

E-BOOK

Zo laat
je onboarding
werken
voor je
werkgeversmerk

Mariska Karssemakers
OnboardingPro

Hi, ik ben Mariska

Hoe zou het zijn als je nieuwe medewerkers op LinkedIn vertellen hoe gaaf de start bij hun nieuwe werkgever is?

Toen ik een aantal jaar geleden voor het eerst een onboarding programma maakte voor een klant, hoorde ik heel wat tenenkrommende verhalen van nieuwe medewerkers.

Misschien wel de signalen die jij ook krijgt en die de reden zijn dat je nu met onboarding aan de slag gaat.

Onduidelijkheid over taken en verantwoordelijkheden, geen laptop, telefoon of werkend toegangspasje, soms zelfs niemand die wist wat de nieuwe collega eigenlijk kwam doen... Het kan dus altijd erger ;-)

Inmiddels weet ik wat ervoor nodig is om nieuwe medewerkers vanaf de eerste werkdag (en zelfs al daarvoor) een enorme glimlach op hun gezicht te toveren.

Zonder dat HR met een bult extra werk wordt opgescheept. Zo heb ik meerdere succesvolle onboarding programma's opgetuigd.

Daar heb je niet per se dure apps of adviseurs voor nodig.

Het is mijn missie om het voor elke organisatie mogelijk te maken om een efficiënt én leuk onboarding programma op te zetten.

In dit e-book ga ik je uitleggen hoe je in vier stappen van nieuwe medewerkers ambassadeurs maakt van jouw werkgeversmerk.

Waarom ook alweer?

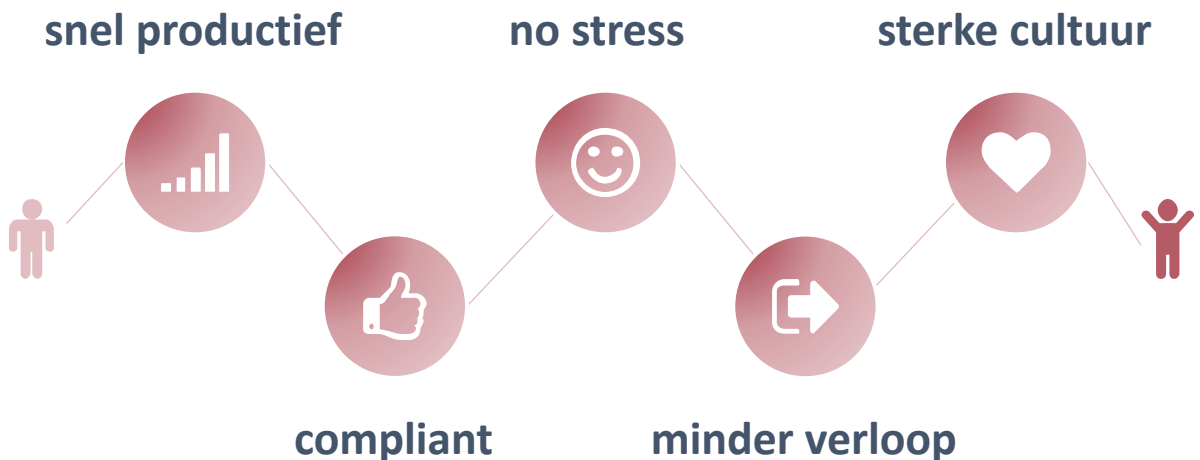
Misschien vraag je je af waarom je überhaupt met onboarding aan de slag moet. Of twijfelen je collega's eraan.

Onboarding goed doen, heeft veel voordelen:

- Nieuwe medewerkers zijn sneller productief
- Er is meer compliance vanaf het begin
- Minder stress voor nieuwe medewerkers en hun directe collega's
- Het zorgt voor minder verloop in de eerste twee jaar
- Én het helpt om je organisatiecultuur te versterken en over te dragen

Plus: enthousiaste nieuwe medewerkers zorgen voor *word of mouth*: via hen kun je weer aan andere goede nieuwe mensen komen.

Door één keer te investeren in een goed doordachte opzet win je dus kostbare tijd en *commitment* voor jullie missie.



Onboarding programma in 4 stappen

Wat ik altijd bij onboarding heb gedacht is: het is zó logisch.

Waarom lijkt het in de praktijk dan zo ingewikkeld?

Iedereen snapt toch de waarde van een persoonlijk ontvangst, goede informatie, de juiste middelen en training en inhoudelijke uitdaging?

Klopt. Alleen de meeste mensen besteden er niet zoveel aandacht aan.

Met een nieuwe baan beginnen doe je niet elke dag en het is dus makkelijk om te vergeten wat daarbij komt kijken.

“Het zal wel goed komen.”

In de praktijk gaat dat natuurlijk niet vanzelf.

Daarom geef ik je vier stappen om het verschil te maken voor nieuwe medewerkers. Als je deze stappen volgt, is jullie onboarding programma straks een springplank voor enthousiaste productieve nieuwe collega's.

Dit zijn de stappen:

1. Leer je doelgroep kennen
2. Bepaal je missie & prio's
3. Creëer betekenisvolle momenten (WOW!)
4. Richt de processen goed in (Basishygiëne)

Laten we beginnen met stap 1.

Stap 1: leer je doelgroep kennen

“Die ken ik al” – denk je misschien. Je hebt vast ook wel een beeld van het profiel waarop jullie werven en het ‘soort’ mensen dat bij jullie werkt. Maar vergis je niet.

Bij onboarding gaat het erom jullie mensen te leren kennen *in de periode van het tekenen van het contract tot de eerste drie maanden bij jullie organisatie.*

Met een nieuwe baan beginnen is een life event. Dat betekent dat er stressfactoren, gedachten, logica en emoties meespelen die anders zijn dan wanneer dezelfde persoon al langer bij jullie werkt.

Ontdek wat nieuwe medewerkers denken, voelen en willen.

Deze vragen kunnen daarbij helpen:

- Waar liggen nieuwe medewerkers 's nachts wakker van?
- Wat zijn de top 3 frustraties?
- Wat zijn hun dromen en verlangens?
- Wat willen ze bereiken door de overstap te maken naar jullie organisatie?
- Welke obstakels staan er in de weg om dat ook te bereiken?
- Wat hebben jullie nieuwe medewerkers op dit moment nodig?
- Hoe ziet de perfecte situatie er voor jullie nieuwe medewerkers uit?

Stap 2: bepaal je missie & prio's

Naast de behoeften van je medewerkers, staan de ambities van de organisatie. Wat willen jullie bereiken met en bij de nieuwe collega's?

Een belangrijke sleutel voor een succesvol onboarding programma is *alignment*. Om nieuwe medewerkers te kunnen onderdompelen in jullie organisatie, moet het onboarding programma in lijn zijn met jullie missie.

Dat helpt ook om je prioriteiten te bepalen.

You can do anything, but not everything.

Je kunt beter een paar dingen goed doen, dan van alles een beetje. Dat betekent dus: keuzes maken.

Dat doe je zo:

1. Voer naast interviews met medewerkers ook gesprekken met de directie en belangrijke cultuurdragers
2. Maak een top 3 van wat jullie organisatie wil bereiken voor jullie klant
3. Doe hetzelfde voor wat de organisatie wil bereiken voor jullie medewerkers
4. *Et voilà!* Door deze informatie naast de behoeften uit stap 1 te leggen, kun je de prio's bepalen waar je je pijlen op gaat richten.

Klaar voor het echte werk?

Stap 3: Creëer betekenisvolle momenten

Betekenisvolle momenten creëer je door in te spelen op de gebeurtenissen die ertoe doen.

Een aantal voorbeelden:

- Je contract tekenen
- Je eerste werkdag
- Uitbetaling van je eerste salaris
- Het onboarding event
- Je eerste ontwikkelgesprek

Als er regelmatig nieuwe mensen starten is het voor jullie misschien *business as usual*.

Maar voor je nieuwe collega is starten met een nieuwe baan bij een nieuwe organisatie een belangrijke *life event*.

Creëer betekenisvolle momenten door aan te sluiten bij de emotionele rollercoaster van jullie nieuwe medewerkers.

Het tekenen van je contract is een viermoment. De eerste werkdag is spannend. Je eerste salaris een extra motivatie. Het onboarding event een moment voor inspiratie en ontmoeting.

Natuurlijk beleeft elke medewerker dit anders.

Daarom is het in stap 1 zo belangrijk om in de schoenen van *jullie* nieuwe medewerkers te gaan staan.

Stap 3: Creëer betekenisvolle momenten

Hoe maak je die momenten betekenisvol?

1) Laat ze niet ongemerkt voorbij laten gaan

Al doe je iets kleins, besteed bewust aandacht aan tenminste de top 3 belangrijkste gebeurtenissen.

Zo laat je zien dat jullie nieuwe medewerkers begrijpen en er alles aan doen om ze een sterke start te geven.

2) De juiste informatie voor de juiste persoon op het juiste moment

Als je je hebt verdiept in je nieuwe medewerkers, weet je *wanneer* ze tegen *welke* obstakels aanlopen.

Daarmee kun je dus inspelen op wat ze op dat moment nodig hebben.

Als jij het antwoord geeft, net voordat iemand de vraag stelt, overtref je verwachtingen (en komen er minder vragen binnen bij HR).

3) Zorg voor een persoonlijke touch

Het zijn de persoonlijke extra's die het verschil maken.

Dat kan op talloze manieren: bijvoorbeeld een handgeschreven welkomstkaartje van je nieuwe team de week voordat je start. Of een belletje van je manager na je eerste klantbezoek.

4) Geef nieuwe medewerkers een podium

De 100 dagen mijlpaal is hier een mooi moment voor. Vraag nieuwe medewerkers in een team meeting te delen wat hen is opgevallen, zodat je van hun frisse blik kunt leren. Een verwondersessie van nieuwe medewerkers met de directie is hier ook een mooie vorm voor.

Stap 4: Trek de processen strak

Ehm.. onboarding processen?

Yep ☺ Alles wat er aan de 'achterkant' geregeld moet worden om het onboarding programma aan de 'voorkant' goed te laten draaien.

Zeg maar wat er *backstage* allemaal moet gebeuren waardoor het er op het podium goed uit ziet.

Dit onderdeel verdient meer aandacht dan het krijgt. Want er valt veel winst te behalen door deze processen netjes en efficiënt in te richten.

Ten eerste is het je basishygiëne: als het goed gaat valt het niemand op. Gaat het mis, dan haalt dat al je shiny onboarding interventies onderuit.

Ten tweede bespaar je jezelf een hoop tijd en gedoe door de processen uit te denken en logisch in te richten.

Drie handige hulpvragen voor deze stap (met dank aan Lean):

1. Kunnen we het aantal hand-overs / verantwoordelijken in het proces?
2. Zitten er formele 'akkoorden' of vinkjes in het proces die voor onnodige extra wachttijd zorgen?
3. Begrijpt iedereen zijn/haar rol in het proces?

Om het jezelf en je collega's echt makkelijk te maken, kun je de meeste processen voor een groot deel automatiseren. Met tools als Mailchimp en ActiveCampaign kun je hier eenvoudig mee starten.

Pro tip: meten=weten

De bovenstaande vier stappen zijn losjes gebaseerd op de fases van de Design Thinking methode:

1. Inleven
2. Definiëren
3. Brainstormen
- 4. Prototype**
- 5. Testen**

Een positieve onboarding ervaring met betekenisvolle momenten, steunt op het vinden van de goede match. Tussen de behoeften van nieuwe medewerkers en de ambities van de organisatie.

Die match vind je door tijdens het ontwikkelen ook te testen of je de juiste snaar raakt.

Meten doe je niet pas achteraf, maar zo vroeg mogelijk in het proces.

Door met prototypes van je oplossing te werken, kun je tussendoor telkens even de reacties pijlen op het nieuwe onboarding programma.

Zo zorg je voor een onboarding programma waarmee nieuwe medewerkers ambassadeurs worden van jullie werkgeversmerk.

Ik hoop dat deze stappen je inspireren om aan de slag te gaan. Hou de komende weken je inbox in de gaten voor meer onboarding hacks!