



BELEIDSPLAN TALENTPLUS

2022 – 2025

VOORWOORD

Voor jullie ligt het beleidsplan van TalentPlus voor de periode van 2022 tot 2025 .

Na enkele turbulente jaren met relatief veel bestuursproblemen zijn we als vereniging TalentPlus sinds 1 januari 2022 in rustiger vaarwater terecht gekomen.

Het is een genoegen om in een constructieve sfeer met een goede participatie van alle lokale voorzitters de vereniging te mogen leiden als Landelijk Bestuur. E.e.a. conform de in 2021 gedane besluitvorming.

We hebben er als Landelijk Bestuur het volste vertrouwen in dat we in de komende jaren onze mooi vereniging TalentPlus weer verder uit kunnen bouwen met een groei van het aantal stemgerechtigde leden en een gezonde inkomsten basis.

We vragen jullie uitdrukkelijk jullie bijdrage te (blijven) geven en danken jullie daar alvast voor.

Namens het Landelijk Bestuur

Albert Scheffer – Voorzitter

Gorssel, 5 oktober 2022

INHOUD

Voorwoord.....	
1.1 Wat is TalentPlus?	
1.2 Inleiding.....	
1.3 De uitvoering van het beleid	
2 Missie en Strategie	
2.1 Missie	
2.2 Strategie	
3 Doelstellingen	
3.1 Realisatie doelstellingen	
3.2 Communicatie en Lobby.....	
3.2.1 Communicatiemedewerker.....	
3.2.2 Werkgeversorganisaties	
3.3 Website TalentPlus.....	
3.4 Trainingsprogramma	
3.4.1 Programma TalentPlus	
3.4.2 Wekelijkse bijeenkomsten.	
3.4.3 Trainingen voorzitters/vicevoorzitters	
4 Continuïteit.....	
5 Ten slotte.....	

1.1 Wat is TalentPlus?

TalentPlus is een vereniging van 45-plussers met WO/HBO werk- en denkniveau die elkaar helpen bij het vinden van nieuw (betaald) werk. Met elkaar en voor elkaar, dat maakt TalentPlus uniek. Deelnemers bij TalentPlus zorgen ervoor dat ze met hun ervaring, kennis en kunde goed toegerust de arbeidsmarkt opgaan. Ze weten wat ze willen en kunnen. Ze delen elkaars kennis en netwerken tijdens de wekelijkse bijeenkomsten aan de hand van een gedegen programma. TalentPlus ondersteunt dit programma met behulp van professionals. Afdelingen van TalentPlus waren te vinden in bijna elke provincie. Actueel zijn de afdelingen Apeldoorn, Den Haag, Digitaal (=Landelijk), Groningen, Nijmegen, Twente en Venlo actief.

Een belangrijke pijler van TalentPlus is netwerken. De deelnemers bij TalentPlus stellen elkaars netwerk open voor de andere deelnemers, de TalentPlus collega's. Nieuwe netwerken worden aangeboord door TalentPlus en de deelnemers presenteren zich bij werkgevers, koepelorganisaties, overheden enzovoort. Ze hebben op LinkedIn en andere social media een goed profiel. TalentPlus levert een programma waar werkzoekenden elkaar helpen de weg naar die baan te vinden. Dit vraagt 100% commitment. In dit beleidsplan staat beschreven waarom wij dit doen, onze missie, wat wij willen bereiken, de doelen. Maar bovenal hoe wij dat doen, de methode waarop onze deelnemers elkaar trainen om hun eigen doel te bereiken: **Werk!**

Netwerken, kruiwagens, direct solliciteren via social media en online solliciteren zijn deels nieuwe manieren om aan werk te komen en dan ook nog eens werk wat vaker kortdurend is, waar bovendien flexibiliteit verwacht wordt en de mindset m.b.t. oudere werkzoekenden veranderd. Kortom een snel veranderende wereld waarin het voor menig 45plusser nog steeds moeilijk is het juiste pad te vinden naar die nieuwe baan.

1.2 Inleiding

In dit beleidsplan geven we aan wat de ambities van TalentPlus zijn en op welke onderdelen er in het primaire proces aandacht moet worden gericht. Het beleid is een logisch vervolg op de bereikte resultaten in afgelopen jaren, de ontwikkelingen die plaatsvonden en vinden, binnen en buiten onze vereniging, en wenselijke verbeterpunten en ideeën, die kenbaar zijn gemaakt in de overlegstructuren binnen TalentPlus.

Het vergroten van de naamsbekendheid van TalentPlus als landelijke organisatie is cruciaal om meer instroom van deelnemers te krijgen. Het uitwerken van een gefundeerd communicatieplan is dan een belangrijk onderwerp dat prioriteit vraagt, naast het verwerven van de ANBI-Status om fondsenverwerving mogelijk te maken. Een verbeterde website, het inrichten van de financiële administratie in E-Captain, incl. makkelijker doneren door deelnemers en declareren van onkosten en inrichten van de deelnemersadministratie conform de AVG en het voldoen aan de WBTR zijn de eerste stappen die daarbij in 2022 al genomen zijn.

Hoewel TalentPlus een vereniging voor en door deelnemers is, wil zij toch zo snel mogelijk weer van haar deelnemers af, zij het dat deze uitstromen naar (al dan niet betaald) werk en/of een bestaan als zelfstandige. Op dat vlak treedt er een zekere discrepantie op. Aan de ene kant is er de noodzaak van een bepaalde omvang om het voortbestaan van de vereniging te waarborgen en de activiteiten uit te voeren zoals TalentPlus die voorstaat. Aan de andere kant is er de wens om alle deelnemers zo snel mogelijk te helpen naar nieuw werk. M.a.w. een leemte tussen wens en werkelijkheid. De actuele situatie is met de klimaatverandering, gewenste energietransitie, de Oekraïne-oorlog en mogelijk

eerste tekenen van een naderende recessie zeer onzeker. Duidelijk is dat de arbeidsmarkt momenteel overspannen is met tekorten aan arbeidskrachten in alle sectoren. Verder zagen we al dat de deelnemers van TalentPlus – ondanks de Covid-19 situatie – toch relatief snel werk vonden. Daardoor is het minimale aantal deelnemers om de vereniging in stand te houden ongeveer bereikt en zal een verdere teruggang onherroepelijk leiden tot het ophouden van TalentPlus als landelijke vereniging.

1.3 De uitvoering van het beleid

Naast de grote lijnen van beleid heeft het recente verleden geleerd dat doelstellingen soms bijgesteld moeten worden. Communicatie via het maandelijkse algemene voorzittersoverleg (AVO) is dan belangrijk om de afgesproken co-creatie ook daadwerkelijk te realiseren. Daarnaast zijn er bij een “lopende organisatie” tal van zaken die de aandacht van het landelijk bestuur hebben, zaken die in uitvoering zijn en zaken die gemandateerd zijn. Geef de mensen die zich hiervoor hebben opgeworpen de ruimte of stap in bij het betreffende actiepoint, want **samen staan we sterker!**

2 Missie en Strategie

De Missie en Strategie worden grotendeels bepaald door het functioneren van de arbeidsmarkt, meer specifiek de arbeidsmarkt voor 45-plussers met HBO/WO werk- en denkniveau. Een arbeidsmarkt gedomineerd door sterk dalende werkloosheid en een tijd van nieuwe waarden in het arbeids- en sollicitatie proces. Banen zijn niet meer voor het leven. Veranderingen zullen steeds sneller dan voorheen plaatsvinden. Werving en selectie zijn bijna volledig in handen gekomen van open communicatiemiddelen zoals het internet. LinkedIn en andere Social Media worden hier volop ingezet. Je onderscheiden is een vak op zich geworden. Netwerken is daarnaast een must waarop je je moet voorbereiden en trainen. In dit krachten spel kan de missie als volgt worden geformuleerd:

2.1 Missie

TalentPlus wil - ook in een verdere toekomst - een succesvolle zakelijke netwerkorganisatie zijn, die in zelfsturend groepsverband van gekwalificeerde vrijwilligers, de beste resultaten behaalt in het verhogen van de arbeidsparticipatie in Nederland van 45plussers met HBO/WO werk- en denkniveau.

2.2 Strategie

De strategie van TalentPlus is erop gericht om de beste middelen te (ook op langere termijn blijven) leveren aan de doelgroep van hoger opgeleiden 45plussers die gemotiveerd zijn om er zelf in te investeren met als uitgangspunt: **halen en brengen.**

In dat kader zien wij het als belangrijk dat wij als vereniging “overleven”, zodat bij een - door ons als Landelijk Bestuur - verwachte stijgende behoefte aan onze dienstverlening, wij daarop adequaat kunnen reageren.

Zij doet dit door in verenigingsverband een dienstverlening van vier activiteiten beschikbaar te stellen:

- Trainingen
- Kennis & informatie
- Belangen behartigen
- Marktplaats voor vraag & aanbod

3 Doelstellingen

Werkzoekenden zijn de primaire doelgroep van TalentPlus. Dat zijn zowel mensen zonder baan, als mensen die graag willen veranderen van baan. TalentPlus definieert haar doelstellingen ambitieus. Primaire doelstelling is mensen aan het werk helpen, c.q. een andere baan. Bij voldoende deelnemers in een bepaalde plaats zal een nieuwe afdeling gevormd worden (voorbeeld TP Zwolle).

In de komende jaren wil TP:

- Het aantal deelnemers in redelijke mate als volgt vergroten:

1e jaar + 30

2e jaar + 50

3e jaar + 70

- Daarmee een sluitende financiële exploitatie bereiken;

Om het bovenstaande te realiseren is:

- Het absoluut noodzakelijk de naamsbekendheid van TalentPlus te vergroten. Dit wordt nader uitgewerkt.
- Het verkrijgen van de ANBI-Status noodzakelijk om externe financiers aan te kunnen trekken;
- De gerealiseerde uitstroom $\geq 65\%$ te handhaven;
- Het aantal netwerkcontacten substantieel te vergroten, zowel landelijk als regionaal;
- Het nodig de wekelijkse afdelingsbijeenkomsten meer op het vinden van een baan en actief netwerken te richten en te vermijden dat afdelingen “gezelligheidsvereniging voor niet-actief werkzoekenden” worden (daarvoor zijn er “sociaals”);
- Het twee keer per jaar een “social” houden voor de niet-actief werkzoekenden verbonden aan TalentPlus nodig, met als doel toegang te houden tot hun netwerk voor actief-werkzoekenden en om ze financieel te blijven laten participeren bij de vereniging;
- Het nodig om het aantal afdelingen te vergroten als daar behoefte aan is (blinde vlekken opvullen). Daarvoor is en blijft de Afdeling Digitaal een uitstekend middel;

3.1 Realisatie doelstellingen

Om deze doelstellingen te kunnen verwezenlijken is het essentieel dat:

a. TalentPlus door middel van centrale en decentrale communicatie en lobby haar plaats in de markt versterkt. Er zal een goede mix van landelijke- en regionale publiciteit moeten worden gevonden. De

praktijk leert dat vooral regionaal gerichte publiciteit direct leidt tot deelnemersaanwas (Zie voor details 3.2 Communicatie en Lobby);

b. TalentPlus de huidige website - geschikt mobiel en pc – qua uiterlijk up to date houdt. (Zie voor details 3.3 Website);

c. Op deze website maandelijks nieuws uit alle afdelingen verschijnt, om naar potentiële deelnemers duidelijk te maken dat TalentPlus een vereniging is waar zij baat bij hebben door deelnemer te worden;

d. Wij minimaal op LinkedIn duidelijk “aanwezig” zijn met regelmatige posts en inhoudelijke reacties op door anderen geplaatste posts die in relatie staan tot het wel en wee van onze doelgroep. (Zie voor details 3.3.1 Communicatiemedewerker);

e. Wij bij de gerealiseerde groei de kwaliteit van ons aanbod goed bewaken;

f. We nieuwe voorzitters kennis laten maken met onze Leergang TP en voordat ze zelfstandig aan de gang gaan zich bij een bestaande afdeling inwerken. De Afdeling Digitaal leent zich daarvoor bij uitstek als er fysiek geen andere afdeling daarvoor beschikbaar is.

3.2 Communicatie en Lobby

De belangenbehartiging van TalentPlus bij landelijke organisaties is een specifieke taak voor het Landelijk Bestuur. Regionale/plaatselijke aangelegenheden behoren tot het takenpakket van de afdelingen. Zij kunnen voor (extra) ondersteuning aankloppen bij het Landelijk Bestuur.

Op landelijk en regionaal niveau zal - daar waar gewenst en mogelijk - direct gecommuniceerd worden met landelijke en regionale stakeholders in het arbeidsproces zoals werknemers, werkgevers en vertegenwoordigers van de lokale overheid zoals UWV en gemeentelijke diensten.

3.2.1 Communicatiemedewerker

Om communicatie een duidelijke plaats te geven in de TalentPlus organisatie is de functie “Communicatiemedewerker” ingesteld. Deze functie heeft het volgende profiel:

De taken van deze medewerker zijn:

1. Namens TalentPlus zeer frequent actief op Social Media zoals LinkedIn zijn. Daar regelmatig “posten” en inhoudelijke reageren op door anderen geplaatste “posts” die in relatie staan tot het wel en wee van onze doelgroep. Daar waar nodig en gewenst gebeurt dat in nauwe samenwerking met het Landelijk Bestuur.
2. Namens TalentPlus informatie geven aan derden: bijvoorbeeld aan journalisten van kranten of aan redacties van nieuwsprogramma's op (regio)televisie. Voor TalentPlus is het erg belangrijk dat de media en andere organisaties op de juiste manier worden voorgelicht. Actief moet er informatie uitgaan die het belang dient van TalentPlus.
3. Afdelingen en Landelijk Bestuur adviseren m.b.t. media-uitingen en andere externe contacten:
 - Steekt veel tijd in interne communicatie. Hij/zij moet vooral goed op de hoogte zijn van wat andere mensen binnen TalentPlus van plan zijn te gaan communiceren. In sommige gevallen adviseert hij/zij als woordvoerder TalentPlussers over hoe ze kunnen omgaan met de pers. Soms is het de woordvoerder zelf die met vertegenwoordigers van de pers

praat. In beide gevallen moet er veel worden overlegd. De afdelingen vormen de 'oren en ogen' van de organisatie en moeten daarin meedenken, meepraten en uiteindelijk via de AVO mede vormgeven aan het communicatiebeleid.

- Overlegt niet alleen over communicatiestrategieën, ook inhoudelijk moet hij/zij goed op de hoogte zijn van wat er speelt. Hoe zit de organisatie in elkaar, wat zijn actuele gebeurtenissen, wat zijn de officiële opvattingen van het bestuur? En wat leeft er bij de verschillende afdelingen? Een vast agendapunt in de AVO moet zijn: wat communiceren we deze maand/kwartaal richting de buitenwereld. Veel lezen, opzoeken en uitzoeken dus.
- Als persvoorlichter moet hij/zij zelf het initiatief nemen om informatie te verspreiden. Deze informatie moet worden gedragen door het Landelijk Bestuur en de lokale voorzitters. Als voorlichter is het belangrijk inzicht te hebben in het netwerk van plaatselijke redacties en groepen die het belang van TalentPlus kunnen bevorderen. Steeds moet je filteren welke personen je wel en niet kunt gebruiken om TalentPlus onder de aandacht te brengen. Dit netwerk moet worden opgebouwd en is cruciaal voor het succes van TalentPlus wat betreft landelijke en regionale bekendheid. Het betreft hier niet alleen de communicatie van TalentPlus naar buiten, maar ook de interne communicatie. Het bestuur is afhankelijk van geluiden uit de vereniging. De gelaagdheid binnen de verenigingsstructuur van TalentPlus geldt ook voor de interne communicatie: deelnemers – afdelingsvoorzitter – bestuur. Communicatiekanalen als de LinkedIngroepen van TalentPlus en de besloten pagina's van de website kunnen hierbij een uitstekend kanaal zijn.

3.2.2 Werkgeversorganisaties MKB-Nederland:

TalentPlus wil graag dat werkgevers weten dat er onder de deelnemers van TalentPlus veel kennis en ervaring is op zeer gevarieerde gebieden. Mede daarom is TalentPlus lid van MKB-Nederland. Door als afdeling contact te zoeken met de lokale – of regioafdeling van MKB-Nederland kunnen via korte lijnen contacten worden uitgewisseld. Het bestuur heeft de contacten met MKB-Nederland. Afdelingen moeten in de komende periode contact opnemen met de regionale/lokale afdelingen van MKB-Nederland

3.3 Website TalentPlus

Voor een goede communicatie naar deelnemers en naar derden is een goede website onontbeerlijk. De huidige website voldoet aan de eisen die daar momenteel aan worden gesteld. Deze heeft een visueel aantrekkelijker uiterlijk gekregen, waarbij ook het vrijwillig doneren door deelnemers en het makkelijker aanmelden als deelnemer centraal staat. Het is belangrijk dat deelnemers (besloten gedeelte) maar ook derden (openbaar gedeelte) met enkele muisklikken de gewenste informatie kunnen vinden.

3.4 Trainingsprogramma

De trainingen zijn binnen Talentplus als volgt georganiseerd:

3.4.1 Programma TalentPlus

TalentPlus hecht aan een goede basis om de netwerkactiviteiten goed te kunnen inzetten. Daarvoor wordt een modulair basisprogramma opgezet. Door deze aan alle afdelingen aan te bieden kan TalentPlus naar haar partners/stakeholders aangeven dat alle deelnemers eenzelfde programma kunnen doorlopen. In het basisprogramma van TalentPlus worden de volgende fasen doorlopen: rouwverwerking, zelfanalyse, USP's, cv uitmondend in een persoonlijk plan waarna de zoektocht naar een nieuwe baan kan starten. Iedere Talentplusser doorloopt min of meer dit programma (deelnemers die via hun voormalige werkgever een outplacementtraject hebben gevolgd, hebben meerdere onderdelen al gehad). Motivatie is een eerste vereiste. Voor sommige onderdelen kunnen afdelingen vakinhoudelijk onderlegde deskundigen inschakelen, te denken valt aan LinkedIn.

Voor de deskundigheid van de verschillende disciplines zal in eerste instantie worden gekeken naar de deskundigheid binnen de eigen afdeling. Daarnaast kunnen ook deskundigen uit andere TalentPlus afdelingen worden gevraagd. Als laatste kunnen externen hiervoor worden ingezet. Modulaire opbouw van het programma geeft de afdelingen de vrijheid om een eigen insteek en snelheid te kiezen.

3.4.2 Wekelijkse bijeenkomsten.

In de wekelijkse bijeenkomsten worden de persoonlijke plannen verder uitgewerkt. Welke vaardigheden kan ik waar inzetten? Nieuwe paden betreden, nieuwe uitdagingen zoeken. Potentiële werkgevers, waar liggen mijn kansen? Primair is de zoektocht naar werk. Activiteiten als sollicitatietraining, netwerken, marktverkenningen zullen in de groep blijvend aanbod komen.

3.4.3 Trainingen voorzitters/vicevoorzitters

Deze zullen in hun rol getraind moeten worden, maar ook in de uitgangspunten van TalentPlus. Te denken valt aan lobbykwaliteiten, groepsdynamica. Er is een profiel opgesteld waar een voorzitter aan moet voldoen. Het profiel is dusdanig zijn dat het geen drempel is voor potentiële kandidaten. Het "meedraaien" in een andere afdeling voordat een voorzitter zelfstandig een afdeling gaat leiden is daarbij een goed uitgangspunt.

4 Continuïteit

Gezien het gerealiseerde verloop onder de deelnemers en de deels ook van afdelingsvoorzitters is de kans groot dat over bepaalde onderwerpen andere meningen ontstaan (vernieuwde inzichten) of een gevoerde discussie opnieuw opblaait. Zo ontstaat het risico dat besproken uitgangspunten uit het oog worden verloren. Dit is momenteel ondervangen door een maandelijks contact op afdelingsniveau, een heldere taakomschrijving van voorzitters en leden van het Landelijk Bestuur en door op lokaal niveau de voorkeur te geven aan voorzitters die voor langere tijd deze functie kunnen uitoefenen, zonder dat dit een "baan voor het leven" gaat worden. De voorzitter(s) zal/zullen hier tijdens bijeenkomsten strak de hand moeten houden aan eerder gemaakte besluiten en acties.

De volgende uitgangspunten zijn daarbij leidend:

- De landelijke organisatie moet de kwaliteit van het proces centraal strak onderhouden en bewaken.

- De lokale organisatie doet dit op afdelingsniveau.
- Er is een actieve ondersteuning en communicatie van en met de afdelingen.
- Er is een gestructureerde communicatie met alle deelnemers, waarin zij op de hoogte gehouden worden van de laatste informatie en kleine en grote successen.

Ten slotte

Het concretiseren van het beleidsplan is een continu proces. Mede aan de hand van het bestuur verslag zal het beleidsplan jaarlijks worden geëvalueerd en waar nodig worden bijgesteld. Met het beleidsplan als basis zullen diverse actieplannen worden opgezet en uitgevoerd.

Namens het bestuur,

Albert Scheffer - Voorzitter

Marcel Hamberg – Secretaris

Wim van Reen – Penningmeester

Definitieve versie vast te stellen op de AVO van november 2022.