

TalentMapper is in Nederland absolute nummer 1 in het vinden van Talent

## ‘De beste sollicitant of de beste kandidaat?’



Het beste talent voor jouw bedrijf vinden is geen makkelijke klus. Want zit tussen al die sollicitanten die op je vacature afkomen eigenlijk wel de beste kandidaat? Oprichters Gertjan van Swieten en Marcel Rietveld van TalentMapper denken van niet. Zij geloven veel meer in proactief op zoek gaan naar de beste medewerkers dan afwachten tot ze naar jou komen.

» Gertjan van Swieten en Marcel Rietveld

TalentMapper beschrijft zichzelf als arbeidsmarktadviesbureau. ‘We zijn ooit gestart als consultants en gaven bedrijven advies over hun te voeren recruitmentstrategie’, zo begint Gertjan. ‘Het viel ons op dat veel bedrijven de externe arbeidsmarkt niet op de juiste manier benaderen. Daar zijn we op ingesprongen. We kregen van klanten wel steeds vaker de vraag: “Fantastisch, jullie advies, maar wij hebben eigenlijk niet de mankracht om kandidaten actief te gaan benaderen. Hebben jullie mensen?” Deze vraag kwam steeds vaker terug, dus toen zijn we op basis van detachering mensen gaan inzetten: het eerste half jaar op de payroll bij ons, daarna vast in dienst bij het bedrijf. We noemden hen Talent Sourcers of Talent Sourcing Consultants. Zo is het balletje gaan rollen en ontstond TalentMapper.’

### Niet achterover hangen

Gertjan en Marcel merkten als consultants al dat veel bedrijven niet de juiste focus hebben als het gaat om het aantrekken van talent. ‘Bedrijven doen onderzoek naar hun marktaandeel, naar klantbehoeftes, maar vergeten zich te focussen op het vinden van de beste mensen’, aldus Marcel. ‘Veel mkb'ers zijn hard bezig met groeien, hun werkprocessen verbeteren, orders aannemen, enzovoorts, maar niet met hoe ze ervoor kunnen zorgen dat ze hun huidige goede mensen kunnen behouden en aan nieuwe mensen kunnen komen. De beste talenten voor jouw bedrijf solliciteren niet uit zichzelf, maar zul je zelf proactief moeten benaderen en overhalen om bij jouw bedrijf aan de slag te gaan. Achterover hangen gaat niet meer.’

### Sterke merken versterken

Het belangrijkste motto van TalentMapper is: “Wij versterken sterke merken.” ‘Wat wij doen is het werkgeversverhaal van een bedrijf overbrengen. We zorgen dat de namen van onze klanten, zoals LeasePlan, BDO en Capgemini, in de arbeidsmarkt komen en het juiste talent wordt overtuigd om bij hen te gaan werken. Daarbij is het werkgeversmerk onmisbaar, ofwel: herkennen mensen jou als bedrijf om te gaan werken? Iedereen kent bijvoorbeeld Dou-

we Egberts, maar weet ook iedereen hoe het is om daar te werken? En wat het betekent om die ene functie binnen dat bedrijf te bekleden? Dat moet je presenteren naar nieuw talent.’

### Data

Digitale data zijn de sleutel voor het succes van TalentMapper. Gertjan: ‘Het zoeken is een vak apart. Iedereen kan een zoekopdracht doen en resultaten krijgen, bijvoorbeeld via LinkedIn. Maar iemand die weinig zoekt, zoekt in dezelfde pool als iedereen die weinig zoekt. Wij zoeken in de hele doelgroep en vinden mensen die anderen niet vinden. We vergeten wel eens hoeveel data er online staat. Alles wat je ooit online gedaan hebt, kunnen wij vinden. Daardoor kunnen we informatie verkrijgen waarmee we potentiële kandidaten persoonlijk kunnen benaderen en overtuigen op een manier die hen nog interesseert ook. Als wij bijvoorbeeld weten dat jij voor FC Utrecht bent, kunnen we daar een uur met je over praten en dan ben je geïnteresseerd. Uiteindelijk hoeft dan nog maar een klein deel van het gesprek over de betreffende functie te gaan.’

### Amerika

De kennis voor deze specialistische manier van zoeken en benaderen haalt TalentMapper uit Amerika. ‘We komen daar elk half jaar en hebben continu contact met mensen die hierin gespecialiseerd zijn’, aldus Gertjan. ‘De Amerikaanse arbeidsmarkt loopt jaren voor op de onze.’ Marcel vult aan: ‘Maar uiteraard investeren we ook veel in onze Talent Sourcers. Zij doorlopen ons zorgvuldig samengestelde Talent Development Program waarin zij continu getraind, uitgedaagd en gecoacht worden door de trainers van TalentMapper. Maar we laten hen ook meedenken over innovatie en ontwikkeling in onze tak van sport. Dat houdt hen scherp en maakt ons als bedrijf elke dag beter.’

### Supermarkt

Als voorbeeld van het creëren van interesse bij potentiële kandidaten haalt Gertjan een supermarkt aan. ‘Lidl kwam bij ons met de vraag of we mee wilden helpen

zoeken naar goede supermarktmanagers. Een uitdagende kwestie, want in principe wordt niemand geboren met het idee om supermarktmanager te worden. Wij zijn daarom ook in hele andere categorieën gaan zoeken: mensen met horeca-ervaring bijvoorbeeld. Zij zijn klantvriendelijk en gewend om in een team te werken. Als wij hen vervolgens op onze manier vinden en benaderen, boren wij interesses aan die ze misschien zelf ook nog niet hadden bedacht. En zo gaan zij uiteindelijk toch aan de slag als supermarktmanager.’

### Niche

De externe arbeidsmarkt naar een bedrijf naar binnen brengen, dat is in het kort gezegd wat TalentMapper doet. ‘Het hr-vak is natuurlijk heel erg breed’, aldus Marcel. ‘Wij zitten in een niche van het recruitment vak. Maar wij zijn wel een voorloper op het gebied van Talent Sourcing. We worden ook regelmatig gevaagd om te spreken op congressen wereldwijd. Daarom hebben we ook een workshop “Talent Sourcing” aan ons aanbod toegevoegd, waar deelnemers leren zelf passend talent te vinden, benaderen en overtuigen. In Nederland is onze manier van werken vrij uniek, maar er gaat ook hier een shift komen. Veel bedrijven voelen momenteel de “pijn” dat ze vacatures niet opgevuld krijgen en bovendien zitten we in een fase waarin de kandidaten het voor het zeggen hebben. Dat proces willen we voor zijn. Wij geven ondernemers de talenten van de toekomst.’

 talentmapper

### TalentMapper

Groenewoudsedijk 41  
3528 BG Utrecht  
030-7603070  
www.talentmapper.nl