

PeopleGroup

‘Wij zoeken geen inkopers, wij maken ze!’

Inkoop, marketing en verkoop, PeopleGroup heeft het in het pakket. Sinds vijf maanden is daar het product werving en selectie bijgekomen. PeopleGroup kan bedrijven zo nog beter ondersteunen bij het realiseren van hun inkoopambities. ‘We staan naast de klant bij het verbeteren van hun waardeketen’, vertelt directeur Mike de Jongh.

PeopleGroup helpt met een combinatie van verschillende producten de klant ambities daadwerkelijk te realiseren. Vanuit inkoop en/of verkoop wordt de waardeketen van het betreffende bedrijf geoptimaliseerd. Het uiteindelijke doel? Continue renderende klanttevredenheid voor de bedrijven die door PeopleGroup worden geholpen. Met een geheel andere aanpak garandeert de dienstverlener een goed resultaat. Dat uit zich onder meer in het werving en selectie-product van PeopleGroup. Het bedrijf selecteert binnen de inkoopdiscipline professionals, zorgt

ICT-inkoper en is het moeilijk aan een ervaren ICT-inkoper te komen? Dan zoeken we naar een ICT’er met potentie in plaats van een inkoper zonder ICT-achtergrond. Je kunt gemakkelijker een ICT’er het inkoopvak bijbrengen dan een inkoper kennis van de ICT.

Inkopers maken

De Jongh richtte PeopleGroup acht jaar geleden samen met Fred Wittmaekers op. De twee kozen ervoor een eigen bedrijf te beginnen, vooral omdat ze wilden doen wat ze leuk vinden en ruimte zagen voor een andere aanpak. Dat leidde ertoe dat

dat. Een breed scala aan klanten maakt inmiddels gebruik van de expertise van het bedrijf. ‘Zowel profit als non-profit’, licht De Jongh toe. ‘We hebben klanten in het midden- en kleinbedrijf en groter, zoals energiebedrijven, ziekenhuizen en energiecentrales.’ Per jaar zijn zo’n twintig (interim-)professionals van PeopleGroup bij veertig klanten aan het werk. ‘Onze klanten komen bij ons als ze op zoek zijn naar een interim-manager. Maar ze willen uiteraard vooral graag een vaste manager in dienst’, legt De Jongh uit. ‘Daarom bieden we ook werving en selectie aan. Aangezien de reguliere werving- en selectiebureaus maar veertig procent van de open vacatures kunnen invullen, zagen we een nijpende behoefte bij onze klanten ontstaan. De slag was snel gemaakt. We kregen al hooggeschoolde kandidaten met hbo-niveau of hoger binnen bij onze opleidingen. En met ons opleidingsprogramma scholen we deze horizontale instromers snel om tot goede inkoopprofessionals. We weten zelf wat we selecteren, of de kandidaat maakbaar is en welke opleidingen deze nodig heeft. Is een kandidaat nog geen inkoper, dan maken we van hem of haar wel een inkoper!’

‘Eigenlijk letten we meer op verkoop- dan inkoopcompetenties’

voor een passende opleiding en persoonlijke coaching, wat kundige en moderne inkoopprofessionals oplevert. De Jongh licht toe: ‘Bij PeopleGroup denken we namelijk vanuit de problematiek van de klant en niet vanuit schaars beschikbare oplossingen. Daartoe putten we uit een andere bron professionals. Is de klant op zoek naar

PeopleGroup vanuit een andere visie werkt, namelijk dat inkoop niet primair draait om kosten besparen, maar aan de voorkant van de organisatie moet staan en moet bijdragen aan het realiseren van een hoge mate van klanttevredenheid, waarbij het bedrijf winstgevend is, danwel binnen budget kan opereren. Inkoop als *value feeder*, noemt De Jongh



Van links naar rechts: Anita Strooper, Mike de Jongh, Danielle van Lenthe

Werven via vakbladen

PeopleGroup werft professionals voornamelijk via vakbladen en jobsites. De Jongh: ‘In welk vakblad we adverteren, hangt af van het soort inkoper en de organisatie waarvoor we inkopers zoeken. Je kunt denken aan Intermediair, Cobouw of Facto Magazine. Bij de selectie kijken we naar de competenties die een kandidaat bezit. Is de persoon communicatief vaardig? Is deze overtuigend? Staat hij of zij sterk in zijn schoenen? Kan de kandidaat analyseren en is deze extrovert? Eigenlijk letten we meer op verkoopcompetenties dan op inkoopcompetenties. Of iemand geschikt is, hangt verder ook van de bedrijfscultuur van de klant af en

uiteindelijk moet er natuurlijk een klik met de opdrachtgever zijn.’ Volgens De Jongh is de keuze voor PeopleGroup voor bedrijven best een stap. ‘Ze kiezen uit gewoonte toch vaak voor een professional die het kunstje al vaker heeft gedaan. Wij kijken op een andere manier naar werving en selectie. Een aantal grote namen ziet de meerwaarde van onze aanpak. Energiebedrijf Nuon en waterbedrijf Evides zijn bijvoorbeeld klanten van ons.’

Meerwaarde

Met de nieuwe bron die PeopleGroup aanboort, verwerft het bedrijf zich een unieke positie binnen de Nederlandse werving en selectie-markt. De

Kerngegevens

- Werving en selectie, training, opleiding, Verandermanagement, Interim management en complexe detachering;
- Heeft een nationale en internationale focus;
- Heeft klanten in de nutssector, industrie, (semi-)overheid, retail en gezondheidszorg.

dienstverlener heeft een professionele, gestandaardiseerde en transparante werkwijze en beschikt als enige partij over een eigen opleidings- en coachingsprogramma. Hierdoor kan het bedrijf alle verantwoordelijkheid voor de kwaliteit nemen. De Jongh: ‘We denken bij PeopleGroup dat we het idee los moeten laten dat een goede professional Nevi 1,2 en 3 móet hebben. Laten we eerlijk zijn: het inkoopvak is geen *rocket science*, het is niet moeilijk te leren. Maar het vak op een goede manier uitoefenen, is wat anders! Daarom kun je soms beter voor een goede HEAO’er of WO’er met weinig ervaring gaan, die zich met gerichte opleiding en coaching snel kan ontplooiën.’

contactgegevens

PeopleGroup
Borneolaan 2
1217 HA Hilversum
035 647 29 61
www.peoplegroup.nl