

# Oververhitte arbeidsmarkt maakt strategische personeelsplanning noodzakelijk

In de huidige oververhitte arbeidsmarkt willen veel kantoren hun vacatures vooral snel opvullen.

Maar is snelheid altijd goed?

Of levert strategische personeelsplanning op de lange termijn meer op?



## Strategische personeelsplanning

Strategische personeelsplanning is onder HR-professionals bezig aan een opmars. Van welke strategieën maken ze zoal gebruik? Ik geef je 5 tips.

### 1. Duurzame inzetbaarheid

Start eens met het strategisch bekijken van je huidige medewerkers. Welke medewerkers wil je graag voor het kantoor behouden? Heb je wel voldoende oog voor hun kwaliteiten, ambities en werkgeluk? En wat kun je doen om dat werkgeluk, en dus ook hun duurzame inzetbaarheid, te verbeteren?

Vraag je van deze medewerkers ook eens af of je hun talenten wel goed genoeg benut. Zijn ze overbelast?

Of hebben ze veel taken die niets met hun expertise te maken hebben? Ontlast ze dan.

Elke vacature die je niet hoeft op te vullen is er weer één!

### 2. Afscheid nemen

Bij strategische personeelsplanning hoort ook dat je zicht hebt op de mensen van wie je (op termijn) afscheid wilt nemen. Bijvoorbeeld omdat ze minder goed functioneren, of omdat je met het oog op de toekomst afscheid van ze wilt nemen. Wees niet bang om daadwerkelijk afscheid te nemen, en zorg dat je weet welk type kandidaat je ervoor in de plaats wilt aannemen.

### 3. Vooruit kijken

In de waan van de dag is het verleidelijk om elke vacature snel in te vullen. Maar als je goed zicht hebt op je huidige personeelsbestand, de ontbrekende schakels daarin én je toekomstige personeelsbehoefte, kun je heel gericht kandidaten aantrekken die goed bij het kantoor passen. Deze kandidaten zullen waarschijnlijk langer bij je kantoor blijven, simpelweg omdat de match beter is.

Bij vooruitkijken hoort ook dat je nadenkt over de opleidingsbehoefte van nieuwe medewerkers. Heb je behoefte aan schaarse medewerkers met heel specifieke kennis, overweeg dan een intern opleidings- of ontwikkeltraject. Als je dat doet in overleg met universiteiten, hogescholen of opleidingsinstituten, heb je direct de beschikking over een eigen talentpool.

### 4. Een sterk werkgeversmerk

Ik schreef al eerder artikelen over hoe je een werkgeversmerk opbouwt (link naar artikel 'Nieuwe klanten binnenhalen is makkelijker dan talent werven.'), onder andere op LinkedIn (link naar artikel 'LinkedIn marketing: zin of onzin?'). Als je een sterk werkgeversmerk bent zullen kandidaten eerder solliciteren, of zich zelfs uit zichzelf bij je melden.

### 5. Creativiteit

In de huidige krappe markt is creativiteit onontbeerlijk. Creatieve en goed doordachte wervingscampagnes zijn een must.

Wil je eens sparren over creatieve strategische personeelsplanning? Neem dan gerust contact met mij op.



Redactie:  
Peter A. Tijssen  
peter@groep88.nl

22 mei 2018  
[www.groep88.nl](http://www.groep88.nl)



**Adviesgroep'88**

Experts in werving & selectie