

# Case Ctalents: Waarde creëren met data

8 min

Datavolwassenheids niveau

[Beschrijver](#)

Doelen

[Bedrijfsvoering verbeteren](#)

Themas

[De mens en cultuur](#)

[Maatschappelijke impact](#)

‘Wij hebben al lang en breed bewezen dat een visuele of auditieve uitdaging je er niet van hoeft te weerhouden je talenten in te zetten en je ambitie te volgen’, aldus Liset Bakker, manager HR en Operations bij Ctalents. Het bureau heeft als doel om de werkloosheid onder zintuiglijk talent te verlagen van 70 naar 20 procent.

‘Data speelt een grote rol in de beslissingen die we nemen. Op basis van de verkregen informatie kunnen we meer feitelijk juiste beslissingen maken.’ Enerzijds gebruikt Ctalents data om te zorgen voor de beste match tussen talenten en bedrijven. Anderzijds om inzicht te krijgen in de (beoogde) resultaten. Daartoe heeft Ctalents een track record opgezet, oftewel: een database. ‘Daarin moet je constant alles verzamelen. Toen we in 2014 met het bedrijf startten, hielden we alles bij in Excelsheets. Nu gebeurt dit professioneler.’ Ctalents beschikt over een zogeheten Applicant Tracker System (ATS). Hierop worden vacatures geplaatst, waar kandidaten vervolgens op kunnen solliciteren. ‘Wij kunnen via het systeem kandidaten benaderen en gespreksverslagen opnemen. We krijgen meer inzicht in de succesratio per klant, en welke factoren daarin een rol spelen.’

**'Met data willen we zien welke**

# doelgroepen het moeilijkst aan een baan komen'

## Gebaarista's

Via het trackersysteem kan Ctalents beter sturen op data. Liset: 'We meten hoeveel kandidaten en vacatures per maand binnenkomen, hoe snel we iemand kunnen voorstellen aan een bedrijf en hoelang het duurt voordat diegene is geplaatst.' Ook houdt het uitzendbureau bij in hoeverre de kandidaten doorstromen naar vast werk. Ctalents meet zo de instroom, uitstroom en snelheid van de processen. 'Via het ATS weten we welke doelgroep het minst snel aan het werk komt, waarom dat zo is en welke oplossingen we daarvoor kunnen bieden. Zo bleek uit de data dat het specifiek voor mensen die communiceren middels gebarentaal én lager opgeleid zijn of met vakgebieden waarin veel arbeidsplekken verdwijnen door digitalisering, lastig meekomen is in een reguliere werkomgeving. Het was moeilijk voor deze doelgroep om werk te vinden. We dachten: hoe kunnen we dit omdraaien?' Zo ontstond de Sign Language Coffee Bar, een koffiebar gerund door dove en slechthorende gebaarista's. 'Op veel grote kantoren plaatsten we zo'n bar. Klanten leren hoe ze hun bestelling in gebarentaal kunnen doen.' De Sign Language Coffee Bar is een mooi voorbeeld van hoe verzamelen en analyseren van data van toegevoegde waarde kan zijn voor een onderneming. 'We hopen in de toekomst meer te kunnen analyseren met data om zo doelgroepen te identificeren die het moeilijkst aan een baan komen.'

## Privacy

Werken met data is voor Ctalents geen hindernisvrij pad geweest. 'We konden het ATS eerst niet bekostigen, maar dankzij onze groei lukt dat nu wel.' Lastig is hoe om te gaan met de privacywetgeving, zoals die is vastgelegd in de AVG. 'Wat kun je wel en niet registreren? Wij zijn heel oplettend in wat we bijhouden, wat mogelijk is, en of dat mag.' Door bepaalde informatie alleen toegankelijk te maken voor (een aantal) medewerkers van de organisatie, houdt Ctalents rekening met de privacy van hun talenten. 'Als werkgever gebruiken wij een systeem voor onze werknemers, waarin alleen onze HR-mensen toegang hebben. Het ATS is weer een apart systeem voor de recruiters. Daar kun je bijvoorbeeld niet de loongegevens zien van een kandidaat.'

## 'Zoek een systeem dat bij jouw bedrijf past'

Bij Ctalents laten ze zich door de brancheorganisatie NBBU informeren over de privacy wet- en regelgeving. Ctalents heeft daar niet iemand apart voor in dienst. 'We volgen regelmatig trainingen vanuit de brancheorganisatie om zo op de hoogte te blijven van de laatste ontwikkelingen.'

### Draagvlak

Om alle werknemers te motiveren mee te gaan in datagedreven werken, introduceerde de sociale onderneming KPI's (Key Performance Indicators). Deze moeten medewerkers stimuleren om zo resultaatgericht mogelijk te werken. 'Daar besteden we elke dag aandacht aan. Onze teams beginnen de dag met de belangrijkste cijfers, zodat iedereen op de hoogte is van waar we nu staan.' Een voorbeeld van een KPI is die op het aantal plaatsingen, 'een hoofdindicator.' Iedere werknemer is verantwoordelijk voor een 'eigen' KPI, vertelt Liset. Een senior recruiter bijvoorbeeld voor de indicatoren aan de klantenkant, een junior recruiter wordt aan de kandidatenzijde ingezet. HR is verantwoordelijk voor de indicatoren omtrent ziekteverzuim. 'Waar we op sturen is transparantie over de cijfers en processen, hoe het met ons gaat als organisatie. Je wilt voorkomen dat er een gat ontstaat tussen werknemers en management. Want alleen samen kunnen we onze hoge doelstelling halen: de werkloosheid onder zintuiglijk talent drastisch verminderen.'

## Tips van Liset



Deze PDF is automatisch  
gegenereerd op basis van jouw  
selectie