

Medewerkersreis voor kinderopvang

Een praktisch en inspirerend online werkboek
om medewerkers te vinden en te binden
aan je organisatie

Medewerkers vinden en binden via de medewerkersreis voor kinderopvang

Je kent het vast wel. Dat heerlijke, spannende gevoel van op reis gaan. Op weg naar het onbekende. Nieuwe mensen ontmoeten, plekken ontdekken. Als een nieuwe medewerker bij jou aan de slag gaat, gaat hij of zij ook op reis, alleen dan in jouw organisatie.

Maar het vinden van nieuwe pedagogisch medewerkers die bij je organisatie passen, is lang niet altijd makkelijk. En heb je goede mensen in huis, dan wil je graag dat ze enthousiast en gemotiveerd bij je blijven werken. De medewerkersreis is een praktisch instrument om je hierbij te helpen.

Met dit online werkboek ga je als het ware zelf op reis in je organisatie. Je leert hoe je jouw organisatie nog aantrekkelijker maakt en je vult de medewerkersreis die bij jullie past in. We wensen je een inspirerende reis met je medewerkers, vol mooie ontdekkingen!

Davina Koudijs
dkoudijs@fcb.nl
Kinderopvang werkt!

Een goed doordachte medewerkersreis helpt organisaties aan productieve en gelukkige medewerkers. Gelukkige medewerkers brengen een positieve sfeer, presteren beter, blijven langer in dienst en vervullen een ambassadeursrol voor je organisatie.

Inhoud



5

Deel 1
Hoe staan we ervoor?



6

Dit is de medewerkersreis



7

Wat zoekt de werkzoekende?



8

Hoe scoren we als organisatie?



10

Deel 2
Een goede basis



11

Identiteit en imago



14

Persona's



17

Cultuur



19

Werkgeverschap

Inhoud



21

Deel 3
Maak in vijf stappen
je medewerkersreis



22

Stap 1
Werven en
solliciteren



24

Stap 2
Welkom en
inwerken



26

Stap 3
Werk en
ontwikkeling



29

Stap 4
Afscheid en
contact houden



31

Stap 5
Waarderen



33

Altijd op reis



35

Hartelijk
bedankt!



37

Colofon

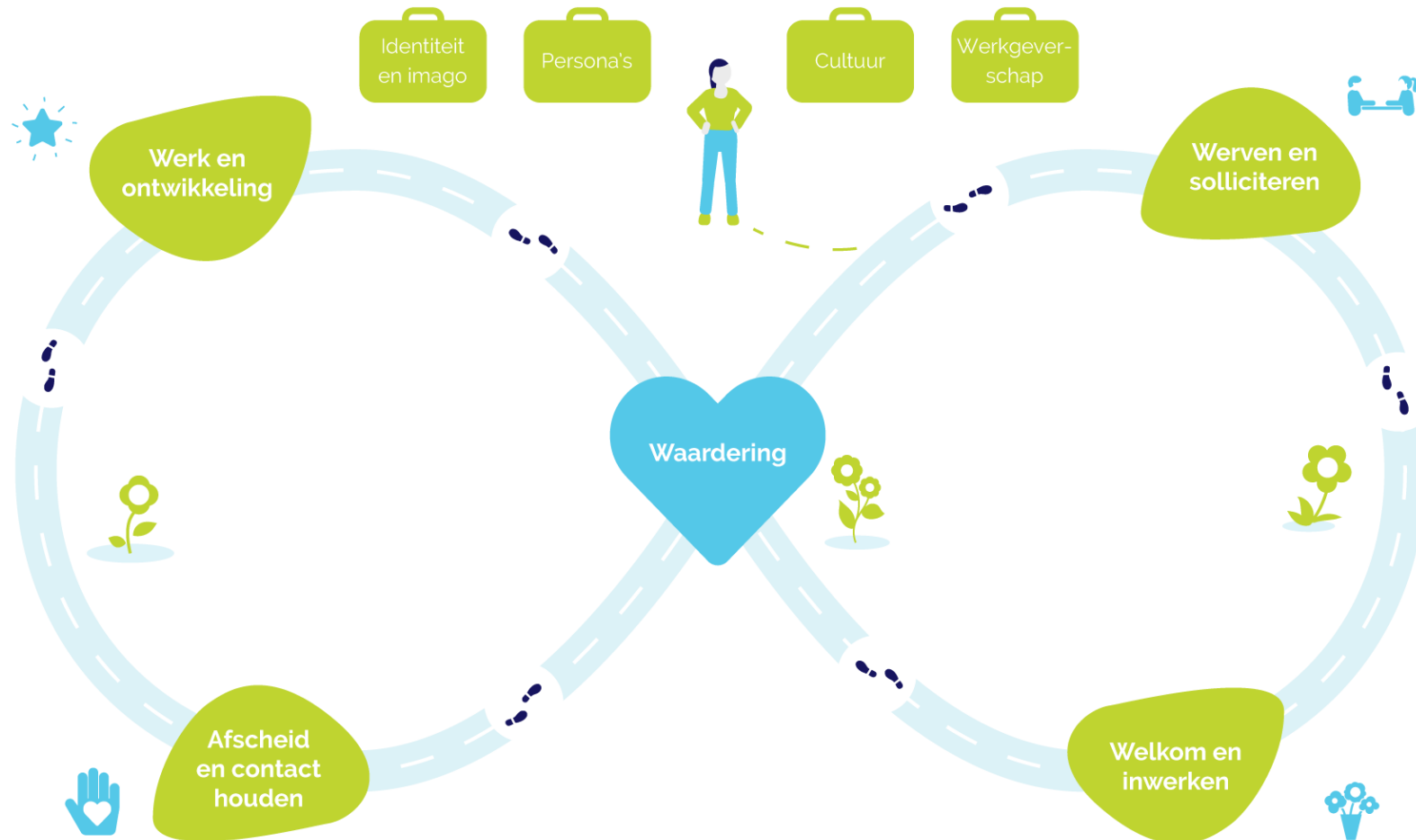


Deel 1 Hoe staan we ervoor?

De eerste stap is bekijken wat de medewerkersreis voor jouw organisatie kan betekenen. Wat is de medewerkersreis precies? Wat heeft deze reis met de inrichting van je organisatie te maken? Hoe sta je er eigenlijk voor? Dit eerste deel helpt je om hiervan een beeld te krijgen.

Dit is de medewerkersreis

De medewerkersreis is de reis die medewerkers maken binnen een organisatie en wat zij daarbij ervaren. Het is een aaneenschakeling van contactmomenten tussen medewerkers, de organisatie en de individuele beleving van de medewerker. Van de eerste kennismaking, het sollicitatiegesprek, het inwerken, de ontwikkeling, de relatie met de leidinggevende tot en met het afscheid van de organisatie. En zelfs daarna kun je oud-medewerkers nog met je organisatie verbonden houden.



Wat zoekt de werkzoekende?

De medewerkersreis begint met het perspectief van de werkzoekende. Hoe ziet hij of zij jouw organisatie?

Stel je voor dat je zelf een nieuwe baan zoekt. Je kijkt om je heen, op zoek naar een leuke baan. Je scant vacatures, je bekijkt de bijbehorende organisaties en stelt je voor hoe jij daarbij past. Je vraagt je af:

1. In hoeverre herken ik me in deze organisatie?
2. Kan ik hier mijn werk goed en met plezier doen en mijn ambitie invulling geven?
3. Zal ik mij thuis voelen bij de nieuwe organisatie en de nieuwe collega's?
4. Op welke beloning mag ik rekenen?

Je schat in wat de antwoorden zijn op basis van wat je ziet, leest en hoort over de organisatie. Vervolgens besluit je al dan niet te solliciteren.



Als werkgever is het de kunst ervoor te zorgen dat de werkzoekende een goed beeld krijgt van je organisatie, zodat hij of zij de juiste inschatting en keuze kan maken: wel of niet solliciteren?

Hoe scoren we als organisatie?

Wil je de medewerker aantrekken die bij je past, geef dan duidelijk antwoord op de vragen van de werkzoekende. Dit doe je door zijn of haar vragen te 'spiegelen' naar vragen over je eigen organisatie.



Quickscan



Vul de quickscan in en ontdek hoe jouw organisatie scoort op de onderwerpen van de medewerkersreis.



Download de quickscan medewerkersreis kinderopvang.



Vul de scores in en bekijk de uitslag.

Tips



- 1 Laat de quickscan door meerdere collega's invullen. Weeg de verschillen en overeenkomsten tussen hun antwoorden mee.
- 2 Bespreek de uitkomst met bestuur, leidinggevenden en medewerkers en vraag hun reacties. Dit levert nuttige gezichtspunten en gedeelde ervaringen op, die je helpen concrete vervolgstappen te zetten en draagvlak te vergroten.

Met de uitkomsten van de quickscan in de hand kun je je een beeld vormen van hoe je ervoor staat op de belangrijkste onderwerpen voor je medewerkersreis. In het volgende deel krijg je hier meer uitleg over.

A young child with blonde hair is sitting at a table, playing with wooden alphabet blocks. The child is wearing a blue and green shirt and is looking down at the blocks with a smile. The background is a bright, indoor setting with a bookshelf and a plant.

Deel 2 Een goede basis

In dit deel krijg je informatie over identiteit en imago, persona's, cultuur en werkgeverschap. De keuzes die je als organisatie op deze gebieden maakt, beïnvloeden je medewerkersreis in hoge mate. Ze vormen de basis voor het invullen van je medewerkersreis in het derde deel van dit online werkboek.



Identiteit en imago

Identiteit

Om de juiste medewerker te vinden, moet je eerst bepalen wat de identiteit van je organisatie is. Wie ben je en waar sta je voor? Je identiteit stel je vast via een missie, visie en kernwaarden.

Missie

Wat is het hogere doel van je organisatie, waar sta je voor?

Visie

Hoe draagt je organisatie bij aan dat hogere doel, waar ga je voor?

Kernwaarden

Wat vind je belangrijk, wat zijn je drijfveren?

De missie, visie en kernwaarden zijn belangrijke uitgangspunten voor je organisatie en je medewerkers. Het beïnvloedt hoe je als organisatie handelt en communiceert.



Lego

Missie

De bouwers van morgen inspireren en helpen ontwikkelen.

Visie

Het spelen van de toekomst uitvinden.

Kernwaarden

Ontdekkend, innoverend, impactvol, inclusief, teamwork.



Wasko Kinderopvang

Missie

Ruimte om te groeien voor alle kinderen, ouders én medewerkers.

Visie

Bijdragen aan de persoonlijke groei en (talent)ontwikkeling van kinderen door middel van professionele en kwalitatief goede kinderopvang.

Kernwaarden

Maatschappelijk, leuk, gezond en toekomstgericht.

Imago

Hoe je handelt en communiceert, bepaalt wat mensen zien, lezen, horen en ervaren van je organisatie. En uit al deze contactmomenten ontstaat het beeld dat mensen van je organisatie hebben, ofwel je imago.

Je identiteit en imago vertalen zich niet alleen door naar de kinderen die je zijn toevertrouwd en hun ouders; het beïnvloedt ook je medewerkers en de mensen die in de toekomst mogelijk bij je komen werken. Met een duidelijke identiteit stel je je medewerkers in staat maximaal bij te dragen aan de doelen van je organisatie en trek je mensen aan die bij je organisatie passen.

“ We zijn een lerende en vooruitstrevende organisatie. Het is goed om regelmatig stil te staan bij hoe de missie en visie binnen je organisatie leeft.

Corporate recruiter, Sarah Dorn, Wasko Kinderopvang

Lees het [interview](#) met Sarah over missie, visie, kernwaarden en ambities.



Opdracht A



Download het werkblad.



Beschrijf de missie, visie en kernwaarden van jouw organisatie.



Vul ze in op het werkblad onder identiteit en imago.

Tips



- 1 Vraag je collega's eens naar de missie, visie en kernwaarden. Hoeveel medewerkers kennen ze?
- 2 Vraag je collega's om woorden op te schrijven die ze vinden passen bij je organisatie. Hoe zeer sluiten ze aan bij je missie, visie en kernwaarden?

Inspiratie



Bekijk het filmpje: [Wat zijn kernwaarden en waarom heb je ze nodig?](#)



Persona's

De medewerkersreis gaat over huidige medewerkers en de medewerkers die je graag aantrekt als nieuw personeel. Maar hoe zien deze medewerkers eruit? Over welke eigenschappen wil je graag dat ze beschikken? En welke vaardigheden zie je graag terug?

Persona's maken

Een goede manier om een beeld te krijgen van je ideale medewerker is door persona's te maken. De persona is jouw droommedewerker, een denkbeeldig persoon die je helpt te begrijpen wie je wilt aantrekken en behouden. De persona helpt je inschatten hoe die persoon denkt en voelt. De persona zal je vertellen waar je ze kunt vinden, hoe je met ze kunt praten, hoe je met ze in contact komt, wat je ze kunt bieden en hoe je een relatie met ze kunt opbouwen.

Wil je een pedagogisch medewerker werven, neem dan je de ideale pedagogisch medewerker in gedachten. Je kunt meerdere persona's maken voor verschillende functies, zoals een bso-medewerker en een locatiemanager.

Bij het maken van een persona beschrijf je alles wat bij een echte persoon hoort:

- naam
- leeftijd
- opleidingsniveau
- werkervaring
- competenties
- interesses/hobby's
- persoonlijkheid
- drijfveren
- rol in het team
- privésituatie
- kennis



“ De persona's geven richting aan onze werving- en selectiestrategie. We hebben onze teksten aangepast en werven nu ook via kanalen zoals Facebook en Instagram. Vragen stellen over een vacature kan via WhatsApp. Dit alles past bij wie Montris is en bij de toekomstige collega's die we willen bereiken. Zo krijgen we een perfecte match!

Pedagogisch coach, aandachtsfunctionaris en beleidsmedewerker Anne Bijsterbosch, Kinderopvangorganisatie Montris

Lees het [interview](#) met Anne over persona's.

Voorbeeld persona pedagogisch medewerker



Linda

42 jaar

Gehuwd

Twee kinderen

Opleiding

SPW 3 (mbo 3)

Beroep

Pedagogisch medewerker

Hobby's

Candy Crush, Netflix, online shoppen,
uit eten gaan

Interesses

Mode en persoonlijke verzorging,
schilderen, handwerken, koken/bakken

Influencers

- Vrienden
- Familie
- Collega's

Communicatie

WhatsApp, Messenger, bellen

Media en bronnen

Facebook, NU.nl, Pinterest

Rol in team

Kartrekker, neemt initiatief en steekt anderen
daarmee aan

Doelen en verlangens

- Goede werk-privébalans
- Zich gewaardeerd voelen
- Goede sfeer in het team
- Flexibiliteit in werktijden en werkzaamheden
- Korte reistijd
- Werken op een vaste groep

Angsten en belemmeringen

- Kan ik genoeg werken om mijn rekeningen te betalen?
- Krijg ik een vast contract?
- Moet ik niet te ver reizen/word ik niet overgeplaatst?
- Wat wordt de administratieve last?

Informatiebehoeften

Duidelijkheid over verwachtingen van collega's,
leidinggevende en salaris

Context

Linda is van alle markten thuis en kan op alle groepen ingezet worden. Ze is niet bang om initiatief te tonen, actief en altijd in voor nieuwe activiteiten. Ouders en kinderen missen haar als ze niet aanwezig is.

Behoeften en wensen

Heb je persona's gemaakt, dan kun je ook hun behoeften en wensen inschatten. Verdiep je in hun leven en ontdek waardoor ze zich gewaardeerd voelen, wat ze uitdaagt en wat hun passies zijn. Dit is waardevol om te gebruiken in het werving- en sollicitatieproces.

Dit komt ook goed van pas bij de andere onderdelen van de medewerkersreis. Denk aan scholing: de één leert liever via gamification, de ander via klassikaal onderwijs. Of denk aan digitale vaardigheden en communicatievoorkeuren; die verschillen per doelgroep. En wat denk je van wensen voor een kerstpakket of een cadeautje? Door je in te leven kun je kiezen voor iets wat echt past bij jouw doelgroep en daarmee wordt de benadering persoonlijker en de waardering groter.

Opdracht B



B Maak een of meerdere persona('s) als denkbeeldige ideale medewerker(s) van je organisatie. Bepaal vervolgens de behoeften en wensen van de persona('s).



Vul de persona('s) in op het werkblad.

Tips



- 1 **Bij het ontwikkelen van een goede persona is het belangrijk je te verplaatsen in die persoon. Schakel je eigen beeld- en oordeelsvorming uit en vraag je af wat deze persoon werkelijk wil.**
- 2 **Betrek je collega's bij het maken van de persona's.**



Cultuur

Elke organisatie heeft een bedrijfscultuur. Het is de optelsom van zaken als gewoonten, overtuigingen, taalgebruik en geschreven en ongeschreven regels binnen een groep mensen. Cultuur uit zich in onderling gedrag, zoals hoe mensen elkaar groeten, hoe ze omgaan met succes en tegenslag, hoe kwetsbaar ze zich opstellen of hoe ze omgaan met veranderingen. De cultuur van een organisatie bepaalt of mensen het gevoel hebben dat ze bij de groep horen of niet.

Mede gebaseerd op: PieterPraat (Coolblue).

Beluister het hele filmpje via YouTube. →

Cultuur is niet direct zichtbaar


Volgens de Amerikaanse antropoloog Edward Hall beweegt een organisatie zich op verschillende niveaus. Deze niveaus worden vaak weergegeven in de metafoor van een ijsberg: er is een klein zichtbaar deel boven het wateroppervlak, en maar liefst 90 procent van de werkelijke massa van een ijsberg blijft onder water verborgen. Het ijsbergmodel van Hall geeft aan welke factoren van de organisatie zich boven en onder het 'oppervlak' bevinden. Cultuur is het gedeelte onder water, het is voor het grootste deel niet expliciet zichtbaar.



Het ijsbergmodel van Edward Hall


Cultuur tastbaar maken

Heb je fijne medewerkers, met een gemeenschappelijk gevoel over normen en waarden, die zich met je organisatie identificeren? Dan is het fijn om meer van dat soort collega's aan te trekken. Hiervoor moet je wel weten wat voor bedrijfscultuur jouw organisatie heeft en deze zichtbaar maken voor alle (nieuwe) collega's.



CULTUUR.
Harde kern.

Onze cultuur is ons succes. Begonnen als vriendenclub, nog steeds een vriendenclub. Eéntje van slimme, ondernemende vakidioten. Het is belangrijk dat iedereen begrijpt waarom we dingen doen zoals we ze doen. Dat iedereen onze cultuur omarmt. En onze waarden consistent uitdraagt. Dit zijn onze merkwaarden. Ze beschrijven wie we zijn en waar we voor staan. Wat ons verbindt en hoe we met elkaar omgaan.



EIGENZINNIG
Zijn beetje anders.

GEWOON VERWONDEREN.
Alles voor een glimlach.

GEWOON, DOEN
Elke dag een beetje beter.

VRIENDEN
Echtlik, direct, open.

FLEXIBEL
Daar te veranderen.

Opdracht C



C

Omschrijf de cultuur in je organisatie. In steekwoorden of maak er een mooi verhaal van.



Vul dit in op je werkblad onder cultuur.

Tips



- 1 Praat met elkaar over de cultuur, geef elkaar voorbeelden, verzamel verhalen. Het praten erover maakt je bewust van de cultuur die je hebt en de culturaspecten die je wilt benadrukken.
- 2 Gebruik de ijsberg van Edward Hall om ook de minder zichtbare aspecten te benoemen.



Werkgeverschap

Voor medewerkers is het belangrijk te weten op welke manier je als organisatie omgaat met personeel. De werkgeversvisie laat zien waar je voor staat, wat je wilt betekenen voor medewerkers en hoe je ze wilt helpen om het beste uit zichzelf te halen.

Je medewerkers zijn je kapitaal

Je organisatie is zo goed als je mensen zijn. Het is dus van belang dat je ze ondersteunt en stimuleert. Denk aan het creëren van een inspirerende en gezonde werkomgeving, waarin medewerkers goed kunnen samenwerken en waarin ze de ruimte krijgen hun talenten te ontwikkelen. Zodat ze hun eigen ambities én die van je organisatie kunnen waarmaken.



SKG

Samen Kunnen Groeien

Pedagogisch medewerkers ondersteunen kinderen in hun ontwikkeling en dragen bij aan de belangrijkste ontwikkelingsfasen van mensenlevens. Ze zijn de hele dag dicht bij de kinderen en geven ze direct en indirect bagage mee voor de toekomst. Daarmee zijn de medewerkers het kapitaal van SKG en daarom is het belangrijk dat zij goed in hun vel zitten en gelukkig zijn.

Belangrijke ingrediënten voor werkgeluk, zoals: waardering, erkenning, zelfontplooiing, betekenisvol werk, maar ook identiteit en cultuur, zijn terug te vinden in het ZIJN van SKG.

We stimuleren medewerkers om datgene te doen wat hen gelukkig maakt, en elke dag met plezier en passie te werken. Een open cultuur, waarbij ontdekken, fouten mogen maken, plezier hebben en elkaar aanspreken een belangrijk onderdeel is, past daarbij.

Door horizontale functiedifferentiatie kunnen medewerkers jobcraften en zo een bijdrage leveren aan het succes van de organisatie, die past bij hun kennis, expertise en kernkwaliteiten. Er is aandacht voor een gezonde leefstijl & vitaliteit, talentontwikkeling, werk-privé integratie en future-proof werken.

Opdracht D

Je komt tot een werkgeversvisie door je af te vragen wat voor een soort werkgever je wilt zijn. Maak dit zo concreet mogelijk door je voor te stellen hoe dit eruit ziet.

- Waarin wil je uniek zijn voor je medewerkers?
- Welke ontwikkelkansen wil je medewerkers bieden?
- Hoe gelukkig wil je dat medewerkers zijn en hoe wil je daaraan bijdragen?
- Hoe belangrijk is de 'mens' achter de medewerker?
- Hoe wil je dat medewerkers op een verjaardag over jouw organisatie spreken?
- Hoe past het werkgeverschap bij de missie, visie en kernwaarden van de organisatie?



D

Formuleer je visie over de werkgever die je wilt zijn. Je kunt de genoemde vragen gebruiken als inspiratie om je visie helder te krijgen. Schrijf je visie op een aansprekende manier op.



Vul dit in op je werkblad onder werkgeverschap.

Je visie op werkgeverschap is een goede richtingwijzer voor de volgende stap: het invullen van de verschillende onderdelen van de medewerkersreis.





Deel 3 Maak in vijf stappen je medewerkersreis

Nu je hebt nagedacht over identiteit en imago, persona's, cultuur en werkgeverschap, ben je toe aan de volgende stap. In dit deel doorloop je de medewerkersreis in vijf stappen. Daarmee draag je bij aan een nog betere medewerkerservaring. Echt ruimte geven aan de wensen en behoeften van medewerkers is hierbij belangrijk. Je reist samen en hebt elkaar nodig.



Stap 1 Werven en solliciteren

Als je goed weet wie je als organisatie bent en waar je voor staat, kun je gericht zoeken naar nieuwe medewerkers die bij jouw organisatie passen. Je kunt je wervingsstrategie, de selectiecriteria en het aannamebeleid hierop aanpassen.

Er zijn allerlei manieren om via werving je organisatie te presenteren en aan te sluiten bij de belevingswereld van jouw ideale medewerker.

Denk aan:

- aansprekende vacatureteksten schrijven die passen bij je persona.
- in de vacatureteksten jouw missie, visie en kernwaarden laten terugkomen.
- huidige medewerkers inzetten om nieuwe medewerkers te vinden.
- contacten leggen met opleiders om derde- of vierdejaars studenten te werven.
- sollicitanten laten reageren via WhatsApp of met een videoboodschap.
- sollicitanten een dagje mee laten lopen in de organisatie.
- sollicitanten laten speeddaten met toekomstige collega's.
- geïnteresseerden uitnodigen voor een borrel of een ander informeel samenzijn.
- verrassende vragen stellen in de sollicitatiegesprekken.

Bron: Heleen Mes & Gea Peper – Employee Experience, happy people better business, pagina 130.



Nieuw bij McDonald's:
HET SOLLICITATIE MENU!
Inclusief gesprek met de manager

Op zaterdag 6 en zondag 7 april kun je weer bij ons langskomen voor het speciale Sollicitatie Menu*! Met een heerlijke Burger, Frisdrank, Franse Frietjes en... een gesprek met de Manager.

Wij trakteren. Da's lekker solliciteren! En is jouw sollicitatie een succes, dan verdienen je straks ook nog eens lekker. Check hier bij welke McDonald's restaurants je het Sollicitatie Menu kunt bestellen.

*De actie is geldig op zaterdag 6 en zondag 7 april 2019, van 12.00 tot 17.00 uur, voor iedereen van 15 jaar of ouder. Neem een geldig ID/paspoort mee. Je krijgt het menu na je sollicitatiegesprek. Het menu kan per restaurant verschillen.



Bij McDonalds kun je een sollicitatiemenu bestellen: een hamburger, frietjes, frisdrank en daarbij een gesprek met de manager. Een interessante wervingsstrategie die helemaal past bij zowel de organisatie als de doelgroep.

Opdracht 1



1

Bekijk je huidige werving- en sollicitatieproces en hoe dat er concreet uitziet.

Schrijf op hoe je je werving- en sollicitatieproces aantrekkelijker en beter passend kunt maken bij je organisatie en je potentiële medewerker. Hou hierbij de basis uit het vorige deel in gedachten.



Vul de ideeën in op het werkblad onder werven en solliciteren.

Tips



1

Organiseer een brainstorm met collega's over het verbeteren van het werving- en sollicitatieproces.

2

Vraag nieuwe collega's naar hun ervaringen met het werving- en sollicitatieproces en hun verbeterideeën.

3

Wees creatief, denk breed en schrijf alles op wat er bedacht wordt. Onthoud: in een brainstorm mag en kan alles!



Stap 2 Welkom en inwerken

Een warm welkom op de eerste werkdag is een goede start voor de nieuwe medewerker. De eerste week en eerste maanden zijn cruciaal voor het behouden van nieuwe medewerkers. Ook voor de eerste echte werkdag kan je de nieuwe medewerker al betrekken bij je organisatie.



Lees het [interview met Tesse](#).

“Voorheen bestond inwerken bij ons uit ‘een hartelijk welkom en een paar keer boventallig meedraaien’. Maar nu we zijn gegroeid, merkte ik dat niet iedereen dezelfde informatie op hetzelfde moment kreeg. Ik vond uitgebreide draaiboeken onpersoonlijk, maar hoorde van andere organisaties dat dit toch wel fijn werkt. Mijn medewerkers waren het daar roerend mee eens. Zij gaven aan juist behoefte te hebben aan een uitgebreidere inwerklijst.

Directeur Tesse Nuijten, Kinderdagverblijf Bij ons



Lees het [interview met Ronald](#).

“We laten nieuwe medewerkers op een persoonlijke en speelse manier kennismaken met onze organisatie via een speciale Onboarding App. Iedereen is laaiend enthousiast. In de app krijgen ze informatie over de missie, visie, strategie en kernwaarden, de organisatie en de plek waar waar ze komen te werken. Je kunt de app zelf invullen met filmpjes, beelden en tekst. Wij doen dat lekker speels, want plezier is een kernwaarde van onze organisatie.

Ronald Brekelmans, jeugd- en kinderopvangorganisatie Wij zijn Jong

Opdracht 2



2

Bekijk hoe je nu je medewerkers verwelkomt en inwerkt.

Schrijf op hoe je het verwelkomen en inwerken beter passend kunt maken bij je organisatie en je potentiële medewerker. Hou hierbij de basis uit het vorige deel in gedachten.



Vul de ideeën in op het werkblad onder welkom en inwerken.

Tips



1

Organiseer een brainstorm met collega's over het verbeteren van het welkom- en inwerkproces.

2

Vraag nieuwe collega's hoe zij het welkom en inwerken hebben ervaren. Welke verbeterideeën hebben zij? En welke rol willen ze daar zelf in spelen?

3

Wees creatief, bedenk hoe je nieuwe medewerkers kunt verrassen, passend bij jouw missie, visie en kernwaarden.





Stap 3 Werk en ontwikkeling

Dit deel van de reis bepaalt voor een groot deel hoe je medewerkers naar hun werk komen, hoe ze zich door de jaren heen ontwikkelen en hoe ze zich blijven inzetten in hun werk. Ze kunnen zich ontpoppen tot ambassadeur voor je organisatie, steun en toeverlaat voor nieuwe medewerkers of rots in de branding waarop je altijd kunt rekenen.

Hier vind je aspecten rondom werk en ontwikkelen, met bijbehorende voorbeelden, die van invloed zijn op de beleving van de werknemers.

Werk en ontwikkeling stimuleren	
Inhoud van het werk	Talenten en voorkeuren matchen met werkzaamheden
Inrichting van de werkplek	Goede faciliteiten, gezelligheid, voldoende licht
Werkomstandigheden	Betrokken worden bij beslissingen, je gehoord voelen, relatie met leidinggevende en team
Werkplezier	Vieringen en steun bij gebeurtenissen, informele ontmoetingen
Vitaliteit	Bewegen op het werk, aandacht voor gezondheid, voor zingeving
Ontwikkelingsmogelijkheden	Opleidingen, begeleiding, intervisie
Doorgroeimogelijkheden	Carrièreperspectief, extra taken of functies
Balans werk en privé	Verlofmogelijkheden, flexibiliteit in werktijden

Het hoeven niet altijd grote veranderingen te zijn die je medewerkers kunnen ondersteunen of stimuleren. Het is vooral een werkgeversmentaliteit en een constante vorm van aandacht voor de medewerkers die tellen. Soms kun je al met kleine veranderingen groot effect bereiken.

Opdracht 3



3

Maak een lijstje van wat je organisatie nu doet om werk en ontwikkeling te stimuleren. Hoe kun je deze nog beter met elkaar laten matchen? Hou hierbij de basis uit het vorige deel in gedachten.

Vraag ook medewerkers wat zij willen op dit gebied. Gebruik daarvoor bijvoorbeeld deze indeling:

1. Wat wil je houden?
2. Waar wil je mee stoppen?
3. Wat wil je starten?
4. Waar wil je meer van?
5. Waar wil je minder van?



Schrijf je lijstje en de verbeterideeën op het werkblad onder werk en ontwikkeling.

Tips



- 1 Loop een dagje mee met een collega. Zo ervaar je zelf hoe het gaat op de werkvloer.
- 2 Stimuleer en ondersteun ideeën die vanuit de medewerkers zelf komen zoveel mogelijk: een verbetering in beleid, een idee voor een nieuw thema, een gewenste verandering in de ruimte.

Inspiratie

Een gezonde werkplek is belangrijk. Hoe zorg je ervoor dat je je medewerkers een omgeving biedt waarin ze fit en vitaal kunnen werken?

[Lees onze tips en informatie op **kinderopvang-werkt.nl**.](#)



Lees het **interview** met hr-manager Guda Teeuwen.

TIP

Bij kinderopvangorganisatie Peuter & Co voeren ze talentgesprekken in plaats van beoordelingsgesprekken, met de focus op waar mensen goed in zijn.

Medewerkers in kinderopvang staan bekend om hun bevologenheid en betrokkenheid. Hoe zorg je dat ze gelukkig blijven in hun werk? [Lees onze tips en tricks op **kinderopvang-werkt.nl**.](#)

SKG heeft een eigen SKG Academie met daarin niet alleen verplichte en vrijwillige trainingen, maar ook een gesprekscyclus en een persoonlijk ontwikkellogboek. [Lees het interview op **kinderopvang-werkt.nl**.](#)

“Ik geef mijn medewerkers graag de ruimte om met ideeën te komen en dat doen ze altijd enthousiast. Door ze zelf te laten meedenken en naar ze te luisteren, ontstaat er draagvlak. Ik wil niet dat ze iets doen omdat ik het zeg, maar omdat ze er zelf achter staan.

Directeur Tesse Nuijten, Kinderdagverblijf Bij ons



Stap 4 Afscheid en contact houden

Er komt een moment dat een medewerker afscheid gaat nemen van de organisatie. Een andere baan, pensioen, ontslag, reorganisatie of ziekte. Wat de reden van het afscheid ook is, een goed afscheid is van groot belang! En wat precies een goed afscheid is, verschilt per medewerker. De een vindt het fijn om uitgebreid afscheid te nemen van alle collega's, terwijl een ander dat liever met een klein groepje beleeft. Daarom is het belangrijk om de vertrekkende medewerker te betrekken.

Vijf belangrijke onderdelen van het afscheid

1. Toon respect: een goed afscheid begint met respect en begrip voor elkaars situatie, ongeacht wie het initiatief voor het vertrek heeft genomen.
2. Heb oog voor de specifieke situatie van de medewerker en de emoties die daarbij horen.
3. Ga de dialoog aan in het exitgesprek. Wees oprecht nieuwsgierig naar de ervaringen en leer daarvan.
4. Zorg voor een persoonlijk afscheid. Spreek waardering uit over de periode die een medewerker heeft gewerkt en bedank daarvoor.
5. En zorg voor een goed vervolg. Na het afscheid stopt de medewerkersreis immers niet! Bedenk een manier om contact te houden met de ex-werknemers en zorg dat de deur altijd op een kier staat voor terugkerende collega's.

Een ex-collega die met een goed gevoel jouw medewerkersreis heeft doorlopen, wordt vaak een waardevolle ambassadeur voor je organisatie.



Bron: Heleen Mes & Gea Peper – Employee Experience, happy people better business, pagina 207.



“Toen onze collega Henny met pensioen ging, maakten we met alle collega's een glossy voor haar: De HENNY. Eigenlijk was het een soort LINDA, maar dan helemaal over Henny. Het gaf iedereen de gelegenheid wat persoonlijks in het magazine te plaatsen en Henny heeft hiermee iets tastbaars gekregen waardoor ze zich ons altijd zal blijven herinneren.

Adviseur Davina Koudijs, Kinderopvang werkt!



Opdracht 4



4

Bekijk wat je medewerkers tegenkomen bij afscheid nemen en contact houden.

Schrijf op hoe je dit beter passend kunt maken bij je organisatie en je medewerkers. Hou hierbij de basis uit het vorige deel in gedachten.



Vul je ideeën in op het werkblad onder afscheid nemen en contact houden.

Tips



1

Benader een aantal ex-collega's en vraag hoe ze hun afscheid hebben ervaren.

2

Vraag je collega's of medewerkers hoe zij zich het afscheid van je organisatie en contact naderhand voorstellen.



Stap 5 Waarderen

Je medewerkersreis zit er ondertussen bijna op. We zijn toe aan de laatste stap, een stap die in de hele medewerkersreis zit verweven: de beloning die werknemers wensen en verwachten. Het gaat hier niet zozeer over het salaris en de meest gebruikelijke arbeidsvoorwaarden. Waarderen gaat vooral over het 'zien' van mensen en het 'zich gehoord voelen' om wat ze doen en om wie ze zijn. En natuurlijk over hoe je dat als organisatie laat zien in de praktijk.

Warm, hartelijk en dankbaar

Ieder mens heeft waardering nodig. Gebrek aan waardering en aandacht scoort vaak hoog op het lijstje van frustraties van medewerkers. Als je als organisatie wilt tonen hoe belangrijk je medewerkers zijn, dan kun je dat duidelijk maken in het contact met je medewerkers en je manier van communiceren. Maak je contact daarom warm, hartelijk en dankbaar.



kinderopvangdankzijjou.nl



kinderopvangdankzijjou.nl



In de campagne Kinderopvang dankzij jou van Kinderopvang werkt! staat waardering voor de medewerkers in kinderopvang centraal. www.kinderopvangdankzijjou.nl

Zo kun je dit bijvoorbeeld doen:

- Een complimentenbord ophangen, waarop medewerkers voor elkaar een compliment kunnen zetten, of het teamoverleg beginnen met iedereen een compliment laten geven aan een collega.
- Iets leuks en verrassends doen op de Dag van de Pedagogisch Medewerker.
- Een medewerker van de maand te kiezen, bijvoorbeeld voor collega's die het meest behulpzaam zijn.
- Échte aandacht van een leidinggevende geven door samen een lunchwandeling te maken.
- Tijdens de kerstperiode de kerstposters van de campagne Kinderopvang dankzij jou ophangen.

Als je net start met het expliciet geven van waardering en complimenten, of je vraagt medewerkers om dat onderling te doen, kan dat wat ongemakkelijk of onwennig voelen. Hou je dit vol, dan bouw je een cultuur van waardering op en zul je zien dat het, ook onderling, steeds makkelijker gaat!



Opdracht 5



5

Bekijk hoe je organisatie omgaat met waardering.

- a. Schrijf op hoe je dit beter passend kunt maken bij je organisatie en je medewerkers. Hou hierbij de basis uit het vorige deel in gedachten.
- b. In hoeverre lukt het leidinggevenden binnen jouw organisatie om dit (goed) te doen?



Vul je observaties en ideeën in op het werkblad onder waardering.



Altijd op reis

Altijd op reis

Gefeliciteerd! Je hebt de hele medewerkersreis doorlopen en de nodige bagage meegenomen. Je hebt kennis over je organisatie verzameld en je hebt alle stappen ingevuld van de reis die je graag voor je medewerkers wilt uitzetten. De volgende uitdaging is het implementeren van de reis en het ondersteunen van de verandering die je hebt ingezet.

Heel veel plezier en succes bij de uitvoering van jouw medewerkersreis! Heb je vragen of tips, neem dan gerust contact met ons op.



Davina Koudijs
dkoudijs@fcb.nl
Kinderopvang werkt!



Hartelijk bedankt!

We willen alle professionals die hebben meegewerkt aan dit online werkboek hartelijk bedanken voor hun bijdrage: IN Kleur, KDV Bij Ons, KinderRijk, Montris Kinderopvang, Peuter & Co, SKG, SKOA, SKSG, Stichting Kwest, Wasko Kinderopvang, Welterkuil en Wij zijn JONG.



Interessante theorie en inspiratie over dit onderwerp

- Heleen Mes & Gea Peper – Employee Experience, happy people better business
- Sascha Becker & Wenda Bolink – De Employee Journey
- Heleen Mes & Lucas Swennen - eBook Employee Experience Design in 12 stappen
- Ad Bergsma, Onno Hamburger, Erwin Klappe – Handboek Werkgeluk
- Kim S. Cameron – Onderzoeken en veranderen van organisatiecultuur
- Edgar H. Schein – De bedrijfscultuur als ziel van de onderneming, zin en onzin over cultuurverandering
- Daniel Goleman – Over leiderschap, de beste leiders gebruiken hun emotionele intelligentie
- Steven R. Covey – De 7 eigenschappen van effectief leiderschap
- Wouter Hart – Verdraaide organisaties, terug naar de bedoeling
- Inge Nuijten – Dienend Leiderschap, hoe je eigenaarschap en innovatie stimuleert
- Roeland Broeckeaert – Dienend leidinggeven, zacht voor mensen, hard voor resultaten
- Patrick van der Pijl en Erik Prins – Design > Denken & doen
- Spencer Johnson – Wie heeft mijn kaas gepikt
- John Kotter – Onze ijsberg smelt!
- John Kotter – Zo doen we dat hier niet!

Ontwikkeld door Kinderopvang werkt!

Samen met alle kinderopvangorganisaties werken aan een aantrekkelijke branche, waar mensen graag willen werken en met plezier blijven werken. Dat is wat Kinderopvang werkt! wil bereiken. Om dit te realiseren ontwikkelen wij producten, tools, trainingen en campagnes om nieuwe medewerkers te werven en bestaande te behouden. Met dit e-book over de medewerkersreis kunnen kinderopvangorganisaties direct aan de slag om een aantrekkelijk werkgever te worden en te blijven.

Op onze website kinderopvang-werkt.nl vind je nog meer tips, tools en goede voorbeelden om het personeelstekort aan te pakken en medewerkers te behouden.

Via Kinderopvang werkt! zetten Brancheorganisatie Kinderopvang, Branchevereniging Maatschappelijke Kinderopvang, FNV Zorg & Welzijn en CNV Zorg & Welzijn zich gezamenlijk in voor een aantrekkelijke sector en een gezonde arbeidsmarkt met goede arbeidsvoorwaarden.



Colofon

Inhoud

Davina Koudijs
Juliëtte Haarsma

Tekst, concept en realisatie

Marije Nubé
Miriam de Kort

Vormgeving

Inette van Ooijen

Uitgave

Kinderopvang werkt!

© februari 2022

