



HOE DE BESTE CHAUFFEURS WERVEN EN HOUDEN

**8 tips voor transportvloten om
wegtalenten aan te trekken!**

SAMENVATTING

TIP 1

Uzelf als werkgever leren kennen — 4

TIP 2

De juiste kandidaat aantrekken — 6

TIP 3

De nieuwe generatie rekruteren — 8

TIP 4

De deur openen voor nieuwe kandidaten — 10



TIP 5

Nieuwe werknemers verwelkomen

— 12

TIP 6

Goed voor uw chauffeurs zorgen

— 14

TIP 7

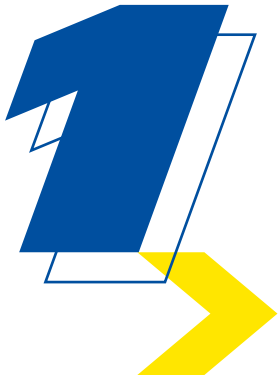
Voor een duidelijk loopbaantraject zorgen

— 16

TIP 8

Het exitgesprek

— 18



UZELF ALS WERKGEVER LEREN KENNEN

In een concurrerende arbeidsmarkt is het voor een bedrijf even belangrijk om zichzelf effectief te "verkoppen" aan potentiële nieuwkomers. Maar als u nieuwe mensen wilt behouden, moet u uw beloften nakomen. De beste manier om daarin te slagen is de sterke en zwakke punten van uw bedrijf echt te kennen.

STAP 1: BENT U EEN GOEDE WERKGEVER?

Dit proces begint met een blik in de spiegel en met het leren kennen van uzelf als werkgever.

- Maak tijd vrij om **de waarden en de missie van uw bedrijf** te herzien. Wat is voor u belangrijk: klantenservice, leveringssnelheid, bedrijfscultuur? Hoe prioriteert u uw tijd en uw middelen? Bent u gericht op de groei van uw bedrijf? Op het opbouwen van sterke relaties in uw lokale gemeenschap?
- Vraag uzelf af, zou ik voor mij willen werken? **Evalueer de beloften die u** aan nieuwe medewerkers en uw eigen personeel doet, van salaris tot voordelen en incentives. Komt u die beloften regelmatig na?

Volgens een onderzoek van McKinsey ¹ blijkt dat als een werknemer het gevoel heeft dat zijn doel overeenkomt met het doel van het bedrijf, dit zijn betrokkenheid en loyaliteit verhoogt en de kans vergroot dat hij uw bedrijf zal aanbevelen aan anderen in zijn netwerk.



STAP 2: WAT MAAKT DAT U OPVALT?

Zodra u een diepe duik hebt genomen, ordent u uw gedachten in een analyse van uw Sterktes (Strengths), Zwaktes (Weaknesses), Kansen (Opportunities) en Bedreigingen (Threats), ook bekend als een "SWOT-analyse":

- Als u uw sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen kent, kunt u goede chauffeurs behouden en nieuwe aantrekken.
- Denk aan de hand van deze analyse na over hoe u uw bedrijf runt, hoe u kunt verbeteren en hoe u kunt anticiperen op kansen en uitdagingen.
 - Hoe kunt u uw sterke punten het best verkopen om toekomstige werknemers aan te trekken?
 - Heeft u een beter loon of voordelen? Betere routes? Betere vrachtwagens?
 - Heeft u een beter loon of voordelen? Betere routes? Betere vrachtwagens?
 - Moet u beter materiaal aanbieden? Betere werkomstandigheden?
 - Van welke kansen kunt u profiteren om uw vloot uit te breiden?
 - Kunt u nieuwe technologie in uw processen integreren?
 - Hoe kunt u een bedreiging tot een minimum beperken?
 - Kijk naar wat concurrenten nieuwe werknemers bieden en doe het beter!

STAP 3: PRAAT EN LUISTER NAAR UW WERKNEMERS

De volgende stap is om uw werknemers op een zinvolle manier te betrekken.

- Breng tijd met hen door, één-op-één of in kleine werkgroepen, om echt te begrijpen wat hen motiveert en boeit. Waar maken ze zich zorgen over? Wat maakt dat ze bij het bedrijf blijven of waarom zouden ze ergens anders willen gaan kijken?
- Bepaal of hoe zij het bedrijf zien overeenkomt met hoe u het bedrijf ziet.

We vroegen Europese vlooteigenaars om in te gaan op Hun personeel leren kennen - Dit is wat ze te zeggen hadden²:

"...het gaat over eerlijk zijn en een zorgzaam karakter tonen we proberen eens in de drie maanden georganiseerde uitstapjes te doen voor ons personeel."

— eigenaar van een Frans transportbedrijf

"Als er nieuwe chauffeurs bij het bedrijf komen, neemt de directie ze mee uit lunchen en koppelt ze de eerste paar weken aan een van de oudere chauffeurs."

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

(1) McKinsey-enquête over individuele doelstellingen, augustus 2020

(2) volgens een studie "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre", uitgevoerd door Ducker en Michelin in maart 2022



2

DE JUISTE KANDIDAAT AANTREKKEN

Werknemers vormen de basis van uw vloot, wat betekent dat ze gekwalificeerd, toegewijd en betrokken moeten zijn. Het vinden van de juiste fit voor uw bedrijf is een uitdaging, maar deze tips helpen u uit te spitten tot u hem vindt!

TIJD BESPAREN OP VOORHAND

Ten eerste moet u **een duidelijke en uitgebreide functieomschrijving opstellen**. Als u al jaren dezelfde vacature plaatst, neem dan de tijd om met uw huidige teamleden rond de tafel te gaan zitten om hun feedback te horen en een recentere, relevantere vacature te bedenken.

- Deze moet **pakkend, duidelijk en beknopt** zijn.
- **Gebruik inclusief taalgebruik**. Uit studies ¹ blijkt dat niet-geslachtelijk taalgebruik (hij/zij/zij) 42% meer kandidaten aantrekt dan geslachtelijk taalgebruik. Vergeet niet dat vrouwelijke sollicitanten ruwweg de helft van de aanwervingspool uitmaken!
- **Wees eerlijk en open** over uw verwachtingen en de realiteit van de baan
- **Wees gericht op de werknemer** en benadruk hoe hun baan zal bijdragen aan het bedrijf, de markt en de werknemers zelf.

**HET GEBRUIK VAN
NIET-GESLACHTELIJKE
BEWOORDINGEN TREKT**

42%

**MEER KANDIDATEN
AAN'**



WEES FLEXIBEL

Vergeet niet dat we in het digitale tijdperk leven en dat kandidaten, vooral de jongere generaties, gewend zijn om online en via video te communiceren.

- **Het vooraf screenen van kandidaten** via telefoon- of video-interviews bespaart tijd voor iedereen.
- Uit een studie van Gartner² blijkt dat 86% van de bedrijven tijdens de pandemie aanwervingsgesprekken via video voerde. En volgens een onderzoek van HireVue³ zijn de gevolgen blijvend: 23% van de bedrijven is overgestapt op uitsluitend virtuele interviews, zelfs nadat de pandemiebeperkingen waren versoepeld.
- Er is ook een andere trend in opkomst: **sollicitatiegesprekken met kandidaten via sms**. Hoewel dit onpersoonlijk kan lijken, kunnen kandidaten zo vragen beantwoorden onder hun werktijd, zonder dat ze vrij hoeven te nemen voor een interview. U zult waarschijnlijk ook andere interviewmethoden willen toepassen, maar dit is een duidelijk voordeel voor wie al in het arbeidsproces zit.
- **Vermijd buitensporige telefoontjes** en laat kandidaten met meerdere mensen tegelijk spreken.

VERKOOP UW BEDRIJF EN UW CULTUUR

Vergeet niet dat **u kandidaten interviewt, en zij u ook interviewen!** Gebruik het sollicitatieproces om de best mogelijke match te vinden. Vertel hen over de waarden van uw bedrijf, de werkomgeving, de bedrijfscultuur en andere voordelen en extra's. **Wees vooral eerlijk en recht door zee**, u zult uw beloften moeten nakomen als ze eenmaal zijn aangenomen. Volgens het Amerikaanse ministerie van Arbeid kan een **slechte aanwerving** bedrijven ten minste 30% van de verwachte inkomsten van de betrokkene in het eerste jaar kosten!

We vroegen Europese vlooteigenaars om in te gaan op de juiste kandidaat aantrekken - Dit is wat ze te zeggen hadden⁴:

"Het is een mengeling van loon en flexibele werktijden, vooral in het luchthavenvervoer."

— eigenaar van een Duits transportbedrijf

"Je moet je onderscheiden van de massa, want het is momenteel een werknemersmarkt. Je moet een goede posting doen en echt de voordelen opnoemen die je bedrijf te bieden heeft."

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

"Om het wervingsproces te verbeteren, hebben we het aantal gesprekken per kandidaat teruggebracht van vier naar twee gesprekken."

— eigenaar van een Frans transportbedrijf

"Schrijf vacatures die wijzen in de richting van een "carrière in transportmanagement" en niet alleen in de richting van een chauffeur."

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

(1) ZipRecruiter onderzoek "millions of job ads" 2016 — (2) Enquête onder 334 HR-managers, uitgevoerd in april 2020, Gartner HR — (3) HireVue 2021 Wereldwijd trendrapport — (4) Getuigenissen verzameld tijdens de studie "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre", uitgevoerd door Ducker en Michelin in maart 2022





DE NIEUWE GENERATIE REKRUTEREN

Trucking bedrijven over de hele wereld zijn zich aan het concentreren op een nieuwe talentenpool: Gen Z¹ werknemers. De Gen Zers van vandaag zijn in hun latere tienerjaren, begin twintigers. Zij zijn de eerste "digital native" generatie, wat betekent dat zij volledig zijn opgegroeid in het technologietijdperk. Deze jonge werknemers zijn voortdurend met elkaar verbonden, of het nu gaat om sociale media, streaming, gaming of ... het zoeken naar een baan. U zal ze daar moeten bereiken!

DE TECHNOLOGISCHE VERVAGING

Wat begon als "sociale" media is veel verder gegaan dan vrienden, grappen en vakantiefoto's. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn en TikTok hebben allemaal de grenzen tussen persoonlijke en **professionele sociale netwerken** doen vervagen. Terwijl uw toekomstige werknemers voor hun plezier rondkijken, zijn ze tegelijkertijd ook op zoek naar een baan.

EEN THUISBASIS OPZETTEN

Hoewel het niet uw enige instrument is, vormt **de website van uw bedrijf het hart van uw online aanwezigheid**. Zorg ervoor dat uw homepage en aanvraagprocedure zijn aangepast aan mobiel surfgedrag. Al uw sociale media-accounts linken hiernaar terug, dus zorg ervoor dat alles wat een toekomstige kandidaat nodig zou kunnen hebben, hier te vinden is:

- Bijgewerkte functiebeschrijvingen
- Wervingsvideo's en -foto's
- Een bedrijfsbeschrijving, inclusief voordelen, extra's en cultuur

96%

**VAN GEN ZERS BEZIT
EEN SMARTPHONE²**



WEES BETROKKEN EN AUTHENTIEK OP SOCIALE MEDIA

Als u dat nog niet gedaan heeft, is het tijd om een online aanwezigheid te creëren op verschillende sociale media platforms om de dialoog aan te gaan met Gen Zers. Deze digital natives spenderen ruwweg zes uur per dag aan sociale media!³

- **Plaats video's van werknemers** die graag willen meewerken op uw **website en sociale media**: zij kunnen vertellen over hun persoonlijke ervaringen, de pluspunten van de baan belichten en vertellen waarom ze graag voor uw bedrijf werken.
- Vraag uw werknemers om **deze berichten te delen om** uw bereik in de truckersgemeenschap te vergroten.
- **Maak wervingsberichten**, foto's en video's over een carrière in trucking, het dagelijks leven en de bedrijfscultuur en extra's.

GO LOCAL

- Bereik uw lokale gemeenschap door uw **vacatures op lokale vacaturebanken te plaatsen**. In Frankrijk heeft TruckFly bijvoorbeeld onlangs een online vacaturebank gelanceerd waar truckers per regio naar vacatures kunnen zoeken.
- **Maak contact met potentiële kandidaten via Facebookpagina's**. Truckers in Frankrijk, Spanje en Duitsland, bijvoorbeeld, hebben populaire onlinegemeenschappen gecreëerd.

CONCENTREER OP DE BELANGRIJKSTE AFZETMARKTEN

De online gewoonten van Gen Z verschillen van die van oudere generaties. Zo is slechts 30 procent actief op LinkedIn, maar bijna de helft zit op TikTok en nog meer op Instagram. Deze socialemediagiganten volgen de gewoonten van hun publiek op de voet en sommige zijn zelfs begonnen met de **integratie van instrumenten voor het zoeken naar werk in hun platforms**. TikTok lanceerde onlangs een proefversie van TikTok Resumes, "ontworpen om TikTok verder uit te breiden en te verbeteren als een nieuw kanaal voor werving en het vinden van vacatures", aldus een persbericht. Werkzoekenden kunnen solliciteren op banen gebruik makend van creatieve, korte en informatieve video's die op het platform zijn gemaakt.

We vroegen Europese vlooteigenaars om in te gaan op aanwerven van een nieuwe generatie werknemers - Dit is wat ze te zeggen hadden⁴:

"Een sterke aanwezigheid in de sociale media helpt wel. We gebruiken twitter, LinkedIn en Facebook om nieuwe chauffeurs aan te trekken."

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

"We plaatsen nieuwe chauffeursfuncties op onze website en maken gebruik van een heel goed uitzendbureau. Die van u moet opvallen, want er zijn momenteel veel bedrijven op zoek naar chauffeurs."

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

(1) Gen Z: geboren na 1996 (2) Verslag van GlobalWebIndex, 2017

(3) YPulse's gsm en app gedragsrapport, 2021

(4) Getuigenissen verzameld tijdens de studie "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre", uitgevoerd door Ducker en Michelin in maart 2022





DE DEUR OPENEN VOOR NIEUWE KANDIDATEN

Hoewel het chauffeurstekort aan verschillende factoren kan worden toegeschreven, zoals de economie, de pandemie, de moeilijke arbeidsomstandigheden, enz. is er één belangrijke factor die niet over het hoofd mag worden gezien, namelijk diversiteit. In de VS bijvoorbeeld zijn de bestuurders overwegend blanke mannen van middelbare leeftijd met slechts 12,4% vrouwelijke bestuurders, 23,4% niet-blanke bestuurders en 60% van de bestuurders van 45 jaar of ouder¹. Uit deze statistieken blijkt dat er nog veel onbenut talent is: jonge en vrouwelijke chauffeurs.

DE TOEKOMST IS VROUWELIJK

Vrouwen maken ruwweg de helft uit van de wereldbevolking en maken toch tussen de 102 en 12,4%³ uit van de truckerpopulatie. Als dat nog niet genoeg is om u te overtuigen om meer vrouwen aan te nemen, het Amerikaanse Transportation Research Institute⁴ stelde vast dat vrouwen in feite veiliger chauffeurs zijn dan mannen. Ze krijgen bijvoorbeeld 73% minder vaak een bekeuring voor door rood licht rijden

GEN Y EN Z KLOPPEN AAN

Aangezien een meerderheid van de bestuurders ouder is dan 45 jaar, moet de sector zich focussen op het aantrekken van jongere bestuurders. In de VS bijvoorbeeld heeft Jo Biden het proefprogramma "Safer Driver Apprenticeship" gelanceerd, waardoor chauffeurs vanaf 18 jaar een carrière in het interstatelijk vrachtwagenvervoer kunnen verkennen (voorheen voorbehouden aan +21-jarigen). Denk er dus over om samen te werken met een plaatselijke rijkschool, naar middelbare scholen en universiteiten te gaan om te praten over een carrière in het vrachtwagenvervoer en zelf een stageplaats op te zetten!

(1) U.S. Bureau of Labor Statistics data for truck transportation, 2021 — (2) Freightwaves survey "Women in trucking", 2019 — (3) U.S. Bureau of Labor Statistics data for truck transportation in 2020 — (4) American Transportation Research Institute (ATRI) onderzoek, 2018 — (5) Glassdoor studie, "Diversity & Inclusion Workplace Survey" september 2020 — (6) Getuigenissen verzameld tijdens de studie "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre", uitgevoerd door Ducker en Michelin in maart 2022 — (7) Glassdoor studie, "Diversity & Inclusion Workplace Survey" september 2020



Jongere generaties die vandaag de dag de arbeidsmarkt betreden, zijn meer dan ooit op zoek naar diversiteit op de werkvloer. 76 procent⁵ vindt diversiteit zelfs een doorslaggevende factor bij het zoeken naar een nieuwe baan. Dit is dus het perfecte moment om uw netten te verbreden en uw vloot te diversifiëren!

We vroegen Europese vlooteigenaars om in te gaan op De deur open voor nieuwe kandidaten – Dit is wat ze te zeggen hadden⁶:

"We hebben een opleidingscentrum voor jonge chauffeurs en hebben tot nu toe altijd stagiairs gevonden, van wie sommigen in het bedrijf blijven."

— een Duitse vlooteigenaar



76%

**VAN DE WERKNEMERS
BESCHOUWT DIVERSITEIT ALS
EEN BEPALENDE FACTOR BIJ
HET ZOEKEN NAAR EEN NIEUWE
BAAN ⁷**



NIEUWE WERKNEMERS VERWELKOMEN

Beginnen met een nieuwe baan is in elke bedrijfstak een grote stap, maar in de vrachtwagensector kan het vaak een hele verandering in levensstijl en werkgewoonten betekenen. Neem daarom de tijd om nieuwe werknemers goed te verwelkomen en in uw vloot te integreren dat is goed voor de nieuwkomers en voor de algemene moraal van het team.

DE WELKOMSTWAGEN

De eerste indruk is belangrijk in elke situatie en op het werk is dat niet anders! Als u wilt dat nieuwkomers zich thuis voelen in uw bedrijf, moet u **vanaf de eerste dag** aandacht besteden aan **integratie en teambuilding**.

- Koppel **nieuwkomers aan ervaren werknemers**. Door nieuwkomers een contactpersoon te geven, wordt het voor hen gemakkelijker om hulp te vragen en al hun vragen beantwoord te krijgen zonder het gevoel te hebben dat ze iemand "lastigvallen". Het helpt hen ook om vertrouwd te raken met de bedrijfscultuur en de dagelijkse routine.
- Organiseer **een welkomstlunch** met ten minste één persoon of het hele team. Plan dan na enige tijd regelmatige bijeenkomsten om doelen te stellen, en die na te streven. Het geeft nieuwkomers het gevoel dat er voor hen wordt gezorgd en het is het perfecte moment om een omgekeerde feedback te krijgen.
- **Plaats een welkomstbericht** op uw bedrijfswebsite of socialmedia-accounts om iedereen te laten weten wie ze zijn! Dit zal de deur openen voor online en in-person uitwisselingen tussen collega's en een algemeen gevoel van verbondenheid.

We vroegen Europese vlooteigenaars om in te gaan op Nieuwe werknemers verwelkomen - Dit is wat ze te zeggen hadden³:

"Bestuurders verwachten een bepaald niveau van comfort, cabine-technologie is een goede manier om hen aan te trekken, vooral met betrekking tot entertainment en communicatie. We geven ze iPads."

— een Franse vlooteigenaar

"Iedereen die bij ons bedrijf komt werken, krijgt een nieuwe telefoon/laptop zodat ze makkelijk kunnen communiceren met onze kantoren."

"Nieuw personeel uitrusten met de juiste instrumenten creëert harmonie en een gelukkige werkplek."

— een Britse vlooteigenaar

(1) Brandon Hall Group onderzoek "The True cost of a bad hire", 2015 (2) Gallup, "Why the Onboarding Experience Is Key for Retention", n.d.

(3) Getuigenissen verzameld tijdens de studie "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre", uitgevoerd door Ducker en Michelin in maart 2022



OPEN COMMUNICATIELIJNEN

Uw chauffeurs zullen veel tijd op de weg doorbrengen, en veel daarvan alleen. Geef ze de middelen die ze nodig hebben om zich **gelukkig en voldaan** te voelen op professioneel en persoonlijk vlak.

- **Hou ze up-to-date.** Geef alle nieuwkomers een handleiding of handboek met procedurele, technische en veiligheidsrichtlijnen die ze gedurende hun hele carrière kunnen raadplegen. Overweeg om regelmatig links te sturen naar nieuws uit de sector, interne en externe regelgevingen en beleidsupdates, zodat ze altijd op de hoogte zijn.
- **Hou ze verbonden.** Technologie heeft het zoveel gemakkelijker gemaakt om contact te houden met de vloot en met dierbaren! Overweeg om aan al uw werknemers door het bedrijf gesponsorde apparaten zoals smartphones, tablets of laptops aan te bieden.
- **Zorg dat ze geboeid blijven.** De nachten onderweg kunnen lang zijn en de opeenvolgende dagen kunnen eenzaam worden. Bied vlootleden abonnementen op video- of muziekstreamingdiensten aan om hen bezig te houden.

Hoewel uit onderzoek¹ blijkt dat **een goede onboarding de retentie met 82 procent kan verhogen**, investeren veel werkgevers niet in het proces. In feite is slechts 12% van de werknemers het ermee eens dat hun bedrijf aan een goede onboarding doet². Dit betekent dat 88% van de werknemers vindt dat de onboarding van hun bedrijf voor verbetering vatbaar is. Laat dat niet gebeuren met uw wagenpark!





ZORG GOED VOOR UW CHAUFFEURS

Als u uw chauffeurs hebt aangenomen, moet u ze in dienst zien te houden! Een van de beste manieren om dat te doen is hen te tonen dat u om hun welzijn geeft. Of het nu is door uw daden of uw woorden (bij voorkeur allebei!), hier zijn een paar ideeën om u op het juiste pad te brengen.

ZORG VOOR HUN LICHAMELIJK WELZIJN

Een Australische studie¹ toonde aan dat truckers bijna vier keer vaker dan het landelijk gemiddelde werden gediagnosticeerd met drie of **meer chronische gezondheidsproblemen** met rugpijn, obesitas en spier- en skeletaandoeningen boven aan de lijst. Belangrijke factoren die bijdragen tot deze gezondheidsproblemen zijn:

- Lange uren achter het stuur doorbrengen
- Beperkte mogelijkheden voor gezond eten en drinken onderweg
- Beperkte mogelijkheden tot lichaamsbeweging

WAT U KUNT DOEN

Eigenaars van grote transportbedrijven **huren welzijnscoaches in** om hun vloot chauffeurs te helpen fysieke fitheidsdoelen te stellen, trainingssessies te leiden en voedings- en slaaptips te geven. Deze coaches kunnen bestuurders helpen hun vorderingen bij te houden en te meten en hen te motiveren om op de goede weg te blijven. Hoewel een fulltime coach waarschijnlijk het budget van veel kleinere wagenparken te boven gaat, kunt u overwegen te **investeren in regelmatige opleidingssessies** over verschillende onderwerpen. Deze sessies kunnen persoonlijk worden gehouden of online worden gestreamd. En als u moeite hebt om uw chauffeurs aan u te binden, kunt u het proces gamificeren en beloningen geven aan chauffeurs die hun doelen bereiken.



**VOLGENS EEN BRITSE STUDIE² NUTTIGT
60% VAN DE CHAUFFEURS HET GROOTSTE
DEEL VAN DE MAALTIJDEN IN DE AUTO
56% VINDT ZICHZELF TE ZWAAR**

(1) BMC Public Health studie "De fysieke en mentale gezondheid van Australische vrachtwagenchauffeurs", 2022

(2) Enquête-rapport over veilig rijden van Brake en Direct Line, 2018

(3) International Journal of Environmental Research and Public Health "Sleep and Mental Health in Truck Drivers", 2018

(4) Getuigenissen verzameld tijdens de studie "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre", uitgevoerd door Ducker en Michelin in maart 2022



VERGEET HET GEESTELIJK WELZIJN NIET

Het is geen geheim dat langeafstandschauffeurs een groot deel van de tijd onderweg zijn, meestal alleen. Anderzijds werken kortafstandschauffeurs hoofdzakelijk binnen de grenzen van hun stad of regio, maar worden zij geconfronteerd met de stress van verkeersopstoppingen en frequente interacties met andere grootstedelijke chauffeurs. Volgens een Europese studie³ lijdt 13,6% van de bestuurders aan depressies, 27,5% aan slapeloosheid en 7,9% aan angstgevoelens.

WAT U KUNT DOEN

Toon uw steun door regelmatig contact op te nemen met uw langeafstandschauffeurs door hen de nodige instrumenten te geven om in contact te blijven met het bedrijf, de collega's en geliefden. U kunt ze onderweg ook vermaken met door het bedrijf gesponsorde abonnementen op muziek- of videostreamingdiensten. Geef uw kortafstandschauffeurs opleidingen over het omgaan met stress op de weg en de interactie met het grote publiek.

En vergeet niet dat een beetje erkenning veel betekent! **Zet uw topchauffeurs in de kijker** op uw socialemediapagina's, met videotestimonials van hun collega's of supervisors of hun foto en een lijst van redenen waarom ze uitblinken in hun job. Wees niet bang om het hele team erbij te betrekken en **om positieve feedback** over uw trucking-ster te **vragen** en deze vervolgens te delen via een bedrijfsbrede e-mail, uw website of op socialemediaplatforms.

We vroegen Europese vlooteigenaars om in te gaan op zorgen voor truckers – Dit is wat ze te zeggen hadden³:

"Langeafstandschauffeurs hebben met veel dingen te maken: lange werkdagen, lange perioden van huis weg, gebrek aan respect bij het laden of lossen van goederen bij de klant, gevaar en risico's onderweg."

— eigenaar van een Duits transportbedrijf

"Nieuw personeel uitrusten met de juiste instrumenten creëert harmonie en een gelukkige werkplek."

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

"...het gaat erom eerlijk te zijn en een zorgzaam karakter te tonen. Vrachtwagenchauffeur kan een eenzame baan zijn, dus u moet aan de geestelijke gezondheid van uw werknemers denken. We proberen eens in de drie maanden uitstapjes te organiseren voor ons personeel en hebben een Facebook-pagina waar mensen kunnen chatten."

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

"Creëer een werkomgeving waarin chauffeurs zich gelukkig en gewaardeerd voelen! Dit omvat het aanbieden van warme maaltijden bij het ontbijt/lunch en we hebben een sociaal comité opgericht voor uitstapjes."

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

"We hebben een open oor voor problemen, menselijkheid komt op de eerste plaats! Wij streven voortdurend naar een ontspannen werksfeer waarin iedereen zich op zijn gemak voelt."

— eigenaar van een Duits transportbedrijf



ZORG VOOR EEN DUIDELIJK LOOPBAANTRAJECT

Een goede werknemer is een ongelooflijke aanwinst, of ze nu achter het stuur zitten, de backoffice runnen of de volgende generatie truckers opleiden. Zorg ervoor dat uw nieuw aangeworven chauffeurs en uw chauffeurs die al lang in dienst zijn, weten welke mogelijkheden er voor hen zijn binnen het bedrijf. Dit zal hen dagelijks motiveren en loyaliteit opbouwen.

IN DE STARTBLOKKEN

Als er nieuwe chauffeurs in uw vloot komen, **koppel ze** dan aan een ervaren chauffeur zodat ze de kneepjes van het vak kunnen leren. Mentoren zetten hen niet alleen op het juiste spoor, maar zij kunnen ook met enthousiaste nieuwkomers praten over de verschillende mogelijkheden binnen het bedrijf in de toekomst.

De meeste nieuwe chauffeurs zullen hun carrière waarschijnlijk beginnen op langeafstandsroutes. Zodra ze uw vertrouwen hebben verdiend en zichzelf hebben bewezen, praat dan **met ze over toekomstige routes** in regionale of lokale vrachtwagens. De mogelijkheid om dicht bij huis te blijven of standaarduren te houden, kan de chauffeurs motiveren om de langeafstandsroutes te blijven rijden tot ze overgaan naar de volgende stap in hun carrière.

EEN OVERSTAP NAAR HET MANAGEMENT

Sommige chauffeurs brengen hun tijd graag op de weg door, maar anderen willen misschien andere mogelijkheden uitzoeken om hun ervaring achter het stuur in een kantooromgeving te gebruiken. Dat kunnen bijvoorbeeld **management- of expeditiefuncties** zijn. Deze omschakeling kan een win-win zijn voor u en uw chauffeur. Als ze bijvoorbeeld al ervaring hebben met de druk van tijdige leveringen of de eenzaamheid van nachten onderweg, kunnen ze andere bestuurders beter aanmoedigen en gemotiveerd houden. Andere functies op kantoor kunnen bestaan uit het begeleiden van nieuwe chauffeurs, supervisors op locatie of kantoomanagers, zorg ervoor dat u uw vloot chauffeurs op de hoogte brengt van alle mogelijkheden.

94%

**VAN DE WERKNEMERS'
ZEI DAT ZE LANGER
Zouden Blijven Bij Een
Bedrijf Dat Investeert
In Hun Professionele
Ontwikkeling.**

(1) ClearCompany "statistieken over de ontwikkeling van werknemers", 2021

(2) Getuigenissen verzameld tijdens de studie "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre", uitgevoerd door Ducker en Michelin in maart 2022



LEID ZE OP VOOR DE TOEKOMST

Wat hun doel ook is, het is uiterst belangrijk om **duidelijk te zijn over de timing**. Hoewel het bemoedigend kan zijn om te overwegen hogerop te komen, kunnen werknemers snel ontmoedigd raken als ze niet het gevoel hebben dat ze snel genoeg evolueren. Neem de tijd om een loopbaantraject voor hen uit te stippelen en bespreek regelmatig openlijk hun vorderingen. Zodra u hun doelstellingen hebt bepaald, kunt u opleidings- of mentorschapsprogramma's opzetten om **hen te helpen zich professioneel te ontwikkelen**.

We vroegen Europese vlooteigenaars om in te gaan op **Zorgen voor een duidelijk loopbaantraject** – Dit is wat ze te zeggen hadden²:

“Als er nieuwe chauffeurs bij het bedrijf komen, neemt de directie ze mee uit lunchen en koppelt ze de eerste paar weken aan een van de oudere chauffeurs.”

— eigenaar van een Brits transportbedrijf

“Chauffeurs hebben vaak toegang tot training met kwaliteitsgereedschap.”

— eigenaar van een Frans transportbedrijf

“Onze chauffeurs worden regelmatig bijgeschoold via interne en externe opleidingen.”

— eigenaar van een Duits transportbedrijf





HET EXITGESPREK

Zelfs in de beste werkrelaties, komt er een tijd om afscheid te nemen. Een verandering in de gezinssituatie, een carrièrewending, een nieuwe kans of pensionering, er zijn verschillende redenen waarom een werknemer uw vloot zou kunnen verlaten. Of de redenen nu verband houden met de baan zelf, er totaal niets mee te maken hebben of ergens daartussenin liggen, elk vertrek biedt een kans om te leren en als bedrijf te groeien.

KIES UW METHODE

Sommige bedrijven geven de voorkeur aan **face-to-face exitgesprekken**, terwijl andere kiezen voor **online enquêtes of vragenlijsten**. Alleen u kunt weten welke methode het beste bij uw wagenpark past. Hier zijn een paar dingen om in gedachten te houden als u beslist:

- **Persoonlijke interviews kunnen ongelooflijk vruchtbaar zijn** omdat ze de mogelijkheid bieden tot het stellen van vervolgvragen. Maar, er is een keerzijde aan de face-to-face methode: lippen op elkaar. Sommige werknemers voelen zich niet op hun gemak als ze openhartig over hun baan of hun relaties met werknemers en het management spreken vooral in aanwezigheid van hun directe supervisor.
- Enquêtes en vragenlijsten kunnen een geweldige manier zijn om **consistente vragen te stellen** en een eerlijk antwoord van uw teamleden te krijgen. Het enige nadeel hier is dat je beperkt bent tot wat er op de pagina staat.



TIP: LAAT EEN NEUTRALE PARTIJ HET INTERVIEW AFNEMEN



TIP: VOEL WELKE METHODE GESCHIKT IS VOOR ELK INDIVIDU EN MIX HET.





VERDER OPVOLGEN

Vertrekkende werknemers kunnen een **geweldige bron voor verbetering** zijn, als u bereid bent te luisteren. De beste exitgesprekken leveren bruikbare feedback op. Stel dus de juiste vragen over werkomstandigheden, beleid en management, bijvoorbeeld. En hier is de belangrijkste stap: als u deze feedback krijgt, handel er dan naar. Volgens een studie van Harvard Business Review¹ kon minder dan een derde van de bedrijfsleiders één enkele actie bedenken die naar aanleiding van een exitgesprek was ondernomen! Als u de tijd neemt om deze interviews af te nemen, moet u ook de tijd nemen om **veranderingen door te voeren op basis van uw bevindingen!** Dat is niet alleen goed voor uw bedrijf, maar het laat ook andere werknemers zien dat hun feedback ertoe doet.

BLIJF IN CONTACT

Als u op goede voet uit elkaar gaat, kunnen voormalige werknemers **uitstekende merkambassadeurs** zijn. Zij vertellen over uw bedrijf, uw managementpraktijken, voordelen, arbeidsomstandigheden en cultuur, zorg ervoor dat ze goed nieuws delen, geen slecht nieuws! Als het goed wordt uitgevoerd, kan een exitgesprek zelfs leiden tot een nieuw sollicitatiegesprek. Houd contact met hardwerkende, toegewijde werknemers, zij kunnen later terugkomen!

VOLGENS GALLUP², KAN EEN GOED UITGEVOERD EXITGESPREK:

- U helpen **het verloop te verminderen**
- Maak dat vertrekkende werknemers **merkambassadeurs** worden
- Kom te weten wat **concurrenten aanbieden**
- **Genereer een pool van gegevens** waarvan u in de loop van de tijd kunt leren

(1) Harvard Business Review, "Making Exit Interviews Count", 2016
(2) Gallup, "The Real Value of Getting an Exit Interview Right", juni 2018



