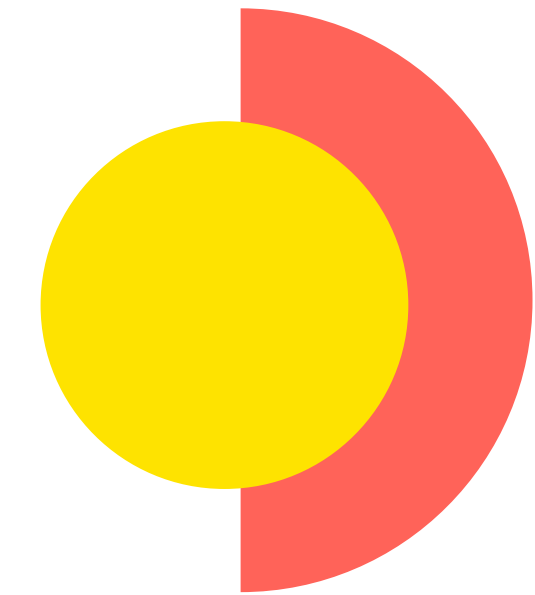


hoofdstuk

De ideale situatie

2

De ideale situatie



Het aantrekken en behouden van talent en het ontwikkelen van vaardigheden staan bovenaan de agenda van ieder bedrijf. De tijd die nodig is om iemand aan te stellen en de daarmee gepaarde hoge kosten betekenen dat iedereen die binnenkomt bij een bedrijf zo snel mogelijk aan de slag moet en effectief moet zijn.

Openstaande vacatures en niet-productieve medewerkers leiden tot meer druk op het bestaande personeelsbestand – door het uitvoeren van extra taken die op hun schouders komen te liggen en daarmee achterblijvende werkprestaties. De periode dat iemand net in dienst is, is daarom een belangrijke tijd. Nieuwe medewerkers moeten wennen aan een nieuwe bedrijfscultuur, hun taken en collega's, en zullen een goede eerste indruk willen maken op hun leidinggevenden.

Ze willen ook snel de vaardigheden beheersen waarmee ze vooruit kunnen komen en tegelijkertijd willen ze deel uitmaken van de sociale gemeenschappen en kennisnetwerken die de interne werkstructuur van hun nieuwe werkgever vormen. In veel gevallen zullen ze al iets weten over het bedrijf waar ze in dienst treden en willen ze zo snel mogelijk meer ontdekken.

Nieuwe medewerkers helpen om zo snel mogelijk productief te worden is daarom een essentieel onderdeel van onboarding. Wanneer dit te lang duurt, kunnen leidinggevenden onder tijdsdruk komen te staan. Ze moeten met prioriteiten gaan schuiven, met als gevolg dat hun focus niet langer meer op de algemene operationele aandachtspunten ligt. Met alle technologie, transparantie en flexibiliteit van dit moment beschikken we over de

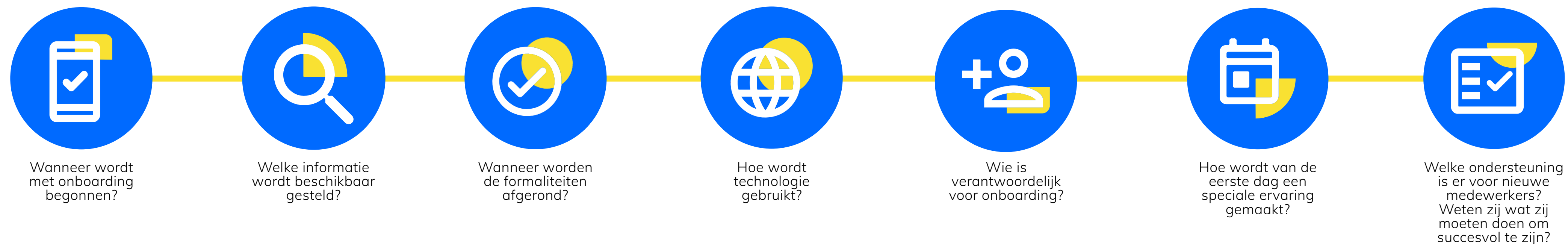
tools die ervoor kunnen zorgen dat medewerkers snel productief worden terwijl we er tegelijkertijd ook voor zorgen dat dit in lijn met de bedrijfscultuur en -waarden gebeurt.

Voor alle nieuwe medewerkers geldt dat zij volledig inzicht hebben in de functie waarvoor zij worden aangesteld. Eén van de belangrijkste redenen waarom mensen hun nieuwe baan verlaten, is dat de functie niet aan hun verwachtingen voldoet. Het proces van onboarding moet hen dus duidelijk maken wat ze precies gaan doen, hoe succes eruit ziet en hoe hun werkzaamheden passen binnen het totaalplaatje van de organisatie. Dit betekent zicht hebben op hoe de bedrijfsstructuur in elkaar steekt, aan wie

de nieuwe medewerker dient te rapporteren, hoe het team met elkaar communiceert en wie belangrijke personen binnen de organisatie zijn.

De moderne benadering van onboarding heeft zich zo ontwikkeld dat het alle medewerkers voorziet van alle kennis die nodig is om succesvol te zijn en hen ondersteunt tijdens de ontwikkeling van kandidaat voor de baan tot productief medewerker. Een grote kans dat nieuwe medewerkers vroeger moesten wachten tot hun eerste werkdag voordat zij kennis konden maken met nieuwe collega's, papierwerk konden afhandelen en konden beginnen met leren. Succesvolle organisaties starten nu veel eerder met dit proces.

Beantwoord de volgende zeven vragen om erachter te komen of de benadering van onboarding binnen je bedrijf nieuwe medewerkers wel de steun biedt die ze nodig hebben om succesvol zijn:



Wanneer wordt met onboarding begonnen?

Indien de introductie pas tijdens de eerste dagen van het dienstverband begint, gaat waardevolle tijd voor je nieuwe medewerker om te acclimatiseren en productief te worden verloren. Start de onboarding al tijdens het sollicitatiegesprek.

Eén van de sollicitanten wordt een nieuwe medewerker: zorg daarom dat ze zich meteen welkom voelen. Nadat een aanbod is gedaan en aanvaard, is het belangrijk om tot aan de eerste werkdag in gesprek te blijven en de informatiestroom op gang te houden.

Nieuwe medewerkers zijn het meest ontvankelijk wanneer ze gefocust zijn op het maken van een goede eerste indruk. Zorg er wel voor dat je informatie geleidelijk aanbiedt. Voorkom dat je je nieuwe medewerker 'overspoelt' met nieuwe informatie; dan zal de verwerking van informatie door nieuwe medewerkers minder effectief zijn.

Welke informatie wordt beschikbaar gesteld?

Maak onderscheid tussen algemene informatie die elke medewerker dient te weten en afdeling- of rolspecifieke informatie per medewerker. Het is dus goed mogelijk dat er 'vertakkingen' ontstaan binnen het onboardingprogramma: afhankelijk van op welke afdeling de nieuwe medewerker gaat starten, heeft hij of zij behoefte aan andere informatie. Om zich sneller onderdeel te voelen van de nieuwe organisatie en de cultuur, willen nieuwe medewerkers meer informatie over hun werkgever, zoals over tradities, geschiedenis, missie, waarden en doelen. Hoe leven deze binnen het bedrijf en hoe worden ze gehandhaafd? Productinformatie is eveneens belangrijk. Medewerkers zijn ook ambassadeurs voor de bedrijven waar ze gaan werken, en voor de producten en diensten van die bedrijven.

Zorg er daarom voor dat alle nieuwe medewerkers beschikken over alle kennis die nodig is om effectief te zijn als visitekaartje voor wat het bedrijf doet en hoe het wordt gedaan. Daarnaast willen nieuwe medewerkers leren over de specifieke taken die bij een functie horen. Zijn nieuwe medewerkers goed geïnformeerd over de nieuwe functie waarvoor zij zijn aangenomen? Aan wie leggen zij verantwoording af, welke collega's dragen bij aan hun werk en hoe behalen zij successen? Het is van wezenlijk belang voor de inwerkfase dat de functie exact overeenkomt met hun verwachtingen.

Wanneer worden de formaliteiten afgerond?

Moeten nieuwe medewerkers tot de eerste dag wachten voordat ze hun papierwerk kunnen afronden? En geldt dat ook voor salaris documentatie, officiële stukken en autorisaties?

Dat is nergens voor nodig. Ze willen de eerste dag het liefst meteen aan de slag in hun nieuwe baan. Dus maak gebruik van technologie om het papierwerk snel af te handelen en zorg dat documenten al voor de startdatum worden gedeeld en digitaal ondertekend.

Regel tevens alle autorisaties, veiligheidschecks en referenties. De eerste dag in een nieuwe baan moet een ervaring zijn die de start van een succesvolle relatie betekent, zowel voor de nieuwe medewerker als voor het team. Laat deze dag niet worden overschaduwd door administratieve en procesmatige zaken.

Hoe wordt technologie gebruikt?

De wijze waarop technologie wordt gebruikt, is bepalend voor de ervaring van de kandidaat en maakt duidelijk welk type werkomgeving je nieuwe medewerkers biedt. In hun privéleven maken zij allemaal gebruik van technologie en op het werk verwachten ze eenzelfde naadloze, responsieve totaalervaring. Uit onderzoek blijkt dat voor meer dan 90 procent van de medewerkers geldt dat technologie invloed heeft op hun werktevredenheid.

Hoe wordt de informatie die de nieuwe starters nodig hebben gecommuniceerd? Hebben zij toegang tot deze informatie via een app, website of portaal? Zij hopen zoveel mogelijk informatie te vinden over hun nieuwe werkgever en team: van de geschiedenis van het bedrijf tot de sociale profielen van hun collega's en een virtuele rondleiding door het kantoor.

Zorg ervoor dat alle veelgestelde vragen voor een eerste werkdag vooraf kunnen worden beantwoord en neem de spanning voor het starten in een nieuwe baan weg door voor die tijd zoveel mogelijk relevante informatie te verstrekken.

Wie is verantwoordelijk voor onboarding?

Lange tijd was het het HR-team dat zorg droeg voor onboarding. Dit werkte misschien goed toen het nog voornamelijk een administratief proces was. Maar bij de moderne benadering gaat daarnaast ook om de sociale en culturele context van de nieuwe functie binnen het bedrijf en is medewerking nodig vanuit een bredere kring.

In welke mate zijn de leidinggevendenden betrokken? Zij hebben vaak de belangrijkste relatie met de nieuwe medewerker dus stimuleer en train hen om verantwoordelijkheid te nemen en ervoor te zorgen dat elk van hun nieuwe teamleden beschikt over de informatie en instructies die nodig zijn voor een succesvolle start. Vergeet ook draagvlak binnen het managementteam niet.

Veel organisaties regelen dat nieuwe medewerkers tijd doorbrengen met senior management – bijvoorbeeld door een ontbijt of lunch op een van de eerste dagen – zodat zij een beter begrip hebben van de bedrijfsdoelen en de edrijfswaarden, en hoe deze binnen de organisatie leven. Tenslotte maakt een onboarding buddy de overgang naar een nieuwe baan voor de medewerker een stuk gemakkelijker. Door een nieuwe medewerker aan een ervaren collega te koppelen krijgen ze informatie en kennis uit eerste hand en voelen ze zich sneller op hun gemak. Hierdoor is de nieuwe medewerker sneller productief, is de evredenheid groter en verhoog je de kans op retentie.

Hoe wordt van de eerste dag een speciale ervaring gemaakt?

Met nieuwe medewerkers die beter zijn geïnformeerd over het bedrijf en zijn cultuur, en de bijzonderheden van hun functie, proberen veel organisaties van die eerste dag een echte 'ervaring' te maken. Er zijn veel manieren om ervoor te zorgen dat iemand zich op de eerste werkdag speciaal voelt. Sommigen zorgen voor een leuk cadeautje of rganiseren een sociale bijeenkomst, zoals een teamlunch of welkomstmaaltijd voor alle nieuwe starters zodat ze kennis kunnen maken met hun nieuwe collega's.

Andere organiseren op de eerste dag een bijeenkomst voor een groep nieuwe starters waarbij ze opdrachten en sociale contacten combineren met kennis, of een quiz om te zien hoeveel feitjes – grappige en educatieve – ze over hun nieuwe bedrijf en collega's te weten zijn gekomen. Een ervaring op maat maakt altijd een goede indruk.


Stelt je bedrijf een individueel rooster op voor het voorstellen van nieuwe medewerkers aan alle mensen in het bedrijf waarmee ze contact zullen hebben of gaan samenwerken, zoals andere teams en afdelingen? En wanneer er geen speciale voorstelronde wordt georganiseerd, hoe kan de eerste dag dan een persoonlijk tintje krijgen waardoor iemand zich welkom voelt?

Welke ondersteuning is er voor nieuwe medewerkers? Weten zij wat zij moeten doen om succesvol te zijn?

Veel nieuwe medewerkers starten in een functie zonder dat ze precies weten hoe succes er uitziet. Vaak wordt de proeftijd gepresenteerd als een test waarvoor men moet slagen, waarbij er weinig steun beschikbaar is voor diegenen die wat meer inwerktijd nodig hebben. Om het beste uit nieuwe medewerkers te halen moet je transparant zijn over doelen, tijdlijnen, taken en verantwoordelijkheden.

Zij moeten weten wat van hen wordt verwacht en op welk moment, en begrijpen wat zij in de eerste 30, 60 en 90 dagen moeten bereiken.

Hoe zien de eerste 3 maanden van nieuwe starters in je bedrijf eruit? Weten ze wat er na elke week of maand van hen wordt verwacht? Kun je een tijdlijn opstellen voor de eerste 3 maanden, met mijlpalen en restaties? Zo niet, dan is de beginfase mogelijk niet duidelijk en kunnen nieuwe medewerkers zich onzeker voelen over wat er van hen wordt verwacht.

 **Tip:** Creëer een 30-60-90 dagen plan voor de nieuwe medewerker met doelen en verwachtingen. Lees ook onze blog '[How to create a 30-60-90 day onboarding plan for your new hires](#)'.

Een werkgever kan zijn nieuwe medewerkers het beste steunen door het geven van real-time feedback. Nieuwe medewerkers zullen op het moment zelf willen weten hoe ze het doen, liever dan bijvoorbeeld een beoordeling krijgen na drie maanden. Dan kunnen zij hun functioneren verbeteren en zullen ze beter begrijpen wat hun leidinggevende van hen verwacht. Een werkgever kan zijn nieuwe medewerkers het beste steunen door het geven van real-time feedback.

Nieuwe medewerkers zullen op het moment zelf willen weten hoe ze het doen, liever dan bijvoorbeeld een beoordeling krijgen na drie maanden. Dan kunnen zij hun functioneren verbeteren en zullen ze beter begrijpen wat hun leidinggevende van hen verwacht.

Geef je gelegenheid voor het geven van terugkoppeling? En is dat tweerichtingsverkeer? Uiteindelijk kan het succes van het onboardingproces, en de mate waarin het ondersteunend is, het beste worden gemeten door te luisteren naar degenen die het ervaren.

hoofdstuk

Definieer stakeholders

3

Definieer stakeholders



Traditionele benaderingen van onboarding waren erg HR-gericht. Dit kwam doordat veel bedrijven onboarding vooral als een administratief proces beschouwden, dat betrekking had op alle papierwerk met betrekking tot contracten, persoonsgegevens, compliance, veiligheid & gezondheid en initiële opleidingen – allemaal zaken die vallen binnen het takenpakket van HR. Nieuwe medewerkers hadden vaak pas op de eerste dag betekenisvol contact met hun nieuwe leidinggevenden en team.

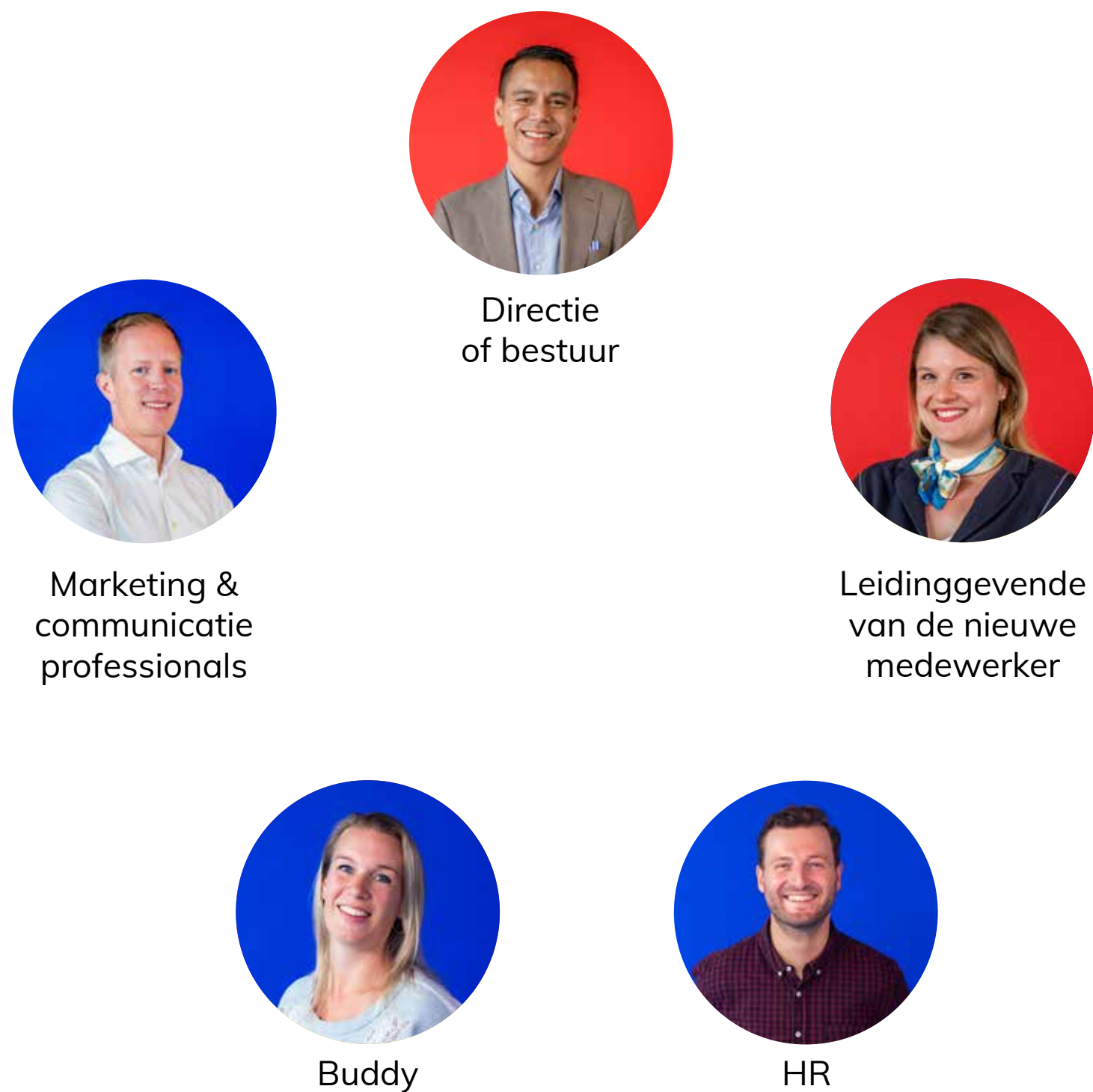
Deze administratieve benadering kwam steeds meer ter discussie te staan. Organisaties willen hun nieuwe medewerkers een correcte onboarding geven – zodat ze snel effectief en productief zijn – en nieuwe medewerkers willen graag vanaf de eerste dag zinvol aan

de slag en een goede eerste indruk maken. Het papierwerk kan hierbij in de weg staan. Nieuwe medewerkers hebben de neiging snel te beslissen of ze de juiste stap hebben gezet en of ze ook op lange termijn een toekomst zien bij hun nieuwe werkgever. Indien de functie niet is wat ze verwachten, of indien het contact met hun leidinggevende en collega's niet goed is, bestaat er een grote kans dat ze ofwel snel vertrekken of niet volledig zullen integreren.

Dit betekent dat een meer dynamische totaalbenadering van onboarding nodig is. Introductie, oriëntatie en assimilatie moeten betrekking hebben op de operationele en culturele aspecten van het bedrijf en leiden tot een hechtere band tussen nieuwe starters en hun team.

Een dergelijke benadering vereist input en betrokkenheid vanuit een bredere kring dan enkel het HR-team – het wordt tijd om managers en en leiders daarbij te betrekken.

Afdelingen en mensen die bij het onboardingproces moeten worden betrokken:



En hier zijn 4 manieren waarop ze aan de slag kunnen:

1 Investeer meteen in de relatie

Van essentieel belang voor het functioneren van nieuwe medewerkers is de werkrelatie met hun leidinggevende, dus er valt veel te verliezen als je hiermee wacht tot de eerste dag.

De sterkste banden worden al in een vroeg stadium gesmeed. Het perfecte moment om daar mee te beginnen is tijdens de sollicitatiefase – per slot van rekening wordt één van de sollicitanten je nieuwe medewerker.

Bezorg hen een positieve ervaring en geef hen de kans hun vaardigheden en kwaliteiten te laten zien. Hiermee geef je de duidelijke boodschap af dat nieuwe medewerkers worden ondersteund.

Zorg ervoor dat ze precies weten wat hun toekomstige functie inhoudt en wees beschikbaar voor vragen gedurende de periode voorafgaand aan de eerste werkdag. Meer hierover in onze blog [‘10 tips voor managers om een succesvolle werkrelatie op te bouwen met nieuwe medewerkers’!](#)

2 Maak je verwachtingen duidelijk

Nieuwe medewerkers willen niet alleen weten wat hun verantwoordelijkheden zijn en wat hun functie precies inhoudt, maar ook wat nodig is om te slagen. Met andere woorden: de te le-veren prestaties en de verwachtingen, gekoppeld aan duidelijke termijnen en mijlpalen. De tegenwoordige medewerkers willen ook graag direct weten hoe ze presteren zodat ze zaken kunnen aanpassen, liever dan dat ze pas na drie maanden horen of ze naar verwachting hebben gepresteerd.

Leidinggevenden moeten bereid zijn om regelmatig, bijvoorbeeld wekelijks of tweewekelijks, met hun medewerkers bij te praten. Zo weten ze hoe het gaat en kunnen ze constructieve terugkoppeling geven op hun werk. De sleutel tot een succesvolle onboarding, en dus tot het behouden van betrokken collega's, is dat je er vanaf het begin voor zorgt dat nieuwe medewerkers voelen dat ze onderdeel zijn van het bedrijf waar ze gaan werken, begrijpen wat hun taken zijn en het gevoel hebben dat ze worden gesteund om het beste uit zichzelf te halen.

Dit werkt het best wanneer hun ervaringen overeenkomen met hun verwachtingen, en ze het gevoel hebben dat degenen

die verantwoordelijk zijn voor hun commerciële succes – managers en leiders – zich inzetten voor hun ontwikkeling.

3 Laat zien hoe de waarden worden nageleefd

Ook leiders binnen het bedrijf spelen een belangrijke rol bij onboarding. Door in een vroeg stadium contact met hen te hebben, draag je bij aan het sneller inwerken van nieuwe medewerkers en zij het gevoel hebben dat de top van de organisatie het belangrijk vindt om elke medewerker te helpen het beste uit zichzelf te halen.

De meeste nieuwe starters nemen de cultuur en de waarden van het bedrijf over en verwachten van de organisatie het belangrijk vindt om elke medewerker te helpen het beste uit zichzelf te halen. De afstand tot het senior management kun je door het topmanagement bij de onboarding te betrekken verkleinen zodat nieuwe medewerkers vertrouwen krijgen dat de leiding bereid is in het medewerkers vertrouwen krijgen dat de leiding bereid is in het welzijn van hun medewerkers te investeren.

Daarnaast kun je de nieuwe medewerker ook koppelen aan een buddy die uit eerste hand kennis en informatie kan delen en op een laagdrempelige manier beschikbaar is voor het stellen van vragen.

De buddy kan uitleggen waarom bepaalde regels en normen gelden, wat voor onuitgesproken regels er nog zijn, en zo de transitie soepeler laten verlopen.

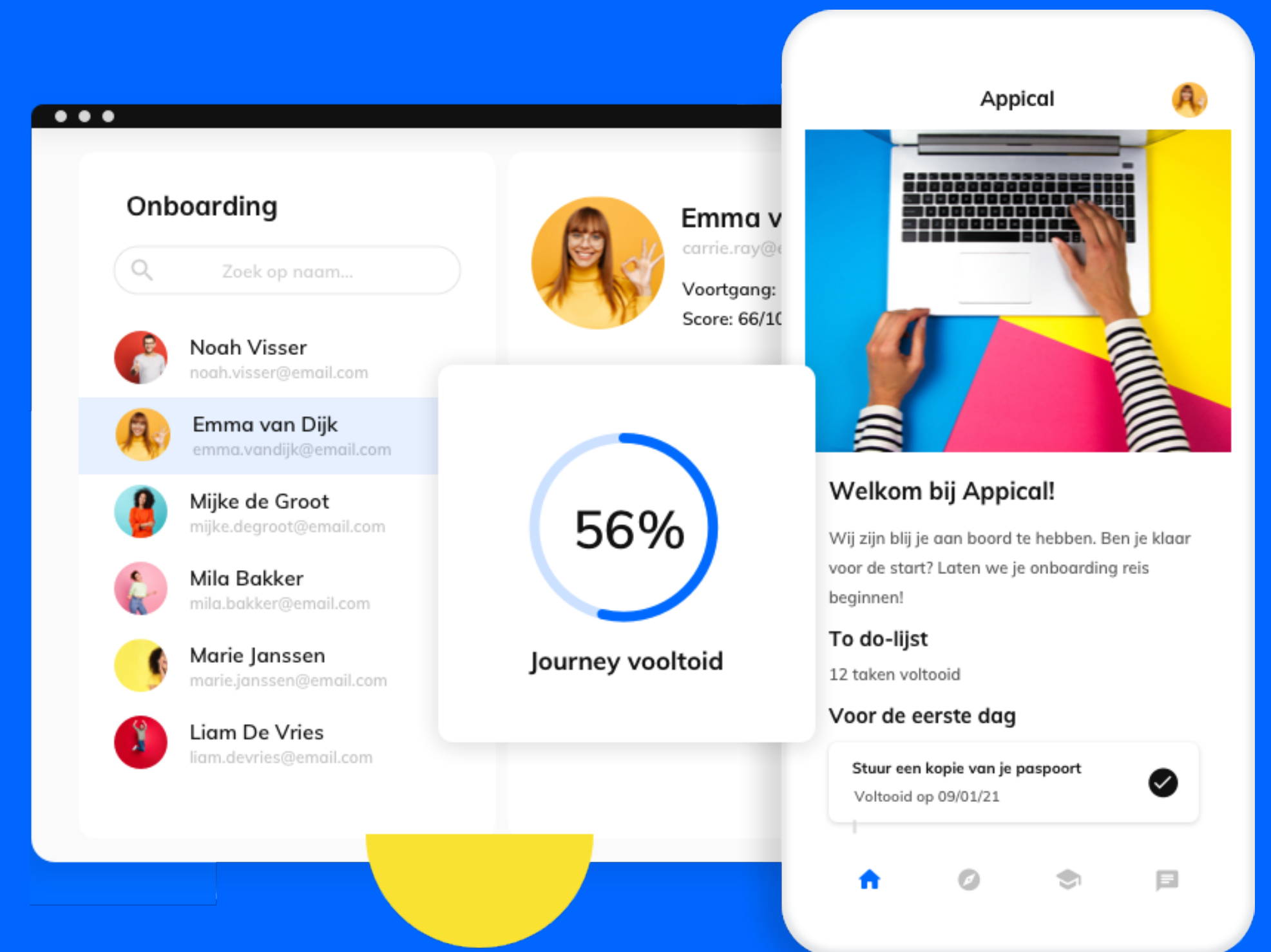
4 Maak slim gebruik van technologie

De wijze waarop mensen leren en contact hebben wordt bepaald door technologie. Recruitement was vrijwel zeker een gedeeltelijk digitaal proces en de baan waarvoor ze zijn aangenomen bevat ook elementen van technologie.

Er is dus geen enkele reden voor een handmatig onboardingproces dat bestaat uit papierwerk. Alle benodigde documenten kunnen worden gescand en digitaal ondertekend, en in de eerste fase kan kennis worden verworven via een portaal of een app.

Varieer de wijze van communiceren: laat in een video de rede van het ontstaan en de historie van het bedrijf zien, of geef nieuwe starters een virtuele rondleiding door het kantoor.

En laat nieuwe medewerkers sociale contacten leggen met hun collega's.



hoofdstuk

Investeren in betere onboarding: maak een business case

4

Investeren in **betere onboarding**: maak een business case

Het verbeteren van het onboardingproces begint met de steun van belangrijke stakeholders. Om hun steun te krijgen is het nodig dat je een business case opstelt.

Drie zaken om aan te denken bij het opstellen van de business case:

1

Ken de stakeholders die je wilt beïnvloeden en schrijf op zo'n manier dat zij het zullen begrijpen.

Dit betekent: benadruk hun prioriteiten, niet alleen je eigen belang.

2

Een business case moet kort en bondig zijn en de aandacht weten vast te houden.

Wanneer je te veel uitweidt over je voorstellen, kan een lezer de aandacht verliezen. Beschrijf je visie op een ideaal onboardingproces, zonder te speculeren of HR-jargon te gebruiken.

3

Laat zien wat de waarde is en de voordelen zijn om het onboardingproces te vernieuwen.

Dit is het belangrijkste onderdeel, waaruit moet blijken wat de werkelijke waarde ervan voor de bedrijfsprestaties is (en dat het dus veel meer is dan 'zomaar een proces dat leuk is om te hebben').

We weten dat effectieve onboarding essentieel is voor het succes van een bedrijf: het is immers de wijze waarop we iedereen die tot onze organisatie toetreedt helpen zich thuis te voelen en productieve medewerkers te worden. Het is ook de eerste ervaring met de onderneming waarvoor zij gaan werken, dus is het belangrijk al in een vroeg stadium voor betrokkenheid te zorgen.

De beste manier om een business case op te stellen is door 4 kerngebieden die alle organisaties aangaan als uitgangspunt te nemen en te laten zien hoe onboarding bijdraagt aan prestatieverbetering.

Kerngebieden van de business case

Reputatie

Is het voor het bedrijf moeilijk nieuwe medewerkers aan te trekken, of hen over te halen nadat een aanbod is gedaan?

Mogelijk moet je externe reputatie worden verbeterd. Heb je de reviews bekeken op sites als Glassdoor en Indeed?

Zorg ervoor dat stakeholders weten wat er over de organisatie wordt gezegd.

Welke terugkoppeling krijg je uit exit interviews wanneer iemand het bedrijf verlaat?

Het is belangrijk dat je weet waarom mensen het bedrijf willen verlaten en dat je laat zien hoe je een aantal factoren al vanaf het begin van hun relatie met het bedrijf kunt beïnvloeden.

Behoud

Welk percentage van de nieuwe medewerkers die bij jouw bedrijf komen werken, vertrekt binnen 6 maanden, of binnen een jaar?

De meest gegeven argumenten voor vertrek zijn dat de baan niet aan de verwachtingen voldoet, ongenoegen over de bedrijfscultuur, of een slechte relatie met collega's en/of leidinggevenden.

Een goede pre- & onboarding kan deze argumenten wegnemen.

Vroegtijdig vertrek zorgt ook voor hoge verloopkosten voor het bedrijf. Een groot verloop werkt verstorend voor de medewerkers die achterblijven en heeft nadelige gevolgen voor de productiviteit.

Zorg ervoor dat je business case laat zien hoe hoog deze kosten kunnen oplopen en hoe dit bedrag door een goede onboarding kan worden bespaard.

Betrokkenheid

Wat volgt er uit je onderzoek naar betrokkenheid? Hoe blij zijn je medewerkers en wat zijn de negatieve punten die ze noemen? Werknemers die zich niet betrokken voelen, brengen kosten met zich mee: minder output, meer ziekteverzuim en het risico dat hun ongenoegen andere collega's zal aansteken.

Medewerkers die zich welkom en gesteund voelen, en goed begrijpen hoe ze binnen de organisatie succesvol kunnen zijn, zullen naar alle waarschijnlijkheid zich meer betrokken voelen.

Laat dus zien hoe een betere benadering van onboarding hier vanaf het begin aan bijdraagt.

Prestatie en welzijn

Dit is een win-win combinatie. Gelukkigere en gezondere medewerkers zijn productiever. En productieve medewerkers zijn waarschijnlijk gelukkiger omdat ze zich minder druk maken over hun werk en prestaties. Als je bedrijf het moeilijk heeft en leidinggevenden meer negatieve prestatiebeoordelingen moeten uitvoeren dan ze zouden willen, dan kan effectieve onboarding een grote impact hebben.

Wanneer medewerkers vanaf de start goed zijn geïnformeerd over hun rol, en over de visie en waarden van hun nieuwe werkgever, zullen ze minder gestresst zijn over het maken van een goede indruk.

Voortdurende terugkoppeling tijdens de eerste weken en maanden kan bijdragen aan een gemakkelijker prestatie management – in plaats van een reeks jaarlijkse beoordelingen. Hierdoor begrijpen nieuwe medewerkers beter wat van hen wordt verwacht en zullen zij meer bijdragen. De beste business cases laten zien dat de voordelen de waarde voor het bedrijf opwegen tegen eventuele kosten op korte termijn verandering.

Door met deze belangrijke bedrijfsgebieden te starten, wordt een businesscase gevormd die belanghebbenden overtuigt.

hoofdstuk

Onboarding en de 'employee experience'

5

Onboarding en de 'employee experience'



Onboarding is een belangrijk onderdeel van de totale employee experience van de nieuwe medewerker. De employee experience is het totaalbeeld van de medewerker over zijn werkgever en wordt bepaald door de emoties en gedachten die worden opgeroepen door de werkgever, het team en het werk, en door alle contacten tussen deze partijen.

Het bepaalt de emotionele binding die de medewerker voelt met zijn organisatie. Anders gezegd: de employee experience is het antwoord op de vraag 'Hoe is het om hier te werken?' Dat gaat dieper dan de tevredenheid van de medewerker. Je kunt tevreden zijn met je salaris, je leaseauto en het uitzicht vanaf je werkplek en je tegelijkertijd afvragen: 'Waar doe ik het voor?'

Voldoet de employee experience aan de verwachtingen, of – nog beter – overtreft het deze verwachtingen? Medewerkers die willen werken, en niet het gevoel hebben dat ze moeten werken, die hun werkgever aan anderen zouden aanbevelen en die trots zijn op de organisatie waar ze werken, zijn over het algemeen gelukkiger. Deze factoren bepalen hoe snel medewerkers hun draai vinden en of zij willen blijven, maar ook hoe productief en creatief ze zijn.

Organisaties kunnen de employee experience positief beïnvloeden en verwachtingen waarmaken. Door werknemers op een positieve manier aan de organisatie te verbinden, behoud je de juiste mensen met de juiste instelling, kennis en vaardigheden. Gelukkige medewerkers zorgen voor een succesvolle organisatie.

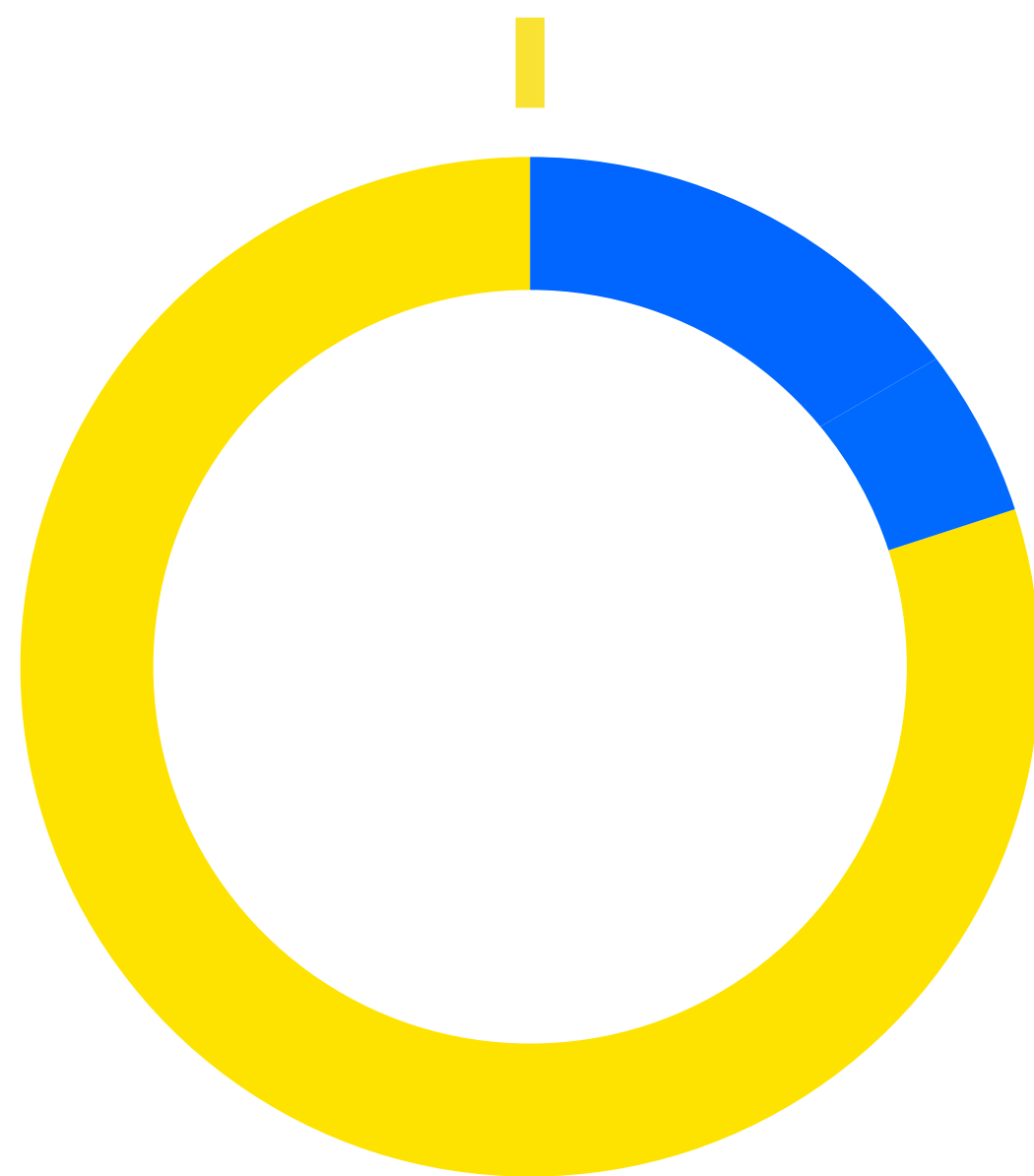
Kan de organisatie niet aan de verwachtingen van de medewerker voldoen? Dan zal deze sneller gedemotiveerd raken of gaan uitkijken naar een nieuwe baan. Een goede employee experience scheelt dus niet alleen verloopkosten. Het zorgt ook voor een cultuur die bij de organisatie past en draagt bij aan jouw positieve reputatie als werkgever. De employee experience bepaalt ook hoe de klanten van de organisatie worden behandeld. Medewerkers gaan ervan uit dat de wijze waarop zij zelf behandeld worden de maatstaf is voor de klantbehandeling.

Medewerkers kopiëren namelijk de manier waarop met hen wordt omgegaan: klanten worden op dezelfde wijze behandeld. Wil je als organisatie dat je klanten je meer gaan waarderen en loyaal blijven? Investeer dan in de manier waarop je je medewerkers behandelt. Een goede customer experience hangt dus nauw samen met een goede employee experience.

Sterker nog: veel organisaties zien gelukkige werknemers inmiddels als een voorwaarde om een positieve customer experience te bewerkstelligen. En dat betaalt zich uit, want bedrijven die hoog scoren op customer experience hebben gemiddeld anderhalf keer meer bevlogen medewerkers dan bedrijven met een lage score. Of zoals Simon Sinek het stelt: “Klanten zullen nooit van een bedrijf houden als de medewerkers zelf dat niet doen.”



88%



van HR managers verwachtte dat de employee experience in de nabije toekomst veel belangrijker zal worden

Bron: onderzoek van Kennedy Fitch onder 250 internationale HR managers in 2017

IBM deed groot internationaal onderzoek naar employee experience dat onder **ruim 23.000 werknemers in 45 landen** is uitgevoerd.

Uit het onderzoek bleek dat aandacht voor de employee experience op meerdere fronten een positieve invloed heeft:

1

Werknemers die hun werkbeleving een hoog cijfer geven, scoren ook beter op productiviteit en kwaliteit van het werk.

2

Medewerkers die positieve ervaringen hebben op het werk, zijn twee keer zo vaak geneigd om meer te doen dan wat er van hen wordt gevraagd.

3

Medewerkers die meer werkgeluk ervaren, zijn 52% minder geneigd om hun organisatie te verlaten.

Employee Journey



Employee experience verbeteren betekent in de schoenen van je medewerkers gaan staan en je onboarding opnieuw inrichten vanuit hun gezichtspunt, waarbij je het accent legt op de manier waarop zij deze beleven. Daarvoor moet je hen eerst leren kennen: Hoe staan ze in hun werk? Wat houdt hen bezig? Waarom werken ze hier en niet ergens anders? Waar gaan ze van 'aan'? Wanneer voelen zij zich gewaardeerd?

Hoe kijken ze naar hun werk en de organisatie? Wat maakt hen gelukkig op het werk? Die inzichten heb je nodig. Op grond daarvan bepaal je welke employee experience jouw organisatie zijn nieuwe medewerkers wil geven. Wat is je ambitie voor nieuwe medewerkers? Wat moet het resultaat zijn? Het beantwoorden van deze vragen helpen je de onboarding vorm te geven.

hoofdstuk

Verschillende fasen in de onboarding

6

Verschillende fasen in de onboarding

Onboarding is niet hetzelfde als oriëntatie

Dit is met name belangrijk wanneer men kijkt naar het faalpercentage van nieuwe medewerkers.

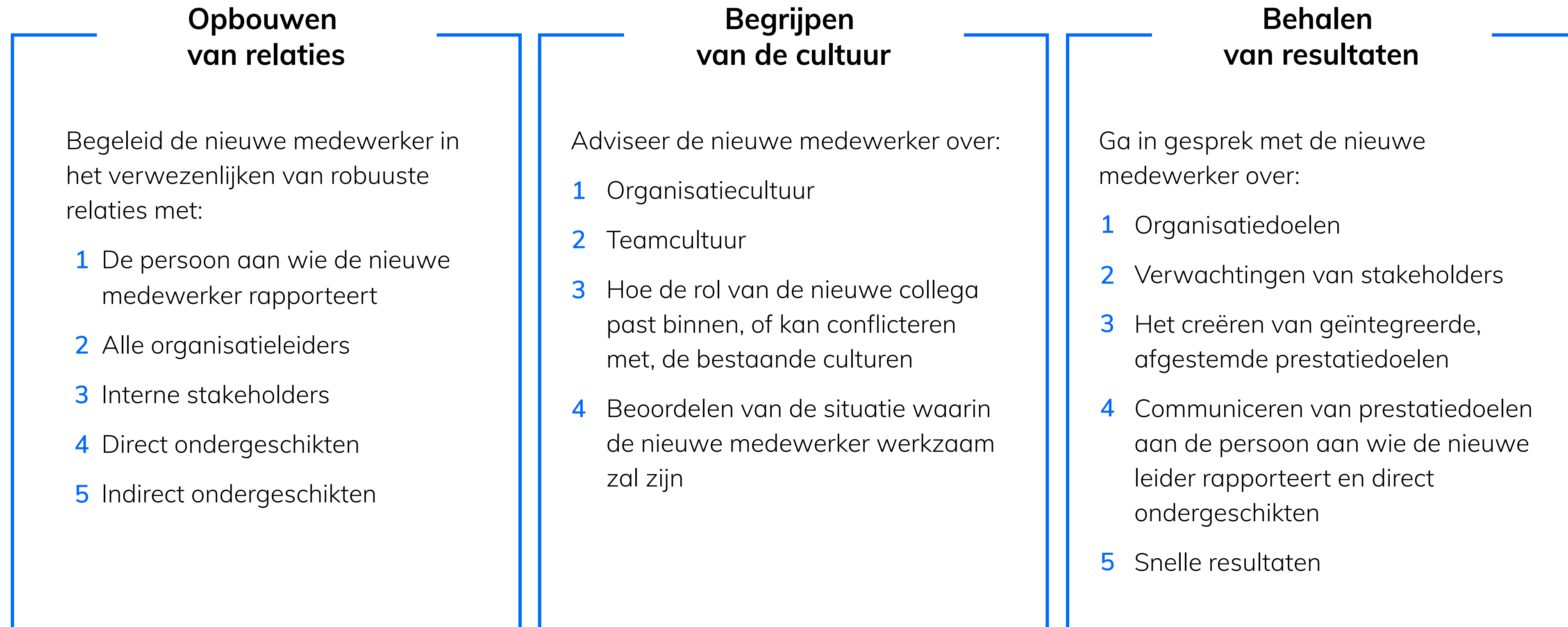
Onderzoeker Anne Fisher meldde in een artikel in Fortune dat bijna “40% van de executives die van baan veranderen of promotie krijgen, binnen de eerste achttien maanden falen.” Zowel de organisatie als de nieuwe medewerker hebben hier ‘schuld’ aan. Het is belangrijk om te begrijpen dat onboarding iets anders is dan een typisch oriëntatieprogramma.

Oriëntatie	Onboarding
Leren van geschreven regels	Leren van zowel de geschreven als de ongeschreven regels
Een gebeurtenis	Een proces
Duur de eerste maand (maximaal)	Kan een heel jaar duren
Gericht op integratie in het team en de desbetreffende baan	Brede focus: organisatie, team, individu (persoonlijk)
Linear	Niet-lineair en niet opeenvolgend
Gebaseerd op successen uit het verleden	Omvat ook reflectie en afleren van successen uit het verleden

*Anne Massaro, Magna Publications and Ohio State University, www.magnapubs.com

Structuur van onboarding

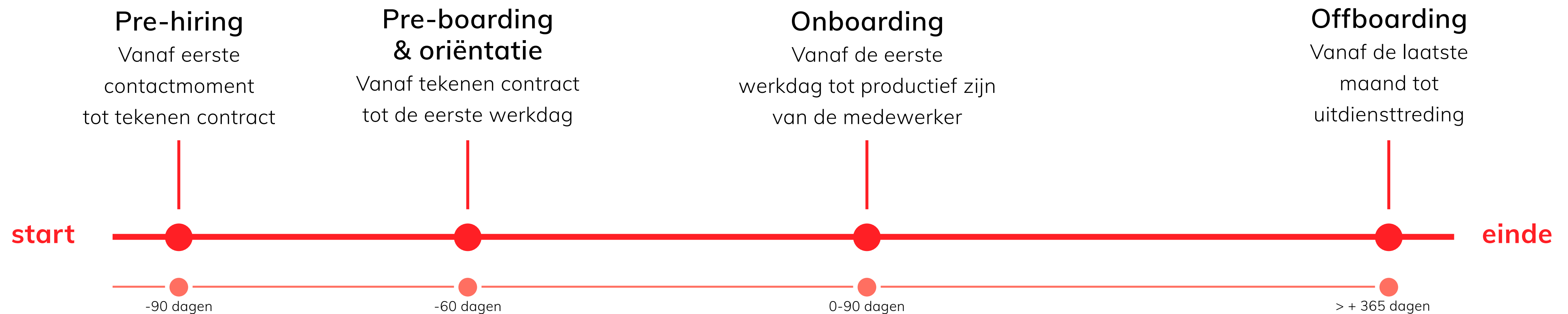
Het onboarding-proces van Anne Massaro, adviseur op het gebied van organisatieontwikkeling, richt zich op drie fundamentele categorieën: opbouwen van relaties, begrijpen van de cultuur en behalen van resultaten:



Fasen van een effectief onboardingprogramma



Hoewel onboarding-programma's moeten worden afgestemd op de behoeften en cultuur van een organisatie, omvatten de meest succesvolle programma's de volgende fasen:



Pre-hiring

Aantrekken – de magnetische werking

De pre-hiring fase loopt vanaf het moment dat een potentiële kandidaat met jouw bedrijf in aanraking komt tot het moment het contract wordt getekend.

Bij het aantrekken van talent speelt employer branding een belangrijke rol. Een goede candidate experience is een randvoorwaarde voor het werkgeversmerk en het realiseren van employer impact.

Als deze ontbreekt dan heeft het weinig zin om in ‘topwerkgever’-lijstjes te staan. Kandidaten anno nu doen hun eigen online onderzoek, kijken op ratingsites zoals Glassdoor en kiezen voor bedrijven die sturen op impact. Geef daarom kandidaten al een inkijkje binnen jouw bedrijf:

- 1 Vertel je eigen organisatieverhaal en laat je cultuur spreken
- 2 Deel de ervaringen van je eigen medewerkers
- 3 Deel je visie, laat zien welke impact collega’s bij jouw bedrijf kunnen maken, wat hun rol is in het grotere geheel en hoe hun groeipad eruit ziet

- 4 Zorg voor een overzichtelijke en eerlijke bedrijfs- en vacaturepagina
- 5 Deel inhoudelijke content, maar geef ook een kijkje achter de schermen op social media
- 6 Doe onderzoek naar de kanalen die je doelgroep bezoekt en wees daar actief

Employee experience heeft ook te maken met het nakomen van verwachtingen van (potentiële) medewerkers.

Kortom, ‘hire for cultural fit’ en zorg voor een werkomgeving waar medewerkers gelukkig zijn!

“Als je mensen inhuurt om een baan in te vullen, werken ze voor je voor geld. Maar als je mensen inhuurt die geloven in wat jij gelooft en waar jij als organisatie voor staat, werken ze voor je met hun bloed, zweet en tranen.” - Simon Sinek, auteur en motivatie spreker

Pre-boarding

Adoptie – ‘de handshake’

De pre-boarding fase loopt vanaf het moment dat de nieuwe medewerker getekend heeft tot aan de eerste werkdag. Wacht niet tot de eerste werkdag.

De tijd van papierwerk en eindeloze intakes hebben we achter ons gelaten. Een nieuwe medewerker, maar ook kandidaten die niet door het sollicitatieproces komen of zelf afhaken, behandel ze zoals jezelf behandeld zou willen worden.

Veel nieuwe medewerkers haken al af voordat ze goed en wel met hun baan begonnen zijn. Goede pre-boarding kan dat voorkomen.

- 1 Begin met het ‘onboarden’ van de nieuwe medewerker vóór de eerste werkdag. Als je vanaf het moment van tekenen tot aan de eerste dag niets meer van je laat horen of alleen maar over de ‘praktische zaken’ contact zoekt, zorgt dat niet echt voor een positieve beleving bij je nieuwe collega.
- 2 Betrek de nieuwe medewerker in een vroeg stadium bij de teamplannen en toekomstvisie van het bedrijf. Maak het interactief!

- 3 Nodig nieuwe medewerkers al voor hun eerste werkdag uit voor een teammeeting of een andere laagdrempelige activiteit.
- 4 Geef de medewerkers zoveel mogelijk relevante informatie, zodat zij kennis kunnen maken met collega’s, de werkplek en de ‘way of work’.
- 5 Geef de nieuwe medewerkers vooraf al de mogelijkheid tot het geven van terugkoppeling en bedank hen met een presentje wat in de eerste week van pas komt.

“Je belangrijkste klanten zijn je medewerkers. Zorg eerst voor medewerkers en daarna voor klanten.”

- Ian Hutchinson, auteur van People Glue

Onboarding

Acceleratie – ‘snelheid maken’

De onboarding-fase loopt vanaf de eerste werkdag tot aan het moment dat de nieuwe medewerker volledig is ingewerkt. Vergeet niet dat het onboarding-proces eigenlijk nooit stopt. Ook na de eerste maanden is het van belang de medewerker ‘onboard’ te houden.

Het gaat hier eigenlijk om de bedrijfs- en de functionele onboarding. Doorstromen gebeurt niet meer automatisch binnen dezelfde soort functie binnen hetzelfde bedrijf.

We kijken steeds meer naar rollen en de ‘zachte vaardigheden’. Voor de bedrijfs- en functionele onboarding rekenen we gemiddeld drie maanden, maar dit is uiteraard afhankelijk van eventueel te volgen trainingen. Doorlopende onboarding bestaat onder andere uit:

- 1 Geef de nieuwe medewerker een welkom gevoel en plan alvast een paar coffee dates met collega's.
- 2 Verwelkom de nieuwe medewerker met meer dan de primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden. Maak bijvoorbeeld via een scherm in het bedrijf kenbaar dat de nieuwe collega start (met korte introductie en foto) of zet een ‘welkomspakket’ klaar.
- 3 Koppel de nieuwe medewerker aan een buddy die vragen kan beantwoorden en ondersteuning biedt.
- 4 Deel momenten van trots met elkaar en vier successen.
- 5 Blijf met elkaar in gesprek! De functionerings- en beoordelingsgesprekken zijn zeker belangrijk, maar in mijn ogen zijn de tweewekelijkse heads-ups en eventuele medewerkerstevredenheidsonderzoeken nog veel belangrijker.
- 6 Zorg ervoor dat je onboarding informatie actueel is en blijft.
- 7 Houd een zorgvuldig gesprek aan het einde van de proeftijd.

“Werknemersgerichtheid draait om, en bestaat om, de individuele werknemer te helpen, maar het is het bedrijf dat uiteindelijk de vruchten plukt van deze praktijk.” - Michael Watkins, auteur van The First 90 Days

Offboarding

Ambassadeur – uit het oog, maar niet uit het hart

De offboarding-fase loopt vanaf het moment dat de medewerker aangeeft de organisatie te willen verlaten tot aan de laatste werkdag. Het oude adagium 'uit het oog, uit het hart' gaat hier niet op. Probeer een relatie te onderhouden met je ambassadeurs nadat ze zijn vertrokken.

Exit management is de afgelopen jaren veranderd. Mensen willen zichzelf blijven ontwikkelen, aan uiteenlopende projecten werken, verschillende opdrachtgevers zien en doen waar ze gelukkig van worden.

De een zegt dat millennials (generatie Y) veel verschillen van andere medewerkers op de arbeidsmarkt, de ander zegt dat de verschillen helemaal niet zo groot zijn.

Lees er meer over in de whitepaper '[De millennial mythe ontrafeld](#)'. De volgende tips gelden in ieder geval voor alle generaties. Houd contact, ook na uitdiensttreding.

- 1 Richt een alumngroep op en houd contact door vacatures en uitnodigingen voor bedrijfsevents te delen.
- 2 Maak het exitgesprek interactiever en geef de medewerker meer tijd om terugkoppeling te geven bij het verlaten van de organisatie.
- 3 Erken prestaties, ook bij uitdiensttreding, en bedank de medewerker voor zijn inzet (of dit nu zes maanden of tien jaar is geweest). Je wilt als ex-medewerker niet het idee krijgen dat daar niet zoveel aandacht aan besteed wordt.
- 4 Borg de data die je verzamelt bij exitgesprekken zodat je indien de situatie hierom vraagt ook echt iets kunt veranderen.

hoofdstuk

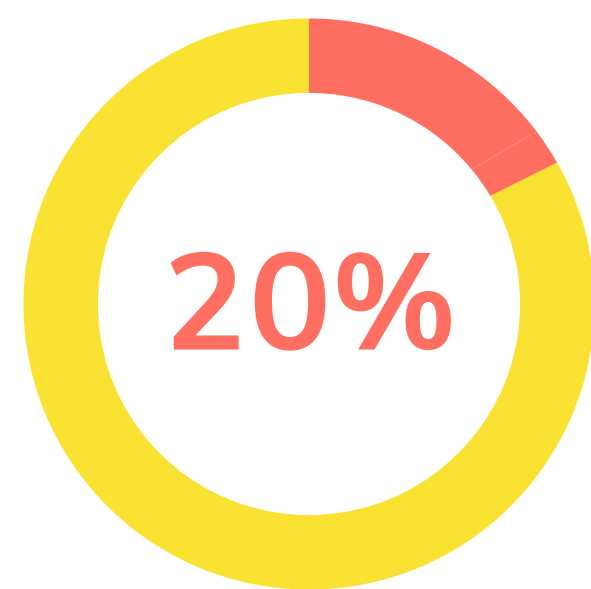
Verschillende onboarding opties

7

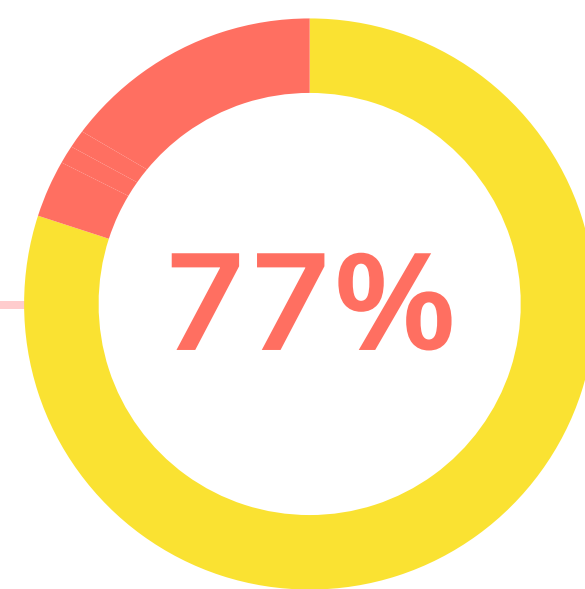
Verschillende **onboarding** opties

Bedrijven nemen HR-technologie serieus en gebruiken apps voor de contacten en samenwerking met hun medewerkers. Dit leidt tot toegenomen betrokkenheid en zal het aantrekken van toptalent eenvoudiger maken.

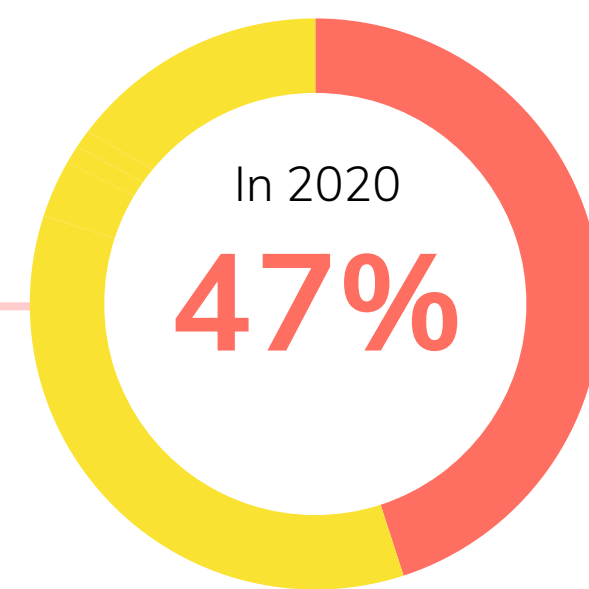
De aantallen:



|
van de medewerkers
vertrekken binnen de
eerste 45 dagen



|
van de medewerkers
beslissen binnen de
eerste 6 maanden of ze
vertrekken of blijven

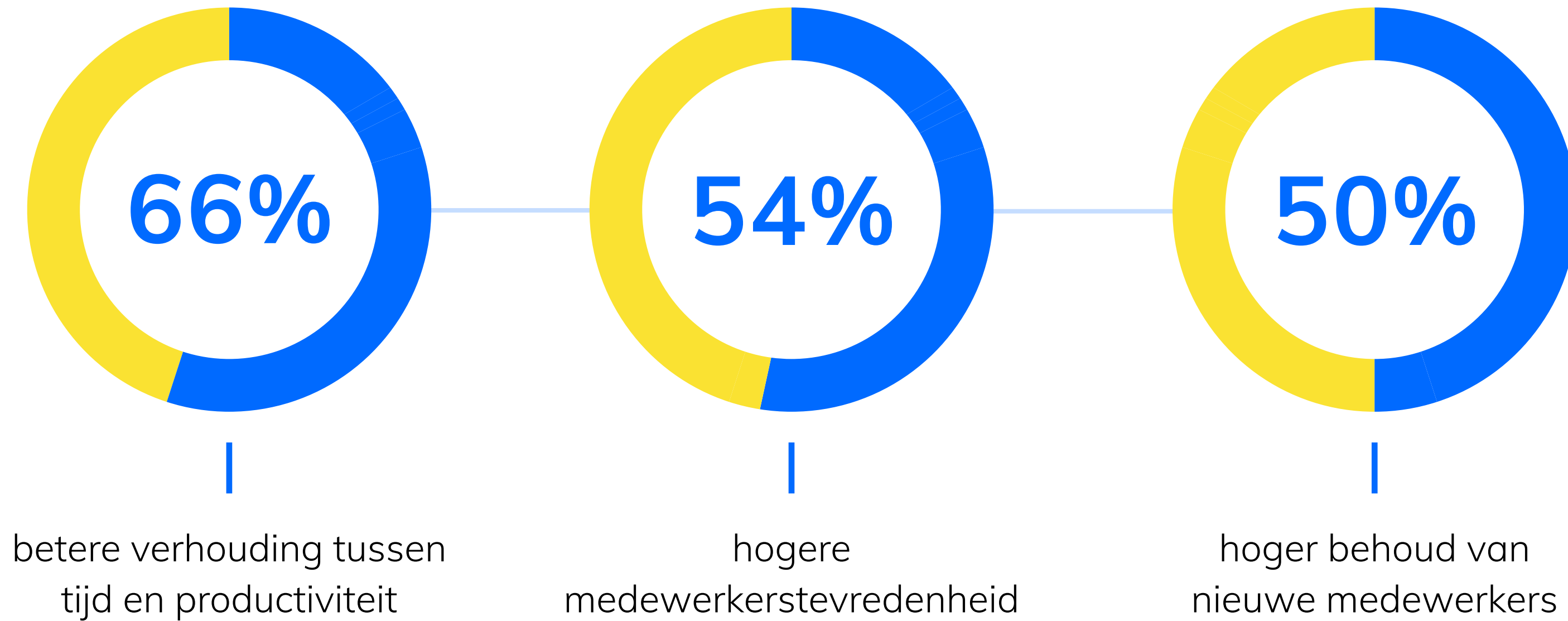


|
van je personeelsbestand
behoort tot generatie Z



Feiten over onboarding

Organisaties met een goede onboarding hebben:



Onboarding is hot! 🔥 Dit is hét moment om te kiezen voor de juiste onboarding oplossing voor je organisatie.

Onboarding **opties**

1

Core HR management system

- Complete oplossing van aanstelling tot uitdiensttreding
- Geen offline-functionaliteit
- Beperkte onboarding-functionaliteit
- Uitgebreide implementatie
- Inflexibele input voor nieuwe functies
- Geen pre-boarding

2

Op maat ontwikkeld

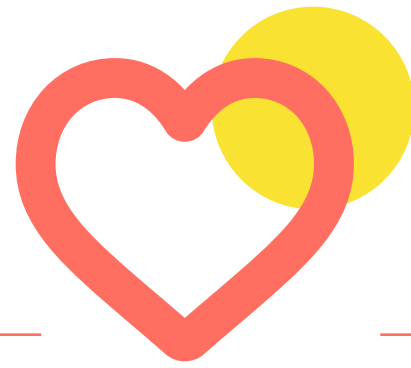
- Vanaf de grond ontwikkeld
- Volledige flexibiliteit voor het creëren van UI/UX
- Hoge ontwikkelings-/onderhoudskosten
- Hoge eigendomskosten
- Oppervlakkige integratiemogelijkheden (API)
- Inflexibele toepassing

3

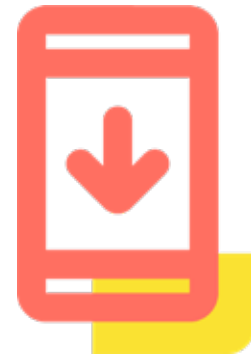
Onboarding specialist

- Focus op de employee experience
- Online en offline leren, op ieder apparaat
- Open API waardoor het systeem gekoppeld kan worden met alle Core HR-systemen
- Gratis nieuwe functies
- Extensieve content bibliotheek op basis van blauwdrukken
- Betrokken medewerkers vóór de eerste dag (pre-boarding)

Tips van Appical voor een ultieme onboarding



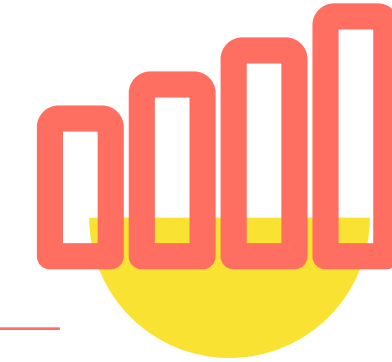
Zorg dat nieuwe collega's verliefd worden op je bedrijf dankzij een onboarding ervaring die ze bijblijft



Betrek medewerkers al voor de eerste dag bij het bedrijf door pre-boarding



Maak van de eerste dag een heel speciale dag



Bepaal mijlpalen (30-60-90 dagen) om de voortgang te volgen



Wees transparant over doelen, tijdlijnen, taken en verantwoordelijkheden



Vraag real-time feedback



Zorg voor aansprekende interactieve en relevante content



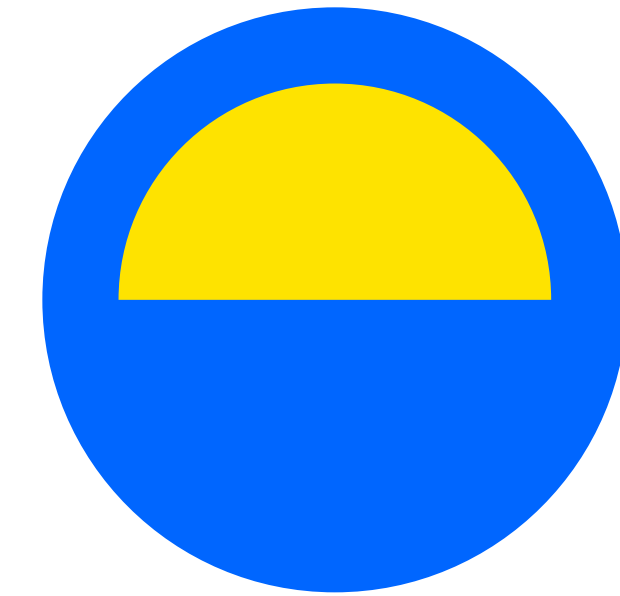
Omarm nieuwe technologie zoals een onboarding platform

hoofdstuk

Onboarding voor alle leeftijden en functies

8

Onboarding voor alle leeftijden en functies



Onboarding is niet alleen voor millennials! Veel van de manieren waarop het proces zich ontwikkelt, worden gestuurd door de verwachtingen en voorkeuren van jonge werknemers die als nieuwe medewerkers bij een bedrijf binnenkomen. Maar mensen hebben ongeacht hun leeftijd een effectieve onboarding nodig. Daardoor gaan ze zich thuis voelen in het bedrijf en zullen ze zich gemakkelijker ontwikkelen tot productieve en succesvolle medewerkers.

De uitgangspunten van onboarding kunnen worden toegepast op mensen in verschillende werksituaties. Degenen die toetreden op een meer senior level, van wie de inspanningen zichtbaarder zijn en die zich kwetsbaar kunnen voelen wanneer ze de tijd nemen om aan hun nieuwe rol te wennen. De meerderheid van de leidinggevenden die

voortijdig vertrekken noemen als de belangrijkste oorzaken voor het uitblijven van succes dat ze onvoldoende hebben kunnen doorgronden hoe hun nieuwe organisatie werkt, dan wel een mismatch met de organisatiecultuur en problemen bij het aanknopen van relaties met collega's en stakeholders.

Nieuwe werkmodellen en moderne benaderingen van talentmanagement brengen met zich mee dat individuele teams worden versterkt met collega's vanuit een ander bedrijfsonderdeel (dat een andere werkwijze kan hebben) of met contractanten die daar voor een bepaalde periode zullen zijn (voor een bepaald project met een vastomlijnd resultaat). Wat de redenen achter hun stappen ook zijn, iedereen die start in een nieuwe functie heeft het soort steun nodig dat door onboarding wordt gegeven.

3 verschillende typen werknemers

1 Ervaren medewerkers

Een nieuwe senior medewerker kan in de schijnwerpers staan

Van hen zal worden aangenomen dat ze besluitvaardig zijn, kennis hebben en klaar zijn voor het leiden van een team. Ook zal van hen worden verwacht dat hun input de prestaties op de werkvloer zullen verbeteren. Slagen zij er niet in snel aan de slag te gaan en te integreren, dan heeft dit waarschijnlijk een negatieve impact op de rest van het bedrijf. Teams kunnen uit balans raken en klanten worden getroffen, terwijl operaties aan kracht kunnen inboeten.

Ondanks hun ervaring zullen ook senior medewerkers toch veel over hun nieuwe werkgever moeten ontdekken. Denk hierbij aan structuur, toekomstplannen, organisatorische praktijken en de belangrijkste werkterreinen. Zorg ervoor dat zij deze informatie ontvangen nadat ze de baan hebben aanvaard, en betrek hen meteen bij bedrijfsmeetings.

Culturele integratie is eveneens belangrijk. Van leidinggevenden of senior medewerkers wordt niet alleen van hen verwacht dat ze de bedrijfswaarden en -filosofie kennen, maar hier ook naar handelen en deze uitdragen.

Het opzetten van interne netwerken waardoor ze in een vroeg stadium in contact komen met andere senior medewerkers kan hierbij helpen.

2 Tijdelijke werknemers

Contractanten worden 'ingevlogen' waar en wanneer ze nodig zijn

Dit kan ertoe leiden dat zij worden behandeld als tijdelijke krachten en er niet echt wordt geprobeerd hen bij de organisatie te betrekken. Maar veel mensen die als contractant worden ingehuurd, zoals tijdelijke werknemers voor PR-klussen, hebben specialistische vaardigheden die het bedrijf nodig heeft voor de afronding van projecten of uitbreiding van het bestaande bestand aan vaardigheden.

Werknemers die niet in vaste dienst zijn, zullen verschillende bedrijven van binnen zien. Behandel hen goed en zij worden pleitbezorgers en ambassadeurs voor je bedrijf, die andere werknemers zullen doorverwijzen en je interne cultuur zullen valideren. Het zijn normaalgesproken geen personen die zich richten op het afronden van een taak en dan weer verder gaan: ze hebben professionele trots in hun werk en willen graag een bijdrage leveren.

Ook zij hebben onboarding nodig. Jouw visie en doel doen er toe. Contractanten zijn niet op zoek naar een to-do list over een reeks taken maar willen begrijpen hoe het werk dat zij doen bijdraagt aan het bedrijf als geheel. Zij zijn trots op hun werk en willen horen dat zij een waardevolle bijdrage leveren.

Geef contractanten dezelfde informatie over visie, waarden en cultuur als je medewerkers in vaste dienst zou geven, meteen vanaf het moment dat zij een opdracht bij je bedrijf aanvaarden. En, net als bij nieuwe medewerkers: zorg ervoor dat je leidinggevenden klaar staan om hun contractanten proactief te betrekken en leiding te geven, vanaf het moment van selectie en onboarding tot de beoordeling van de prestaties en de resultaten.

3 Interne werknemers

Steeds meer bedrijven zoeken intern voor het vervullen van bepaalde vacatures

En met een goede reden. Een groot deel van de beroepsbevolking ziet de kans om skills en kwaliteiten binnen een organisatie te ontwikkelen als een manier om zich te onderscheiden, en een van de manieren waarop dit kan worden bereikt is door interne overplaatsing, het verlengen van opdrachten of detacheringen.

Het enkele feit dat iemand al voor dezelfde organisatie heeft gewerkt, betekent echter niet dat hun overplaatsing soepel en zonder wrijving zal verlopen. Ook al hebben ze het onboarding-proces al een keer meegemaakt, onboarding zal opnieuw nodig zijn. Dit wordt vaak aangeduid met reboarding en het is een snelgroeiend werkterrein.

Hoewel het bedrijf in zijn geheel een doel en een missie heeft, en een heldere waardenset, zullen deze niet in het hele bedrijf op dezelfde manier worden ervaren. Medewerkers die naar een nieuwe afdeling verhuizen hebben andere collega's, andere interne netwerken en nieuwe leidinggevenden die hen op een andere manier zullen betrekken en ondersteunen. Ook de operationele druk zal anders zijn.

Zorg ervoor dat reboarded medewerkers toegang hebben tot alle bronnen en gegevens die ze nodig hebben, en laat hen relaties opbouwen met nieuwe mentoren en collega's. Stel hen, vanaf het moment dat hun transfer is bevestigd, heldere doelen en termijnen met betrekking tot hun rol, verantwoordelijkheden, te leveren prestaties en successen. Ze zullen al enthousiast zijn over je bedrijf.

Zorg ervoor dat ze ook enthousiast worden over hun nieuwe team en collega's dankzij een geweldige transboarding!

hoofdstuk

Onboarding: Praktijkvoorbeelden

9

Onboarding: **Praktijkvoorbeelden**

Case: Financiële dienstverlening

Euler Hermes

Euler Hermes zet de medewerkers van alle leeftijden centraal, vergroot het vertrouwen en zorgt voor helderheid dankzij de digitale onboarding app.

Financiële dienstverlening

Regio Noord-Europa heeft in meer dan 15 landen over de 1700 werknemers

Wist je dat...

...het succes van de onboarding-app heeft geleid tot nieuwe innovatieve digitale HR-projecten en -initiatieven bij Euler Hermes?

Euler Hermes is wereldleider in de financiële sector door het aanbieden van innovaties op het gebied van kredietverzekeringen. Het bedrijf ontwikkelt nieuwe normen en biedt vertrouwen voor de toekomst met hun verzekering innovaties en partnerschappen.

Het probleem:

1

Euler Hermes Noord-Europa blijft groeien en wil elke nieuwe medewerker ondersteuning te bieden bij de indiensttreding.

2

De wens was om een geharmoniseerde onboarding strategie uit te rollen in de verschillende regio's, ongeacht eventuele lokale verschillen of wettelijke verplichtingen.

3

De wens was een innovatief, digitaal platform dat past bij de 'overal en altijd leren'-aanpak van Euler Hermes.



"Mensen zijn de 'stam' van een organisatie, en dus onze belangrijkste bedrijfsmiddelen. Wij vinden het belangrijk om onze medewerkers een inspirerende en boeiende werkplek te bieden. Daarom hechten we veel waarde aan onze mensgerichte benadering en investeren we in innovatieve 'People Initiatives' om de werknemerservaring te optimaliseren." - Serhat Kakçi, Senior Regional HR-Controlling & HRIS

De oplossing:

- De app vergroot het vertrouwen en zorgt voor helderheid, dankzij een gestructureerd stappenplan voor pre- en onboarding.
- Een leuke manier van onboarding, die zorgt voor meer enthousiasme en gretigheid van medewerkers.
- Een positieve ervaring voor de werknemer, omdat deze echt centraal staat.

Meer weten over het onboardingprogramma van Euler Hermes?

Bekijk de gehele case study en video [hier](#).

Case: Logistiek

CEVA Logistics

CEVA Logistics heeft nieuwe medewerkers niet alleen een sterke start met de cevalisation app, maar ook het gevoel van thuiskomen op de eerste werkdag.

CEVA Logistics is een van de grootste logistieke dienstverleners ter wereld. Wij ontzorgen onze klanten op het gebied van Contract Logistiek, Freight en Transport Management. De kracht van ons bedrijf zit in het talent van onze mensen; samen willen we ons elke dag verbeteren.

Logistiek

Benelux 3.000 medewerkers wereldwijd 42.000

Wist je dat...

... we 485.000m² aan warehouse hebben in de Benelux?



"Appical geeft de best mogelijke start voor onze medewerkers." Pauline Schut

Het probleem:

1

De wens om al onze medewerkers op een eenduidige manier te informeren en enthousiasmeren over CEVA.

2

Al onze 28 vestigingen in de Benelux gaven de onboarding van nieuwe medewerkers op een eigen manier vorm.

3

De wens om mensen voor de indiensttreding te informeren over het reilen en zeilen binnen CEVA.

De oplossing:

- De app zorgt ervoor dat iedereen dezelfde informatie ontvangt voor en na de eerste werkdag op een leuke, interactieve wijze.
- We kunnen onze indiensttredingsformulieren digitaal aanbieden en per persoon afstemmen.

Lees de gehele case study van CEVA Logistics [hier](#).

Case: Zorg

Amsterdam UMC

Amsterdam UMC is het universitair medisch centrum met als kerntaken patiëntenzorg, wetenschappelijk onderzoek en medisch onderwijs. Sinds medio 2018 bundelden het AMC en VUmc hun krachten om als Amsterdam UMC patiënten uit de regio Amsterdam én patiënten van ver daarbuiten voortaan nog beter helpen.

Zorg

Amsterdam UMC verwelkomt iedere maand op zowel locatie AMC als locatie VUmc ongeveer 100 nieuwe collega's

Wist je dat...

...nieuwe medewerkers tijdens de introductiedag een rondleiding door het ziekenhuis doen aan de hand de onboarding app? Deze rondleiding heet de 'AMC Experience'!

Het probleem:

1

De zorgsector heeft te maken met een grote tekorten. Het behouden van medewerkers is daarom een groot aandachtspunt binnen de zorg. Een goed onboardingprogramma helpt daarbij.

2

Op 7 juni 2018 zijn AMC en VUmc bestuurlijk gefuseerd. Daarom wilde Amsterdam UMC het introductieprogramma op beide locaties harmoniseren.

3

De periode tot aan de introductiedag of eerste werkdag was een periode waarin Amsterdam UMC weinig contact had met de nieuwe medewerker. De wens was om meer te doen met deze pre-boarding periode.



"De app is een middel waarmee wij onze nieuwe medewerkers al in een vroeg stadium kunnen informeren nog voordat ze kunnen inloggen in onze systemen. Zodat wij enerzijds eventuele vragen, twijfels of onduidelijkheden kunnen wegnemen en anderzijds praktische informatie kunnen delen voorafgaand aan de eerste werkdag," - Giselle Straathof, HR
Beleidsadviseur bij Amsterdam UMC

De oplossing:

- De onboarding app geeft ons de mogelijkheid om nieuwe medewerkers op een leuke, laagdrempelige en informatieve manier kennis te laten maken met onze fusieorganisatie Amsterdam UMC.
- De onboarding app helpt om nieuwe medewerkers zich snel thuis voelen in de organisatie en lekker aan de slag kunnen met de opdracht waar zij voor aangenomen zijn.
- Via het platform is er de mogelijkheid om feedback te vragen aan de eind gebruikers en deze data in te zien. De tool werkt voor ons als beheerders heel gebruiksvriendelijk. Wij kunnen de ontvangen feedback van medewerkers direct zelf verwerken. Dat geeft veel vrijheid en onafhankelijkheid.

Lees de gehele case study van Amsterdam UMC [hier](#).

Case: IT dienstverlening

Wortell

Wortell gelooft in de voorsprong van technologie-gedreven organisaties. "Wij helpen organisaties voorop te lopen door de slimme inzet van Microsoft technologie zodat zij de (nieuwe) consument en medewerkers kunnen blijven bedienen. We begeleiden organisaties graag door het hele proces: van advies, implementatie, wegwijs maken van de eindgebruikers (adoptie) tot en met zorgeloos beheer."

Dit doet Wortell vol passie met meer dan 200 slimme Wortellers. "Wij zijn een echte familie en allemaal een beetje gek." Elk jaar komen er ongeveer 40 nieuwe Wortellers bij. Deze nieuwe medewerkers worden klaargestoomd voor hun nieuwe baan via de onboarding app van Appical.

IT dienstverlening

Meer dan 200 medewerkers

Wist je dat...

... Wortell in 2019 de Onboard Award voor 'Beste onboardingprogramma' heeft gewonnen?

wortell



"Appical zorgt voor een nog soepelere start en nog blijere starters. Het leukste compliment wat ik gekregen heb is dat Wortell niet alleen een warm bad geeft aan een nieuwe medewerker, maar ook de champagne klaarzet, schuim erbij gooit en de muziek opzet. En Appical is hier de champagne." - Friso Visser, Employer Branding Marketeer

Het probleem:

1

We waren op zoek naar een manier om nieuwe medewerkers een vlotte start te geven door hen zo goed mogelijk te informeren over de organisatie en de reis die zij afleggen bij Wortell.

2

We zochten naar een tool om meer contactmomenten in de employee journey te creëren en de betrokkenheid te vergroten, nog voordat kandidaten zijn aangenomen.

3

Is er een verschil in de informatiebehoefte per team. We zochten een manier om een gepersonaliseerd onboardingprogramma te structureren per team.

De oplossing:

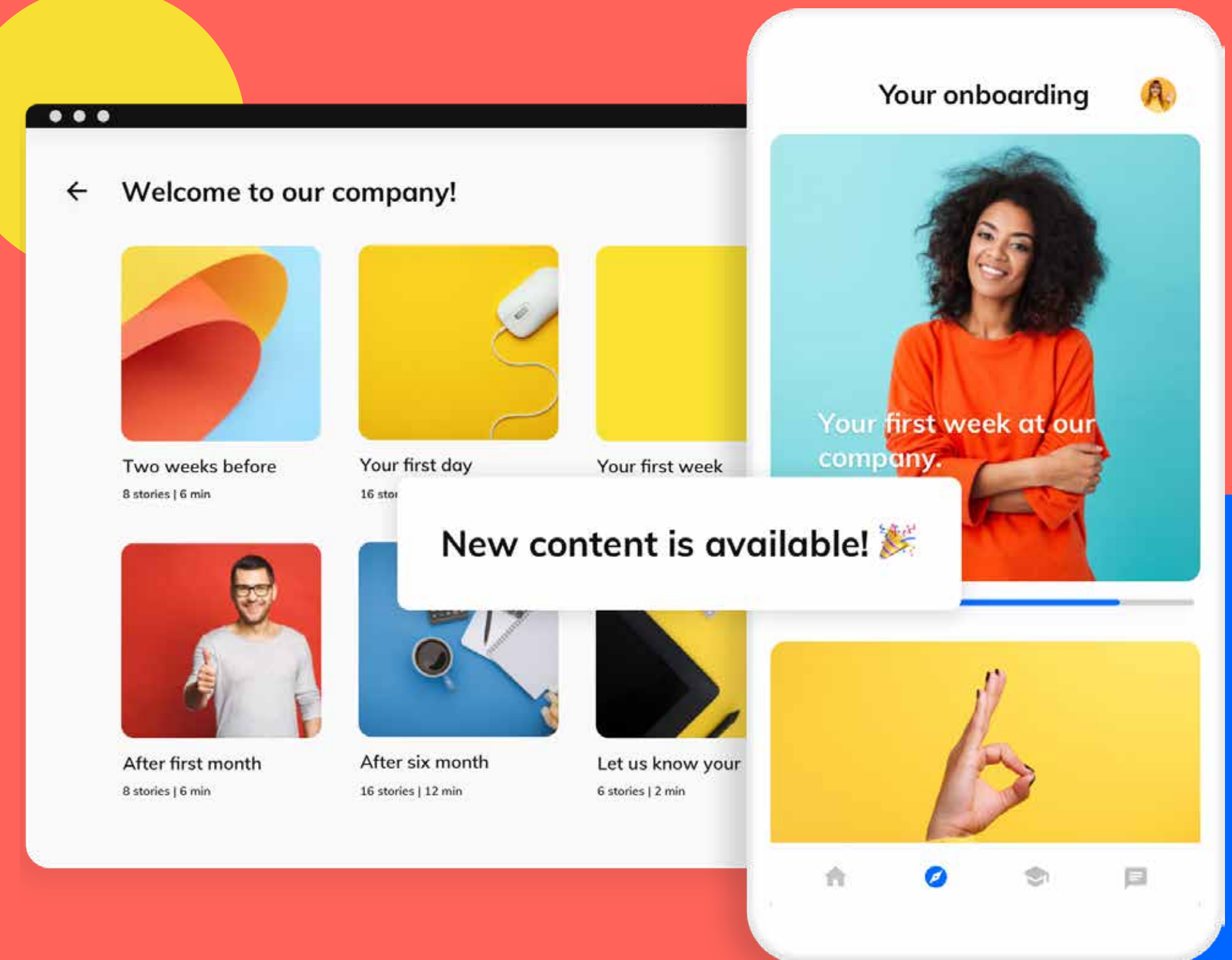
- Kandidaten krijgen na het tweede sollicitatiegesprek toegang tot Appical. Dit zorgt voor meer contactmomenten in candidate journey van de kandidaat, en automatisch voor meer binding met de organisatie.
- Door de app hebben onze medewerkers sneller know-how van de organisatie. Zo hoeven ze niet nog een keer de hele organisatie te ontdekken en weten zij waar ze voor wat moeten zijn.
- Wortell merkt dat de nieuwe Wortellers sneller van start kunnen met hun werkzaamheden in hun team.

Meer weten over het onboardingprogramma van Wortell? Bekijk [hier](#) de gehele case study en video.

Digitaliseer en verbeter jouw onboarding ervaring

- Bouw gemakkelijk pre- en onboardingprogramma's
- Creëer interactieve en gepersonaliseerde content
- Volg de voortgang van nieuwe medewerkers en de voltooiing van taken
- Verzamel feedback en verbeter jouw onboardingprogramma
- Integreer met andere HR systemen

Ontdek Appical





appical