



HR Magazine

Date : 01/04/2018
Page : 14
Periodicity : Monthly
Journalist : --

Circulation : 2500
Audience : 0
Size : 561 cm²
Advertising value equivalency :

- Recruitment
- TECHNOLOGIE

Virtuele realiteit

HR-dienstverlener **t-groep** experimenteert als pionier met virtual reality-brillen voor rekrutering. Jongeren vinden het over het algemeen een geweldige ervaring.

TEKST: PATRICK VERHOEST

EXPERIMENT

T-groep zet in op groei. Voor de nieuwe geopende kantoren zoekt het bedrijf constant naar nieuwe medewerkers, weet directeur human resources Véronique Brasseur. “We willen onze klanten en kandidaten een zo persoonlijk mogelijke dienstverlening bieden en zo dicht mogelijk bij hen zitten. ‘Experience’ en nabijheid vinden we belangrijk. Daarnaast zetten we in op innovatie, automatisatie en digitalisatie. Door onze basisprocessen verder te automatiseren, spelen we onze troeven nog sterker uit naar klanten en kandidaten. De VR-bril is hierbij een eerste mooi experiment binnen het rekruteringsproces. Jonge mensen houden van de virtuele werkelijkheid. Ze vinden het geweldig dat ze op die manier even in de wereld van een uitzendconsulent mogen duiken.”

SCHAARSTE

Efficiëntie en snelheid zijn van belang in een markt met schaarste, weet de HR-directeur. “Onze kandidaten hebben vandaag veel mogelijkheden. We willen hen een zo goed mogelijk beeld geven van de functie van uitzendconsulent. Het is een boeiende functie met veel variatie. Je werkt met mensen en probeert hen te helpen in hun zoektocht naar een job. Bedrijven help je de juiste profielen te vinden. We gebruiken onze virtual reality-bril voornamelijk op jobbeurzen om potentiële kandidaten een reëel beeld te geven van wat een job bij **t-interim** inhoudt. We laten deze ook zien bij rekruteringsevenementen zoals onze jobtastings, maar ook bij selectiegesprekken op het hoofdkantoor.”

VR-ERVARING

Sollicitanten willen heel goed weten waarvoor ze solliciteren. De VR-bril is niet alleen een leuk gadget, maar geeft een realistisch beeld van de functie. “We nodigen



geïnteresseerden uit om plaats te nemen achter een bureau en zelf in de wereld van een consulent te duiken”, legt Véronique Brasseur uit. “De reacties zijn zeer positief want de ervaring is overtuigender dan een gesprek. Soms is dat helemaal niet het geval, maar ook dat is een pluspunt. Eventuele toekomstige medewerkers zien snel in dat de functie misschien toch niets voor hen is. In het een filmpje in VR ligt de focus voornamelijk op het rekruterings- en commerciële aspect van de functie. Voor de kandidaat lijkt het alsof hij/zij naast de ervaren consulent zit en de verschillende activiteiten binnen de functie meevolgt. De kandidaat kijkt ook 360 graden rond in het kantoor. Op deze manier proberen we een realistisch beeld te geven van de job en de omgeving en de sfeer rond de functie zo waarheidsgetrouw mee te geven.”

TOEKOMSTMUZIEK

T-groep zet de VR-bril vooral in op beurzen en infosessies bij scholen. Véronique Brasseur: “We willen kandidaten vroeg in de selectieprocedure een goed beeld geven van de job. Daarnaast willen we die ook gebruiken in de laatste fase, net voor het finale gesprek. Ook het testen aan de hand van VR zijn we aan het bekijken. We willen eveneens grote klanten in dit proces betrekken. Op vlak van training en ontwikkeling bekijken we nieuwere leervormen en ook daar zou VR een plaats kunnen krijgen. De HR-wereld is in volle verandering en je moet steeds blijven uitkijken naar hoe je het verschil blijft maken. Gewone zaken ongewoon goed doen, dat is wat we elke dag nastreven. Blijven vooruitdenken, innoveren en nieuwe ervaringen creëren voor klant, kandidaat en medewerkers. Dat maakt ons vak ook ongelooflijk boeiend.” ¶

“Voor de kandidaat lijkt het alsof hij naast de ervaren consulent zit en de verschillende activiteiten kan meevolgen”



Véronique Brasseur

FUNCTIE

Directeur human resources
t-groep