

HÅNDBOG TIL JOBKONSULENTER

Til dig, der vil vide mere om den telefoniske virksomhedskontakt



INDHOLD

■ Forord	3
■ Overordnet strategi og metodikker – rammerne	4
■ Forberedelsesfasen – inden du ringer	6
Kendskab til muligheder og begrænsninger i lovgivningen	8
Sæt samtalerne i system	9
Alternative metoder til at finde virksomheder og oparbejde eget netværk	10
■ Telefonsamtalen	12
Generelt om at ringe til virksomhederne	12
Samtalens fem faser	12
Fase 1: Receptionisten eller anden medarbejder	12
Fase 2: Den personaleansvarlige – hvordan præsenterer du dit ærinde?	14
Fase 3: Dialog med virksomheden	18
A) Ingen interesse og dårlig tid	18
B) Tidligere dårlig oplevelse	19
C) Faglige kompetencer passer ikke til virksomheden	20
D) Sociale og personlige kompetencer passer ikke til virksomheden – (kun borgervinklen)	21
Fase 4: Aftal et møde	22
Fase 5: Afslut samtalen	24



Denne håndbog er til job- og virksomhedskonsulenter ¹, der arbejder i jobcentrene og hos andre aktører.

Håndbogen handler om den telefoniske virksomhedskontakt, som er et vigtigt omdrejningspunkt for job- og virksomhedskonsulenternes daglige arbejde. Håndbogen indeholder en detaljeret gennemgang af alle faser i den telefoniske virksomhedskontakt, og den suppleres af en kort ringe-guide, som kan anvendes som huskeliste under samtalen. De beskrevne gode råd, idéer til fremgangsmåde og ringeteknikker er primært udarbejdet i forhold til jobs på særlige vilkår, men de kan også anvendes i forhold til ordinære jobs.

Den telefoniske kontakt med virksomhederne handler om, at du som job- eller virksomhedskonsulent har en borger, som du gerne vil 'sælge' til en virksomhed. Det kan også handle om, at du ringer for at skabe fremtidige og generelle jobåbninger. En tredje strategi er, som et led i virksomhedskontakten at tilbyde at afdække vækstbarrierer og behov for aflastning i virksomheden og dermed skabe jobåbninger. Den telefoniske kontakt til virksomhederne handler om meget mere end bare salg; den handler også om forberedelse, kommunikation, kundeservice og mødebooking. Så selvom telefonen er et redskab, som vi alle anvender i alle mulige sammenhænge hver eneste dag, kan det være gavnligt at have nogle tips og idéer til, hvordan man får det bedste udbytte af telefonsamtalerne med virksomhederne.

Vi håber, at denne håndbog kan give dig som job- eller virksomhedskonsulent nogle gode råd, idéer og teknikker, så du får succesfulde telefonsamtaler og dermed får åbnet så mange døre som muligt, for at borgerne kan komme i arbejde.

Håndbogen er udarbejdet af Marselisborg - Center for Beskæftigelse, Kompetence & Viden og er medfinansieret af Arbejdsmarkedsstyrelsen. Anbefalingerne i håndbogen er dels indsamlet via fokusgruppe- og telefoninterviews med erfarne job- og virksomhedskonsulenter fra Århus, Silkeborg, Ålborg, Skive, Horsens, Frederiksberg og Favrskov Kommuner samt fra Marselisborg - Center for Beskæftigelse, Kompetence & Viden og dels udarbejdet på baggrund af erfaringer fra projektet "Flere fleksjob i små og mellemstore virksomheder". Focus Telemarketing har indgået som sparringspartner.

¹ Vi nævner både job- og virksomhedskonsulenter, da det er forskelligt hvilken titel, der anvendes i jobcentrene og hos andre aktører.

■ OVERORDNET STRATEGI OG METODIKKER – RAMMERNE

Håndbogen beskriver tre vinkler, som du kan gå til opgaven med:

Borgervinklen, virksomhedsvinklen og erhvervsvinklen. Borgervinklen betyder, at du ringer ud med det primære formål at skabe en jobåbning til en bestemt borger eller gruppe af borgere. Virksomhedsvinklen betyder, at du ringer ud for at lave en aftale om jobåbninger generelt – blandt andet ved at slå på rummelighed og vækstfremme. Erhvervsvinklen betyder, at du ringer ud til en virksomhed for at servicere den, bl.a. ved at hjælpe med at analysere og afdække barrierer for vækst og behov for aflastning. Du kan eksempelvis undersøge, hvor leder og nøglemedarbejdere kan aflastes med henblik på at frigøre ressourcer til vækst og derved skabe jobåbninger.

Etablering af partnerskabsaftaler og konceptsalg vil kun blive berørt perifert her i håndbogen.

Denne tilgang til virksomhederne handler om, at jobcentret og virksomhederne indgår partnerskaber, der drejer sig om at tilgodese virksomhedernes behov for arbejdskraft og jobcentrenes behov for afprøvnings- og udplaceringsmuligheder for ledige. Disse aftaler udformes og forhandles ofte af ledende medarbejdere i jobcentrene, direktør eller personaleansvarlig i virksomheden og repræsentanter for de faglige organisationer, der bliver omfattet af aftalen. Partnerskabsaftaler vil dog i stigende grad være en del af job- og virksomhedskonsulenternes opgave. Derfor har vi inkluderet nogle enkelte tips til, hvordan du kan holde øje med og bringe oplysninger videre om muligheder for partnerskaber i de virksomheder, du kontakter.



Borgervinklen

Du har en borger, som har et ønske om at komme til at arbejde i en bestemt branche eller i en bestemt virksomhed.

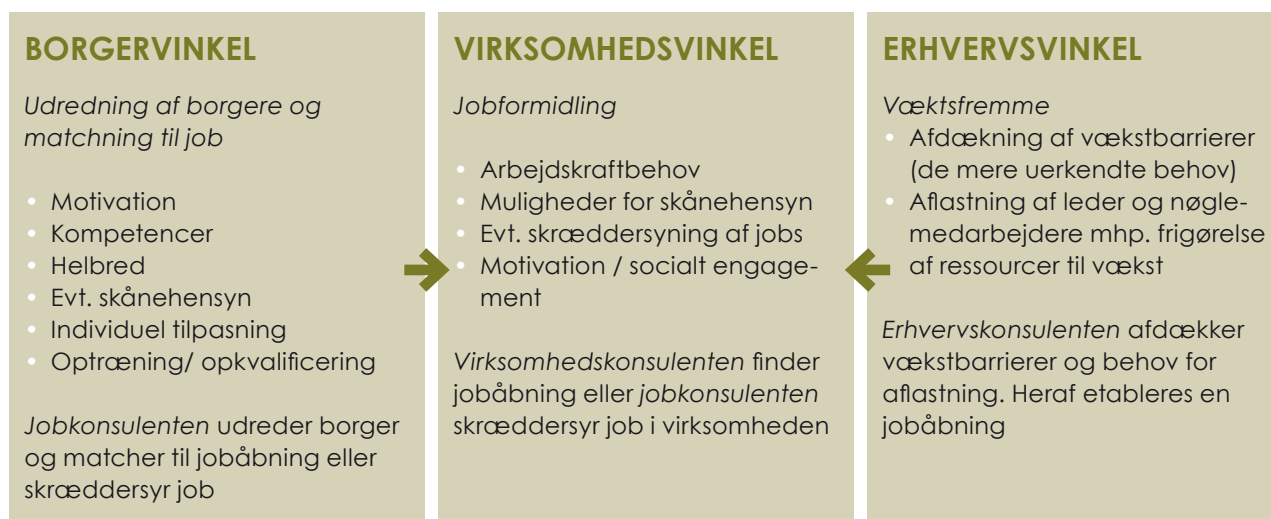
Du har kendskab til flere borgere, som kunne være mulige emner som arbejdskraft på en bestemt virksomhed.

Virksomhedsvinklen

Du vil undersøge, om der er mulige jobåbninger på virksomheder generelt; og undersøger herunder hvilke erkendte arbejdskraftbehov der er, virksomhedens rummelighed og sociale engagement, og hvilke muligheder der er for skånehensyn. Partnerskabsaftaler, hvor jobcentret har eller indgår en samarbejdsaftale med bestemte lokale virksomheder om jobskabelse og arbejdsfastholdelse udgør en del af denne vinkel. Målgruppen for partnerskabsaftalerne har hidtil ofte været store virksomheder, bl.a. på grund af større personaleomsætning og netværk.

Erhvervsvinklen

Du kontakter virksomheden for at afdække, hvilke barrierer der er for vækst i virksomheden. Det gør du ved at spørge ind til, hvilke arbejdsfunktioner der er i virksomheden og hvilke funktioner ledere og nøglemedarbejdere med fordel kan aflastes på. Derved skabes der jobåbninger, som ofte kan besættes af borgere med skånebehov. I denne vinkel arbejder du med virksomhedens uerkendte behov for arbejdskraft.



Kilde: Inspirationspjece til Jobcentret, DISCUS, 2007

■ FORBEREDELSESFASEN – INDEN DU RINGER

Gør dig helt klart, hvad formålet med opringningen er:

Borgervinklen

Formål: Du vil aftale et møde om mulighed for en jobåbning i form af enten praktik, arbejdsprøvning, fleksjob, ordinært job osv. til en bestemt borger.

Forberedelse: Aftal med borgeren, hvordan du præsenterer borgeren for virksomheden over telefonen; vær enige om, hvilke kompetencer og eventuelle skånkehensyn, du skal nævne.

Virksomhedsvinklen

Formål: Du vil aftale et møde, hvor du vil fortælle virksomheden om de muligheder, som du har for at hjælpe med at rekruttere personale, og/eller informere om de forskellige ordninger, der findes for både fastholdelse af egne medarbejdere og ansættelse af medarbejdere på særlige vilkår.

Erhvervsvinklen

Formål: Du vil aftale et møde, hvor du sammen med leder eller nøglemedarbejder gennemgår og analyserer opgavefordelingen og får kendskab til de forskellige arbejdsområder. Det sker for at afdække barrierer for vækst og ved at undersøge om de centrale personer kan aflastes, så der kan blive frigivet ressourcer til vækst ved at ansætte medarbejdere på særlige vilkår.

For alle vinkler gælder det:

Skaf dig kendskab til virksomheden og hvem, der er kontaktperson. Brug virksomhedens hjemmeside, internettet, lokalaviser, dine kolleger og virksomhedsdatabaser – for eksempel Købmandsstandens Oplysningsbureau – KOB og AMS.dk, som fungerer ligesom KOB som søgeredskab, hvor du

EKSEMPEL PÅ ORGANISERING AF RINGEDAGE

“Som udgangspunkt har vi forsøgt at friholde en fast dag om ugen til fælles ringedag. Når dagene afholdes, er det med fælles opstart, hvor alle konsulenter 'medbringer' 2-3 borgere, der konkret skal søges job til. Der er fælles gennemgang af, hvem borgerne er, hvilke kompetencer de har og hvilke jobområder, der søges indenfor. Dette gør, at alle konsulenter har borgerne i tankerne, når der ringes ud. Der er fælles opsamling ved middagstid, så der kan gøres status og evt. gøres en ekstra indsats for de, der ikke er kommet ud.

Der ringes blandt andet ud fra jobannoncer samt borgernes egne lister med virksomheder. Det er vigtigt inden opgaven at være godt forberedt på, hvilke områder man leder efter, samt at have et godt kendskab til de konkrete personer, hvis personlige og faglige kompetencer vi jo skal "sælge" til arbejdsgiveren. Det er vigtigt at kende varen godt, særligt når de er "let brugte" som vores.”

“Den energi og positivitet, man har i stemmen umiddelbart efter en succes, tror jeg, man skal forfølge og derfor fortsætte med at ringe til den næste.”

“Hvis man har en dag, hvor det ikke lykkes, og man efterhånden er lidt energiforladt i stemmen – så tror jeg, man skal holde en LANG pause eller måske vente til dagen efter.”

“Jeg skifter karakter i samtalen. I starten af samtalen er jeg meget smilende, glad og oppe på dupperne. Så bliver jeg meget seriøs og alvorlig, netop når jeg skal fortælle om kompetencer, ordninger og lovgivning. Så er der ingen smil i stemmen mere. Når jeg så skal til at forhandle om jobbet eller praktikken – så bliver jeg smilende igen.”

kan undersøge en virksomheds økonomi og antal ansatte. Virksomhedens hjemmeside kan være meget informativ, og du kan være heldig både at finde kontaktpersoner og stillingsannoncer, som kun bliver slået op her.

Hvis du er jobkonsulent ansat hos anden aktør, skal du være ekstra opmærksom på at øve dig i en superkort og knivskarp præsentation af, hvilket firma du ringer fra. Virksomhederne er som regel helt uvidende om anden aktør og anden aktørs samarbejde med kommunen.

Øv dig på at imødegå indvendinger. Benyt dig af de gode råd her i håndbogen og suppler listen løbende med egne erfaringer med typiske indvendinger fra virksomhederne og mulige svar.

Start som ny jobkonsulent med at øve dig på kollegerne eller andre personer, du kender godt. Her kan du øve dig, inden du ringer til store og vigtige virksomheder. Det er vigtigt at kunne gøre nogle erfaringer, hvor resultatet ikke er så vigtigt, ellers risikerer du, at luften går af ballonen for hurtigt.

Når du er øvet, kan du begynde din ringerunde med at ringe til en virksomhed, hvor du stort set er sikker på, at du får succes. Det er hårdt og kræver energi at ringe til virksomhederne, så hvis du begynder ringerunden med en positiv oplevelse, har du større chance for at bevare energien til at ringe videre.

Gør op med dig selv, hvordan du bedst bevarer din ringeenergi! Hav helt styr på reglerne – og ikke mindst økonomien! - omkring fleksjob, praktik, arbejdsprøvning samt andre relevante tiltag omkring borgeren som for eksempel mentor, personlig assistance og hjælpemidler.

Hvorfor er forberedelse vigtig?

Indsamlingen af viden om virksomhederne er vigtig, fordi man kommer til kort uden forberedelse. Når du er godt forberedt, kan du styre samtalen bedre og stille de rigtige spørgsmål. Det handler om, at virksomheden ser dig som en professionel samarbejdspartner, der er oprigtigt interesseret i virksomheden. Undersøgelser viser, at nogle virksomheder vægter det højere, at du (og borgeren) kender virksomheden på forhånd, end at du skal have lavet nogle generelle jobåbninger, eller at borgeren er interesseret i en bestemt jobfunktion.

Udover at indsamle informationer som beskrevet ovenfor, kan du også gøre dig overvejelser om, hvor virksomheden befinder sig rent organisatorisk; er det en helt ny organisation i etableringsfasen, er det en virksomhed i vækstfasen, er det et veletableret firma i stabiliseringsfasen, eller er det en virksomhed, der er under afvikling.

Alt afhængig af, hvor virksomheden befinder sig, er det forskellige forhold, som du kan slå på som job- eller virksomhedskonsulent – men det vigtigste er, at du kan tale ind i den virkelighed, som virksomheden befinder sig i.

Pionerfasen: Det handler om at få investeringerne til at give det første overskud: formodentlig er der ikke overskud til særlige ordninger, men der kan være behov for ”ekstra hænder” og herigennem være mulighed for at skabe et job.

Vækstfasen: Det handler om at bide sig fast på markedet; måske overskud til særlige ordninger på grund af rekrutteringsbehov og behov for at tænke i netværk.

Stabiliseringsfasen: Overskud til særlige ordninger og partnerskabsaftaler, rummelighed og netværk.

Afviklingsfasen: Du kan hjælpe virksomheden med at finde nyt job til deres afskedigede medarbejdere

For alle faser gælder det, at du skal slå på, at du har mulighed for at skaffe dem en ekstra hånd og dermed hjælpe med at dække virksomhedens aktuelle rekrutteringsbehov. Du kan også gøre dig overvejelser om, hvorvidt virksomheden er en omsorgs-, rettigheds- eller imageorienteret virksomhed.

Rettighedsorienteret: Husk at have fagforenings/tillidsrepræsentant med i baghovedet ved ansættelser på særlige vilkår. Hvis det bliver relevant, så tag

en dialog om, at praktik giver mulighed for både borger og virksomhed til at se hinanden an – Husk i øvrigt, at praktikkens længde bør være så kort som mulig, men afstemmes efter den enkelte borgers erfaring, behov samt kravene til det pågældende job.

Imageorienteret: Husk at overveje, om borgerens personlighed passer til virksomhedens image.

Omsorgsorienteret: Her er der gode muligheder for at lave aftaler om borgere, der skal ansættes på særlige vilkår.

Et godt råd i forbindelse med forberedelsen er, at du skal passe på med at sidde og nørkle for meget; Forberedelsesfasen må ikke tage for lang tid og må ikke komme til at fungere som overspringshandling i forhold til det vigtigste: At du får ringet!

Kendskab til muligheder og begrænsninger i lovgivningen

Når du ringer ud, er det vigtigt, at du kender muligheder og begrænsninger i lovgivningen til bunds. Det er også utroligt vigtigt, at du har nogle regneeksempler parat, for der er ikke noget, der er så overbevisende som et konkret eksempel på, hvordan økonomien i ansættelsen ser ud. Du kan risikere, at en virksomhed mister interessen for at mødes med dig, hvis de oplever, at du er tøvende og ikke kan svare på deres spørgsmål om, hvad en ansættelse vil koste dem i kroner og ører. Du har de bedste muligheder for et godt resultat af telefonsamtalen, hvis virksomheden oplever dig som en professionel samarbejdspartner, der kan imødegå deres behov.

For eksempel kan spørgsmål fra virksomhedernes side være:

- Hvem afholder udgiften, hvis en fleksjobber bliver syg?
- Hvad koster en fleksjobber i timen?
- Hvor mange timer skal der til alt efter refusionssats, før arbejdsgiveren står omkostningsneutral?
- Hvornår og hvor meget kan man anvende jobtræning og praktik?
- Er der mulighed for at få betalt specialudstyr og hjælpemidler på arbejdspladsen?

Sæt samtalerne i system

Det er en god idé at sætte samtalerne med virksomhederne i system. På den måde bliver telefonisk kontakt en naturlig del af arbejdet med borgerne samtidig med, at der er flow i det at skabe jobåbninger generelt. Du kender sikkert også det med ubevidst at lave overspringshandling og udskyde telefonsamtalerne med virksomhederne, og her er det for mange en god hjælp at have en systematisk tilgang, så du undgår at udsætte samtalerne.

EKSEMPEL PÅ UDVÆLGELSE AF VIRKSOMHEDER

“Det kommer meget an på, om man skal lave en praktik eller et fleksjob. Det kommer også an på hvilken borger, man sidder med. Hvis borgeren har store sociale problemer, vil der være en masse virksomheder, som ikke er specielt rummelige, og som man derfor ikke tager fat i.”



Inden du ringer

1. Anvend først og fremmest stillingsannoncer fra aviser, jobdatabaser på internettet, dit eget virksomhedsnetværk, virksomhedsdatabaser, telefonbogen og kolleger til at få idéer til hvilke virksomheder, der kan kontaktes.

2. Find oplysninger om den enkelte virksomhed, som du ikke umiddelbart kan finde i fx Krak eller KOB; ejerform, organisation, produkter, arbejdsmiljø/kultur, rummelighed, socialt engagement m.v. Jo flere oplysninger du har, jo bedre kan du målrette din telefonopringning.

3. Del din viden med kollegerne enten via registrering i databaser, information rundsendt pr. e-mail eller en opslagstavle og hold dig hele tiden ajour med hensyn til at registrere kontaktede virksomheder ².

Virksomhedsregistrering er en måde at have overblik over hvilke jobkonsulenter, der har ringet til hvilke virksomheder hvornår og med hvilket resultat. Der er mange måder at foretage denne registrering på, og hver organisation har sin logik og sin måde at gribe det an på. Det vigtigste er, at virksomhedsregistret er frit tilgængeligt, nemt at bruge, opdateret og anvendt af alle jobkonsulenter i organisationen.

4. Hav et antal virksomheder klar på forhånd, når du ringer – nogle job- og virksomhedskonsulenter vil synes, at 10-15 virksomheder er et passende antal; andre har det bedst med at have 30-40 virksomheder klar på forhånd. Lad gerne så mange som muligt - gerne 5-10 virksomheder - være

² Fra Arbejdsmarkedsportalen (www.ams.dk) kan man tilgå et virksomhedsmodul, der overordnet består af tre dele:

a) Stamdata (CVR-nr., adresse, branchekode, antal ansatte osv.)

b) Kontakthistorik

c) Ansatte på særlige vilkår på virksomheden. Med historik.

Dette program kan anvendes af både kommunale og statslige medarbejdere i jobcentrene samt af andre aktører, og hvis det anvendes af alle, kan man koordinere virksomhedsindsatsen på tværs af kommunegrænser.

virksomheder, som borgeren selv har peget på, hvis du ringer ud fra borgervinklen. Det høje antal virksomheder er en sikring for, at du ikke går 'død' efter de første afslag og så ikke rigtigt har energien til at være kreativ med hensyn til at få idéer til nye virksomheder. Hvis du alligevel går 'død' – fortvivl ikke, men hold en pause eller vent evt. til næste dag.

5. Hav styr på lovgivning og regler samt den medfølgende økonomi til forskellige ordninger så som fleksjob, praktik, arbejdsprøvning mm.

6. Hav evt. en ordning med faste ringedage. Ikke nødvendigvis samme ugedag hver uge, men du kan planlægge dine ringedage et par måneder frem ad gangen. Nogle vil også foretrække at ringe, når de føler, at de har energien. Hvis du mere er til den tilgang, er det en god idé at have et mål for hvor mange virksomheder, du skal kontakte om ugen – eller et mål for hvor mange mødeaftaler, du skal have i hus pr. uge eller måned.

7. For nogle virker det bedst at have en fast ringetid hver dag; fx mellem kl. 10 og 11 eller mellem kl. 13-15. Alt efter branche kan der være nogle tidspunkter, hvor det er svært at træffe den relevante chef eller HR-medarbejder. Fx:

- a. Inden kl. 8.30, da posten lige skal åbnes og morgenmøderne afholdes
- b. Fredag efter kl. 12, da mange er gået på weekend på dette tidspunkt!

8. Sørg så vidt muligt for, at rammerne omkring selve opringningen er i orden. Hvis du har behov for ro omkring dig, når du ringer, skal du sørge for at have det. Det kan også opfattes uprofessionelt af virksomheden, hvis der er alt for megen uro i baggrunden. Nogle bruger hjemmearbejdsdage som ringedage, og det er der både fordele og ulemper ved. For eksempel er der ro derhjemme, men man får heller ikke energien fra kollegerne, og man kan ikke dele sin glæde og begejstring, når man har succesoplevelser. Den energi er også vigtig for at lyde overbevisende i telefonen; modtageren kan sagtens høre, om den, der ringer, er glad, skuffet, træt eller ligeglad – og der er større sandsynlighed for succes, hvis man lyder, som om man selv tror på sin sag!

9. Hvis du har en dag, hvor intet lykkes – lav noget andet og start på en frisk dagen efter!

Alternative metoder til at finde virksomheder og oparbejde eget netværk

Som ny og uerfaren job- eller virksomhedskonsulent har man måske ikke det store netværk, når man lige begynder i jobbet. I den situation er det naturligt, at man selv er opsøgende, men som erfaren konsulent kan man let falde i den fælde, at man sidder og venter på at blive kontaktet af sit netværk, fordi man har oplevelsen af, at det er tilstrækkeligt. Undersøgelser viser imidlertid, at mange virksomheder aldrig er blevet kontaktet af jobcentre og andre aktører, så potentialet for at udvide netværket er stort. Her kommer nogle gode råd, som kan anvendes som inspiration til det opsøgende arbejde – både til nye og erfarne konsulenter.

- Kontakt de forskellige branchenetværk og bed dem om at hjælpe med at sende materiale ud til virksomhederne om kommunens/anden aktørs muligheder for at hjælpe virksomhederne med rekruttering, sygefravær, fastholdelse osv. Det er vigtigt, at du/I kun sender materiale ud i det omfang, du kan nå, at følge det op med en telefonopringning inden for en overskuelig fremtid på f.eks. et par uger
- Bed branchenetværkene om, at de sender medlemslister til dig
- Få en liste over de virksomheder, som kommunen har kontrakter med om udførelse af opgaver såsom byggeri, vedligeholdelse, levering af mad til ældre osv.
- Gå til møder i det lokale erhvervsråd og foreslå selv at give et oplæg; her er rig mulighed for at netværke i 'de gode venners klub'.
- Skaf lister over virksomheder fra Erhvervsrådet i din kommune.

Når du har fået kontakt: Husk at pleje dit netværk

■ TELEFONSAMTALEN

Generelt om at ringe til virksomhederne

Selvom ringesituationen kan minde om en salgssituation, kan man ikke overføre ringeteknik fra et telefonsalgskursus til den situation, som du er i som job- eller virksomhedskonsulent. Det vigtigste er at huske, at det handler om at lytte samt om mennesker, rekruttering, rummelighed og socialt engagement, og derfor skal samtalen have en anden karakter end, hvis du skulle sælge en 'ting'. Snakken bliver 'hul', hvis du ikke lægger engagement og indlevelse i samtalen, og det giver ikke et frugtbart samarbejde på sigt, hvis du har 'snydt' virksomheden til at aftage en borger eller indgå en aftale, som de ikke er interesserede i. Salgsgejl giver ikke gensidig respekt!

Samtalens fem faser

Det optimale er, hvis du kan holde samtalen varighed på maksimum 3-4 minutter. Dit mål i denne del af dit arbejde er primært at aftale et møde, og derfor bør det ikke tage længere tid, når du er godt forberedt. Samtalen kan inddeles i fem faser, og de er gennemgået i detaljer her nedenfor.

1. Receptionisten eller anden medarbejder
2. Den personaleansvarlige – hvordan præsenterer du dit ærinde
3. Dialog med virksomheden
4. Aftal et møde
5. Afslut samtalen

Fase 1: Receptionisten eller anden medarbejder

Indgangen til virksomhedens personaleansvarlige går som regel gennem receptionisten eller en anden medarbejder. Det er forskellige personer, der tager telefonen i virksomhederne alt efter virksomhedens størrelse og organisation:

- I mellemstore og store virksomheder er der som regel en sekretær, der besvarer alle opkald.
- I små virksomheder er det ofte forskelligt, hvem der tager telefonen, så du kan være heldig at komme til at tale med den personaleansvarlige i første forsøg. Så går du direkte til fase 2, ellers gennemfører du fase 1.
- I enkeltmandsfirmaer giver det sig selv, og du går direkte til fase 2. (Medmindre det fx er en håndværkervirksomhed, hvor hustruen er telefonpasser, så er fase 1 stadig relevant!)

Du skal i fase 1 præsentere dig selv og dit ærinde superkort og på en måde, så vedkommende, der har taget telefonen, har lyst til at stille dig videre til den person, du gerne vil tale med.

Et jobcenter ved alle, hvad er, men jobkonsulenter, der arbejder hos anden aktør, har en ekstra udfordring her, fordi virksomheden som regel ikke kender firmaet. Udfordringen ligger i, at præsentationen skal være KORT, så øv den på forhånd, så du ikke kommer til at bruge for meget tid på din præsentation.

Efter præsentationen skal du igennem til den personaleansvarlige – afhængig af virksomhedens størrelse kan det være en personalechef, en afdelingsleder, en værktøjer eller direktøren selv.

Som indledning kan du benytte dig af, at det er på baggrund af fælles norm i Danmark er meget uhøfligt at afslå at hjælpe en person, der direkte beder os om hjælp, selvom vi ikke kender vedkommende. Du kan for eksempel sige:

I tilfælde, hvor du ikke ved, hvem der er den personaleansvarlige:
”Jeg hedder XX Og ringer fra XX. Jeg håber, du kan hjælpe mig?”
I tilfælde, hvor du kender navnet på den personaleansvarlige: ”Jeg hedder XX. Og jeg ringer fra XX. Jeg vil gerne tale med XX.”

På mellemstore og store virksomheder er der ofte flere personaleansvarlige, der har ansvar for forskellige fagområder. For at blive stillet om til den rigtige person kan du derfor fortælle, at:

- 1) Borgervinklen: Du ringer på vegne af en borger, som gerne vil arbejde i netop din virksomhed.
- 2) Virksomhedsvinklen: Du ringer, fordi du på virksomhedens hjemmeside har set, at de søger medarbejdere, og du kan hjælpe med rekrutteringen.
- 3) Erhvervsvinklen: Du ringer, fordi du kan skabe grundlag for vækst ved at hjælpe virksomheden med at finde personer, som kan aflaste virksomhedens nøglepersoner.

På den måde giver du en kort præsentation af dit ærinde, og det giver receptionisten mulighed for at fortælle den personaleansvarlige om, hvem du er, hvor du ringer fra, og hvad du kan tilbyde virksomheden. Så har den personaleansvarlige et bedre beslutningsgrundlag for, om vedkommende har tid og lyst til at tale med dig

Husk altid at spørge om, hvornår det vil være et godt tidspunkt at ringe igen, hvis den personaleansvarlige ikke har tid til at tale med dig eller ikke er at træffe.

Fase 2:

Den personaleansvarlige
– hvordan præsenterer du
dit ærinde?

I fase 2 er du blevet stillet om, men du skal begynde med at sikre dig, at det er den rigtige person, du er blevet stillet om til.

”Jeg hedder XX og ringer fra XX. Jeg er blevet stillet om til dig af din kollega XX (navn), som fortalte, at du kan hjælpe mig med...”

Når du har sikret dig, at det er den rigtige person, du har fået i røret, skal du kort præsentere dig selv og dit ærinde. Det kan gøres på mange forskellige måder og afhænger helt af temperament og hvilken stil, der passer bedst til dig. Sammen med din præsentation skal du åbne dialogen på en måde, som ikke bare kan afvises med et nej.

Din attitude som job- eller virksomhedskonsulent bør være, at du kan hjælpe virksomheden med at dække et eller flere af deres behov, snarere end, at de skal hjælpe dig med nogle borgere!

Et par eksempler kan være:

Borgervinkel:

Jobkonsulent hos anden aktør:

”Som sagt ringer jeg fra XX (firma), og vi har et samarbejde med XX Kommune om at få borgere tilbage på arbejdsmarkedet. Har I før prøvet at bruge os til at ansætte medarbejdere/rekruttering?”

Jobkonsulent i jobcenter:

”Som sagt ringer jeg fra XX Jobcenter. Jeg arbejder med at få borgere tilbage på arbejdsmarkedet. I har før brugt os til at ansætte medarbejdere, hvad siger du til at fortsætte samarbejdet?”

”Jeg ringer fra Jobcenter XX. Jeg arbejder med at få borgere i job, og jeg har en borger, XX, som vil passe godt hos jer. Hvad siger du til et uforpligtende møde, hvor jeg fortæller mere om de muligheder, der er for afprøvning og opkvalificering af XX i forbindelse med ansættelse?”

En mere direkte tilgang kan være:

”Jeg vil høre, om du kan hjælpe mig. Jeg har en gruppe borgere, der gerne vil have et arbejde. I har før brugt os til at ansætte medarbejdere, hvad siger du til at fortsætte samarbejdet?”

”Jeg ringer fra XX jobcenter. Jeg sidder og laver opfølgning på gamle aftaler, og jeg kan se, at vi har en samarbejdsaftale med jer, som vi har indgået for et par år siden. Det kunne jeg godt tænke mig at følge op på. Hvordan synes du, samarbejdet med os har været indtil nu?”

GODE RÅD FRA JOBKONSULENTER

“ Lyt til, hvad det er, de siger og i hvilket tonefald. Det er det vigtigste. Man skal ikke være fokuseret på det budskab, man selv har. Virksomhederne siger rigtig meget, hvis man hører efter. Hvis de kan mærke, at vi lytter, så kan man komme hen til det, man selv vil.”

”Husk at arbejdsgiverne skal tune ind på dit budskab – og ofte står midt i noget helt andet, når du ringer. Det handler om at time opringningen og mærke efter, om de er klar til at høre, hvad du har at sige”.

”Lyt efter aggressiv tonefald.”

”Hvis du kan høre, at de ikke kan overskue det, så ring hellere på et senere tidspunkt. Det er meget med tonelejet.”

”Hvis de siger, de ikke er noget socialkontor.”

”

Hvis du kan fornemme, at stemningen er god, og virksomheden har et behov for medarbejdere, kan du evt. fortsætte med:

”Kan vi finde ud af at lave en aftale om et samarbejde, hvor I eventuelt kan ansætte nogle af dem? Kunne det være interessant for jer?”

Den personaleansvarlige har ikke tid til at tale med dig:

Hvis du får et svar i retning af, at det passer dårligt lige nu, kan du spørge: ”Hvornår vil det passe dig bedst, at jeg ringer tilbage?”

På den måde giver du bolden op til en fortsat dialog og åbner mulighed for, at den personaleansvarlige selv kan vælge et tidspunkt for samtalen.

Det er ikke en god idé at lade den personaleansvarlige sige, at vedkommende vil ringe tilbage til dig; de glemmer det som regel, med mindre du har gjort et stort indtryk eller kender vedkommende i forvejen. Så insistér på, at du nok skal ringe tilbage og afklar, om den personaleansvarlige har interesse i, at du ringer igen.

Den personaleansvarlige har tid til at tale med dig:

Hvis du får et positivt svar, skal du formå at gøre den personaleansvarlige interesseret i at lytte til dig. Der er forskellige ting, du kan være opmærksom på, som kan vise dig, om vedkommende er interesseret eller ej – se boksen ovenfor. For selvom du er kommet igennem til den rigtige person,

og vedkommende har sagt ja til at tale med dig, er det ikke sikkert, at vedkommende alligevel er så interesseret.

Når du har sikret dig, at du har den personaleansvarliges fulde opmærksomhed, er det tid til at præsentere dit ærinde. Du kan sige følgende:

Borgervinkel

”Jeg har kigget på jeres hjemmeside, og jeg har en person tilknyttet, som jeg håber er interessant for jer. Det er Hanne på 37 år, som er sygeplejerske. Hun vil meget gerne ud til jer og arbejde. Grunden til, at jeg har kontakt til hende er, at hun har været udsat for et piskesmæld, så hun ikke kan arbejde inden for sygepleje længere, og hun vil derfor gerne arbejde indenfor... Kunne du tænke dig, at vi kigger forbi, så du kan hilse på Hanne?”

”Jeg har set på jeres hjemmeside, at I søger en medarbejder inden for XX. Jeg har Kaj tilknyttet mig her, og han vil rigtig gerne arbejde hos jer. Jeg tror, at han (han/hun/navn på borger) passer til stillingen, fordi...”

”Vi har tidligere samarbejdet, og I har haft XX og YY ansat herfra. Kunne det være interessant for jer at få XX (navn på borger), som gerne vil arbejde ved jer, og en konsulent ud til en samtale?”

Når du ringer ud fra borgervinklen, er det vigtigt, at du i din forberedelse har aftalt med borgeren, hvilke kompetencer du skal slå på og hvilke

TIPS OG GODE RÅD TIL HVORDAN DU 'SÆLGER' BORGEREN TIL VIRKSOMHEDEN

- “Det er vigtigt at være enig med borgeren i, hvad man skal fortælle arbejdsgiveren. Hvis man er ærlig, vil de fleste virksomheder gerne give borgeren en chance”.
”Man kan tilbyde virksomheden kurser til den nye medarbejder. Det kræver så igen, at man har overblik over lovgivninger og ordninger.”
”Man skal ikke sige mere, end der er nødvendigt. Jeg starter jo ikke med at sige, goddag, må jeg sælge én med alkoholproblemer til dig.”
”Vi sætter fokus på borgernes kompetencer frem for deres begrænsninger. I den sammenhæng kan ressourceprofilen i høj grad anvendes. Det handler om at få bragt ressourceprofilen i spil.”

Specifikt om 'tunge' problemer:

”Jeg plejer at tø dem op. Jeg siger eksempelvis; ja, der er tale om psykiske problemer, men det er ikke noget, jeg anser som problematisk i et kommende fleksjob fordi.... Ved at bruge ordet 'kommende' har jeg allerede signaleret noget positivt.”

eventuelle skånehensyn eller andre forhold, som du skal gøre opmærksom på. Det er altid bedst at være helt ærlig fra begyndelsen af samarbejdet, så virksomheden ikke har forkerte forventninger til borgeren. Men man skal også på dette tidspunkt i samtalen kun fortælle det, der har relevans for, om borgeren kan udføre jobbet.

Uanset om virksomheden kan bruge den borger, du har præsenteret eller ej, kan du gå videre til at spørge ind til, om der eventuelt kunne være mulighed for en jobåbning til en anden borger/hvor de mangler arbejdskraft generelt. Du kan også spørge, om de er interesserede i et generelt samarbejde i form af en partnerskabsaftale, der som en af fordelene kan give adgang til mulig arbejdskraft for virksomheden i fremtiden. Du kan også spørge ind til, om den personaleansvarlige kender nogle virksomheder i sit netværk, som har brug for arbejdskraft, og som du kan ringe til. Hold gerne porten åben ved at spørge, om du må ringe igen på et senere tidspunkt. Kort sagt:

Brug dine muligheder, når du har fået taletid!

Virksomhedsvinkel

”Jeg ringer til dig, fordi jeg gerne vil besøge jer. Jeg vil gerne fortælle om de fordele, som er ved at samarbejde med os til næste gang, I skal ansætte nye medarbejdere.”

”Jeg ringer, fordi jeg gerne vil informere om de muligheder, som jeg har for at hjælpe jer med rekruttering. Det er et uforpligtende informationsmøde, hvor vi kan tale om, hvordan vi kan arbejde sammen.”

En nysgerrig vinkel indbyder som regel til en dialog, fordi alle gerne vil fortælle om sig selv. Du kan fx sige:

”Jeg kan se, at I søger arbejdskraft. Jeg vil gerne høre, hvad I lægger vægt på, når I rekrutterer” ”Kan du evt. uddybe stillingsopslaget?”

En måde at skabe dialog ved at skabe genkendelse kan være at sige:

”Mit arbejde er at skaffe jobs til personer, der har haft en pause på arbejdsmarkedet. Vi kan jo alle blive ukampdygtige i en periode. Hvad siger du til, at vi aftaler et møde, hvor vi kan diskutere mulighederne for, at I kan være med til at hjælpe os med en afklaring af de borgere, så de kan komme tilbage til arbejdsmarkedet? I forpligter jer ikke til efterfølgende at ansætte nogen. Vi kan også hjælpe med at arbejdsfastholde jeres medarbejdere, hvis de havner i en situation med stress, sygdom eller en arbejdsskade.”

Erhvervsvinklen

”Mit arbejde er at skaffe jobs til personer, der har haft en pause på arbejdsmarkedet. Vi kan jo alle, af mange forskellige årsager, blive ukampdygtige i en periode.

I din samtale med virksomheden kan du spørge ind til hvilke arbejdsfunktioner, der er i virksomheden, hvilke medarbejdergrupper, der er i virksomheden og hvem, der løser hvilke opgaver. Derudfra kan du danne dig et billede af, om nogle nøglemedarbejdere kan aflastes, og om der evt. kan skabes nye jobs til deltidsansatte. Du kan også spørge, om der er uløste opgaver i virksomheden og finde ud af hvilke.

”Oplever du, at du og dine nøglemedarbejdere har en meget stor arbejdsmængde, så kan jeg hjælpe med at analysere, om nogle af opgaverne evt. kan udføres af en person i fleksjob/en af vores borgere.”

”Er der personer i ledelsen, som udfører fx det lettere kontorarbejde, rengøring, lagerarbejde, viceværtsarbejde, forplejning eller pakke- og montagearbejde? Kunne der være brug for aflastning fra en deltidsmedarbejder her?”

”Kan I skaffe den arbejdskraft, I har brug for i de forskellige afdelinger? Hvad siger I fx til at ansætte en medarbejder i fleksjob?”

”Har I opgaver, som I ikke får løst i virksomheden?”

Brug din fornemmelse for samtalen

”Du siger I har brug for faglærte. Kunne det tænkes, at dine faglærte medarbejdere kan aflastes på nogle områder, fx XX, så de kan få mere tid til kerneopgaverne?”

For både borger, virksomheds- og erhvervsvinklen gælder det, at du skal stikke en finger i jorden, inden du vælger vinkel på din præsentation.

En anden måde at komme i dialog med virksomheden på kan være at lægge vægt på, at socialt engagement betaler sig. At en arbejdsplads, som tager sig godt af medarbejderne og er rummelig, generelt har lettere ved at tiltrække og fastholde medarbejdere.

Fase 3: Dialog med virksomheden

Alle jobkonsulenter oplever, at virksomhederne har indvendinger, og dem skal du bruge til at skabe en konstruktiv dialog. Du kan nemlig imødegå de fleste indvendinger, hvis du er forberedt og har et svar på dem. Vi giver dig her nogle eksempler på virksomhedernes indvendinger og dine mulige svar og muligheder for at åbne for dialog.

Indvendingerne kan som regel deles op i fire emner:

- A. Ingen interesse og dårlig tid.**
- B. Har en tidligere dårlig erfaring.**
- C. Borgerens faglige kompetencer passer ikke til virksomheden.**
- D. Borgerens sociale og personlige kompetencer passer ikke til virksomheden – (kun borgervinklen).**

A. Ingen interesse og dårlig tid

”Det har ikke min interesse” og ”Jeg har ikke tid nu”

- ”Er det fordi, I har super travlt lige nu?” Ofte får du alligevel vedkommende i tale på denne måde.
- Hvis indvendingen handler om, at det ikke har nogen interesse, fordi de ikke har råd til nye medarbejdere, kan du overveje at få samtalen over på tilskud og refusion. Dog bør du være meget opmærksom på, om de efter en eventuel praktikperiode har penge til at ansætte borgeren – Måske er det ikke den bedste virksomhed at få borgeren ind i.
- ”Nu skal jeg fortælle dig, hvorfor jeg ringer...” Undgå for mange pauser, så vedkommende når at afbryde.
- Det virker ofte positivt på virksomheden, at du spejler, hvad de siger; ”Jeg kan godt forstå, at I har travlt. Det er da godt, at der er gang i den.” På den måde vender du det positivt, for det er jo positivt, at der er travlt. Så holder du døren åben og siger, ”Det er da bad timing, men måske jeg kan hjælpe ved at skaffe jer aflastning?”, og så er det som regel ok med, at du ringer senere.
- Et svar kan også være; ”Det er faktisk ret kort, det jeg vil spørge om. Nu I har så travlt, kan det jo godt være, at I skal have en (fleksjobber) til at aflaste jer?”
- Nogle virksomheder siger også, at det lyder interessant, men at de ikke har tid nu, men send et CV på borgeren. Det CV skal sendes med det samme. Her skal man bede om deres e-mail adresse.
- Når en virksomhed annoncerer efter fx en kontorassistent, er der ofte mellem 50 og 100 ansøgninger, og en sådan rekrutteringsproces kan tage lang tid. Her kan du slå på, at det er noget, du kan hjælpe virksomhederne med og dermed spare dem tid og penge ved fx at sige:

”Jeg kan hjælpe med udvælgelse af mulige medarbejdere, som I kan få ud til samtale.”

En indvending kan også være: ”Det handler bare om, at du skal have mast nogle mennesker ud på arbejdsmarkedet!”, og her kan du svare:

- ”Jeg kan godt forstå, at du siger sådan. Det har jeg hørt nogle sige, men det her handler om, at jeg gerne vil komme ud og informere om, hvordan jeg kan hjælpe jer med at rekruttere, når behovet opstår. Ved du fx, at din virksomhed kan få vist jobannoncer gratis på Jobnet, som er Danmarks største internetjobbank?”

B. Tidligere dårlig oplevelse

*”Jeg har tidligere haft en dårlig oplevelse med kommunen” eller
”Jeg har tidligere haft en dårlig oplevelse med en fleksjobber”*

- ”Så er det tid til en god oplevelse. Jeg har faktisk én her, som jeg tror, vil lykkes hos jer.”
- Vis forståelse over for virksomheden ved at spørge ind til problemet eller det oplevede problem. Stil forskellige slags HV spørgsmål. Så kan virksomhederne læsse af. En dårlig oplevelse kan fylde meget. Spørg konkret ind til indvendingen; ”Fortæl mig, hvad skete der hos jer?” eller ”den her oplevelse I har haft, hvad skete der egentligt?”
- Du kan bearbejde deres fordomme; ”Det er jeg da ked af at høre, men hvordan kan vi hjælpe dig, så det kan blive ændret til noget positivt?”
- Giv nogle eksempler på historier, hvor virksomhederne efterfølgende er blevet tilfredse.
- ”Mennesker er jo forskellige, og jeg ved godt, at der er dårlige eksempler. Nogle gange er der mennesker, som gør det rigtigt godt til en ansættelses-samtale, men så viser det sig ikke at holde stik.”
- ”Jeg kan godt se, at det er galt/ at der er et problem/ at der er enkelte dårlige oplevelser, men ud fra det du nævner, så tror jeg alligevel, at jeg har en borger, som kunne passe ind”.
- ”Vi har også ledige med gode kompetencer. Fx nyuddannede eller borgere, der skal tilbage til arbejdsmarkedet efter en arbejdsskade. De skal jo også have en chance og er som regel meget motiverede for at gøre en indsats.”

C. Faglige kompetencer
passer ikke til virksomheden

- ”Vil du overveje det? Hvornår passer det dig, at jeg ringer igen?”

”Den borger, du taler om, har ikke de faglige kompetencer, der skal til i vores virksomhed.” eller

”Det er kun folk med problemer, der er i systemet. Sådan nogle skal vi ikke have, for de gider ikke lave noget.”

- Prøv at finde ud af, hvori virksomhedens skepsis ligger. Den skepsis kan bygge på fordomme.

Spørg ind til hvad de ønsker: ”Hvad lægger I vægt på ved nye medarbejdere?” ”Hvad skal de kunne specifikt for at passe hos jer?”

- Ved borgervinklen: Spørg om man så ikke kan finde en anden jobfunktion og gentag gerne; ”Borgeren/Kaj/Hanne vil meget gerne arbejde på din virksomhed, er meget motiveret og har mange gode kompetencer.”
- Ved borgervinklen: Bliv konkret med den borger du har; nævn navn, alder, noget positivt om vedkommendes kompetencer og personlighed.
- Nogle virksomheder mener, at kommunen ikke kan finde ud af noget; her er det igen vigtigt at blive konkret omkring en borger, så du kan få snakken væk fra systemet og i stedet tale om borgerens kompetencer. Det er nemmere at nedbryde fordomme om systemet ved at tale om, at det er mennesker, det handler om.
- Eller du kan i forbindelse med erhvervsvinklen forsøge dig med en teknik, der består i at afsøge uofficielle jobåbninger; ”Når nu I har så travlt, så har ledelsen eller nøglemedarbejderne vel nogle gange brug for at blive aflastet?” ”Når I har så travlt, er der så ikke opgaver, som I ikke får løst?”
- Der er nogle virksomheder, der har fordomme omkring borgere i fleksjob. Det går ofte på, at borgerne ikke er fysisk stærke nok til at klare jobbet. Det skal du naturligvis ikke afvise, men spørg ind til de konkrete arbejdsopgaver, og hvis det er en løsning, kan du foreslå, at borgeren får lidt mere introduktion end normalt. Du kan også fortælle om de muligheder, der er for økonomisk støtte til personlig assistance, hjælpemidler og arbejdspladsindretning. Fx kan en kran til hjælp for tunge løft også anvendes af virksomhedens øvrige medarbejdere.

EKSEMPLER PÅ STRATEGI FOR 'MØDEBOOKING'

“ ”Jeg gør alt for at komme på besøg. Jeg gør meget for at undgå kun at sende en ansøgning. Mine erfaringer siger mig, at den stopper der så. Jeg undgår ansøgninger og siger, at de hellere skal møde borgeren.”

”Det, jeg har gjort nogle gange, er at kigge i gratisavisernes annoncer og så ringe og spørge, om de så ikke får travlt på grund af annoncen. Jeg spørger, om de kender fleksjobordningen. Jeg siger, om jeg ikke må komme forbi til et uforpligtende besøg. Jeg prøver altid at mase mig ind med et uforpligtende besøg. Helst skal borgeren med.” ”

- Der er mange små og mellemstore virksomheder, der ikke ved, hvad en akademiker kan bidrage med, og her kan du sige: ”Jeg kan se, at du søger en medarbejder inden for kontorfaget. Har du overvejet, om du kunne bruge en akademisk medarbejder?”
Virksomheden siger så måske: ”Det har vi ikke brug for. Hvad kan sådan en overhovedet?”, og du kan svare:
”Jeg kan tage nogle CV’er med ud til dig til mødet. Så kan du se, hvad de kan.”, og måske kan du supplere med:
”De akademiske uddannelser er generalistuddannelser, og de er gode til at sætte sig ind i nye ting, har overblik osv.”
- Men selvfølgelig kan du også komme i situationer, hvor du må konstatere, at der ikke er muligheder. Så takker du for samtalen og spørger, om du må henvende dig en anden gang, hvis du har en borger, der passer ind på virksomheden.

D. Sociale og personlige kompetencer passer ikke til virksomheden – (kun borgervinklen)

”Det kan vores virksomhed ikke rumme.”

Når indvendingen omhandler personlige og sociale kompetencer, er der ofte tale om borgere, der har sindslidelser, er socialt meget svage, har misbrugsproblemer, har en plettet straffeattest med mere.

Indvendingen om manglende rummelighed fra virksomhedens side er lidt sværere at give svar på end de andre indvendinger, som er nævnt her i håndbogen. I denne situation kan du kun give et overbevisende svar, hvis du i løbet af samtalen har opbygget tillid og en god stemning.

Tillid opbygger du ved at vise interesse for virksomheden og deres behov.

Samtidig skal du give udtryk for, at det her er noget, du brænder for, at du er entusiastisk, og at du tror på borgeren. Når du har etableret en god kontakt, har du skabt et grundlag for, at virksomheden bedre kan acceptere, hvis det går skævt med en borger. Hvis de tror på dig, vil de også prøve med en ny borger.

Du kan sige, at:

- ”Det her skal jeg nok følge helt tæt. Det er mit ansvar.”
- Fortæl om det rummelige arbejdsmarked og de muligheder, der er for forskellige typer ansættelser.
- ”Borgeren er under behandling, og der er styr på det. Borgeren har været tørlagt i XX måneder.”
- ”Lad os prøve det, og hvis det ikke går, så er det også ok. Jeg synes bare, vi skal give det en chance, og jeg tror på det.”
- ”Vi kan jo starte med en virksomhedspraktik, hvor I kan se borgeren an. Den er gratis for jer, og der er ingen pligt til at ansætte borgeren efterfølgende.”

En indvending kan også være udtrykt som en bekymring, der bunder i uvidenhed:

”Når vi ansætter dem, kan vi så komme af med dem igen?”, og her kan du svare:

- ”Det er ikke anderledes end ved ordinære ansættelser.”



Fase 4: Aftal et møde

Nu skal du have aftalen i hus og have aftalt et tidspunkt for et møde. Her kan du sige:

”Hvornår vil det passe dig, at vi holder et møde?” og fortsætte med:
”Det vil tage 15 minutter til 1 time alt efter jeres interesse”.

Hvis du bliver nødt til at anvende yderligere argumenter for at gøre den personaleansvarlige interesseret, er der flere muligheder. De argumenter, som er listet op her, er kommet frem i to undersøgelser, som Marselisborg - Center for Beskæftigelse, Kompetence & Viden har foretaget omkring, hvorfor virksomheder gav jobkonsulenter lov til at få et møde. Det er altså virksomhedernes egne begrundelser for, hvad der motiverede dem til et møde, og de er prioriteret, så den oftest nævnte begrundelse står først:

1. Virksomheden vil gerne leve op til sit sociale ansvar.
2. Mulighed for kort ulønnet praktik, der giver mulighed for at se hinanden an.
3. Mangel på arbejdskraft.
4. Jobkonsulenten formåede at formidle nye jobmuligheder på virksomheden, som virksomheden ikke i forvejen var opmærksomme på.
5. Mulighed for at få besat deltidsstillinger og få løst deltidsopgaver af fleksjobbere.
6. Ansættelsen kan være økonomisk fordelagtig på grund af lønrefusion, og at borgeren kan arbejde flere timer, end virksomheden betaler løn for.
7. Jobkonsulenten beskrev borgerens kompetencer på en god og interessant facon.

Det giver det bedste resultat at anvende flere argumenter; fx kan du både nævne virksomhedens sociale ansvar og fremstille borgerne som kompetente mulige medarbejdere. Sideløbende skal der argumenteres for de særlige ordninger, der er til stede i lovgivningen – fx ulønnet praktik uden efterfølgende binding, hvor borger og virksomhed kan se hinanden an og justere arbejdstid og opgaver, og du kan også fortælle om, at der bliver etableret et godt samarbejde med en struktureret opfølgning og mulighed for sparring. Vær opmærksom på, at en praktik ikke skal vare længere end nødvendigt.

Nogle gode point at score er også, som før nævnt, at du har sat dig grundigt ind i virksomhedens forhold; så kan du bedre målrette dine argumenter til den enkelte virksomhed.

Fase 5:

Afslut samtalen

Du skal nu afslutte samtalen, og det gør du bedst ved at opsummere, hvad I er blevet enige om og gentage mødetidspunktet. Bekræft altid mødet enten pr. e-mail eller brev lige efter samtalen.

Borgervinklen

En rigtig god idé er også at sende borgerens CV sammen med bekræftelsen på aftalen. Tag også en papirkopi af CV'et med til mødet med virksomheden, for de fleste virksomheder vil gerne have et CV på en mulig fremtidig medarbejder uanset hvilken stillingstype, der er tale om.

Hvis borgeren har mange og lange 'huller' i sit CV på grund af ledighed, sygdom, strafafsoning eller lignende, skal du og borgeren ikke forsøge at skjule det men være åbne og ærlige omkring situationen. Fortæl eventuelt allerede i telefonsamtalen, at borgeren har været væk fra arbejdsmarkedet og forklar de manglende perioder i CV'et på en positiv måde. For eksempel kan en borger i en periode med lang ledighed eller sygdom sagtens have gået på kurser, lavet frivilligt arbejde eller på anden vis samlet erfaringer, der kan være relevante i forhold til arbejdsmarkedet.

Er CV'et meget 'hullet', så undlad at sende eller vise det på skrift.

Borger, virksomheds- og erhvervsvinklen

Send evt. materiale om de forskellige tilbud og ordninger, som kommunen/anden aktør kan give virksomheden enten elektronisk eller pr. brev til virksomheden på forhånd. Tag også materialet med til mødet i flere eksemplarer.



■ NOTER



A large, faint, light gray graphic of a stylized letter 'S' or a similar shape, overlaid on a background of horizontal lines for writing notes.

En god telefonsamtale og mødet med virksomheden er i hus. Men hvad skal der til?

Vi oplever, at både nye og garvede job- og virksomhedskonsulenter har brug for et redskab, som kan bruges i den telefoniske kontakt med virksomheder, til inspiration eller til at opfriske viden om god ringeteknik.

Håndbog for jobkonsulenter er skabt med disse formål for øje.

Håndbog til Jobkonsulenter gennemgår den telefoniske virksomhedskontakt fra A-Z. Den dækker tre forskellige vinkler i tilgangen til virksomheden, alt efter hvad dit ærinde som job- og virksomhedskonsulent er: Borgervinklen, virksomhedsvinklen og erhvervsvinklen.

Bogen giver gode råd om, hvordan man som jobkonsulent forbereder sig til samtalen, og hvad man skal være særlig opmærksom på i forhold til kontakten til virksomheder.

Håndbog til Jobkonsulenter opridser telefonsamtalens forskellige faser. Den gennemgår bl.a. ringeteknik i forhold til åbningsreplikker, dialog, indvendinger, mødeaftaler og afslutning af telefonsamtaler.

I håndbogen findes også masser af praktiske tips, idéer og forslag til, hvad man med fordel kan sige for få det bedste udbytte ud af telefonsamtalen med virksomhederne og finde job til borgerne.

Rigtig god ringelyst!

Marselisborg – Center for Beskæftigelse, Kompetence & Viden



*Quick ringeguide til jobkonsulenter er udgivet af:
Marselisborg - Center for Beskæftigelse, Kompetence & Viden
- P. P. Ørums Gade 11, Bygning 1 A, 8000 Århus C,
Tlf. 89 49 12 30 www.jcmb.dk*