







# LIFT leeft, maar het sprankelt niet

## OPZET STRATEGISCH PLAN

- De aanpak
- De strategie
- De analyse
- De kernproblemen
- Wat gaan we doen

## AANPAK

- Archiefonderzoek, wat is al gedaan in het verleden
- Inventarisatiegesprekken in open sfeer met contactpersonen en AB-leden en andere stakeholders
- Analyse, doorlichten van verzamelde data
- Bespreken uitkomsten met leden



# Strategie

## STRATEGISCHE KERNWAARDEN LIFT

Waar staat LIFT voor? Wat is de doelstelling van LIFT?

In de kern staat LIFT voor:

1. Netwerk
2. Mobiliteit
3. Kennisdeling

## STRATEGIE LIFT

Als we de kernwaarden in een zin vertalen dan staat LIFT voor: Het opzetten en faciliteren van een regionaal netwerk gericht op de bevordering van de mobiliteit van medewerkers en kennisdeling tussen de leden van het netwerk

## NETWERK

Primair wordt LIFT gezien als een netwerk, een instrument om geschikte partner(s) te vinden om mee samen te werken en om van te leren. Een netwerk vindt zijn kracht in de kennis en het vertrouwen dat de leden van en in elkaar hebben.

## MOBILITEIT

Het doel van het netwerk is om de mobiliteit te bevorderen van de medewerkers van de leden. LIFT richt zich primair op de externe, vrijwillige en tijdelijke mobiliteit. Het voornaamste instrument dat hierbij wordt gebruikt is de IF-constructie.

## KENNISDELING

We hoeven niet allemaal het wiel uit te vinden, het delen van kennis en praktijkervaring ten aanzien van mobiliteit en andere HRM-onderwerpen levert een toegevoegde waarde voor alle leden.

## LIFT IS VAN JEZELF

- LIFT is van de leden, voor de leden en door de leden
- Klein bureau, lage kosten
- De effectiviteit van LIFT is een resultante van de wat de leden ermee doen
- LIFT is self-propelling, geen grote organisatie die het voor je doet

# Analyse

## **ANALYSE**

1. Beeldvorming, hoe kijkt men tegen LIFT aan
2. Op welk resultaat wordt LIFT afgerekend
3. Positie ten aanzien van kernwaarden

## **BEELDVORMING OVER LIFT**

Uitgangspunten:

- De meeste leden zijn in voortdurende staat van reorganisatie gericht op afslanking
- Het accent van mobiliteit ligt op (gedwongen) uitstroom
- Het verwachte resultaat ten aanzien van LIFT is plaatsing

## **DAT VEROORZAAKT DAT:**

- LIFT wordt gebruikt als een instrument voor plaatsingen en wordt gezien als een outplacement-bureau
- Er een negatief beeld over LIFT bestaat omdat er relatief weinig plaatsingen worden gerealiseerd
- LIFT wordt afgerekend op een resultaat waarvoor het niet is opgericht

## **PLAATSINGSMOGELIJKHEDEN BINNEN LIFT-NETWERK**

Per saldo zijn er geen plaatsingsmogelijkheden binnen LIFT omdat de lidorganisaties over het algemeen afslanken. Dit kan in de toekomst veranderen doordat de economie aantrekt c.q. het arbeidsaanbod vermindert.

Omdat LIFT geen plaatsingsinstrument is maar een mobiliteitsinstrument is het bovenstaande geen belemmering. Het dient juist een prikkel te zijn om voordat plaatsing een issue wordt, al beweging bij medewerkers op gang te brengen.

Het resultaat waar LIFT op moeten worden afgerekend is dan ook niet plaatsingen maar beweging van medewerkers!

# Analyse Strategische kernwaarden

## NETWERK

### WAT GAAT GOED:

- Groot aantal leden (58 org., >60.000 fte)
- Behoorlijke diversiteit van leden ten aanzien van sectoren, functiegroepen en omvang
- Er is veel (praktijk)kennis aanwezig
- Flinke dekking van regio (Zuid-Limburg)
- Binnen het netwerk ontstaan kleinere netwerken die intensievere samenwerkingsverbanden aangaan
- De leden gebruiken de vrijblijvendheid van het netwerk, men heeft vrijheid bij het bepalen van het eigen mobiliteitsbeleid

### WAT KAN VERBETERD WORDEN:

- De leden kennen elkaar onvoldoende, onbekend is wat de andere leden doen, weinig persoonlijke contacten
- De contactpersonen zijn druk bezette mensen en hebben daardoor weinig tijd voor LIFT
- De contactpersonen beschikken niet altijd over invloed in hun organisatie
- Instabiliteit netwerk, veel verloop in contactpersonen en LIFT-medewerkers
- De periodieke wisselingen van de coördinator zijn lastig voor onderhouden contacten in netwerk
- De reden voor het lidmaatschap is divers, niet altijd in lijn met strategie LIFT
- De vrijblijvendheid van het netwerk is een aantal leden een doorn in het oog

## MOBILITEIT

### WAT GAAT GOED:

- De wens/noodzaak tot mobiliteit is sterk aanwezig, zeker de contactpersonen zijn overtuigd
- Mobiliteit is een factor in het HRM-beleid van de meeste leden
- De IF-constructie wordt als een goed mobiliteits-instrument gezien
- De vacaturesite van LIFTnet wordt veel bezocht (562 keer per dag), LIFT is bekend in de regio
- Er vindt behoorlijk wat IF-mobiliteit plaats
- Er zijn vacatures bij leden (al 358 dit jaar op LIFTnet)
- Er is veel mobiliteit tussen de leden echter zonder dat het zichtbaar is
- Successen worden nauwelijks gecommuniceerd
- Mobiliteit wordt verward met plaatsing

- Mobiliteit is een factor in het HRM-beleid bij de leden maar het is vaak nog onvoldoende geïncorporeerd in de organisatie
- Het management is nog vaak onvoldoende mobielgezind
- Medewerkers zijn bij reorganisaties bang om mobiel te zijn, uit het oog - uit het hart

### WAT KAN VERBETERD WORDEN:

- Vacature aanmelding bij LIFT wordt door te weinig leden gedaan
- Er heerst nog teveel het idee dat er weinig mobiliteit (mogelijk) is in Zuid Limburg
- Kandidatenbank heeft geen toegevoegde waarde, wordt niet actief gebruikt door leden



## KENNISDELING

### WAT GAAT GOED:

- De themabijeenkomsten worden zeer gewaardeerd mede door professionele wijze van organiseren en actualiteit thema's
- De gekozen thema's worden als aansprekend ervaren
- De themabijeenkomsten zijn laagdrempelig (inbegrepen in contributie)
- Men leert van elkaar

### WAT KAN VERBETERD WORDEN:

- Hou de focus primair op mobiliteit en secundair op andere HRM-onderwerpen
- Meer kennisdeling binnen het netwerk en niet van buiten
- We kunnen op meer fronten kennis delen (bijv. gebruik externe partijen)
- LIFTkennisnet wordt niet/nauwelijks gebruikt, google is actueler en sneller

### DE KERNPROBLEMEN

- Beeldvorming over LIFT, LIFT wordt afgerekend op het verkeerde resultaat
- De leden kennen elkaar onvoldoende, vormt in principe basis van een effectief netwerk
- Aansturing van netwerk vanuit LIFT onvoldoende door te weinig nadruk op faciliteren netwerk
- Successen te onzichtbaar, LIFTnet teveel vacaturebank en te weinig netwerk faciliteerder en etalage voor succes
- Positionering van LIFT als mobiliteitsinstrument

# Wat gaan we doen

## HET NETWERK FACILITEREN

- Laat coördinator optreden als accountmanager
- Ontgin het netwerk:
  1. Beschrijf organisatie en bijbehorende functiegroepen
  2. Beschrijf mobiliteitspositief netwerk binnen organisatie
  3. Beschrijf ontwikkelingen van organisatie in relatie tot mobiliteit
- Help leden bij zoektocht geschikte partners bij mobiliteit, push i.p.v. pull
- Pas LIFTnet aan om het netwerk te faciliteren
- Organiseer activiteiten gericht op netwerken

## WIJZIG DE BEELDVORMING

- Etaleer de successen op LIFTnet, maak bijv. een mobiliteitsbarometer. Hierbij wel hulp nodig van leden
- Begin klein met de positievellingen, laat de leden vanuit individuen werken in plaats vanuit de organisatie als geheel
- Beperk de structuur en regels, benadruk het belang van de relaties en het maatwerk

## INTERNE ORGANISATIE LIFT

- Het aantrekken van LIFT-medewerkers op IF-basis geeft weliswaar een voorbeeldfunctie, maar is niet in lijn met doel. Voor zowel de coördinator als de officemanager is een langdurige verbintenis aan te bevelen
- Stel een coördinator/accountmanager aan, hevel de overige taken van de coördinator over naar de officemanager

## LIFT ALS MOBILITEITSINSTRUMENT

- Duidelijk communiceren wat rol is van LIFT.
- LIFT faciliteert het netwerk, de leden zorgen zelf voor de mobiliteit, self propelling
- Benadruk rol van coördinator als accountmanager
- Communiceer over bekendheid van LIFT, laat zien hoe populair LIFTnet is
- Maak plaatsing op vacaturesite van LIFTnet minder arbeidsintensief door met links te werken
- Zet andere mobiliteitsinstrumenten creatief in, bijvoorbeeld LIVE KGA 's of een mobiliteitsdag
- Motiveer alle leden om hun externe vacatures op LIFTnet plaatsen, zo kunnen wij gezamenlijk laten zien dat er dynamiek is in de Zuid-Limburgse arbeidsmarkt

# Waar stoppen we mee

## **WAAR STOPPEN WE MEE?**

- LIFTkennisnet, er wordt weinig gebruik van gemaakt en heeft daardoor geen toegevoegde waarde. Bij herziening LIFTnet wel mogelijkheden scheppen voor plaatsen van documenten
- Kandidatenbank, wordt niet gebruikt waarvoor het is ingesteld, het vooraf checken of er geschikte kandidaten zijn. Bij herziening LIFTnet kandidatenpagina toevoegen waar kandidaten op hun eigen wijze zich in de kijker kunnen zetten





Centraal Bureau LIFT Burg. de Hesselleplein 31 6411 CH Heerlen  
Postbus 4896 6401 JR Heerlen

T 045 - 579 44 29 045 - 579 19 67 F 045 - 579 79 98

E [info@liftnet.nl](mailto:info@liftnet.nl) | [www.liftnet.nl](http://www.liftnet.nl) KvK 14085418 B ABN-AMRO 61.22.73.334