



/medewerker aan het woord

Hilko Kooistra

***op zoek naar de passie voor techniek**

Als human resource manager werft Hilko Kooistra nieuw talent voor Technolution. Volgens objectieve criteria, maar ook op gevoel. Past de kandidaat binnen de bedrijfscultuur?

"Na mijn hbo-opleiding personeel en arbeid heb ik als recruiter bij detacheringbureaus gewerkt. Ik ben geen techneut, maar vind techniek wel machtig interessant. Daarom heb ik gekozen voor een hr-functie in een technische omgeving. Bovendien biedt mijn huidige functie meer dan alleen werving en selectie, ik werk ook aan het algemene personeelsbeleid. Voor mij de ideale combinatie. Technolution moet groeien om de talentvolle medewerkers in staat te stellen door te kunnen groeien naar, voor hen, meer uitdagende functies. In de werving richten we ons vooral op startende academici. Naast een relevante technische opleiding moet iemand een passie hebben voor techniek. We streven naar een langdurige samenwerking met onze medewerkers en investeren veel in opleiding en coaching. Deze investeringen in de ontwikkeling van medewerkers, gecombineerd met uitdagende werkzaamheden, dragen mede bij aan het zeer lage personeelsverloop.

Persoonlijk contact

Ik bel de kandidaat altijd ter uitnodiging. Dan probeer ik de potentiële collega aan te voelen. Ik merk bijvoorbeeld of iemand zich heeft voorbereid en al een beeld heeft van Technolution. We zijn geen bedrijf dat bij iedereen bekend is. Ik verwacht dus niet dat ze ons tot in detail kennen. Wel verwacht ik interesse en affiniteit. Ik zoek een bepaalde klik. Onze selectie is zeer zorgvuldig. Tijdens een sollicitatiegesprek geven we de kandidaat altijd een rondleiding. We lopen dan langs projecten en ik let erop hoe iemand reageert. Je krijgt dan een goede indruk van de affiniteit en de klik die iemand heeft met Technolution. Sociale vaardigheden zijn belangrijk.

We vragen vermogen om samen te werken: niet alleen met collega's maar ook met klanten.

Sponsoring en workshops

Werving voor een nichebedrijf als Technolution vraagt om creativiteit. Zomaar adverteren in traditionele media is als schieten met hagel. Sociale netwerken als LinkedIn werken beter, maar ouderwets netwerken levert ons echter het meeste op. We onderhouden nauwe contacten met de technische universiteiten. Om naamsbekendheid te kweken, sponsoren we studieverenigingen en geven we lezingen en workshops bij opleidingen. De focus ligt daarbij op de technologieën die wij toepassen. Studenten zien de theorie van hun opleiding terug in een praktisch project. Voor ons is het ook succesvol, zo leren potentiële kandidaten ons beter kennen.

Management by walking around

Onze mensen willen aan leuke, uitdagende projecten werken. Daarnaast verwachten ze een goed personeelsbeleid. Onze arbeidsvoorwaarden houden we continu tegen het licht. We zien bij onze collega's bijvoorbeeld een toenemende behoefte aan een goede balans tussen werk en privé. Door bijvoorbeeld thuiswerken mogelijk te maken proberen we tegemoet te komen aan deze wensen.

Ik vind het belangrijk om letterlijk zichtbaar te zijn voor de collega's, daarom loop ik regelmatig door het bedrijf en praat met collega's. Als ze me nooit zien, stappen ze ook niet zo makkelijk op me af. Zeker voor technici liggen personeelszaken toch wat verder van hun af, dus moet ik ervoor zorgen dat ik die afstand zo klein mogelijk maak. In veel bedrijven is hr een stafafdeling die apart staat in de organisatie. Bij Technolution voel ik me onderdeel van de organisatie en ken ik iedereen. Collega's vragen mij ook regelmatig hoe het met mijn werk gaat. Ze tonen oprechte belangstelling, dat ervaar ik als zeer prettig."

/colofon

Objective is een uitgave van Technolution B.V. Alle eerder verschenen uitgaven van Objective zijn te downloaden op www.technolution.eu/objective

Verspreiding

Controlled circulation voor relaties van Technolution

Technolution B.V.

Zuidelijk Halfroond 1
P.O. Box 2013
2800 BD GOUDA
The Netherlands

T +31(0)182 59 40 00

E info@technolution.eu

I www.technolution.eu