

Update

Binnenhalen van talent blijft uitdaging

Voor veel organisaties is het binnenhalen, opleiden en behouden van jong talent een grote opgave in het komende decennium. Tussen 2010 en 2015 verlaten maar liefst 775.000 baby-



boomers de arbeidsmarkt. Slechts 420.000 jongeren treden toe. Feit is dat Nederlandse organisaties vergrijzen en ontgroenen, maar toch zijn ze niet goed voorbereid op het werven en behouden van jonge talenten. Vooral organisaties die juist in deze tijd investeren in talenten zullen in de toekomst succesvoller zijn. Twynstra Gudde heeft voor dit vraagstuk een nieuwe activiteit opgestart onder de naam 'Talentive'. De oprichters Thomas

Verhiel en Fritz Kortzen begeleiden, adviseren en lichten organisaties door op het gebied van traineeships en talenttrajecten.

De oprichters van Talentive behoren zelf tot de doelgroep en hebben ruime ervaring in de adviesbranche. Talentive wil bedrijven helpen bij het maken van de match tussen een organisatie X en aanstormende talenten, de zogeheten generatie Y. De Talentive-aanpak is onderbouwd met gegevens die op gegeven kennis en onderzoek berusten. Sinds 2006 heeft Twynstra Gudde onderzoek gedaan naar jong talentmanagement. Dit heeft geresulteerd in het boek *JongLeren met Talent, de match tussen Organisatie X en Generatie Y* (Jolink, Kortzen en Verhiel, Scriptum 2009). Het boek wordt op maandag 18 mei gepresenteerd tijdens het congres JongLeren met Talent. Daarnaast heeft het onderzoek geleid tot de ontwikkeling van de TalentTypen-Test, die inzicht geeft in welk type talent een organisatie behoefte heeft.

(advertentie)

CompanyRating, platform voor beoordelen van werkgevers

Op CompanyRating, een initiatief van intermediar.nl, is te zien hoe werknemers hun werkgever beoordelen. Werknemers kunnen op dit platform het salaris, de sfeer, de werkdruk, de inhoud van het werk, de vrijheid en de door-groeimogelijkheden beoordelen. Inmiddels zijn al circa 2.000 bedrijven beoordeeld met ruim 7.000 reviews. Op dit moment zijn dit de best scorende bedrijven binnen de volgende branches:

Top 5 Overheid

Koninklijke Luchtmacht
SRE Milieudienst
Gemeente Den Haag
Gemeente Delft
Waterschap De Dommel

Top 5 FMCG

Procter & Gamble
Mexx
Unilever
Mars Nederland B.V.
Albert Heijn

Top 5 Telecom

Vodafone
T-Mobile
Ericsson
Tele2
Acision

Top 5 Financiële Dienstverlening

Arval
Foederer DFK
Isa Group
Rabobank
Finext

Het platform is te vinden op www.companyrating.nl.

Identity test lokale zoekfunctie van Google

Google voerde onlangs meerdere wijzigingen in haar zoekomgeving door. Zo werd Google Suggest wereldwijd op nationaal niveau doorgevoerd en is Google aan het testen met een forse uitbreiding van haar grafische gebrui-

De nieuwste onderzoeksrapporten direct paraat.

FEITENenCIJFERS.NL
Direct toegang tot onderzoek 

Bezoek www.feitenencijfers.nl voor een gratis proefabonnement

kersomgeving, waaronder het 'Wonder Wheel' voor meer relevantie in de zoekresultaten.

Identity heeft het nieuwe algoritme getest. Binnen Local Search ligt de focus op het tonen van resultaten die geografisch gezien dichtbij de locatie van de zoeker liggen. Lokale resultaten werden voorheen alleen getoond wanneer men zocht op een zoekterm in combinatie met duidelijke geografische locatie. Met het nieuwe algoritme toont Google relevante lokale resultaten gebaseerd op de fysieke locatie van de zoeker. Hierbij is de aanwezigheid van een geografisch kenmerk in de zoekopdracht niet langer noodzakelijk. De fysieke locatie wordt onder andere bepaald door het IP-adres van de zoeker, maar ook op basis van browser gerelateerde informatie. Uit de test van Identity kwam naar voren dat er nog een grote 'guess'-factor in de zoekresultaten zit en dat de nieuwe methodiek nog voor verbetering vatbaar is.

21minuten weer van start

Vanaf 15 april kunnen alle Nederlanders via 21minuten.nl weer hun mening geven over de staat van Nederland. Dit jaar staan de huidige economische situatie, het klimaat en Europa centraal. Tot 12 mei kan iedereen online deelnemen. In de online vragenlijst wordt gevraagd naar de mening van de Nederlander over de huidige problemen en kansen voor ons land. De burger wordt gevraagd hoe de overheid en andere instanties op de huidige situatie in moeten spelen en wat zij zelf merken en doen.

In aanloop naar de verkiezingen voor het Europees Parlement wordt ook gevraagd naar de mening en verwachtingen ten aanzien van Europa. Daarnaast kan men dit jaar ook actief in discussie over de thema's van

21minuten.nl met opinieelers en experts, via het online platform *De Nationale Dialoog*.

De resultaten van 21minuten.nl 2009 worden op 28 mei bekendgemaakt tijdens een groot evenement in Den Haag met politici en beleidsmakers. Invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 21 minuten. Met telkens meer dan 100.000 deelnemers in eerdere edities van 21minuten.nl is dit het grootste online opinieonderzoek in Nederland geworden. 21minuten.nl is een onafhankelijk en belangeloos initiatief van De Publieke Zaak en McKinsey & Company en wordt ondersteund door het VSB fonds, het V-fonds, *NRC Handelsblad*, BvH, Porter Novelli, Favela Fabric, Ster, RTL, Motivation, SBS, *AD*, MSN, Hyves en Ilse media.

21MINUTEN.NL

Lees de bijsluiter



Afgelopen maand vond het congres Sociale Netwerken in Organisaties plaats. Daar werden de kansen van bedrijven en instellingen om meerwaarde te halen uit sociale netwerken en web2.0 uitgebreid belicht. Er was ook aandacht voor twee negatieve bijwerkingen van dat 'user generated web'. Bloggers willen nog wel eens materiaal jatten en ook de in IK veelbesproken digitaliseringsdrang zet het auteursrecht onder druk. Dat leidde in een gesprek met keynote David Gurteen tot de vraag: wat zou er gebeuren als het auteursrecht volledig wordt afgeschaft? Een interessant gedachte-experiment.

Zo'n experiment kan je ook uitvoeren met het concept 'privacy'. ICT-jurist Arnoud Engelfriet legde op het congres haarfijn uit dat een privacystatement niet altijd over het respecteren van privacy hoeft te gaan. Lang niet iedereen leest de 'terms & conditions' en daardoor hebben websites – ongemerkt – vaak veel te zeggen over user generated content. Het begrip 'user generated' geeft dan ook precies aan waar de grens ligt: de gebruiker produceert, maar de website is daarna eigenaar. Dat is andere koek dan het slikken van een aspirientje, waarvan u de bijsluiter vermoedelijk ook niet kent. Bijwerkingen van web2.0, zoals privacy-inbreuk, kunnen in ieder geval van langdurige aard zijn. Zeg maar gerust: de rest van uw leven.

Erik Bouwer – erikbouwer@essentials-media.nl

e-office: Great Place to Work

E-office, the human software organisation en specialist in het optimaliseren van de digitale werkomgeving van professionals, is voor het derde achtereenvolgende jaar uitgeroepen tot Great Place to Work. Met een overall score van een 8,9 behoort e-office wederom tot de tien MKB-bedrijven die zich Great Place to Work mogen noemen. Tevens ontving het bedrijf een speciale award voor de onderlinge samenwerking tussen het management en de medewerkers (Involvement of Employees). Een Great Place To Work wordt gedefinieerd als een organisatie waarin medewerkers 'vertrouwen hebben in de mensen voor wie ze werken, trots zijn op wat ze doen en plezier hebben met de collega's met wie ze samenwerken'. Uitkomsten van het onderzoek onder de medewerkers van de deelnemende bedrijven bepaalt hun classificatie. De speciale award voor de onderlinge samenwerking tussen management en medewerkers is dit jaar nieuw. e-office heeft het hoogst gescoord in deze categorie.