



YOURCE

KLANTCONTACT ARBEIDSMARKTANALYSE
Q2 2021 | KLANTCONTACT NA COVID-19

VOORWOORD | MARJOLEIN KLEIJWEGT

Beste lezer,

Met plezier presenteer ik de klantcontact arbeidsmarktanalyse van het tweede kwartaal van 2021. Zodra de maatregelen omtrent het COVID-19 virus verder worden versoepeld, behoort het werken op kantoor straks ook weer tot de mogelijkheden. We zien echter dat zowel organisaties als medewerkers niet meer terug willen naar de traditionele werksituatie waarin fulltime op kantoor wordt gewerkt.

Daarom gaan veel organisaties over naar een hybride werksituatie waar het werken vanuit huis met het werken op kantoor wordt gecombineerd. Hierbij verandert het veelvuldig thuiswerken van een tijdelijke oplossing naar een significant en consistent onderdeel van de werksituatie. Deze overgang heeft impact op de manier van werken en roept nieuwe vraagstukken op voor organisaties.

Hoe zorg je ervoor dat medewerkers die niet meer dagelijks aanwezig zullen zijn op kantoor, zich verbonden blijven voelen met de organisatie en dat je hen de meest optimale ervaring kan bieden? Dit begint al bij de start van de medewerker. Hoe zorg je ervoor dat de medewerkers zich direct thuis voelen in een organisatie en dat zij in een hybride werksituatie de inhoud van het werk, maar ook de organisatie en collega's goed leren kennen? En ook niet onbelangrijk, hoe zorg je ervoor dat medewerkers zowel thuis als op kantoor optimaal kunnen werken?

Daarom staat in deze editie het thema Klantcontact na COVID-19 centraal en zetten wij uiteen hoe klantcontact binnen een hybride werksituatie optimaal kan worden ingericht. Daarnaast presenteren wij ook de arbeidsmarkcijfers van het tweede kwartaal voor de klantcontact branche in zowel Nederland als België. Waar in het eerste kwartaal van dit jaar al het recordaantal van 12.431 klantcontact vacatures in Nederland werd bereikt, is dit aantal nog verder gestegen naar ruim 18.000 vacatures. Ook in België is de groei in klantcontact vacatures groot; in het afgelopen kwartaal stonden er 27,6% meer klantcontact vacatures open dan in de eerste drie maanden van dit jaar.

Ik wens je veel leesplezier!

Truly Yours,

Marjolein Kleijwegt
Chief Operations Officer Recruitment



INHOUDSOPGAVE | KLANTCONTACT ARBEIDSMARKTANALYSE Q2 2021

04

HOOFDSTUK 1 | TRENDS & ONTWIKKELINGEN

12

HOOFDSTUK 2 | VACATUREONTWIKKELING NEDERLAND

18

HOOFDSTUK 3 | VACATUREONTWIKKELING BELGIË

22

HOOFDSTUK 4 | WET OP FINANCIËEL TOEZICHT



HOOFDSTUK 1 | TRENDS & ONTWIKKELINGEN

Hybride werken in klantcontact

Zodra de maatregelen omtrent het COVID-19 virus verder worden versoepeld zal het advies om volledig vanuit huis te werken niet meer van toepassing zijn, waardoor werken op kantoor weer tot de mogelijkheden zal behoren. Het blijkt echter dat zowel organisaties als medewerkers veelal niet meer terug willen naar de traditionele werksituatie waarin fulltime op kantoor wordt gewerkt. Daarom kiezen steeds meer organisaties voor een hybride werksituatie waar medewerkers deels op kantoor en deels vanuit huis kunnen werken. Zo blijkt uit onderzoek van Owl Labl in samenwerking met Global Workplace Analytics onder 2.025 respondenten dat 80% van de fulltime medewerkers verwacht dat zij minstens drie dagen per week thuis blijven werken, nadat de COVID-19 maatregelen zijn opgeheven en de kantoren weer geopend worden. Ook intern onderzoek van Yource onder haar medewerkers toont aan dat 67,1% van de medewerkers in de toekomst graag hybride wil werken. Hierbij geven zij aan gemiddeld 60% van de werktijd vanuit huis te willen werken. Binnen Yource zijn we er van overtuigd dat hybride werken de toekomst is en bieden we deze flexibiliteit aan onze medewerkers.

Hybride werken betekent het flexibel kiezen van de locatie waar vanuit wordt gewerkt. In een hybride werksituatie is niet het beschikbare gebouw leidend, maar zijn factoren zoals het type werk, het doel van de activiteit, de gewenste mate van interacties en de persoonlijke voorkeur van de medewerkers van invloed op de keuze voor de werklocatie.



HOOFDSTUK 1 | TRENDS & ONTWIKKELINGEN

In het afgelopen jaar is in veel sectoren – ook in de klantcontact branche – gebleken dat thuiswerken heel goed mogelijk is. Het volledig thuiswerken was echter geen keuze en werd in eerste instantie ook vooral gezien als een tijdelijke oplossing. Nu organisaties bewust kiezen voor hybride werken zal het grotendeels vanuit huis werken ook voor de lange termijn moeten worden geïntegreerd in de manier van werken. Dit heeft een grote impact op de inrichting van organisaties, bedrijfsprocessen en de manier waarop organisaties met medewerkers omgaan en moet er worden nagedacht hoe dit zo optimaal mogelijk kan worden ingericht.

Employee experience

Een belangrijk vraagstuk die een hybride werksituatie oproept is; hoe zorg je ervoor dat medewerkers die niet meer dagelijks aanwezig zullen zijn op kantoor zich verbonden blijven voelen met de organisatie en hoe zorg je ervoor dat je de medewerkers de meest optimale ervaring kan bieden?

Voor organisaties die kiezen voor een hybride werkmodel is het daarom enorm waardevol om de employee experience onder de loep te nemen en te inventariseren waar de optimalisatiepunten liggen. De employee experience omvat alles wat de medewerkers tegenkomen, waarnemen en ervaren tijdens hun employee journey in de organisatie en omvat de continue interactie tussen de organisatie en de medewerker. Focus op de employee experience zorgt ervoor dat medewerkers in iedere fase van de employee journey - van sollicitant tot medewerker tot oud-medewerker - een positieve attitude hebben ten opzichte van de organisatie. Organisaties kunnen door de focus te leggen op de employee experience medewerkers zowel thuis als op locatie een optimale ervaring bieden.

Thuiswerken wordt over het algemeen door medewerkers als positief ervaren. Onderzoek van de Universiteit van Tilburg in samenwerking met de Veldhoen+ Company onder 5.000 respondenten in Europa laat zien dat de respondenten voornamelijk positieve effecten van het thuiswerken ervaren. Zo noemen zij als voordelen dat vanuit huis werken beter aansluit op de eigen sociale voorkeuren, dat zij efficiënter werken en meer controle hebben over de werkdag. Ondanks deze positieve effecten op de employee experience, is er echter ook de zorg dat langdurig thuiswerken een verminderde betrokkenheid van de medewerker bij de organisatie veroorzaakt.

Daarom is het goed om als organisatie te weten welke factoren een belangrijke rol spelen in de betrokkenheid van een medewerker. De Global Workspace Study (2020) toont aan dat de belangrijkste drijvers voor betrokkenheid zijn: het onderdeel voelen van een team, het vertrouwen hebben in de teamleider en onder het hoger management vallen. Nu onderdeel zijn van hoger management doorgaans bij organisaties niet van toepassing is voor een groot deel van de medewerkerpopulatie, is een teamgevoel en de rol van de leidinggevende essentieel voor betrokken medewerkers. Daarmee zijn dit zeer belangrijke aspecten om rekening mee te houden bij de inrichting van een hybride werkstructuur en focuspunten om de employee experience te optimaliseren.

Door als organisatie de focus te leggen op de employee experience wordt er erkenning gegeven aan het feit dat medewerkers de belangrijkste asset van een organisatie zijn. Dit sluit naadloos aan op de visie van Yource, waarbij medewerkers centraal staan. Daarom vinden wij dat juist ook aan de medewerkers gevraagd moet worden wat zij fijn vinden en wat verbeterd kan worden. We hanteren een analytische benadering in combinatie met persoonlijk contact.

Voor de employee experience geldt ‘meten is weten’. Het is daarom belangrijk om zowel periodiek als op vaste momenten tijdens de employee journey te meten hoe de medewerkers de organisatie ervaren en te inventariseren waar de optimalisatiemogelijkheden liggen. Dit kan bijvoorbeeld worden gerealiseerd door online enquêtes te versturen naar de medewerkers. Binnen Yource gaan wij ook met regelmaat aan de slag met panels die bestaan uit diverse groepen medewerkers waarin we de uitkomsten van de employee experience metingen bespreken.

Naast metingen die organisatie breed worden uitgevoerd, is het belangrijk dat er met grote regelmaat ook op individueel niveau met de medewerkers in gesprek wordt gegaan. Het eerder genoemde onderzoek van de Universiteit van Tilburg in samenwerking met de Veldhoen+ Company laat zien dat de respondenten de huidige thuiswerksituatie, alhoewel overwegend positief, vooral ook erg verschillend ervaren. De verwachting is dat dit ook geldt voor een hybride werksituatie. Er is geen universele aanpak of manier voor hybride werken. Het verschilt sterk per medewerker en situatie hoe dit wordt ervaren, waardoor als organisatie rekening moet worden gehouden met de individuele behoeften om iedere medewerker een optimale ervaring te kunnen bieden. Hierin speelt de leidinggevende een essentiële rol; ook omdat de managers een grote invloed hebben op de mate van betrokkenheid van de medewerkers.

Wij geloven in inclusion en willen dat onze medewerkers ook directe invloed hebben op de inrichting van hun werkzaamheden. De medewerkers kennen de vragen van klanten en weten als geen ander waar de optimalisatiepunten liggen om de klantbeleving te verbeteren. Daarom kiezen wij ervoor om onze medewerkers te betrekken in verbetertrajecten en we laten hen meedenken om de processen te verbeteren. Naast waardevolle input zorgt dit er ook voor dat medewerkers zich gehoord voelen en zich nog sterker verbonden voelen met de organisatie.

Afsluitend is het in een hybride werksituatie waardevol om een online community beschikbaar te maken voor medewerkers. Een digitale plek waar medewerkers – ongeacht de afstand of werklocatie - met elkaar in contact kunnen komen, ervaringen kunnen uitwisselen, gemakkelijk informatie kunnen vinden en kunnen samenwerken. Waar medewerkers elkaar voorheen in een traditionele kantoor situatie dagelijks treffen, zal dit minder consistent aanwezig zijn in een hybride werksituatie. Op de momenten waar medewerkers elkaar fysiek ontmoeten op kantoor ligt de focus op de sociale interactie en vanuit huis kan de online community een grote rol spelen in een verhoogde interactie tussen medewerkers en het versterken van een teamgevoel. De technologie is hierbij een enabler en een verlengstuk van de werknemer. Goede technologie ondersteunt de samenwerking, ongeacht of de werknemer fysiek op kantoor is of vanuit huis werkt.

HOOFDSTUK 1 | TRENDS & ONTWIKKELINGEN

Onboarding

De employee experience begint al op de eerste werkdag van een medewerker – en ook het contact tussen de organisatie en de medewerker voor start - zijn van grote invloed op de ervaring van de medewerker. Hoe kan je in een hybride werksituatie ervoor zorgen dat nieuwe medewerkers zich direct thuis voelen? En wanneer de bestaande medewerkers deels vanuit huis werken, hoe zorg je er dan voor dat nieuwe medewerkers de inhoud van werk, maar ook de organisatielcultuur en collega's goed kunnen leren kennen?

Een goede onboarding is essentieel voor nieuwe medewerkers om de organisatie te leren kennen en succesvol in te stromen. Onderzoek van Talmundo in samenwerking met de Vlerick Business School laat zien dat een goede onboarding diverse positieve effecten heeft. Zo zorgt een goede onboarding voor een snelle integratie in de organisatielcultuur, een positievere houding ten opzichte van de werkgever, een verhoogde betrokkenheid en het scheidt een duidelijk beeld van de prestatieverwachtingen.

In elke werksituatie is een goede onboarding van groot belang om de organisatie goed te leren kennen en om de medewerker een duidelijk beeld mee te geven over in de inhoud van het werk en de verwachtingen, ongeacht of de onboarding volledig op locatie plaatsvindt of deels hybride. Ook als de nieuwe medewerker volledig op locatie wordt ingewerkt, zal een deel van de toekomstige collega's wellicht deels vanuit huis werken. Als de onboarding hybride is dan is het belangrijk om extra aandacht te schenken aan het wegwijs maken binnen de organisatie en kennismaken met nieuwe collega's.

De onboarding van een nieuwe medewerker begint echter niet op de eerste werkdag. De preboarding is de eerste fase in de employee journey van de nieuwe medewerker en omvat de tijd tussen de aanname en de daadwerkelijke eerste werkdag. Uit onderzoek van Talmundo in samenwerking met de Vlerick Business School blijkt dat nieuwe medewerkers die goed voorbereid aan hun eerste werkdag beginnen positiever zijn over de organisatie en tevens gemotiveerder zijn. Hetzelfde onderzoek laat ook zien dat maar liefst 66% van de respondenten aangeeft te weinig informatie te hebben over de organisatie, gewenste resultaten en specifieke taken en verwachtingen.



HOOFDSTUK 1 | TRENDS & ONTWIKKELINGEN

Organisaties kunnen deze periode gebruiken om medewerkers vroegtijdig te betrekken door tijdens de preboarding al meer informatie te geven over hun rol, het team en de organisatie. Door in kaart te brengen welke contactmomenten er plaatsvinden tussen de organisatie en medewerkers tijdens de preboarding, kan er optimaal gebruikt worden gemaakt van deze momenten. Niet alleen om de medewerker informatie te geven, maar juist ook te verrassen met leuke attente communicatie. Je kan bijvoorbeeld de medewerker een leuke welkomstkaart per post sturen. Maar ook technologie kan hierin een belangrijke rol spelen door bijvoorbeeld een welkomstvideo te sturen of een virtual tour door het kantoor aan te bieden. Voor extra binding met de organisatie kan het erg goed helpen om een nieuwe medewerker alvast (digitaal) kennis te laten met de directe collega's.

Als de onboarding hybride plaatsvindt dan is het ook goed om digitale momenten of face-to-face momenten op kantoor te organiseren waar collega's die werkinhoudelijk weinig of geen direct contact hebben kennis met elkaar kunnen maken. Een nieuwe medewerker zal tijdens de inwerkperiode vanzelfsprekend kennismaken met de directe collega's, maar een stuk minder snel met collega's uit een ander team of van een andere afdeling. Dit zijn collega's die nieuwe medewerkers waarschijnlijk in de traditionele kantoor situatie wel bij het koffieapparaat waren tegengekomen, maar in een hybride werksituatie minder snel tegenkomen. Hierdoor leren nieuwe medewerkers een groter scala aan collega's kennen en kunnen zij vanuit een breder perspectief de organisatie leren kennen en zich meer betrokken voelen bij wat andere teams en afdelingen binnen de organisatie doen.

Binnen Yource is de onboarding altijd maatwerk, maar vaak hybride ingericht, waarbij medewerkers in de beginperiode zowel vanuit huis als op locatie werken. Wij merken duidelijk positieve effecten wanneer nieuwe medewerkers in de eerste periode met regelmaat op locatie werken. Door te starten op locatie ontstaat er een sterker gevoel van verbondenheid met zowel de andere medewerkers als met de organisatie. De meest wenselijke situatie voor de onboarding is de combinatie van thuis werken en op kantoor.

Hiervoor maken wij gebruik van het Yource Academy Platform, voor blended learning. Bij blended learning worden modules in verschillende leervormen gecombineerd. Denk hierbij onder andere een mix van e-learning, klassikale trainingen en één-op-één coaching sessies. De e-learnings zijn flexibel en geven de medewerker de regie over hoe, wanneer en waar hij of zij leert. De klassikale trainingen zorgen ervoor dat de medewerkers niet alleen de inhoud van het werk, maar ook elkaar en de organisatiecultuur leren kennen.

Het doel van de onboarding is niet alleen om alle benodigde kennis en skills in een zo kort mogelijke tijd aan te leren, maar ook om duidelijke verwachtingen te scheppen. De medewerkers leren waar ze de benodigde kennis – ook thuis – zelfstandig kunnen vinden en we geven ze het vertrouwen dat de medewerker de werkzaamheden goed kan uitvoeren.

Het leren gebeurt niet alleen tijdens de onboarding, maar juist ook na de onboarding. In een succesvolle onboarding wordt niet alleen alle benodigde kennis behandeld, maar is er ook een duidelijk vervolgtraject aan gekoppeld. Juist in deze periode is het erg belangrijk om continu in contact te blijven met de medewerker. Door middel van intensieve begeleiding en coaching on the job wordt er gewerkt aan de ontwikkeling van de medewerker. Er moeten consequent momenten worden ingepland waarin het leerproces van de medewerker doelgericht besproken wordt om verdere verbetering mogelijk te maken.

HOOFDSTUK 1 | TRENDS & ONTWIKKELINGEN

Nieuwe medewerkers zullen in de beginperiode nog regelmatig zoekend zijn naar kennis die voor medewerkers die er langer werken goed te vinden of vanzelfsprekend is. Uit het onderzoek van Talmundo in samenwerking met de Vlerick Business School blijkt dat 58% van de respondenten de directe leidinggevende als de belangrijkste bron van informatie en begeleiding beschouwt. Het onderzoek laat echter ook zien dat veel werknemers ervaren dat de leidinggevende qua betrokkenheid tekort schiet. Waar een nieuwe medewerker in de traditionele kantoor situatie vaak snel tussendoor wel even wat kon vragen aan de leidinggevende, zullen in een hybride werksituatie met de leidinggevende consistent momenten ingepland moeten worden en moet er de mogelijkheid zijn om van beide kanten proactief contact met elkaar te zoeken.

Nu gehele teams hybride gaan werken, is het voor leidinggevendenden een uitdagend vraagstuk om met regelmaat in gesprek te blijven met alle teamleden en om goed in te schatten hoeveel begeleiding een individuele nieuwe medewerker nodig heeft. Een overzichtelijke kennisbank of interne online omgeving, waar medewerkers zelfstandig informatie kunnen vinden, zijn een goede oplossing. Het is echter ook zeer nuttig om een nieuwe medewerker te koppelen aan een ervaren collega. De nieuwe medewerker kan bij deze buddy terecht voor vragen en advies en de buddy kan de nieuwe medewerker ook na de onboarding verder wegwijs maken in de organisatie.

Werklocaties

Een hybride werksituatie vraagt organisaties ook om na te denken over de inrichting van de werklocaties. Hoe zorg je ervoor dat medewerkers zowel thuis als op kantoor optimaal kunnen werken? Door COVID-19 is de manier waarop wij naar publieke ruimtes kijken veranderd. Door de maatregelen, zoals de anderhalve meter afstand en het dragen van mondkapjes, is men bewuster geworden van de mogelijkheid om virussen te verspreiden – ook op kantoor. Waar bij veel organisaties in de traditionele kantoor situatie medewerkers met een kleine verkoudheid of een hoestje doorgaans gewoon naar kantoor gingen, is dit in de huidige situatie onacceptabel en zal dit ook in de toekomst niet meer vanzelfsprekend zijn. Het heeft medewerkers bewuster gemaakt van het belang van een goede hygiëne op de werkplek is en hoe belangrijk het is om je veilig te voelen op de werkplek; met name voor kwetsbare groepen medewerkers. Voor organisaties ligt hier de uitdaging om een veilige gezonde werkomgeving te bieden om elkaar weer op kantoor te kunnen ontmoeten.

Hybride werken vraagt ook om een andere inrichting en functionaliteit van kantoren. De redenering hierachter is dat medewerkers tijdens kantoordagen kunnen samenwerken en dat de focus met name ligt op sociale interactie, terwijl zij op de dagen dat zij vanuit huis werken zonder afleiding, zich op hun taken kunnen concentreren en hierdoor effectiever en efficiënter kunnen werken.



HOOFDSTUK 1 | TRENDS & ONTWIKKELINGEN

Medewerkers zullen ook in de toekomst niet meer dagelijks op kantoor aanwezig zijn waardoor het niet meer nodig is om voor iedere medewerker een vaste werkplek in te richten. Veel organisaties maakten al gebruik van flexibele werkplekken en in een hybride werksituatie wordt de vraag naar flexibiliteit alleen maar groter. Daarnaast moet er in de kantoren meer ruimte komen voor sociale interactie, zodat de medewerkers op de momenten dat zij op locatie zijn optimaal gebruik kunnen maken van de mogelijkheid om in contact te zijn met collega's. Dit betekent dat in kantoren het aantal seats wordt verlaagd en er meer ruimtes komen waar een medewerker een één-op-één gesprek kan voeren met de leidinggevende of coach.

Naast meer ruimte voor werkinhoudelijke gesprekken, krijgen werklocaties ook een andere functie. De werklocatie moet de medewerkers de mogelijkheid bieden om even te kunnen opladen, bijpraten met een collega of te overleggen met meerdere collega's. Op werklocaties worden daarom steeds meer fun factors toegevoegd die de mogelijkheid bieden tot ontspanning of teambuilding. Hierbij kun je denken aan pingpongtafels, voetbaltafels en fijne loungehoeken waar medewerkers kunnen genieten van een kop goede koffie of thee.

Om een optimale hybride werkervaring te kunnen bieden, heeft Yource meerdere strategisch goed gekozen werklocaties. Hierdoor kunnen we altijd de juiste talentvolle medewerkers werven in Nederland en kunnen wij alle medewerkers de mogelijkheid faciliteren om hybride te werken. De insteek is dat je na een dag op een van onze locaties vol energie weer naar huis gaat. Hierbij vinden wij het vooral belangrijk om rekening te houden met de individuele behoefte van de medewerker. Wanneer een medewerker thuis geen mogelijkheid heeft om te werken, is de medewerker welkom om volledig op locatie te werken. Daarentegen krijgen medewerkers die liever hybride werken de vrijheid om dit te doen en zullen er op individueel niveau afspraken worden gemaakt met de leidinggevende voor contactmomenten.

De hybride werksituatie heeft niet alleen impact op het gehele kantoor, maar ook op individuele ruimtes zoals vergaderruimtes. Waar in de traditionele kantoor situatie alle medewerkers die deelnemen aan een vergadering fysiek aanwezig waren in de ruimte, was het met name belangrijk dat vergaderruimtes ruim werden ingericht zodat iedereen goed kon deelnemen. Tijdens de lockdown werd vergaderen voor medewerkers digitaal ingericht en konden er via tools, zoals Teams en Zoom, locatie-onafhankelijk vergaderingen worden bijgewoond. In de hybride werksituatie is het belangrijk dat er aan een vergadering tegelijkertijd zowel fysiek als digitaal kan worden deelgenomen. Dit vraagt om aanpassingen in de techniek en in de vergaderruimtes, waardoor medewerkers die digitaal aansluiten ook optimaal kunnen deelnemen en worden betrokken bij het gesprek.

Tegelijkertijd is het essentieel voor organisaties om naast de fysieke werklocaties ook goed te kijken naar de inrichting van de digitale werkomgeving. Technologie speelt een belangrijke rol om optimaal hybride te kunnen werken. De medewerkers moeten goed worden gefaciliteerd met de juiste apparatuur om ook vanuit huis te kunnen werken, maar zij moeten ook gemakkelijk de weg kunnen vinden naar toegankelijke supportmogelijkheden indien er problemen zijn met de apparatuur of systemen.

Daarom is het in een hybride werksituatie van essentieel belang dat er een goed digitaal informatie- en communicatienetwerk is. Deze omgeving biedt medewerkers niet alleen een online community waarin de focus ligt op het hebben van een fijne inspirerende werkervaring, maar dit zorgt er ook voor dat informatie en kennis voor iedere medewerker toegankelijk is en dat iedereen onderling gemakkelijk kan communiceren. Door een online community, kan iedere medewerker –vanuit huis, kantoor of welke locatie dan ook – betrokken worden bij de organisatie en is alle benodigde informatie altijd slechts een muisklik verwijderd.

Workforce Management

De keuze van organisaties voor hybride werken heeft ook impact op workforce management. Op veel werklocaties is het nog niet toegestaan om de maximale capaciteit aan medewerkers ook daadwerkelijk toegang te bieden. Workforce management dient rekening te houden met de veiligheid van de medewerkers en het maximaal aantal medewerkers die op een locatie aanwezig mogen zijn.

Voor de uitbraak van COVID-19 was het thuiswerken in de klantcontact branche niet gebruikelijk. De meeste medewerkers werkten volledig op kantoor en thuiswerken werd sporadisch gedaan. Op basis van de forecasting werd er berekend door workforce management hoeveel werkplekken er nodig waren. Binnen een klantcontact organisaties werden er dan voor de verschillende projecten vaste area's ingericht met het benodigde aantal werkplekken. Tijdens de lockdown kwam de omschakeling waarbij thuiswerken zeer goed mogelijk bleek te zijn binnen de klantcontact branche. De maatregelen zorgden ervoor dat er op de werklocaties veel minder seats beschikbaar waren en de werkplekken op locatie alleen indien noodzakelijk beschikbaar werden gesteld voor medewerkers die (tijdelijk) geen mogelijkheden hadden om vanuit te kunnen werken door bijvoorbeeld technische problemen.

Nu veel organisaties kiezen om hybride te werken en kantoren functioneel anders worden ingericht vraagt dit ook om een nieuwe werkwijze voor workforce management. Een groot deel van de medewerkers zullen in de toekomst ook vanuit huis werken. Dit betekent dat er ook gekeken moet worden naar de frequentie dat een medewerker op locatie zal werken. Ieder team zal vervolgens een bepaald aantal werkplekken tot de beschikking krijgen waarbij per dag kan worden afgestemd welke medewerkers op locatie zullen werken. Naast de vaste werkplekken zal er veel meer ruimte worden gereserveerd voor flexibele werkplekken. Door flexibele werkplekken in te richten kan er gemakkelijk rekening worden gehouden met pieken in het verkeer en zijn er op drukke momenten meer werkplekken op locatie beschikbaar.

Het hybride werken combineert het beste uit beide werelden waarbij het vooral gaat om individuele behoefte van de medewerker. Er is geen universele aanpak voor hybride werken en het verschilt sterk per medewerker waar de individuele behoefte ligt. Dit is dan ook direct het uitgangspunt voor organisaties. Organisaties zijn steeds meer sterk betrokken bij het welzijn, het geluk, de betrokkenheid, de prestaties en de motivatie van hun werknemers. Hierbij is een analytische aanpak zeer belangrijk, zodat zij gegevens kunnen verzamelen over de tevredenheid en betrokkenheid van de medewerkers en dit ook kunnen vergelijken met andere momenten, waarbij het essentieel is om te blijven optimaliseren en beoordelen wat de beste oplossing per medewerker is: volledig virtueel, volledig fysiek of een goede hybride mix die er ook weer per medewerker heel anders kan uitzien.

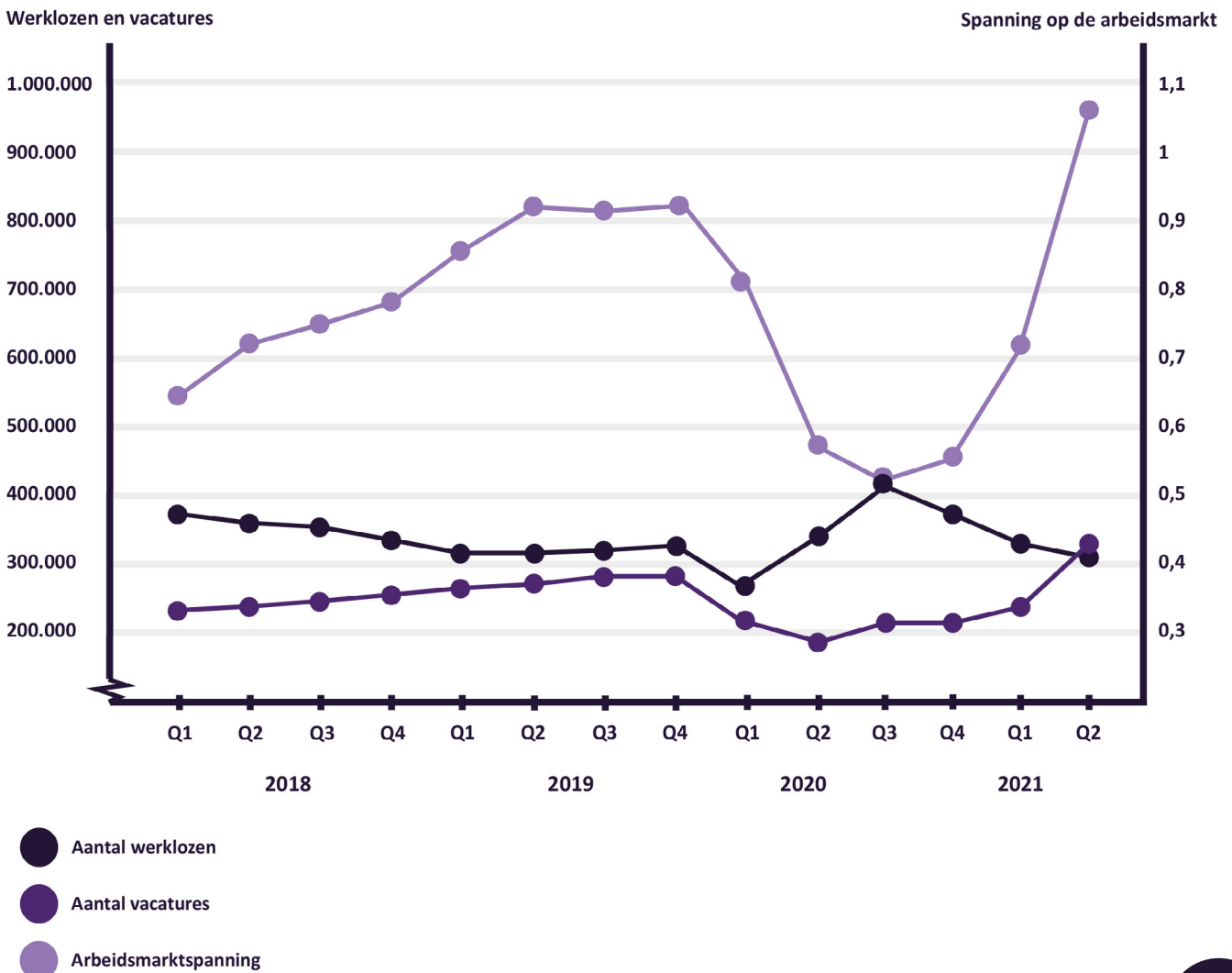
HOOFDSTUK 2 | VACATUREONTWIKKELING NEDERLAND

Spanning op de arbeidsmarkt

Uit de cijfers van het CBS blijkt dat in het tweede kwartaal van 2021 het aantal vacatures nog verder is toegenomen. In totaal stonden er in Q2 327.000 vacatures open in Nederland, een stijging van maar liefst 82.000 vacatures ten opzichte van het eerste kwartaal van 2021.

Het aantal werklozen in Nederland nam in het tweede kwartaal af met 27.000. Toch is dat een minder forse daling dan het kwartaal daarvoor, toen de afname maar liefst 50.000 was. In totaal werd het tweede kwartaal van 2021 afgesloten met 307.000 werklozen.

Deze ontwikkelingen samen zorgen ervoor dat de arbeidsmarktspanning momenteel uitkomt op 106 vacatures per 100 werklozen. Dat is bijna een verdubbeling in zes maanden tijd, eind 2020 stond de teller namelijk nog op 55 vacatures per 100 werklozen.

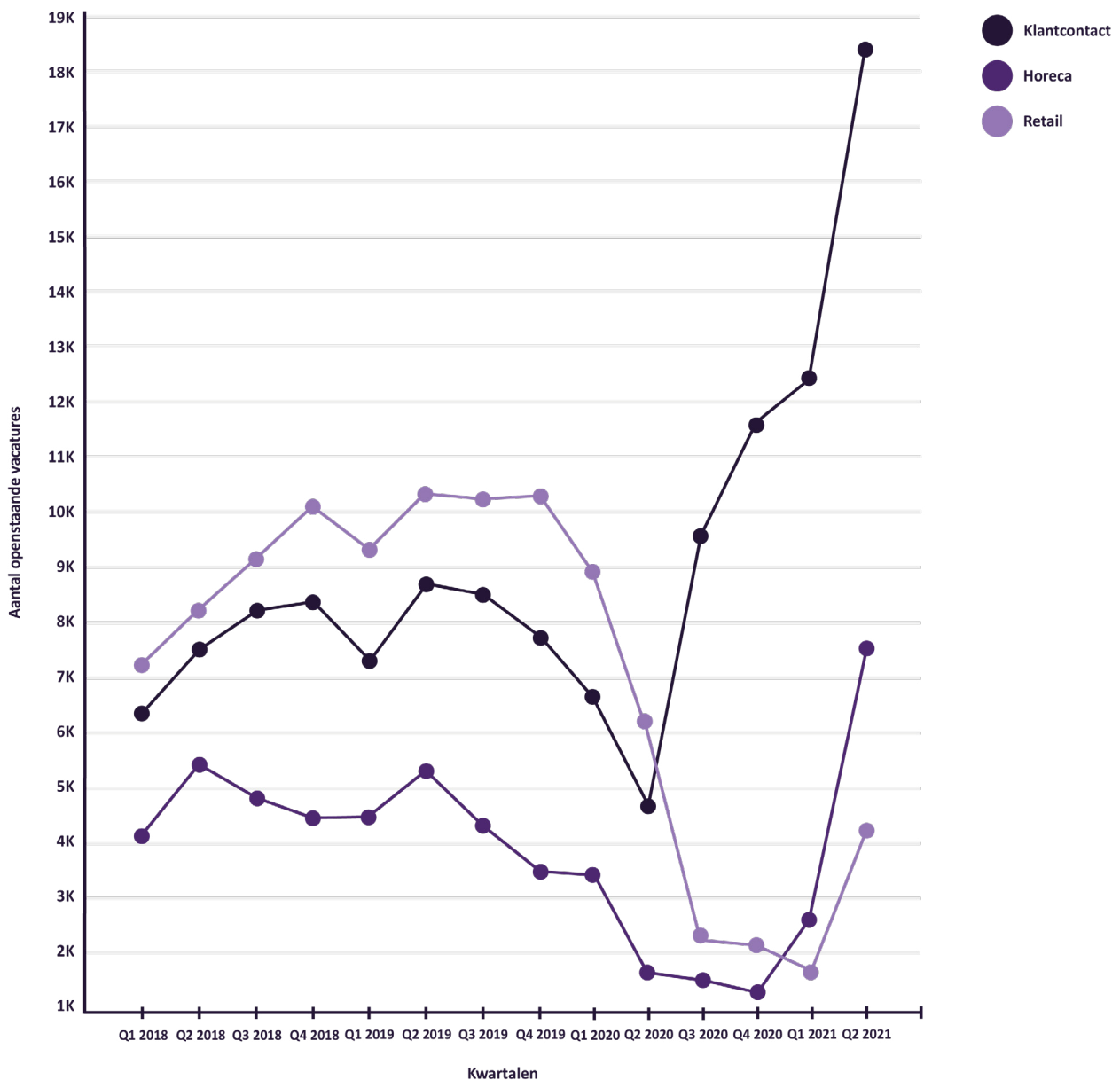


HOOFDSTUK 2 | VACATUREONTWIKKELING NEDERLAND

Aantal vacatures in klantcontact

Het eerste half jaar van 2021 wordt gekenmerkt door een groei in klantcontact vacatures. In de eerste drie maanden werd er al een recordaantal van 12.431 klantcontact vacatures bereikt. Nu in het tweede kwartaal blijkt dit aantal nog verder te zijn opgelopen naar 18.453 vacatures (Jobfeed Nederland, 2021). Dit is goed voor 6% van alle vacatures in Nederland.

De klantcontact branche is niet de enige sector waarin een groei zichtbaar is in het aantal openstaande vacatures. Ook in de aanpalende sectoren horeca en retail is er een flinke stijging in het aantal vacatures. Zo stonden er in het eerste kwartaal slechts 2.712 horeca vacatures open en is dit in het tweede kwartaal gestegen naar 7.523 vacatures. Ook het aantal retail vacatures is in het afgelopen kwartaal meer dan verdubbeld van 1.708 vacatures naar 4.175 vacatures.



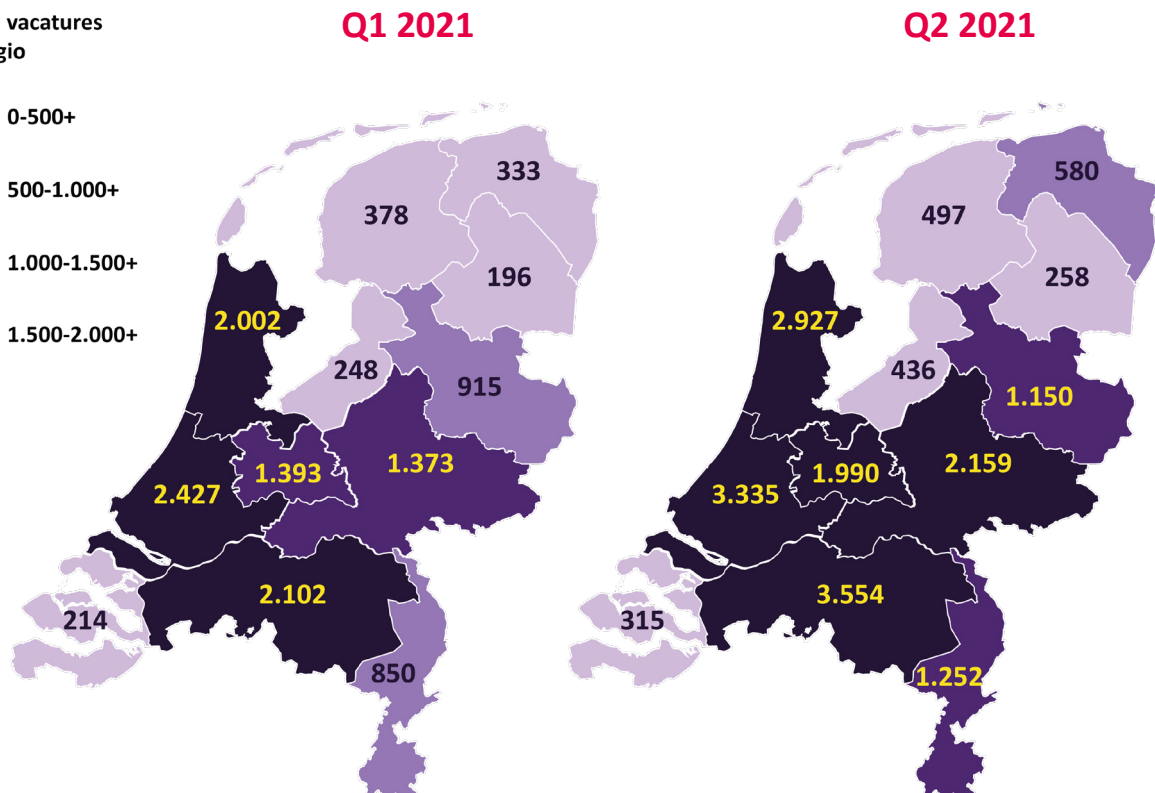
HOOFDSTUK 2 | VACATUREONTWIKKELING NEDERLAND

Aantal vacatures klantcontact per provincie

Uit de cijfers van Jobfeed blijkt dat de groei in klantcontact vacatures in iedere provincie aanwezig is. In de provincie Noord-Brabant is het aantal vacatures het hoogst en werden er in het afgelopen kwartaal 3.554 vacatures gemeten. Dit is bijna 20% van alle klantcontact vacatures in Nederland. Noord-Brabant wordt gevolgd door de provincies Zuid-Holland (3.335) en Noord-Holland (2.554). Samen zorgen deze drie provincies voor 51% van alle klantcontact vacatures.

De groei in vacatures is relatief het grootst in de provincie Flevoland. Hier was in het afgelopen kwartaal een stijging van ruim 75% naar 436 vacatures. Ook in de provincie Groningen is het aantal vacatures met bijna 75% toegenomen naar 580 vacatures. Alhoewel Noord-Brabant ook in het eerste kwartaal al goed was voor een groot gedeelte van de klantcontact vacatures, is hier ook relatief gezien in het afgelopen kwartaal een flinke groei van 69% zichtbaar.

Aantal vacatures
per regio

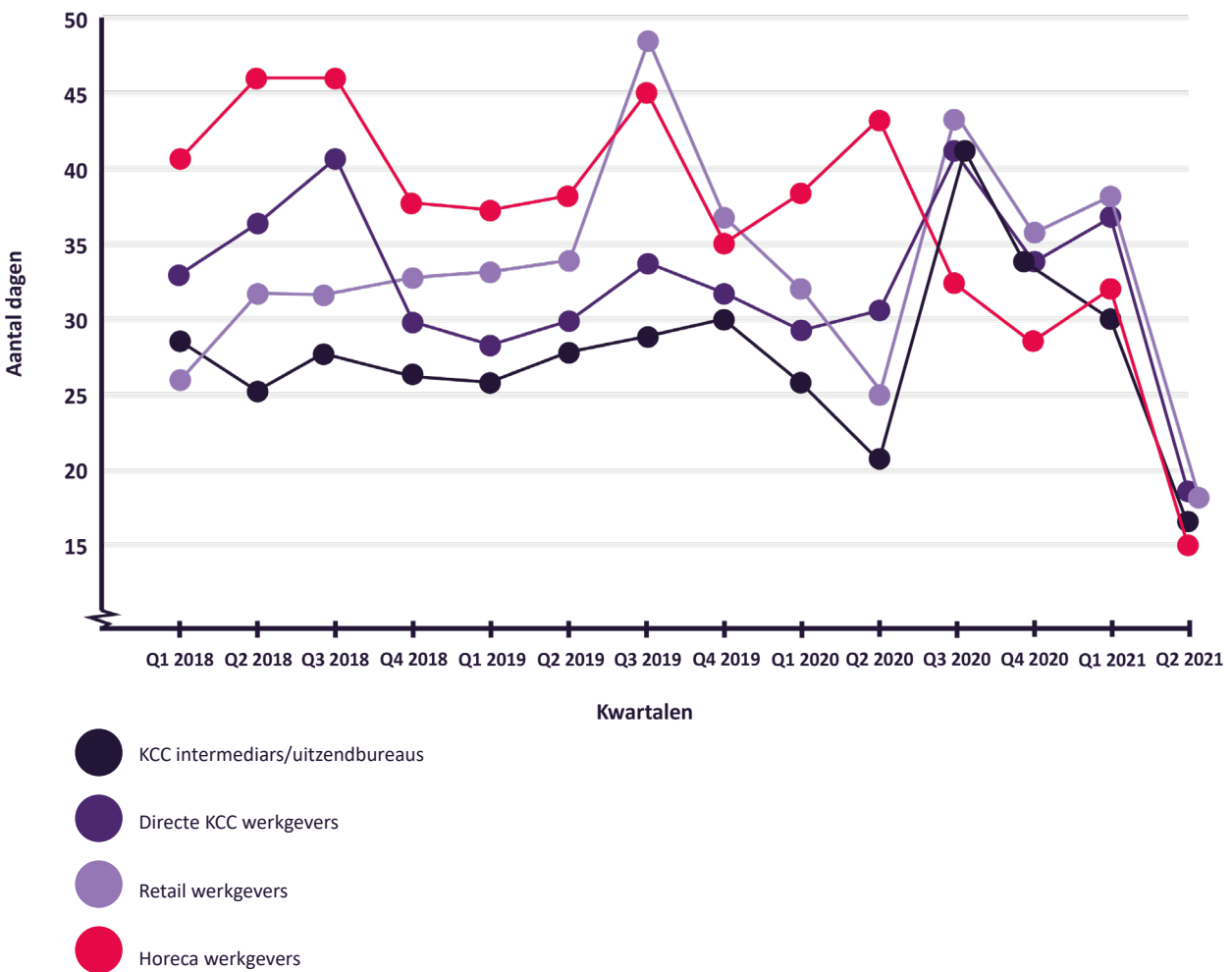


HOOFDSTUK 2 | VACATUREONTWIKKELING NEDERLAND

Snelheid waarmee vacatures worden vervuld

Opvallend is dat de snelheid waarmee een klantcontact vacatures wordt vervuld enorm omhoog is gegaan. In de eerste drie maanden van dit jaar stond een klantcontact vacature gemiddeld 32 dagen open, voordat de vacature kon worden vervuld. In het tweede kwartaal zijn er gemiddeld nog slechts 17 dagen nodig om de vacature te vervullen. De cijfers van Jobfeed tonen aan dat een directe werkgever gemiddeld 19 dagen nodig heeft om een vacature te vervullen. Een intermediair weet een vacature iets sneller te vervullen en heeft hier gemiddeld 16 dagen voor nodig.

Ook in de aanpalende sectoren horeca en retail is dezelfde ontwikkeling duidelijk zichtbaar. In het eerste kwartaal duurde het gemiddeld 34 dagen om een vacature te vervullen, waarbij dit nu in het tweede kwartaal gemiddeld al in 15 dagen wordt gerealiseerd. In de retail was in het eerste kwartaal de gemiddelde duur 37 dagen om een vacature te vervullen en is de snelheid nu flink verhoogd naar gemiddeld 18 dagen. Op het moment is er een groot aantal vacatures beschikbaar, terwijl de werkloosheid steeds verder afneemt. Om de geschikte medewerkers aan te trekken, zal snelheid een steeds belangrijkere rol spelen in het wervingsproces bij organisaties.



HOOFDSTUK 2 | VACATUREONTWIKKELING NEDERLAND

Top 10 uitvragers klantcontact vacatures

In het tweede kwartaal zijn door de onderstaande tien organisaties de meeste klantcontact vacatures uitgevraagd. Wanneer wij de uitvragers van dit kwartaal vergelijken met het tweede kwartaal van 2020 is er weinig overlap. Alleen ABN AMRO en KPN waren vorig jaar ook al grote uitvragers in het tweede kwartaal. In vergelijking met de eerste drie maanden van dit jaar komt de top 10 van uitvragers grotendeels overeen en zien we dat Yource, Teleperformance, Coolblue, Praxis, KPN en Mediamarkt opnieuw grote uitvragers zijn.

Klantcontact 2021 Q1	Klantcontact 2021 Q2
1. Yource	1. Yource
2. Teleperformance	2. USG
3. Praxis	3. Teleperformance
4. Webhelp	4. Joof Media
5. Coolblue	5. Coolblue
6. MediaMarkt	6. Inspire
7. Conduent	7. Praxis
8. KPN	8. KPN
9. ING	9. MediaMarkt
10. Mercedes-Benz	10. ABN AMRO



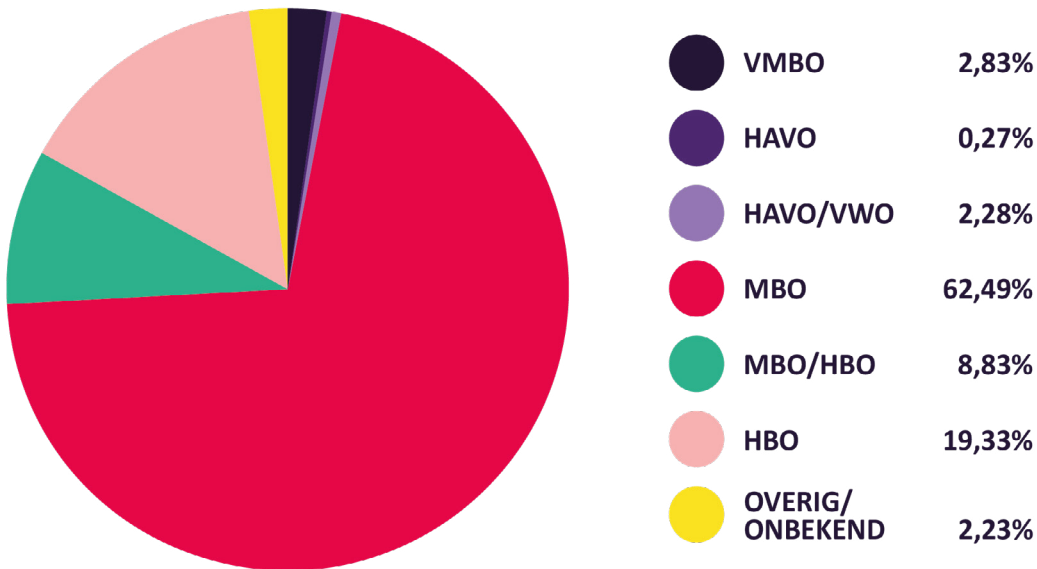
HOOFDSTUK 2 | VACATUREONTWIKKELING NEDERLAND

Opleidingsniveau

Het meest gevraagde opleidingsniveau in klantcontact vacatures is het MBO niveau. In 70% van de vacatures oftewel 2.921 vacatures is dit het gevraagde opleidingsniveau. In vergelijking met het vorige kwartaal is het aantal vacatures waarin wordt gevraagd naar een medewerker met een MBO-niveau gestegen. Vorig kwartaal werd hier in ongeveer 62% van de vacatures naar gevraagd.

Na een MBO opleidingsniveau is een HBO niveau het meest gevraagde opleidingsniveau. In bijna 15% van de klantcontact vacatures wordt gevraagd naar een medewerker met een HBO opleidingsniveau. In vergelijking met het vorige kwartaal is dit een lichte daling; in het eerste kwartaal werd in 19,3% van de vacatures naar een HBO niveau gevraagd.

Q2 2021

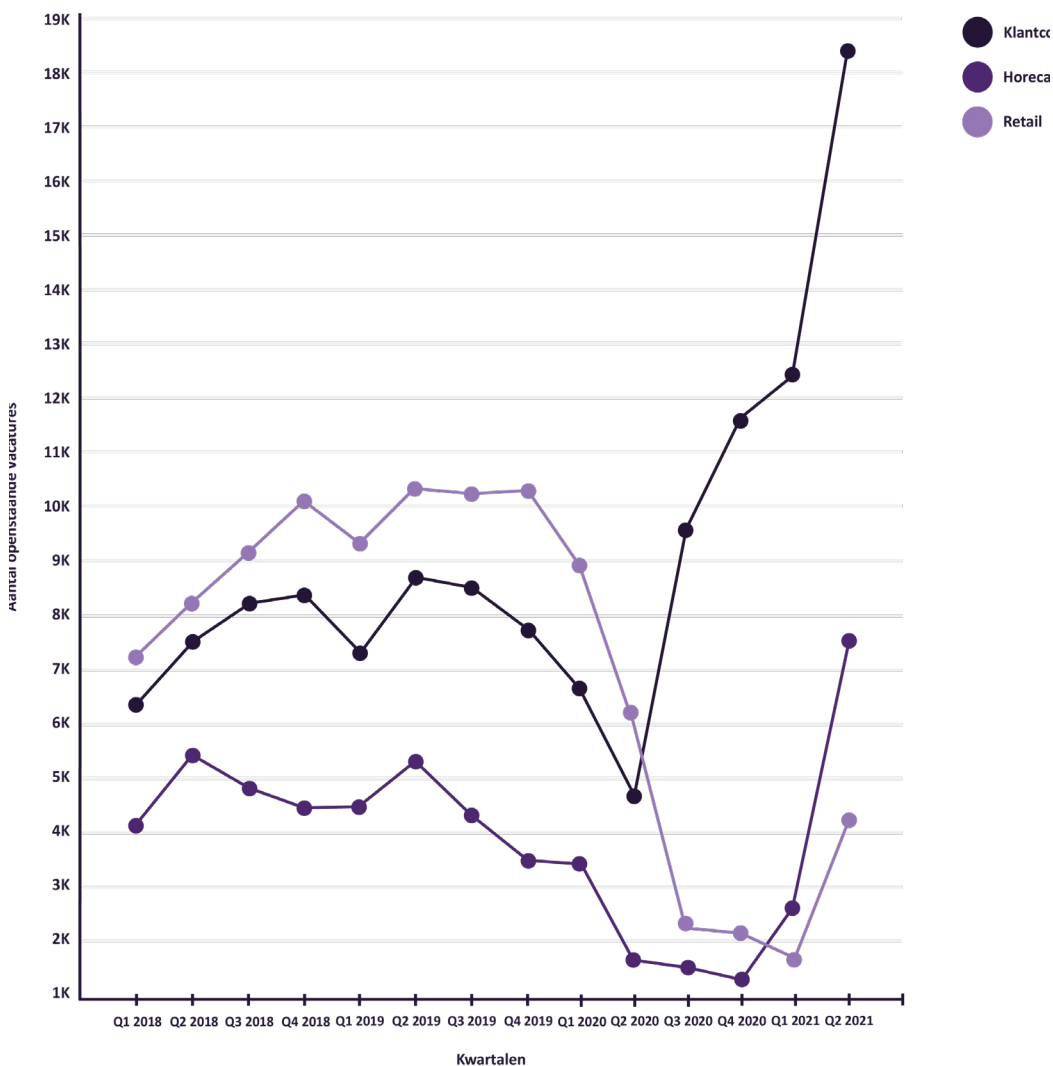


HOOFDSTUK 3 | VACATUREONTWIKKELING BELGIË

Aantal vacatures in klantcontact

Ook op de Belgische arbeidsmarkt is er in dit kwartaal opnieuw een stijging zichtbaar in het aantal klantcontact vacatures. Uit de cijfers van Jobfeed België blijkt dat in de eerste drie maanden van dit jaar er 6.520 klantcontact vacatures beschikbaar waren. Dit is in het tweede kwartaal met 27,5% gestegen naar 8.317 vacatures.

Ook de sectoren horeca en retail laten een groei zien in het aantal vacatures. In de horeca is er zelfs sprake van een groei van 215% in drie maanden. In het eerste kwartaal waren er 982 vacatures beschikbaar en inmiddels is dit gestegen naar 3.097 horeca vacatures. Ook in de retail was er sprake van een stijging en waren er in het tweede kwartaal 6.847 vacatures beschikbaar.



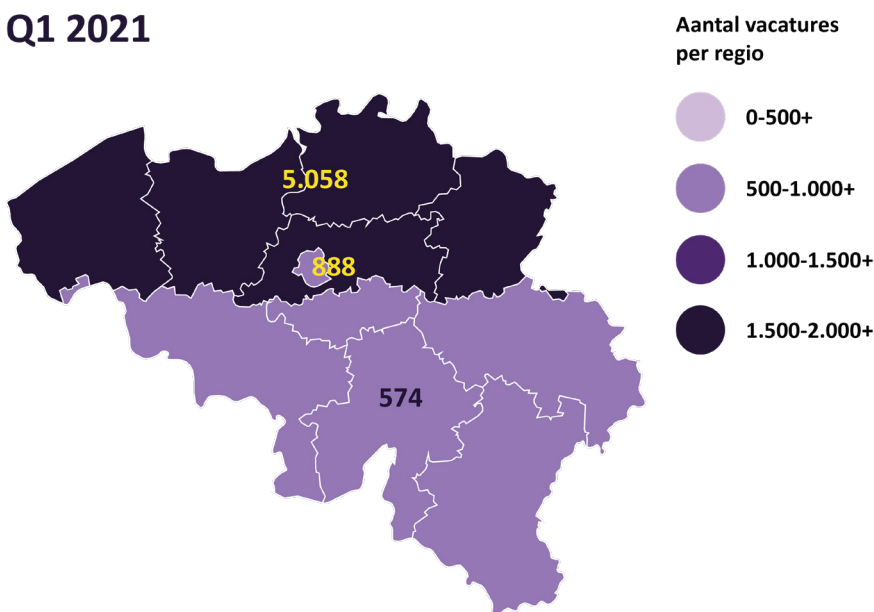
HOOFDSTUK 3 | VACATUREONTWIKKELING BELGIË

Aantal vacatures klantcontact per gewest

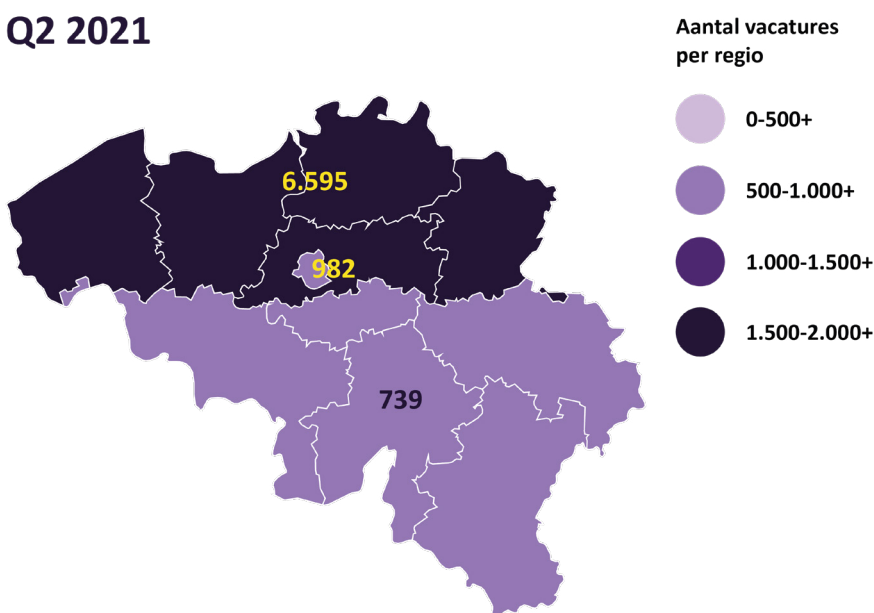
De meeste klantcontact vacatures staan open in Vlaanderen. In het tweede kwartaal waren er 6.596 vacatures beschikbaar in Vlaanderen. Dit is goed voor 79,3% van alle klantcontact vacatures in België. In het voorgaande kwartaal waren er met 5.058 vacatures in dit gewest ook al de meeste vacatures beschikbaar.

In het Waals Gewest waren er in het tweede kwartaal 739 klantcontact vacatures beschikbaar. Dit is een stijging van 28,8% ten opzichte van het vorige kwartaal. Ook in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest zien we een stijging van 888 vacatures in het eerste kwartaal naar 982 klantcontact vacatures in het tweede kwartaal van 2021.

Q1 2021



Q2 2021

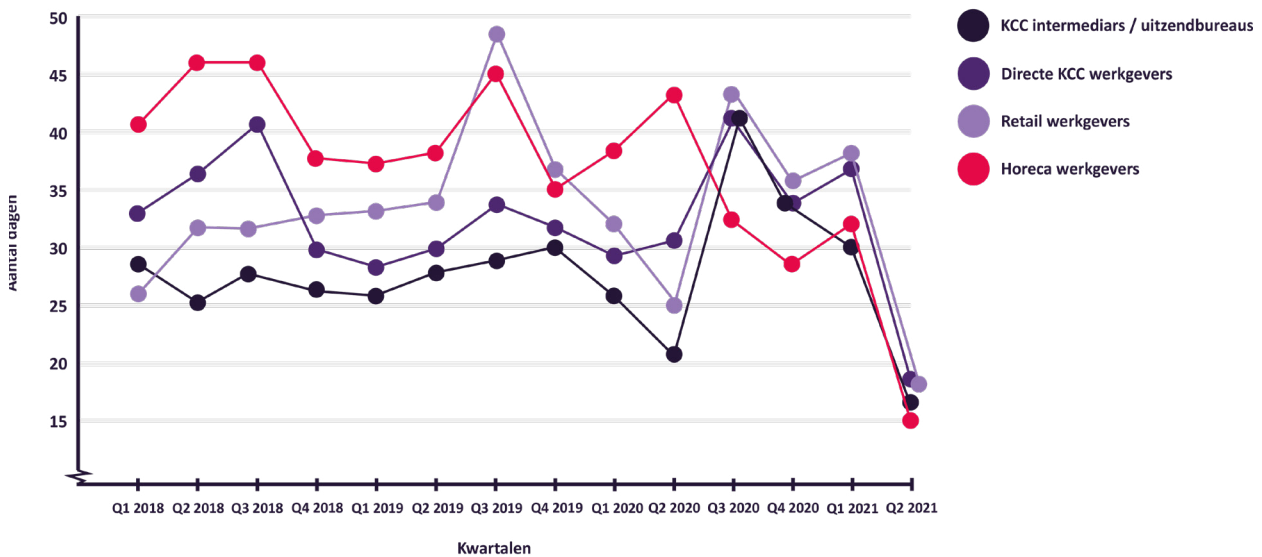


HOOFDSTUK 3 | VACATUREONTWIKKELING BELGIË

Snelheid waarmee vacatures worden vervuld

De snelheid waarmee vacatures worden vervuld is in het tweede kwartaal flink gestegen. Het aanbod van vacatures wordt steeds groter, waardoor het voor organisaties van groot belang is om het wervingsproces te versnellen. In het tweede kwartaal duurt het gemiddeld 30 dagen voor een intermediair om een klantcontact vacature te vervullen. Een directe werkgever weet dit zelfs in gemiddeld 23 dagen te realiseren. In de eerste drie maanden van dit jaar lag de gemiddelde duur om een vacature te vervullen voor een intermediair nog op 37 dagen en voor een directe werkgever op 38 dagen.

Ook werkgevers in de horeca en retail weten vacatures in het tweede kwartaal een stuk sneller te vervullen dan in het vorige kwartaal. Zo was de gemiddelde duur om een horeca vacature te vervullen in het eerste kwartaal nog 41 dagen waar in het tweede kwartaal dit slechts gemiddeld 21 dagen kost. Het vervullen van een retail vacature duurt gemiddeld 26 dagen waar in het eerste kwartaal hier gemiddeld 33 dagen voor nodig waren.



Top 10 uitvragers klantcontact vacatures

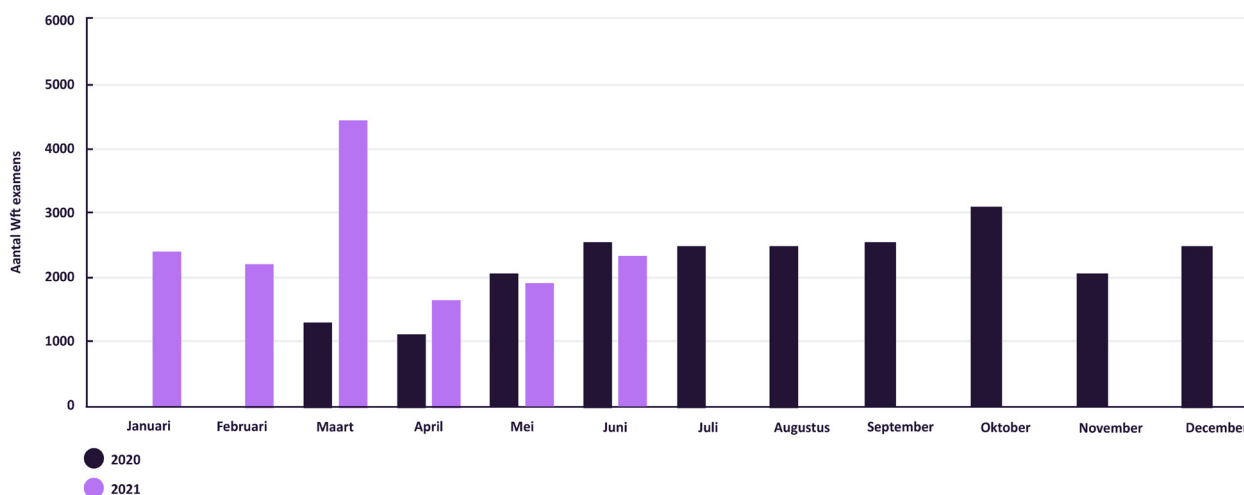
Door onderstaande tien organisaties zijn er in het tweede kwartaal van 2021 de meeste klantcontact vacatures uitgevraagd. Wanneer wij dit kwartaal vergelijken met het tweede kwartaal van vorig jaar is zichtbaar dat de top 10 volledig bestaat uit nieuwe namen met uitzondering van IPG Global. Met het eerste kwartaal van dit jaar is er wel enige overlap; in deze periode waren Mercedes-Benz, Telenet, IPG Global en Ikea ook al grote uitvragers van klantcontact vacatures.

Klantcontact 2021 Q1	Klantcontact 2021 Q2
1. IPG Global	1. CM Ziekenhuisfonds
2. Partena	2. Mercedes-Benz
3. Bpost	3. Telenet
4. Mercedes-Benz	4. IPG
5. Securex	5. Liantis
6. Ikea	6. Ikea
7. Telenet	7. Belfius
8. Coolblue	8. Kuehne + Nagel
9. Atlas Copco	9. Callexcell
10. Deutsche Post AG	10. Volvo

HOOFDSTUK 4 | WET OP FINANCIËEL TOEZICHT

Aantal afgelegde Wft examens per maand

Daar waar we een behoorlijke stijging zagen in het aantal Wft examens in het eerste kwartaal van 2021, zien we een kleine correctie op deze groei in het tweede kwartaal. In het eerste kwartaal sprong maart eruit met een totaal aantal van 4432, maar in het tweede kwartaal is het hoogste aantal afgelegde examens slechts 2304 in de maand juni. Net als vorig jaar valt op dat het aantal afgelegde examens toeneemt naarmate het tweede kwartaal vordert.



Aantal afgelegde Wft examens per kwartaal

Als we vervolgens een dieper kijkje nemen in de kwartaalcijfers dan valt op dat er over de gehele linie (met uitzondering van Wft Zorg) minder examens zijn afgelegd in het tweede kwartaal t.o.v. het eerste kwartaal. Dit lijkt dan ook aan te geven dat het eerder een correctie is op de behaalde aantallen van het eerste kwartaal van 2021 (in het bijzonder de maand maart) dan dat er een andere oorzaak voor deze daling is.

Aantal afgelegde examens per Wft tot en met Q4 2020	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q2 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
Initieel Basis	2.056	2.501	2.803	2.294	2.299	3.194	2.593	2.517	2.463	2.938	3.124	2.036
Initieel Consumptief krediet	596	843	843	457	337	532	415	378	353	427	414	297
Initieel Hypothecair Krediet	781	905	1.223	447	468	842	638	544	883	1.023	1.316	787
Initieel Inkomen	272	345	461	347	205	356	241	187	212	236	370	238
Initieel Pensioen	217	204	288	129	143	155	107	97	124	141	182	149
Initieel Schade particulier	1.163	1.404	1.599	1.146	1.146	1.505	1.141	969	1.189	1.194	1.392	979
Initieel Schade zakelijk	495	664	1.083	513	396	487	442	387	467	513	839	462
Initieel Vermogen	682	972	1.182	628	614	890	662	531	739	932	1.262	712
Initieel Zorg	1.329	1.384	409	620	1.698	1.544	312	321	1.272	1.074	211	279
TOTAAL	7.591	9.236	9.891	6.581	7.306	9.505	6.551	5.931	7.702	8.496	9.110	5.939

HOOFDSTUK 4 | WET OP FINANCIIEEL TOEZICHT

Slagingspercentage

In de vorige editie van Klantcontact Arbeidsmarktanalyse is aangegeven dat sinds het derde kwartaal van 2020 de gemiddelde slagingspercentages lager liggen dan de periode daarvoor. Deze trend lijkt zich te hebben doorgezet, aangezien in het tweede kwartaal van 2021 het laagste gemiddelde slagingspercentage (53,9%) behaald is sinds het eerste kwartaal van 2018.

Wft	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q2 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
Initieel Basis	73,00%	71,20%	72,50%	69,87%	68,00%	70,10%	72,93%	70,67%	70,87%	67,20%
Initieel Consumptief krediet	57,90%	54,90%	59,00%	55,90%	56,83%	60,60%	48,37%	56,67%	57,33%	49,50%
Initieel Hypothecair Krediet	48,00%	39,60%	40,90%	40,27%	41,57%	41,50%	37,93%	41,80%	42,20%	36,50%
Initieel Inkomen	54,13%	58,20%	61,80%	64,90%	71,63%	72,70%	61,10%	63,70%	61,63%	60,10%
Initieel Pensioen	56,53%	48,10%	55,90%	48,67%	53,03%	54,60%	49,17%	57,80%	43,43%	42,30%
Initieel Schade particulier	56,40%	54,30%	52,10%	51,77%	53,57%	55,10%	52,90%	49,43%	51,73%	49,00%
Initieel Schade zakelijk	65,33%	63,70%	60,40%	61,17%	61,80%	64,10%	59,47%	53,23%	60,33%	50,20%
Initieel Vermogen	45,47%	42,20%	42,60%	41,10%	45,57%	45,20%	43,17%	38,73%	41,03%	41,20%
Initieel Zorg	71,40%	62,40%	64,70%	64,17%	77,07%	79,10%	65,47%	62,10%	63,13%	66,30%
GEMIDDELDE	58,66%	54,96%	60,40%	55,31%	58,79%	62,10%	54,50%	54,90%	54,63%	53,90%



BRONVERMELDING

- Centraal Bureau voor Statistiek (CBS). (2021). Dashboard Arbeidsmarkt. <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-arbeidsmarkt>
- College Deskundigheid Financiële Dienstverlening (CDFD). (2021). NOG INVOREN NA PUBLICATIE: NAAM ARTIKEL + LINK NAAR ARTIKEL
- Hayes, M., Chumney, F., & Buckingham, M. (2020, 29 september). Global Workplace Study 2020. APD Research Institute. <https://www.adpri.org/assets/global-workplace-study/>
- Jobfeed België (2021). <https://be.jobfeed.com/insights/>
- Jobfeed Nederland. (2021). <https://www.jobfeed.nl/insights/>
- Owl Labs & Global Workplace Analytics. (2020). State of Remote Work 2020. <https://resources.owlabs.com/state-of-remote-work/2020>
- Talmundo & Vlerick Business School. (2018). Expectations vs Reality of Onboarding. https://www.talmundo.com/hubfs/X_Marketing-Sales_Content/Vlerick-Talmundo_Onboarding_Study.pdf.
- Van Veldhoven, M., & Van Gelder, M. (2020). Ervaringen met thuiswerken tijdens COVID-19: Europees vragenlijstonderzoek onder 5000 kenniswerkers gedurende de eerste weken van de lockdown. https://www.researchgate.net/publication/342010967_Ervaringen_met_thuiswerken_tijdens_COVID-19_Europees_vragenlijstonderzoek_onder_5000_kenniswerkers_gedurende_de_eerste_weken_van_de_lockdown_-_Rapportage_Nederland.

Truly
YOURCE