

ROBOT ZKT KANDIDAAAT, OF TOCH NIET?

Algoritmes, AI, VR, cloud, blockchain, enzovoort. De grabbelton met digitale revoluties waarmee HR zijn voordeel kan doen oogt diep. Hoe hard grijpt de digitalisering in op de HR-dienstverleners en weten ze welke werf eerst aan te pakken? (Wouter Temmerman)

Toen Federgon, de federatie van HR-dienstverleners drie jaar terug haar 'Foresight 2020'-rapport publiceerde, was het al duidelijk dat de HR-sector een grote impact verwachtte van de digitalisering. Een bevraging legde toen bloot dat de HR-bedrijven technologisering (robotisering, digitalisering) zagen als een evolutie die zowel de arbeidsmarkt als de eigen werking grondig zou gaan beïnvloeden. Enkel de stijging van het aantal ouderen in de bevolking vond de sector een nog meer gewichtige trend.

Het Federgon-rapport is intussen drie jaar oud en in termen van digitalisering is dat een eeuwigheid. De federatie publiceerde onlangs dan ook een update om aan te tonen hoe de sector met die digitalisering omspringt. Het gebruikt daarbij enkele blitse voorbeelden. Zoals dat van Volvo, dat dit jaar op het Autosalon kandidaten met een technisch profiel trachtte te strikken door in een S90 gegadigden achter het stuur te interviewen met een robot. Een camera volgde de non-verbale expressie van de kandidaat, een chatbot peilde naar technische kennis, motivatie en sociale vaardigheden. Digitale artificiële rekrutering in de praktijk heet dat. Het voorbeeld hoeft niet te betekenen dat artificiële intelligentie vandaag al de standaard is in de HR-dienstverlening. Het geeft vooral de marsrichting aan. In de praktijk blijkt het digitaliseringsproces op een ander niveau te starten.

E-uitzendarbeid

Het instapniveau is niet onverwacht de backoffice. Federgon wijst op technologische evoluties in de databanken en de communicatie ertussen. Daardoor automatiseert de verspreiding van vacatures in databanken en stijgt de transparantie op de arbeidsmarkt. De uitzendsector automatiseerde de directe aangifte (Dimona), de arbeidsovereenkomsten en de ondertekening ervan, de facturatie, enzovoort. Stuk voor stuk klassiekers, die toch nog steeds vatbaar zijn voor nieuwe oplossingen.

Op sectorniveau ontwikkelde de uitzendsector InterimSign, een platform dat de elektronische ondertekening van uitzendovereenkomsten mogelijk maakt. Een jaar na de start werken 133 uitzendbedrijven ermee en wordt meer dan de helft van de uitzendcontracten met InterimSign ondertekend.

De perfecte match

Toch zou het een onderschatting van de mogelijkheden betekenen, mocht de HR-sector het hierbij laten inzake digitalisering. Ook de frontoffice biedt interessante mogelijkheden en naast fintech is ook HR-tech een bron van inspiratie voor veel innovatieve start-ups. "Het is logisch dat HR-bedrijven voordeel kunnen halen uit het digitaliseren van de zoektocht naar geschikte kandida-

TECHNOLOGISERING – DE OP ÉÉN NA BELANGRIJKSTE TREND



Bron: Federgon (Foresight 2020) / IDEA Consult op basis van resultaten enquête bij HR-dienstverleners



© GVA - Foto ir

Volvo trachtte dit jaar op het Autosalon kandidaten met een technisch profiel te strikken door in een S90 gegadigden achter het stuur te interviewen met een robot.

ten”, zegt Tom Verhaegen, ceo van t-groep. Een performant digitaal matchingsysteem heeft ons in 2017 een verdubbeling van de instroom bezorgd. Voor dit jaar zal dat nog eens het geval zijn. We halen scores tot 80% match. Het is duidelijk dat digitalisering het zoeken naar de juiste kandidaat enorm kan optimaliseren.”

Was het zoeken van kandidaten dan niet per definitie zo’n taak die je moeilijk aan een robot overlaat? Iets waarbij menselijke feeling voor meerwaarde zorgt? “Klopt”, zegt Verhaegen daarover. “Sommige zaken kan je niet digitaliseren. Onder de huid kruipen van een klant om bijvoorbeeld inzicht te krijgen in de gekozen

aanwervingscriteria bijvoorbeeld. Maar dat zijn wel taken waarvoor we meer tijd vrijmaken nu we andere routineklussen automatiseren.” Voor de HR-services zal het de komende jaren zoeken worden naar de gulden middenweg. Enerzijds kan je een kandidaat haast beter leren kennen dan hij zichzelf kent. Selectie op basis van meer generieke skills, zoals persoonlijkheid, aanpassingsbereidheid, leervermogen en professionaliteit zijn duidelijke digitale opties. Maar sluit dat de cirkel? Niet helemaal, vindt ook Alistair Cox, ceo van Hays toen Bloovi hem daarover interviewde. “Er zijn nog altijd geen algoritmes die zaken als humor, gemoedstoestand of enthousiasme kunnen opmerken zoals een echte mens dat kan.”

HR VR

Het digitaliseren van het zoekproces door het gebruik van algoritmes is voor veel HR-bedrijven een no-brainer. Het inzetten van bijvoorbeeld chatbots is een logische uitloper. Een bot die de eerste selectie uit 400 kandidaten maakt, puur op basiscompetenties, maakt het leven van een HR-consultant makkelijker. Maar er is meer. Virtual reality is eveneens een reële piste voor HR. Een kandidaat die via VR al eens een dag kan meelopen in de job waarvoor hij solliciteert of in het bedrijf dat hem aanspreekt? Het is mogelijk. En het biedt zowel naar rekrutering als naar de uitbouw van het imago van de werkgever evidente troeven.

“Wij hebben onze eigen medewerkers daarmee reeds ervaring laten opdoen”, getuigt Tom Verhaegen. “Met het oog op jobbeurzen lieten we kandidaten al eens een dag als HR-consultant via virtual reality beleven. Dat is een zeer interessante technologie en ik ben zeker dat ze verder ingang zal vinden. Bij ons is de volgende stap



In Australië gebruikt het platform Chronobank.io, een interimbemiddelaar, blockchain als basis voor een systeem dat de betaling tussen freelancers en opdrachtgevers regelt.

om dit voor onze klanten te ontwikkelen om hen een nog betere screening aan te bieden.”

Keuzestress

Een laatste digitale trend om het af te leren: blockchain. Of anders gezegd: het werken met een gedecentraliseerde database met informatie verspreid over verschillende computers, waarbij alle computers aanpassingen moeten goedkeuren voor ze plaatsvinden. In Japan gebruiken rekruteerders de technologie om een authenticatiedatabase te maken met cv's voor mensen die op zoek zijn naar een baan. De database verifieert diploma's en contracten, waardoor de transparantie verhoogt en de fraude afneemt. In Australië gebruikt het platform Chronobank.io, een interimbemiddelaar, blockchain als basis voor een systeem dat de betaling tussen freelancers en opdrachtgevers regelt. De betaling van de gepresteerde uren gebeurt via blockchain. Gedecentraliseerd dus en los van de klassieke financiële instellingen.

Het zijn voorbeelden die in België nog niet aan de orde zijn en die ook ongetwijfeld nog enkele juridische hindernissen zullen

“NAAST FINTECH IS OOK HR-TECH EEN BRON VAN INSPIRATIE VOOR VEEL INNOVATIEVE START-UPS.”

moeten overwinnen. Maar ze geven wel aan dat HR-dienstverleners momenteel de handen vol hebben met het inschatten van nieuwe digitale evoluties. Op welke trein spring je? Waarin wil je pionieren en waar is het beter om af te wachten? “Wij vergelijken het graag met een snoepwinkel”, zegt Tom Verhaegen. “Daar zie je veel aantrekkelijke bokalen vol lekkers zitten, maar je weet dat je niet alle bokalen tegelijk kan opentrekken. Zo is het ook met digitalisering in HR. Je moet goed kiezen, stap voor stap integreren en dan nagaan of het voldoende toegevoegde waarde creëert. Bij het kiezen waken wij vooral over de match tussen een digitale investering en onze eigen USP. Daar mag je niet op inboeten.”

HR als commodity

Zolang elke HR-dienstverlener eigen digitale accenten legt, blijft het mogelijk om je op de markt te onderscheiden. Maar wat als gaandeweg iedereen een vaste set aan technologieën gaat implementeren? De markt kan op een punt belanden waarbij het digitale HR-aanbod een commodity wordt. Zijn de HR-services sterk genoeg om dat scenario te vermijden? Auteurs als Steven Van Belleghem (in ‘Customers the day after tomorrow’) wijzen op het gevaar van commoditisering in sectoren die digitaliseren en ook Federgon preekt waakzaamheid. “Het is belangrijk om als bedrijf een duidelijk inzicht te hebben in welk deel van het aanbod gevoelig is voor commoditisering door digitale technologie en technologiebedrijven”, schrijft de federatie.

Tom Verhaegen geeft tot besluit aan waar volgens hem de breuklijn loopt. “Kijk naar de automarkt”, zegt hij. “Ook daar heeft iedere wagen een stuur en vier wielen, maar bestaan toch veel verschillen en is de commoditisering beperkt. Het onderscheidend vermogen in HR brengt ons toch terug naar de persoonlijke touch. Ik geloof niet in een scenario waarbij HR-bedrijven massaal kantoren sluiten en ze vervangen door digitale oplossingen. Dicht bij de klant staan, zoals de uitzendsector ooit is begonnen, zal steeds een troef blijven.” ■



© DragonImages - Fotolia

Een kandidaat die via VR al eens een dag kan meelopen in de job waarvoor hij solliciteert of in het bedrijf dat hem aanspreekt? Het is mogelijk. En het biedt zowel naar rekrutering als naar de uitbouw van het imago van de werkgever evidente troeven.