



Objectief talent begeleiden

Ben jij bevooroordeeld in jouw loopbaancoaching?

Danielle Krekels

We willen niet bevooroordeeld zijn maar we zijn het toch. Hoe kun je deze bias counteren? Wat kun je doen om niet in de gekende valkuilen van gender, lengte, schoonheid en zovele andere onbewuste vooroordelen te trappen? Wat kun je leren van mensen die niet beantwoorden aan stereotypische eigenschappen?

Het vak van loopbaancoach is meestal heel bevredigend. We helpen mensen door ze zelfinzicht te geven, handvatten aan te reiken om sterker in hun schoenen te staan en objectief naar zichzelf te kijken vanuit hun kracht. Maar houden we daarbij wel genoeg rekening met wat onze cliënten echt drijft en waarheen ze eigenlijk willen gaan?

Ik, bevooroordeeld?

We willen het niet zijn en toch zijn we het: bevooroordeeld. Onbewust, jawel. Onze oeroude instincten doen ons schrikken van alles wat anders is – vriend of vijand – en gaan automatisch in alerte modus als we iemand zien die afwijkt van wat we gewend zijn. Hoe homogener de groep waarbinnen we opgroeien en handelen, hoe groter de kans dat we onbewust checken op 'gevaar' bij elke anders gekleurde of geklede of zich gedragende medemens. We moeten dan bewust eventjes stilstaan bij wat we automatisch voelen om dan alsnog de weg naar onze prefrontale cortex te kunnen nemen, na te denken en pas dan te beslissen hoe we verder gaan – in plaats van op onze automatische piloot.

Niets menselijks is mij vreemd – ook groei niet

We zijn mensen, jij, ik en jouw cliënt. Hoe meer we omgaan met anderen met verschillende zijnskenmerken, hoe gemakkelijker het wordt dit automatisme af te vlakken. Want dan weten we dat ze niet 'anders' zijn en dus niet automatisch 'gevaar' opleveren. Ook bij loopbaancoaching is het belangrijk dat die 'gevaar' triggerende aspecten niet als eerste verschijnen. En ook dat we niet meteen de autostrada in onze hersenen volgen op basis van onze ervaring: 'mensen in het onderwijs zijn zus, zakenmensen zijn zo'. Voor elke onderwijsmedewerker is er een zakenman of -vrouw die, wat onze vooroordelen betreft, perfect inwisselbaar is – en omgekeerd.

Als loopbaanadviseur kun je pas praten over iemands droom of doel – en deze eventueel zelfs mee helpen bepalen en woorden geven – als je iemands kerntalenten (Aard + Potentie + Intrinsieke

Motivatie) kent. Daarna koppel je er de verworven competenties en relevante ervaring aan, plus de kennis en ervaring die nodig is om dat doel te bereiken of die droom te realiseren. De tools en technieken die je in huis hebt, krijgen zo de 'why' die jouw cliënt nodig heeft om er effectief mee aan de slag te gaan. Deze aanpak maakt dat ook jij vanzelf veel opener bent voor kansen en mogelijkheden voor je cliënt omdat jouw blik onverwachts nog verbreedt naar zijn of haar potentieel, en dat zorgt vaak voor fijne verrassingen: "goh, dat had ik niet van hem verwacht!", waardoor jij jezelf ook weer op een hoger (bewustzijns)niveau tilt.

Holistische benadering van karakter, potentie en 'goesting'

Natuurlijk is de manier van werven en selecteren vandaag totaal anders dan vijf jaar geleden. Helaas maken big data, AI en alle technische snufjes het jouw cliënt niet echt eenvoudiger. Ja, je kunt in één muisklik een blits filmpje met je cv uploaden, maar in de praktijk sta je als mens tegenover een (min of meer) geoliede machine, die duidelijk geen cent interesse heeft in wie jij bent, wat jij voelt, wat jij wilt... Ook al zijn de boodschapjes vriendelijk en warm, het is en blijft een machine die via algoritmes of vooraf ingebrachte termen bepaalt of jouw cliënt wel of niet een stapje verder gaat in het aanwervingsproces.

Daarom is het cruciaal om kristalhelder te krijgen wat jouw cliënt allemaal al wel en ook nog niet kan, naast wat hij of zij zou willen én kunnen doen – mits de juiste opleiding en/of oefening, waarbij dit alles ook nog eens past bij het karakter. Vervolgens kun je je cliënt bijstaan om dit geheel met de juiste termen op één lijn te brengen met mogelijk interessante uitdagingen. Het blijft in ons werk cruciaal om te beseffen dat het fundament van wat een mens is, voelt en wil zijn, nog altijd niet veranderd is – en ook de eerstvolgende duizend jaar niet zal veranderen. Ondanks alle technische snufjes en alle nieuwe verbindingen die een brein levenslang kan aanleggen tussen zijn 85 miljard hersencellen, blijven de

fundamenten net zo gelijk als de kleur van iemands ogen (zie daarvoor het werk van neurowetenschapper Dick Swaab). Hoé je met dit gegeven aan de slag gaat, maakt echter het verschil tussen succes en mislukking, tussen groei en stilstand. Want een mens verandert natuurlijk levenslang: hij evolueert, groeit, wordt wijzer...

Prominente plaats voor de mensfactor

Ook jouw cliënt wil een zinvol leven, een fatsoenlijk salaris verdienen, fijne collega's en chefs om mee samen te werken, leuke menselijke relaties enzovoort. Hoe dit nog *nét* iets anders wordt ingevuld lees je perfect af aan het kerntalentenprofiel en dat is er eentje uit 94 miljard. Dus neen, ook jouw cliënt past niet in een vakje of hokje en is geen 'type'. (Niemand is dat; ik moet de eerste vierkante mens nog tegenkomen.)

Ik zie een reëel gevaar om de bal procedureel juist, maar menselijk mis te slaan door onze eigen vooroordelen niet te onderkennen.

Wil je jouw cliënten positief duurzaam begeleiden is het dus zaak niet alleen de mensfactor in jouw aanpak een prominente plaats te geven en genuanceerde 'taal' te hanteren, maar ook *alle* fundamenten te ontdekken in al hun nuances. Neem dus die tijd – wat is drie uur als je er een leven lang plezier van hebt en erop verder kunt bouwen? – om de mens achter je cliënt grondig en compleet te leren kennen.

Mens centraal?

In 2008, 2009, 2010 en 2011 deed Federgon (de Belgische federatie van +600 HR-dienstverleners: selectie- en interimkantoren, detacheringbureaus, enzovoort) jaarlijks een enquête onder sollicitanten om hun tevredenheid over +100 selectiebureaus te

meten. Het gemiddelde bleek slechts 66%. Zesenzestig procent, een zesje! Vooral de manier waarop deze bureaus met hun kandidaten omgingen, bleek triest: slechts weinige keken blijkbaar naar de mens achter het cv. En toch roept iedereen dat de mens centraal staat in hun aanpak – niet alleen organisaties, ook rekruteringsbureaus. En ze denken eerlijk en oprecht dat ze dat ook echt doen. En toch eindigen ze met een zes...

Ons selectiekantoor voor ingenieurs & betawetenschappers Alprocor (actief van 1989 tot 2018) haalde in ditzelfde onderzoek cumulatief (de resultaten werden jaar na jaar opgeteld) echter 96%. Wij blij, natuurlijk – maar waarom? Wat was dan het verschil? Alle ons bekende bureaus gebruikten systemen om de kandidaten door te jagen: ze funnelen ze van instroom tot verkoop, en werken zo grote hoeveelheden vacatures en kandidaten weg. Bij ons werd quasi elke kandidaat uitgenodigd voor een gesprek, want we wilden hem of haar eerst leren kennen. Onze aanpak begon dus altijd bij de ingenieur zelf en niet vanuit de vacature en zelfs niet eens vanuit zijn cv. Wij wilden weten: wat wilde hij, waarvan kwam hij, waar droomde hij van?

Kerntalentenanalyse

Onze ingenieurs-selecteurs startten dus altijd vanuit iemands persoonlijkheid, mogelijkheden en 'goesting', en daarvoor was de ideale tool de kerntalentenanalyse. Dat maakte dat de kandidaat werd gezien in al zijn mogelijkheden en sterktes, en zelfs in zijn nog onaangeroerd en soms zelfs onbekend potentieel. En ja, we kenden meteen ook diens zwakke punten, maar we kozen zeer bewust voor een positief duurzame aanpak, want voor alle zwakke punten is er links of rechts wel een collega te vinden die deze wel sterk in huis heeft. Aan dit basisframe voegden we alle verworven competenties, opleidingen en opgedane ervaringen toe, en we koppelden dit aan de normen en waarden – die uiteraard in lijn lagen met hun eigen kerntalentenconstellatie. Dit gehele pakket was niet alleen een majeure troef voor ons als selectiebureau, maar

een nog grotere troef voor onze kandidaten zelf. Ze kregen 'taal' om zichzelf en hun doelen en wensen, kennis en kunde, troeven en zwaktes objectief te beschrijven zonder te pochen of zichzelf af te breken. Het vergrootte merklijk hun zelfvertrouwen en maakte niet in de laatste plaats voor henzelf helder wat ze wilden doen.

Pas na deze eerste stappen sloegen we de brug naar de wervende organisatie: wat had die echt nodig? En, erg belangrijk: wat betekenden kreten als 'teamplayer', 'flexibel', 'creatief', 'leiderschap' echt voor deze rol of functie? Als selectiebureau wisten we immers donders goed dat daar vaak het schoentje wringt! Containerbegrippen ontleden is een belangrijk element als je voor een baan solliciteert,

want foute begrippen dragen niets bij dan verwarring aan alle betrokkenen. Elke kandidaat weet dat een vacaturetekst vaker een mijnenveld is dan een open gazon, met vaak veel 'hol geblaaf'.

Tot slot

Helder hebben wat jouw cliënten in de eerste plaats zelf te bieden hebben én willen bieden, met eenvoudige, treffende omschrijvingen, gestoeld op een volledig, genuanceerd en objectief kloppend zelfbeeld, levert inderdaad tonnen zelfvertrouwen op. Jouw cliënten solliciteren dan naar banen die echt bij hen passen – en andersom: waar zij bij passen – en hoeven zich niet meer te 'verkopen'; ze kunnen gewoon lekker echt en authentiek zichzelf zijn. ■



Danielle Krekels

Danielle Krekels is de oprichter van CoreTalents en ontdekker van de kerntalentsmethode: Aard + Potentie + Intrinsieke Motivatie op basis van favoriet kinderspel. Na 15 jaar wereldwijd onderzoek blijkt de Coretalents-methode levenslang geldig. Zelfs normen & waarden worden duidelijk, evenals hoe burn- en bore-out te voorkomen of remediëren. Haar visie is mensen positief duurzaam te helpen kiezen en beslissen. Ze won de Mensa Award in 2015 omdat haar kerntalentsmethode de nuances en complexiteit van zelfs hoogbegaafden kan vatten.

www.coretalents.eu