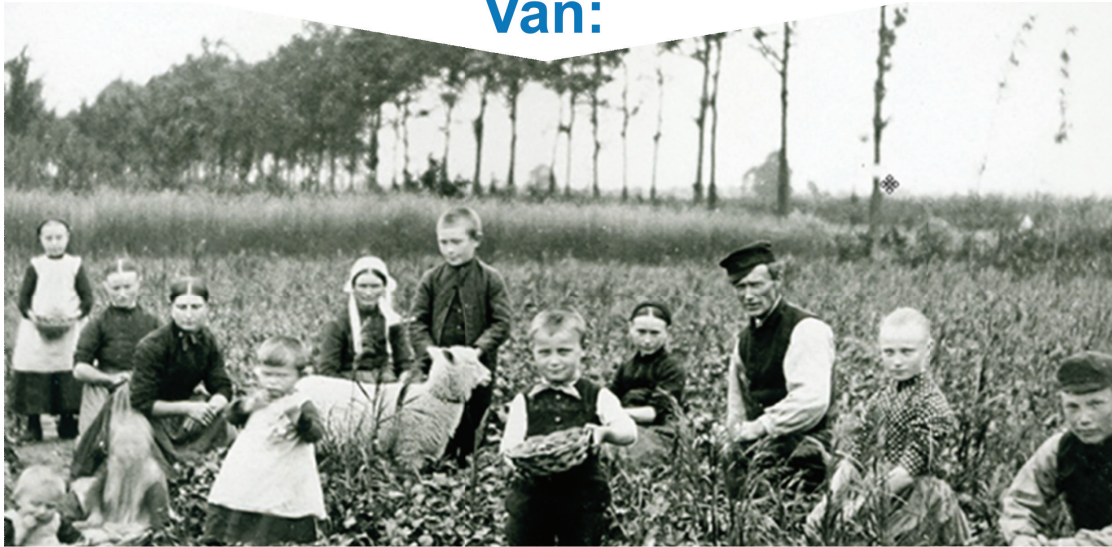


Van:



Naar:



Evaluatie themaperiode Landbouwmechanisatie / LMB

Inhoud

1. **Wat was de aanleiding?**
2. **High-lights uit het onderzoek**
3. **Welke acties en activiteiten hebben we uitgevoerd?**
4. **Wat zijn daarvan de resultaten?**
5. **Evaluatie LMB cafés: wat hebben we ervan geleerd?**
 - *5a. Technologische ontwikkelingen*
 - *5b. Ontwikkelingen in de bedrijfsvoering*
 - *5c. In-, door- (behoud) en uitstroom van personeel*
 - *5d. In- en externe communicatie*

Bijlage: het additionele aanbod van OOM

1. Wat is de aanleiding?

OOM werkt aan het opleiden en ontwikkelen van werknemers in de branche. In de programmaperiode 2016-2020 is besloten extra aandacht te geven aan de ontwikkeling van het technisch vakmanschap in de vorm van een “themaperiode”. Met deze themaperiode kunnen wij een half jaar extra aandacht richten op één branche en zodoende Opleiden & Ontwikkelen voor die branche een impuls te geven.

Hiervoor doen we (kwalitatief) onderzoek naar de stand van zaken van Opleiden & Ontwikkelen in een branche. Voor een branche is het leren en ontwikkelen van medewerkers niet altijd even concreet en inzichtelijk en is het prettig om overzicht en voorbeelden te krijgen. Voor OOM is het een manier om (ervarings)deskundigen te spreken uit een bepaalde branche en van hen te horen wat er speelt en welke verwachtingen er zijn.

Ons doel is om vanuit een gezamenlijk beeld activiteiten te ontwikkelen en uit te zetten ten behoeve van de ontwikkeling van medewerkers en leercultuur.

2. Highlights uit het onderzoek

Uit 3 bijeenkomsten (met experts uit de branche) en aanvullende interviews met bijvoorbeeld leveranciers, de BOVAG en de Rabobank kwamen wij o.a. tot de volgende uitkomsten:

- **Er wordt veel technisch (!) opgeleid** met minder aandacht voor de softskills / 21st century skills of voor de effecten van nieuwe technologieën zoals data-analyse en dronetechnologie.
- **Nieuwe technologieën (met alle nieuwe vraagstukken en toepassingen) komen eraan maar niet iedereen is daar al op voorbereid.** Dealers zijn hierin leidend, echter nieuwe technologie kan ook een factor zijn voor het behouden van je vakmensen. Data biedt inzichten en kansen om gesprekspartner te blijven.
- **De klant koopt efficiency.** Fullservice dienstverlening versus lokale, snelle excellent service? Beiden modellen hebben effect op het benodigde vakmanschap van de medewerker.
- **Blijvende zoektocht naar nieuwe medewerkers.** Dit geldt voor leerlingen en daarvoor is o.a. het platform TIM opgericht. Relatief veel leerlingen waar veel aandacht aan wordt besteed. NB! Uitval tijdens de opleiding – kan dit worden voorkomen of kunnen deze jongeren door warme overdracht naar een aanpalende branche voor de techniek worden behouden? In gesprek blijven met het onderwijs is en blijft heel belangrijk. Wanneer ben je een aantrekkelijke werkgever?
- **Opvallende uitstroom onder vakvolwassenen;** werkdruk, pieken met maaien en zaaien, veeleisende klanten, combineren werk/privé, medewerkers moeten veel weten van alle machines etc. Wordt het gesprek hierover gevoerd binnen de branche en de bedrijven? Zowel interne als externe communicatie verdient aandacht.
- **Meer kennisdelen in het bedrijf is noodzakelijk: wie weet wat, waarover en hoe kunnen we het overdragen?** Met een werkplaats vol met oude en nieuwe technologie, werkdruk en volle planningen is het prettig als meer medewerkers meer kunnen. Dit vraagt om investering in kennisoverdracht op de werkvloer = ook leercultuur.
- **Zij-instroom uit andere branches is niet vanzelfsprekend in deze branche.** Jonge instroom is en blijft schaars. Wat is er nog meer mogelijk?

3. Welke acties en activiteiten heeft OOM gedurende de themaperiode uitgevoerd?

- In overleg met Fedecom scholingsaanbod vormgegeven bovenop de gebruikelijke scholing. Zie voor een gedetailleerde uitleg hiervoor de bijlage achterin dit document.
- Vanuit het onderzoek en expertsessies werd een OOM café voor Mechanisatie bedacht, georganiseerd en uitgevoerd.
- 14.000 werkgevers en 150.000 medewerkers in de branche krijgen elk kwartaal het Metaaljournaal. In september 2018 was dit Metaaljournaal geheel gewijd aan de Landbouwmechanisatie.
- Deze actie werd opgevolgd door een wervingstraject waarin 35 voorlichters en 9 regiomanagers van OOM actief 622 bedrijven bezochten om de acties in gang te zetten en op te volgen.
- Een dag voor de bestuursleden van OOM over de landbouwmechanisatie georganiseerd.
- Meet & greet tussen de buitendienst van Fedecom en OOM georganiseerd.
- Tweewekelijkse nieuwsbrief aan alle medewerkers OOM over voortgang.

4. Wat zijn daarvan de resultaten?

Resultaten:

Najaar 2018

- Mailingacties rondom het thema LMB als inleiding op de werving, themanummer Metaaljournaal
- 850+ bedrijven bereikt door middel van mailingen, telefonische werving
- 622 bedrijfsbezoeken binnen 2 maanden door 35 voorlichters en 9 regiomanagers OOM
- Start van 6 OOM cafés met 24 bijeenkomsten voor 45 deelnemende bedrijven
- Start van het additionele scholingsaanbod

Voorjaar 2019

- afronding van de 6 OOM cafés
 - een tweetal wil doorgaan.
- Ca. 150 deelnemers aan het additionele scholingsaanbod
- 24 bijeenkomsten in 6 OOM cafés met 45 deelnemers afgerond
 - 15 actieplannen uit de OOM cafés (bv POP, BOP, adviesgesprek).
- presentatie aan de branche op de ALV van Fedecom
- presentatie aan Bestuur OOM
- presentatie aan OSA commissie Fedecom
- Meer bewustwording en kennis bij medewerkers van OOM en sociale partners over de branche

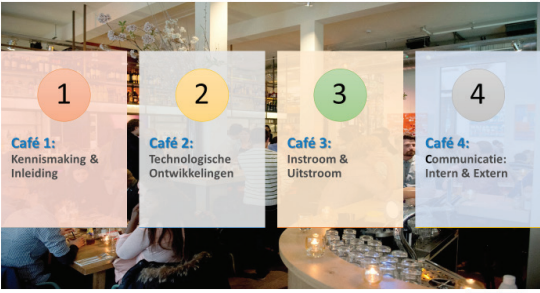
Effecten:

- Kennisontwikkeling binnen OOM over de LMB
- Waardering OOM cafés door deelnemers in een rapportcijfer: 8,5
- Toename van 37% op scholing Persoonlijke ontwikkeling t.o.v. periode 2017-2018
 - Zie de bijlage achterin voor detail.
- Toename van 12% op scholing in het algemeen voor de LMB, meer dan het aanbod...!!
 - Gevolg van de bezoeken.
- Café deelnemers zijn het vanuit de enquête eens met de stelling dat:
 - men OOM herkent als adviseur voor scholingsvraagstukken.
 - deelname een positief effect heeft of zal hebben op het bedrijf
- Aerestech ervaart in het veld dat OOM 'aan de weg timmert' en zoekt de samenwerking.

Wat heeft OOM daarvoor geïnvesteerd?

Alle kosten en uren gekapitaliseerd: Euro 350.000,=

5. Evaluatie LMB-café's:

Programma  1 Café 1: Kennismaking & Inleiding 2 Café 2: Technologische Ontwikkelingen 3 Café 3: Instroom & Uitstroom 4 Café 4: Communicatie: Intern & Extern  oplossing ontwikkeling ontwikkeling	Periode november 2018 – april 2019 - 6 cafés - 45 ondernemers - 24 bijeenkomsten Resultaat - Kennisuitwisseling - 15 actieplannen - Tips en tricks - Netwerk
--	--

Waarom het OOM café voor LMB?

Vanuit het onderzoek en de expertbijeenkomsten kwam snel naar boven dat er grote en veel veranderingen gaande zijn.

Technologie, klanteisen, importeurseisen, instroom en opleiding van schaarse jonge vaklieden zijn enkele van de onderwerpen. Naast een additioneel OOM scholingsaanbod voor werknemers lag het al snel voor de hand om ondernemers een serie netwerk bijeenkomsten te bieden waarin zij konden praten over alle veranderingen, de betekenis voor hun bedrijf en waarin zij kennis konden uitwisselen om met die veranderingen om te gaan.

Op verzoek kon de regiomanager van OOM een actieplan mede vormgeven.

Aanpak

In de periode november 2018 – april 2019 hebben 6 regionaal geclusterde groepen ondernemers in de Mechanisatie 4 'Cafés' bijgewoond. Bijeenkomsten vonden plaats bij de bedrijven zelf, onder begeleiding van een branche expert en de regiomanager OOM. Bedrijven konden met OOM een actieplan maken op door henzelf aan te geven onderwerpen.

Avond 1: Kennismaking, inventarisatie van uitdagingen in bedrijfsvoering, eerste discussie.

Avond 2: Technologische ontwikkelingen → wat betekenen ze voor de competenties van je mensen

Avond 3: In- en doorstroom van personeel → wat betekent dat voor de competenties van je mensen

Avond 4: in- en externe communicatie → wat betekent dat voor de competenties van je mensen

Leerpunten uit de cafés:

Hieronder staan in chronologische volgorde onze leerpunten uit de café's.

5a. Technologische ontwikkelingen

Tijdens een café stonden technologische ontwikkelingen centraal. De overall conclusie: ondernemingen moeten hun medewerkers gestructureerd blijven scholen. Fabrikanten fungeren op dit gebied als 'aanjager' via eigen producttrainingen en via de merk-gerelateerde bedrijfsscholen (Aeres Tech). Veel deelnemers constateerden dat de gestructureerde aanpak – via opleidingsplannen bijvoorbeeld – voor verbetering vatbaar is. Deels dwingt merk-eigen, afgeschermd technologie dealerbedrijven tot portfoliokeuzes.

Deels zal men moeten beslissen of men al dan niet 'mee wil' met bepaalde ontwikkelingen, wanneer die een verandering in de bedrijfsfunctie tot gevolg hebben (bijvoorbeeld in het geval van datamanagement).

Ontwikkelingen op gebied van Technologie & Regelgeving:

- Digitalisering, robotisering, GPS, drones, Smart farming, Internet of things, Big Data, Accutechnologie, Brandstof technologieën, Regelgeving rondom technologie
- Maar....., het trekkertje van 30 jaar oud is er ook nog...

Kansen / Oplossingen	Wat kan je doen? Wie kan je helpen?
De klant boer, kan alle digitale technieken niet bijhouden en informatie wordt dus geld waard, informatie is het nieuwe ijzer..	Verdiepen in informatietechnologie en voor dat advies (uren) geld vragen. LMB bedrijf wordt 'software tent'.
Miniaturisering, programmeren van robots.	Bijblijven in ontwikkelingen, specialisatie in het bedrijf, scholing.
Specialist in datahandling geeft kennisvoorsprong bij klant, maar veld is nog sterk in ontwikkeling.	Verdiepen in de ontwikkelingen, nog te vroeg om dataspecialist aan te nemen die zichzelf terug kan verdienen.
Ontwikkeling in drones staat in kinderschoenen, afwachten of meegaan?	Zelf verdiepen in drones en avond organiseren voor je klanten.
Omgaan met licenties, data opslag kennisgebied systeem en wetkennis (AVG) omslag in het eigen denken.	Ontwikkelen verdienmodel rondom. Een branche organisatie (Fedecom) kan hier zaken oppakken
Nieuwe accutechnologie (Lithium) heeft gevolgen voor onderhoudsfrequenties, minder onderhoud.	Kennis op doen over Lithium, mogelijkheden tot werk vanwege het ombouwen van diesel naar Electro technologie. Voor nu; alert blijven op de ontwikkelingen.
De klimaat ontwikkelingen drijven onderzoek naar nieuwe elektrische aandrijvingen. Omslag denken diesel naar elektriciteit gedreven motoren.	Verdiep je via je importeur of via Fedecom op die nieuwe ontwikkelingen en neem je klant daarin mee. Een ander verdienmodel onderzoeken?
Monteur is zo druk met werk dat zichzelf verdiepen in en gebruiken van nieuwe technologie die HIJ moet gaan repareren in het nauw komt....	Compacte cursussen via Aerestech ontwerpen? Interne cursussen of informeel leren toepassen. Een monteur naar cursus en intern delen.
Nieuwe regelgevingen (EU normen, milieu, veiligheid) moeten doorsijpelen naar de klant. Goede kennis is meerwaarde.	Verdiepen via de branche organisatie Fedecom die op landelijk niveau zaken kan onderzoeken en uitdragen.
Ervaring behouden over oude machines, jongeren behouden het gevoel voor de basis technologie.	Praktijkopleider kan leerling goede basistechnieken aanleren via de oudere tractoren.
Machines op afstand uitlezen en onderhoud doen.	Mogelijkheid tot snel onderhoud, behoefte aan wiz-kid die ook goed met computers kan omgaan. <i>Nb: opmerking van leverancier van melkrobots; pas bij een afzet van een 15 machines wordt dat interessant</i>
GPS ontwikkelingen etc. leiden tot veel telefoontjes naar bedrijf.	Creëer situatie waarin je geld vraagt voor je technisch advies.
Minder maar grotere agrarische bedrijven leiden tot minder maar grotere complexere machines.	Monteurs zien minder machines voor onderhoud en de routine kennis en ervaring per machine neemt af. Bijblijven via importeur.

5b. Ontwikkelingen in de bedrijfsvoering

Ontwikkelingen in technologie en regelgeving hebben een directe weerslag op hoe ondernemers hun bedrijf vormgeven of herinrichten. Klanten en leveranciers (de stakeholders) hebben daarin invloed. De mate waarin leveranciers nieuwe technologieën willen implementeren via hun dealers en de snelheid waarmee klanten (agrariërs) die nieuwe technologie en regelgeving willen of kunnen accepteren zijn twee zijden die van invloed zijn op het LMB bedrijf.

Ontwikkelingen op gebied van klanten/leveranciers/bedrijfsvoering:

- Opleidingsniveau jonge boeren hoger, maar aantal boerenbedrijven neemt af
- Grotere modernere en complexe machines en vooral in oogsttijd 24/7 service....
- Veel regelgeving rondom milieu en veiligheid (EU normen)
- Krappere marges en hoger eisen van importeurs

Kansen / Oplossingen	Wat kan je doen? Wie kan je helpen?
Onderhoud in de winter	Door gevarieerde tarieven aan te bieden je klanten verleiden om het onderhoud in de winter te doen waarmee je de stress van de zomer iets af kan doen nemen.
Trouwe klanten een ander tarief	Variëren in tarief kan klanten binden en klanten die je alleen maar geld kosten van je af doen bewegen. Servicecontracten afsluiten.
Hoger opleidingsniveau biedt kansen op een interessanter gesprek voor een klantrelatie op de langere termijn.	Wees goed op de hoogte van alle toekomstige ontwikkelingen en ontwikkel een strategie voor de klant, samen met de klant. LMB ondernemer wordt meer een consultant voor de agrariër en verdient ook daar geld mee?
ZZP'ers benutten	Door een goede schil van zzp'ers te hebben creëer je de mogelijkheid de drukte te variëren. Misschien een medewerker die toch al graag voor zichzelf wilde beginnen daarmee een springplank bieden. Als hij weg wil gaat hij toch wel. Dan beter op een prettige manier en met nog een kleine binding.
Concurrentie ZZP'ers	Biedt garantiecontracten als machines bij jou worden onderhouden. Hulp van importeur?
Schaalvergroting biedt meer efficiency, maar ook capaciteit om nieuwe regels te blijven volgen.	Door samen te werken of meerdere vestigingen te beheren heb je vaak net meer personeelscapaciteit om alle nieuwe regelgeving bij te houden. Fedecom houdt je op de hoogte van regelgeving.
Grotere complexere tractoren en grote machines	Bij een toenemende complexiteit van de LMB machines (tractoren, melk robots) heeft de gespecialiseerde monteur respect bij de klant. Via uitleesapparatuur (op afstand) kan snel gezien worden waar het aan schort om efficiënt tot een oplossing te komen. Complexere machines brengen hogere investeringen met zich mee. Er kan een situatie ontstaan dat een landbouwer (of loonbedrijf) wil betalen voor het gebruik i.p.v. het bezit. Dit kan leiden tot andere verdienmodellen.
iPad in de werkplaats	Goede automatisering in de werkplaats kan papierwerk verminderen, de monteur wordt ter plaatse geïnformeerd en kan uren direct boeken.
Kostenbewustzijn verhogen	Vaak weten uw medewerkers niet wat iets nu kost. In werkoverleg of via een informatiesessie over de resultaten kunt u medewerkers meenemen in wat iets kost, zonder daar beschuldigend over te zijn.
e-commerce	Service en leveranties via een goed opgezette internetsite (onderdelen) leveren tegen lage kosten omzet. Het is ook een signaal dat je meegaat met je tijd waarmee je je positioneert t.a.v. je klant en je importeur.

Ondersteuning van importeurs	Importeurs komen met targets maar kunnen ook ondersteunen om die targets te halen met allerlei acties.
Werkplanning in de werkplaats	Is het mogelijk om via een hbo student onderzoek te laten doen naar de efficiency van de werkplaats.
De magazijnmeester als verdiener	De magazijn man weet vaak heel goed wat er nodig is. Door slim inkopen (voorraad omlaag) en gekoppeld verkopen (<i>oh, als u dit nodig heeft, dan komt dat binnenkort ook...</i>) omzet verhoging. Een oudere medewerker die er talent voor heeft, en fysiek misschien het monteurswerk te zwaar wordt, een perspectief bieden en opleiden.
Adviseren klant rondom reparatie	Soms (tuin- en park branche) is repareren duurder dan nieuw kopen. Neem je klant mee in het kostenverhaal waardoor hij zelf die conclusie trekt. Een goeie verkooptraining kan helpen.

5c. In-, door- (behoud) en uitstroom van personeel

Al enkele jaren is de grote uitdaging van vele dealerbedrijven het vinden van gekwalificeerd technisch geschoold personeel. Dat was de kern van de ervaringsuitwisseling tijdens Café 3.

In het verlengde van dit onderwerp hebben deelnemers belicht hoe men goede medewerkers behoudt en de rol bij dit alles van gestructureerde (personeels-)planning.

Hierna een weergave van aangedragen ideeën en methoden. Een interessante vraag die geopperd werd gedurende de discussies: “Zou je bij jezelf/jouw bedrijf solliciteren?”

Ontwikkelingen op gebied van in-, door- en uitstroom van personeel.

- Demografische afname van het totaal aantal leerlingen
- Minder boeren bedrijven → minder gezinnen → minder potentiële vakmensen vanuit de polder
- Werknemers die weg gaan bij bedrijf / loopbaanstap
- Duurzame inzetbaarheid van mensen
- Pensionering van werknemers

Instroom:

Kansen / Oplossingen	Wat kan je doen? Wie kan je helpen?
Professionele en aantrekkelijke uitstraling van bedrijf, in- als extern.	Architect uitnodigen, student architectuur als stage een ontwerp laten maken voor uitstraling van je bedrijfspand.
Vacaturetekst combineren met video's	Via de site een vacature voorzien van een illustratief filmpje werft meer. juist laten maken door eigen mensen?
Lokale promotie	Maak een eigen YouTube filmpje van je bedrijf, aanwezig op de “..Zwarte Cross..”
Stageplaatsen voor v-m-hbo	Maak je bekend bij je lokale vmbo school en roc. Zet je praktijkopleider goed geschoold in en geef hem tijd voor de begeleiding.
Leerling met zorg begeleiden	Er zijn via de branche en OOM diverse cursussen en dagen voor praktijkopleiders <u>gratis</u> te volgen. In sommige OOM regio's is er een praktijkopleiderscafé waarin enkele PO'ers kennis kunnen uitwisselen.
Profilering naar scholenveld	Zorg dat je goede contacten hebt met de scholen en biedt een gastles of excursies aan. Maak gebruik van www.gastlessenzogeregeld.nu . Zet social media in, laat medewerkers zoeken naar mogelijke kandidaten in hun eigen netwerk. Hoe zou het staan als u met een enorme tractor op een school komt als leerlingen zich gaan oriënteren?
Regionale evenementen, sponsoring van sportclub	Verken wat er in de omgeving aan promotie evenementen is en kijk wat u daar kan doen. Wat zou de meerwaarde kunnen zijn van het sponsoren van voetbalshirtjes van de lokale club?
Zij-instroom vanuit UWV, netwerk	OOM kent de Jobstart; een financiële regeling voor zij-instromers. Per regio kunnen er Servicepunten Techniek zijn. Informeer bij de regiomanager OOM.
Wegkopen van concurrenten	Een strategie die eigenlijk niemand wil. Is overleg met de ‘collega's’ misschien een betere strategie bij zeer drukke periodes?
Professionele website voor jongere leerlingen die nu veel met internet doen	Laat een nieuwe website ontwikkelen door mogelijk een paar studenten van een m/hbo instelling als stage opdracht?

Docentendagen / leerlingendagen organiseren	Organiseer met lokale scholen een open dag voor docenten en leerlingen Door een breed palet van bedrijven te laten zien (niet alleen LMB) kunt u profileren waar de LMB voor staat.
Video op site ('Dag van een monteur')	Een filmpje gemaakt door een eigen jonge monteur spreekt de eigen generatie (<i>die nog op school zit</i>) meer aan dan een 'professioneel' filmpje.
Regionale nieuwsbrief	Kunt u zelf (vanuit de site) een nieuwsbrief maken waar scholen, c.q. leerlingen zich op kunnen inschrijven.
Betrekken van leveranciers en klanten	Ook klanten hebben belang bij de continuïteit van uw bedrijf. Elke klant is 1 of 2 paar ogen die potentiële leerlingen kunnen verkennen. Misschien kan uw leverancier daarmee helpen met promotionele ondersteuning, het is immers ook in zijn belang.
Passende beloning	Zorg voor een goed salarishuis in je bedrijf. Geef mensen het gevoel dat ze goed betaald worden. Nog belangrijker signaal; als je begint over het salaris wanneer je medewerker ermee komt is te laat!! Wees hem voor!!
Kennis van non-verbale signalen rondom ontevredenheid of zorgen	Wees je bewust van de non-verbale signalen die mensen afgeven en reageer erop. Check je veronderstellingen; ' <i>...ze zullen wel weer...</i> ' is dat waar? Hoe sneller je dat te sprake brengt, hoe eerder je kleine frustraties kan oplossen. Volg communicatie-cursussen.

Doorstroom/ behoud:

Kansen / Oplossingen	Wat kan je doen? Wie kan je helpen?
Overzicht van talenten kan helpen alle competenties efficiënt in te zetten	Personeelsplanning maken met kennis- en vaardighedenmatrix. Regiomanager OOM kan helpen bij het maken van deze matrix.
Regelmatig in gesprek met medewerkers over waar zij zich willen ontwikkelen. Dit laat zien dat je serieus bezig bent met ontwikkelen	Maak een opleidingsplan (samen met importeur?) of met de regiomanager van OOM. Opleiden via importeur is vaak gericht op technologische kennis terwijl de communicatiekant ook onderhoud en ontwikkeling vraagt.
Interne doorstroom geeft medewerkers perspectief en bindt daarmee	Voer voortgangsgesprekken over de toekomst en neem je medewerkers mee in die ontwikkelingen.
Onderzoek je leercultuur	Door te onderzoeken of je medewerkers ook echt een ontwikkelings-gerichte cultuur ervaren doe je onderzoek, OOM heeft een leercultuurscan die de regiomanager kosteloos kan uitvoeren.
Sociale betrokkenheid	Blijf door informele gesprekken goed op de hoogte van het wel en wee van je mensen en hun eigen sociale omgeving zoals verjaardagen, gezin, kinderen, moeilijkheden en kijk in hoeverre je hen kan helpen als er iets is. De kinderen van uw medewerker zijn de volgende generatie...! Laat de kinderen eens meekijken. Betrek en bedank de partners als u uw medewerkers in de drukke periode veel moet laten werken.
Ideeën van uw medewerkers	Houd eens een ideeënsessie over het werk, laat mensen dan hun eigen ideeën uitwerken als dat goed lijkt. Geef ze een stukje verantwoordelijkheid daarin.
Informereren over de stand van zaken	Veel bedrijven doen het al; op regelmatige wijze uw medewerkers informeren over de stand van zaken en de plannen. U krijgt wellicht gratis ideeën. Koppel er een etentje aan vast.
Werktijden flexibel maken	Een lastige, maar als het even kan en uw werkplaatschef kan daardoor in de privé situatie alles even makkelijker aan, zal hij dat waarderen.
Jobcarving	Is het mogelijk (administratieve) taken van monteurs weg te nemen en in een parttime of 0-uren contract aan te bieden op de arbeidsmarkt? Aan een partner? Dan betrek je die ook...?
Arbeidsomstandigheden op niveau	Maak van je kantine een huiskamer. Het gaat erom dat uw monteurs zich daar kunnen ontspannen. Zijn in uw bedrijf alle veiligheidszaken op orde? Vraag de Fedecom om tips.

Uitstroom:

Kansen / Oplossingen	Wat kan je doen? Wie kan je helpen?
Gepensioneerd = nog steeds gewaardeerd!	Door goed het afscheidproces te begeleiden maak je een ambassadeur van je oud medewerker. Je huidige medewerkers zien dat ook, die zorg. Geef de gelegenheid om af en toe nog iets te komen doen als hij zin heeft.
Generatiepact	Een regeling waarmee oudere werknemers vervroegd iets rustiger aan kunnen doen. Geregeld bij de cao. Door oudere mensen wat minder te laten werken kunnen ze wellicht wat langer door en hun kennis en ervaring overdragen. Vraag na hoe het zit bij de Fedecom.
Vorbereiden op uitstroom	Ga met je toekomstig gepensioneerde werknemer in gesprek over wat het betekent. Geef aan dat hij altijd nog wat kan komen doen.. Betrek een partner in dat gesprek.
Gepensioneerde inzetten op gastles op school	Je kan de (bijna) gepensioneerde vragen of hij misschien nog eens een gastles wil geven op een lokale school.

5d. In- en externe communicatie

Contacten met (vooral ook) klanten, leveranciers en andere externe partijen zijn gebaat bij kennis en vaardigheden met betrekking tot communicatieproces en -mechanismen. Tijdens de voorgaande Cafés werd duidelijk dat aandacht voor de interne communicatie net zo belangrijk is. Vandaar dat Café 4 een combinatie van beide onderwerpen omvatte. De deelnemers hebben in groepsverband de door hen noodzakelijk/mogelijk geachte verbeteringen in de externe en in de interne communicatie geïnventariseerd.

Ontwikkelingen op gebied van in- en externe communicatie

- Communicatie met leveranciers, klanten maar ook de eigen medewerkers is van cruciaal belang voor het soepel lopen van het bedrijf.

Interne communicatie:

Kansen / Oplossingen	Wat kan je doen? Wie kan je helpen?
Structureel werkoverleg, nieuwsbrief	Door werkoverleg komen kleine probleempjes boven die je in de kiem kan smoren, dat creëert rust onder je mensen. Ze voelen zich gehoord en er gebeurt wat met hun wensen en vragen. Een interne nieuwsbrief kan zaken nog eens helder maken en dat kan partners van..., ook op de hoogte houden van het wel en wee van het werk van hun partner.
Duidelijk zijn, processen & procedures, werkwijze helder	Denken dat je mensen het wel weten is een veronderstelling. Door ervoor te zorgen dat je helder bent in je verwachtingen creëer je vertrouwen. De medewerker weet waar hij/zij aan toe is.
LSD (Luisteren, Samenvatten en Doorvragen)	LSD is een simpel ezelsbruggetje om een gesprek goed vorm te geven. In verkopen ligt 75% van de verkoop in het luisteren...
Duidelijkheid over social media-gebruik in relatie tot bedrijf	Door heel goed aan te geven wat je wel en niet wil zien in het social media gebruik, voorkom je een hoop ergernis. <i>NB; de huidige generatie zoekt via diezelfde social media ook oplossingen voor werk gerelateerde uitdagingen.</i>
Duidelijk positioneren, waar staan we voor? Heldere normen en waarden, afspraken nakomen, goed voorbeeld geven	Hoe gaan we met elkaar om, wat vinden we dat we als bedrijf willen zijn? een goed beeld van wie je zelf wil zijn, straalt uit van je site en naar je klanten, mensen maar ook weer nieuwe instroom.
Vrijdagmiddag borrel en waardering tonen, evalueren.	Na de week stoom afblazen en waardering tonen voor de inzet laat uw mensen met goed gevoel het weekend ingaan. U kunt hier klantenfeedback delen.
Eilandjes doorbreken; we doen het sámen!'	De waan van de dag kan mensen doen terugtrekken op hun eigen stukje werk. Blijf mensen bewust maken dat je het samen doet.

Externe communicatie:

Kansen / Oplossingen	Wat kan je doen? Wie kan je helpen?
Empathie, Luisteren, Samenvatten, Doorvragen, Oplossingsgerichtheid	Door goed met elkaar door te spreken hoe je klanten, leveranciers benadert en tegemoet treedt, werk je aan een professionele uitstraling. Via opleiding kun je daar een gerichte trainer voor zoeken.
Contactmogelijkheden 'voorschrijven' (bv. mail/telefoon/persoonlijk, geen social media/what's app)	Communiceer naar je klanten / leveranciers via welke kanalen je communiceert. Door die keuzes te beperken, creëer je rust.
Professionele & actuele website-sociale media actief bijhouden - Klanten 'opvoeden'	Een goede informatieve site, neemt vaak al een hoop vragen weg. FAQ (<i>vaak gestelde vragen</i>) kun je hiermee al oplossen en voorkomen telefoontjes en mailtjes... het is een beetje klanten opvoeden.
Einde garantieperiode proactief melden	Goed bijhouden van onderhoud, geeft je de kans vooraf te bellen met een klant en daarmee het werk in je werkplaats mogelijk wat te sturen.
Open/duidelijk over reparaties/afspraken (bevestigen)	Goed vastgelegde afspraken voorkomen discussie met klanten en leveranciers later
Verzorging/netheid bedrijfspand/-terrein en medewerkers	Als je klant of leverancier of school (!!) bij een pand komen met een mooie uitstraling werkt dat door in hun beeld over jouw bedrijf.
Blijf bij 'lastige' boeren achter je mensen staan. Accepteer geen onbehouden gedrag.	Boeren in oogsttijd kunnen onbehouden zijn. Sta op voor en achter je mensen en accepteer geen botte omgangsvormen. Zo gaan we niet met elkaar om. Cursussen assertiviteit voor je jonge vakmensen of een goed gesprek hoe het met ze gaat. Niet accepteren dat 'dit er nu eenmaal bij hoort' Onzin!!

Bijlage: het additionele aanbod van OOM

Vanuit de overleggen met Fedecom en de expertgroepen is gekeken waar we nu een 'additioneel' aanbod konden doen waarmee we de branche konden ondersteunen. Trainingen over de onderstaande onderwerpen van de aanbieders Aeres Tech, ROVC, OBM Noord en Bouwmatic zijn in het aanbod opgenomen.

- *Ondanks alle technische cursussen van de importeurs heeft de branche behoefte aan basis cursussen op techniek gebied. Denk hier aan cursussen op het gebied van hydrauliek, elektra en elektronica, transmissie systemen, dieselmotoren, veldspuiten.*
- *Het is ook interessant om werknemers op nieuwe onderwerpen te scholen. Denk hier aan PLC/ISOBUS, Drones, Smart Farming, GPS systemen.*
- *Naast alle techniek blijft communicatie een onderwerp dat aandacht verdient. Denk hier aan (Technisch) Engels en Duits en communicatieve vaardigheden.*

Wat was dan dat OOM aanbod?

Normaliter draagt OOM bij in de cursuskosten tot 50% met een maximum van Euro 750,- Nu droeg OOM tot maximaal Euro 1.000,- bij en daarbij behield de werknemer het PTT budget.

Nog even het resultaat in onderzoek:

We hebben onderzoek gedaan naar het aantal deelnemers aan scholing in 2017/2018, 'een gewone periode' en die vergeleken met 2018/2019, de themaperiode.

Periode	17-18	18-19	verschil
Administratie, P&O, commercieel en communicatie	422	494	17%
Ontwerpen, meten en tekenen	23	24	4%
Persoonlijke ontwikkeling en talen	117	160	37%
Praktijkopleider en OOM aanbod	25	24	-4%
Techniek, montage en lassen	2061	2234	8%
Veiligheid, ARBO en milieu	228	286	25%
Totalen	2876	3222	12%

Wat blijkt; een toename van 12% zijn concreet 346 deelnemers. Dat is ruim 2x zo veel als de ca. 150 van het additionele aanbod. Het lijkt erop dat de bezoeken aan de 622 bedrijven mede een scholingsgolf op gang hebben gebracht, en dat ook nog eens op de onderwerpen die in de regel wat minder aandacht dan de techniek krijgen.