



ACTIVITEIT/ SITUATIE

Bedrijven vinden kandidaten via banenmarkten, mond-mond reclame, coach van het opleidingsbedrijf en stagemarkt (SBB). Als instrument zijn stagemarkt.nl, sociale media en eigen vacaturesites bij bedrijven populair. Scholen bereiden de student voor in stagelessen. De student solliciteert zelf. Studenten solliciteren via stagemarkt of via Google, een stevig eigen netwerk ontbreekt. Studenten solliciteren via desktop, zoeken via mobiel. Stagemarkt vinden studenten niet prettig. Scholen en bedrijven zijn positiever.

Alle bedrijven bepalen zelf wie wel en wie niet op stage kan komen. De manier waarop dit gebeurt wisselt. Een bedrijf doet telefonische intakes, andere bedrijven doen traditionele briefselectie. Een deel van de bedrijven krijgt stagiairs toegewezen vanuit een opleidingsbedrijf. Een collectief systeem ontbreekt. Studenten signaleren dat de brief en cv als 'normaal' ervaren worden, maar soms een beetje overbodig zijn. Kan dit cv niet zonder brief bijvoorbeeld. Scholen zijn niet tot nauwelijks bij de selectie betrokken.

Bedrijven verzorgen allemaal hun eigen introductieprogramma. Tijdens de introductie gaat het om het vaststellen van wederzijdse verwachtingen, veiligheidsinstructie en het uitreiken van werkspullen. De introductie begint op de eerste werkdag. Soms is er een introductie bijeenkomst.

De begeleiding bij bedrijven is gefocust op het voldoen aan de schooleisen. De BPV map van school is leidend. De begeleiding is in handen van een individuele medewerker. Bij grote bedrijven een vaste monteur, bij kleinere bedrijven wisselt begeleiding soms. Kwaliteit begeleiding wisselt per bedrijf, en is sterk afhankelijk van begeleider. In enkele bedrijven is een HR-adviseur betrokken. School is beperkt betrokken; informeert zich via Bpv map en bezoekt één of tweemaal stagebedrijf.

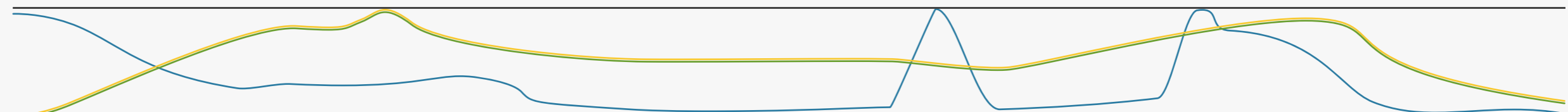
Schoolopdrachten vormen de leidraad voor het bedrijf. Beoordeling vind plaats door iemand in het bedrijf en de schoolbegeleider. Deze spreken elkaar halverwege de stage en aan het einde van de stage. Studenten signaleren dat de beoordeling soms gebeurt door mensen die niet bij de stage betrokken zijn geweest. Scholen beoordelen op basis van de BPV map en krijgen info tijdens bedrijfsbezoek.

Aandacht voor de exit bij bedrijven is wisselend. Eén bedrijf heeft een uitgebreide talentpool. Ook heeft een bedrijf een afrondingsbijeenkomst met stagiairs en begeleiders. Andere bedrijven geven nauwelijks aandacht aan het vervolg. Er is geen talentpool. Deze is wel aanwezig bij de leerbedrijven zoals Goflex. Scholen doen weinig aan einde bpv.

ONDER-STEUNING STUDENTEN

LEGENDA

- SCHOLEN
- BEDRIJVEN
- STUDENTEN



KANS VTI

De VTI kan bedrijven en studenten ondersteunen met systeem. Vindbaarheid op Google en mobielvriendelijkheid VTI platform vergroten. Content en uitstraling scheppen bewustzijn over bestaan en voordelen VTI bij alle stakeholders vanuit aantrekkelijk, gemeenschappelijk taalgebruik.

Grotere bedrijven wijzen kandidaten af op basis van hun cv of een gesprek die kleinere bedrijven wellicht wel een kans zouden geven. Aandacht voor niveau 2 studenten om bewustwording bij bedrijven over deze doelgroep te vergroten. Ondersteuning aan student en school om goede match met bedrijf te maken, via een collectief systeem.

De kwaliteit van de introductie is afhankelijk van het bedrijf. De Vti helpt bedrijven om de kwaliteit van de introductie te verhogen.

De kwaliteit van de begeleiding verhogen door monteurs te trainen en bedrijven beter in te richten op werken met leerlingen.

De doelstelling van de BPV is verschillend per stakeholder. Maak dit smart voor alle partijen. Help bedrijven objectief en inhoudelijk te beoordelen. Interactie bedrijf en school is beperkt. Ondersteun deze interactie.

Richt een systeem en proces in om de vertrekkende student bij een VTI bedrijf vast te houden als relatie/ambassadeur/recruiter. Er is geen 'VTi' gevoel bij studenten. Studenten en bedrijven mogen kans krijgen om BPV te evalueren. Vti kan hiermee bedrijven ondersteunen.

VOORSTEL ACTIE

Vti richt de eigen site in als platform. Focus op studenten. Solliciteren eenvoudig en aantrekkelijk maken op desktop. Mobiele site is adaptief voor oriëntatie via mobiel. Google SEO optimaliseren richting op vacatures VTI site. Vti stemt met school af over voorlichting in klas tijdens stagelessen. Vti ondersteunt bedrijven met tijdig vullen en up to date houden stage-overzicht. Gastlessen, bedrijfsbezoeken. Organiseert speeddates.

Speeddates op scholen om matches te maken vergroot betrokkenheid. Vti richt een talentpool uitwisselingsproject in. In deze groep wisselen bedrijven sollicitanten uit. Er is een WhatsApp groep om kandidaten uit te wisselen. Vti geeft selectietips en advies op de site. VTI stimuleert animo voor niveau 2 richting bedrijven.

Vti helpt bedrijven en studenten met een blauwdruk voor een introductieprogramma. Advies op Vti site over een goede introductie.

Organiseert bijeenkomsten en workshops om de kwaliteit van leerbedrijven te vergroten. Online tips voor bedrijven helpen begeleiding te verbeteren. Downloadbare checklist begeleiding op site. Vti zet succesvolle leerbedrijven in de picture als incentive richting bedrijven.

De Vti verspreid een BPV-canvas via de site om stakeholders SMART afspraken t laten maken bij aanvang bpv-periode. Informatie over goede beoordeling op site VTI. Vti verspreid een checklist met tips over beoordeling.

Maak een talentpool van VTI-alumni. Richt systeem in dat studenten na bpv warmhoudt voor Vti-Bedrijven. Combineer een Vti stagiairdag de met speeddates voor werving van nieuwe stagiairs. Incentives voor ambassadeurschap, recruitment en accountmanagerschap voor alumni. BPV'ers en hun begeleider krijgen evaluatie waarmee VTI op data kan sturen. Jaarlijks Bpv-monitor. Interviews met alumni op site en social.

