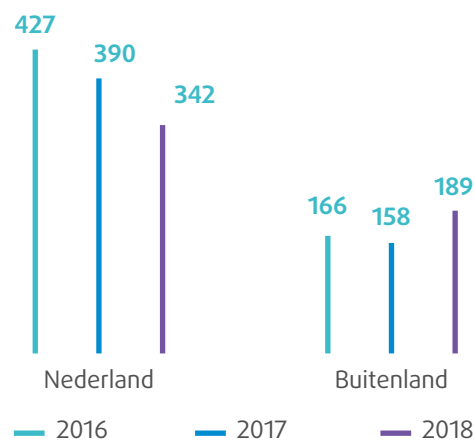


Waarde voor onze medewerkers

Medewerkers in hun kracht met een intense klantfocus

De toekomstplannen van Jaarbeurs vergen verandering van de organisatie. Dat traject is twee jaar geleden al ingezet. Voor de Human Resources (HR) afdeling stond 2018 in het teken van de doorvertaling van de bedrijfsstrategie, de transformatie bij Marketing en de dagelijkse onderwerpen, waaronder verbetering van inzetbaarheid en invulling van vacatures. In de huidige economie is er sprake van een krimpende arbeidsmarkt, dus ook wij moeten ons inspannen om nieuwe medewerkers te werven. Reden te meer om goed werkgeverschap te tonen door medewerkers te ondersteunen bij hun persoonlijke ontwikkeling.

Aantal medewerkers (FTE) per 31 december 2018



Aansluiten bij de bedrijfsstrategie

De nieuwe HR-strategie richt zich op de thema's Talent & Leiderschapsontwikkeling, Vitaliteit & Gezondheid, Performance Management & Rewards, Recruitment & Employer Brand en Workforce planning & Rapportages. De focus is gelegd op twee thema's die direct uit de bedrijfsstrategie komen: 'Medewerkers in hun kracht', gericht op professionaliseren en specialiseren, en 'Intense klantfocus'. Door deze aanpassingen gaat de HR-strategie de business beter ondersteunen.

Intense klantfocus betekent voor Jaarbeurs dat we voor een 'dikke 9' gaan. Om dit te bereiken moeten we ook bij onze medewerkers voor een dikke 9 gaan. Opleidingsmogelijkheden en een goede werksfeer zijn daarvoor essentieel. Medewerkers moeten voelen dat ze er toe doen, dat ze kunnen groeien, in hun persoonlijke ontwikkeling en in hun werk. En bovenal dat zij plezier hebben in wat zij doen. Uiteindelijk heeft iedereen daar baat bij.

In 2019 worden er nieuwe merkwaarden vastgesteld. Ook daar zal er vanuit HR een doorvertaling worden gemaakt, zodat er geen verschil tussen de interne en externe beleving en uitvoering kan ontstaan.

Goed werkgeverschap en persoonlijke ontwikkeling

Ten aanzien van de twee thema's, 'Medewerkers in hun kracht' en 'Klantfocus', is er prioriteit gegeven aan twee ondersteunende thema's. Ten eerste is dat 'Talent- en leiderschapsontwikkeling', waarbij zowel vakmatige als persoonlijke ontwikkeling centraal staan.

Daarnaast willen we een betere invulling geven aan 'Performance Management en Rewards'. Het huidige systeem, sturend op Key Performance Indicators (kpi's), leidt niet tot het gewenste gedrag in de zin van samenwerken, ontwikkeling, veranderingsbereidheid en wendbaarheid.

Ikigai-model

De exacte invulling van de twee ondersteunende thema's krijgt in 2019 verdere invulling. Vooruitlopend hierop is een pilot met 25 van de 47 accountmanagers gestart. Zij namen deel aan workshops over het formuleren van persoonlijke doelen, waarbij het ikigai-model is gehanteerd. Doelstelling was te richten op de persoonlijke ontwikkeling van binnenuit. Volgens de Japanse traditie heeft iedereen een ikigai, een reden van bestaan. Door medewerkers te laten onderzoeken wat hen drijft, wat hen echt bezighoudt en waar zij uiteindelijk voor betaald willen worden, komen zij tot een beter uitgangspunt voor hun persoonlijke ontwikkeling.

Na de workshops is een vervolgstap gemaakt. Ontwikkeling doe je niet alleen. Het geven en krijgen van feedback is belangrijk om van elkaar te leren en door te groeien. Voor de komende 10 tot 30 jaar is het voor iedere organisatie van belang om mensen in huis te hebben die in staat zijn om door te gaan met leren. Van belang is dat zij zichzelf vernieuwen, zich aanpassen om met nieuwe technieken en werkwijzen om te gaan en begrijpen hoe je veranderende klantbehoeften kunt doorgronden. Essentieel daarvoor is dat medewerkers zich lerend opstellen en durven feedback te vragen over hun eigen presteren.

We zijn daarom in zee gegaan met TruQu, een platform en app, die werkt als een feedback tool waarmee het vragen van feedback en het geven van complimenten gemakkelijker wordt gemaakt. In 2019 wordt dit verder ingebed door middel van training voor de gebruikers. Met het management wordt besproken hoe een 'groei-mindset' te stimuleren.

Verzuim

Het verzuimpercentage is in 2018 gestegen naar 4,78% (2017: 4,57% en 2016: 3,6%). Dit is geen gewenste ontwikkeling. Daarnaast heeft het management een aantal noodzakelijke veranderingen doorgevoerd hetgeen, ingecalculerde, druk legt op de organisatie en de spankracht. Het is inmiddels een feit dat als er door economische voorspoed een werknemersmarkt ontstaat, deze veelal gepaard zal gaan met een stijging in het ziekteverzuim.

Binnen Jaarbeurs is het opvallend dat het psychisch verzuim is toegenomen. De prestatiedruk is ook hoog geweest, vooral voor de beursmedewerkers. Regie en eigenaarschap bij het uitvallen van medewerkers door ziekte is vanuit HR naar de managementlijn verlegd. Daar zijn trainingen voor geweest. Een dergelijke verandering maakt dat iedereen moet wennen aan meer verantwoordelijkheid om vitaal te zijn en blijven. We houden altijd vinger aan de pols, ook bij uitval.

Marketingtransformatie

Het najaar 2018 stond in het teken van de marketingtransformatie en de ondersteuning daarvan door HR. Het betrof een kwalitatieve aanpassing van de marketingorganisatie,

waarbij er andere rollen zijn gedefinieerd om Jaarbeurs ook op dat vlak noodzakelijk te vernieuwen. Medewerkers konden, geholpen door een individueel en niet-selectief talent assessment, besluiten of, en zo ja, op welk nieuwe functieprofiel men wilde solliciteren. Na een selectieproces, wat bestond uit een business case assessment en sollicitatiegesprek zijn 12 van de 25 collega's niet in de nieuwe marketingorganisatie geplaatst. Met de Ondernemingsraad is een uitgebreid adviestraject doorlopen.

De Impactgroep

De Impactgroep, bestaande uit een aantal leidinggevenden en talenten, is in 2018 gecontinueerd. De leden van de groep zijn, naast hun eigen werk, aanjager van de noodzakelijke verandering. Deze collega's worden getraind in nieuw leiderschap en in het toepassen van 'veranderimpact' passend bij de bedrijfsstrategie en visie van Jaarbeurs. De Impactgroep is in 2018 vier keer bij elkaar gekomen. Uitgangspunt was het ontwikkelen van ieders persoonlijke leiderschap, het versterken van De Impactgroep als team en als leidende coalitie van de verandering. Onderwerpen die aan bod kwamen hadden betrekking op: analyse van gedragsvoorkeuren, feedback geven en ontvangen, gesprekstechnieken, betekenis van de Jaarbeurs strategie, leiderschapstijlen en cultuuranalyse. Met De Impactgroep houden we de lijnen kort tussen directie en management en daarmee ook met de medewerkers.

