Tandartsen versieren

Met welke versiertrucs kan een werkgever tandartsen aantrekken waarmee een match wordt gevormd?

Dina van Geel

Auteur

Dina van Geel
0863499
D.Geel@outlook.com

Opleiding

Instituut voor Communicatie, Media

en Informatietechnologie (CMI)

Hogeschool Rotterdam

Scriptiebegeleider

I. M. E. van Kints

i.m.e.van.kints@hr.nl

06 17 75 06 02

Bedrijf

Tandartspraktijk X

Bedrijfsbegeleider

Begeleider 1

Externe opdrachtgever

Begeleider 2

Onderzoek naar de arbeidsmarkt-oriëntatie van jonge tandartsen & arbeidsmarkt-communicatie-strategie die de geschikte tandarts koppelt aan Tandartspraktijk X.

19 juni 2017
-
15 januari 2018

Wegens privacyredenen is deze versie geanonimiseerd.

Niets uit deze scriptie mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, digitaal of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Hogeschool Rotterdam, Tandartspraktijk X en de auteur.

Voorwoord

'Out of your comfortzone is where the flowers grow.'

De quote waarmee ik dit voorwoord inluid omdat het een gezegde is wat mij altijd is bijgebleven.
Ik kreeg de kans aangereikt iets totaal nieuws te doen en de avonturier binnenin mij riep meteen dat dit een kans tot groei, zelfontplooiing en ontwikkeling was, het verlegen meisje in mij keek schuw toe. Uiteindelijk trad de steeds volwassener wordende vrouw in mij naar voren, die trok het meisje over de streep, nam de avonturierslust mee en greep die kans met beide handen aan.
U staat op het punt te lezen over het avontuur dat ik begin juni heb aangegrepen waarmee ik mijn opleiding Communicatie afrond.

Rond de aanvang van het afstuderen kwam een nieuwe editie uit van het jaarlijks onderzoek op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie en recruitment in Nederland, van de Academie voor Arbeidsmarktcommunicatie *(Waasdorp & Hemminga, 2017)*.
Zij schreven over 'talent verleiden' en met deze gedachtegoed is de scriptie geschreven en groeide dit uit tot 'tandartsen versieren'.

Tijdens mijn studie is arbeidsmarktcommunicatie nooit behandeld. Des te meer reden voor dit nieuwsgierig aagje om dit onderwerp te gaan ontdekken.

Echter juist omdat dit aagje zo nieuwsgierig is, heeft zij de neiging alle kanten op te stuiteren en overal in te willen duiken.
Gelukkig was daar scriptiebegeleider Ingeborg van Kints, die dit in goede banen leidde, gepaard met een gezonde dosis humor. Met haar professionaliteit, het vermogen altijd objectief te blijven en de belangen te bewaken en behartigen van zowel student, school als bedrijf, werd ik steeds weer terug op het pad (naar afstuderen) gezet wanneer ik weer eens verdwaald was geraakt in één van de vele 'interessante' zijroutes.
Ik ben enorm dankbaar voor haar begeleiding tijdens dit proces. Een afstudeerbegeleider waarvan je altijd op aan kunt.

Via deze weg wil ik ook praktijkhouder Begeleider 1 danken, voor de kans om te duiken in een wereld die voor mij geheel nieuw was. Het was mooi om mee te mogen kijken met iemand die al jaren het vak (marketingcommunicatie) uitoefent en die dit nu op geheel eigen wijze in de tandartsbranche toepast.
Tevens ben ik Begeleider 2 dankbaar, de tandarts die mij de nodige inside-informatie leverde en waarvan ik veel leerde over hoe de tandartsenwereld er niet op papier, maar écht uitziet. De ontmoetingen met Begeleider 2 waren altijd bijzonder informatief en niet in de laatste plaats amusant, door zijn kenmerkende jolijt.

Mijn dankbaarheid gaat ook uit naar de tandartsen die vrijwillig hebben meegewerkt aan dit onderzoek, voor het – tot twee keer toe – mij persoonlijk te woord staan na het invullen van een uitgebreide online enquête. Zonder hen was er geen actuele informatie over de doelgroep.

Last but definitely not least, heel veel dank aan mijn zoontje voor zijn geduld wanneer 'mama weer eens aan haar scriptie zat te werken'. Het zoethoudertje lijkt nu eindelijk in vervulling te gaan: 'als mama haar diploma heeft, gaan we naar Duinrell'. Heel veel dank gaat uit naar mijn geliefden, die mij van steun, motivatie en heel veel praktische tips hebben voorzien tijdens deze turbulente periode. Ik hoop samen met een ieder die op één of andere manier aan deze scriptie heeft bijgedragen, de vruchten ofwel bloemen te kunnen plukken die buiten mijn comfortzone prachtig zijn opgebloeid.

Rotterdam, 15 januari 2018 Dina van Geel

Leeswijzer

Dit is Dina. Zij gaat op reis en laat u het scriptie-avontuur door haar ogen lezen en beleven. Gaat u mee op ontdekkingstocht?

In dit onderzoek zijn persoonlijke keuzes gemaakt. Afhangend van wetenschap, onderzoek of logica. Er is informatie verzameld, data opgehaald, geschrapt en aangevuld, stappen zijn afgewogen en heroverwogen, structuur is aangebracht, analyses uitgevoerd.. Kortom er zijn continu afwegingen gemaakt. Deze doorlopen stappen zijn in het gehele document terug te vinden. Het onderzoeksrapport representeert als het ware de reis in het hoofd van de afstudeerder. En op deze manier zult u het document ook ervaren. Dina neemt u mee op een ontdekkingstocht, van probleem tot oplossing*, so sit back, relax, read and enjoy!*

Het onderzoeksrapport is globaal ingedeeld in drie delen: 1. Theorie, 2. Onderzoek, 3. Conclusies. Onder deze hoofdstappen vallen deelstappen. Elk hoofdstuk behandelt een nieuwe deelvraag, zo wordt stapsgewijs het probleem en de kansen steeds meer helder. Het onderzoek alsook het document is een reis naar de strategische oplossingsrichtingen en uiteindelijk het concept, de content en het advies aan de opdrachtgever.

1 | Titel van het hoofdstuk

In de onderkop wordt u uitgelegd wat er in dit hoofdstuk gaat gebeuren. Welke deelvraag wordt hier beantwoord? Wat heeft de titel te betekenen en welke informatie wordt hier in kaart gebracht?

Hoofdstukindeling

Het begin van elk hoofdstuk wordt ingeluid met een titelpagina.

In de bodytekst volgt de uitwerking van wat u in de onderkop beloofd is.

De rest spreekt voor zich!

Veel leesplezier toegewenst.

Let the adventure begin..

Inhoud

Aanleiding 2
Onderzoek 5
1 | Tandartspraktijk X 8
2 | Arbeidsmarktcommunicatie 18
3 | Huidige aanpak arbeidsmarktcommunicatie 27
4 | Pas afgestudeerde tandartsen 30
5 | Wat willen tandartsen? 35
5.1 Kwantitatief onderzoek 36
5.2 Kwalitatief onderzoek 38
6 | Conclusies 42
7 | Strategische oplossingsrichtingen 44
8 | Concept & Content 51
9 | Prototyping 54
9.1.1 Candidate Journey stap 1 | Naamsbekendheid & Behoefte 56
9.1.2 Candidate Journey stap 2 | Employer branding & Oriëntatie 59
9.1.3 Candidate Journey stap 3 | Job branding & Afweging 62
9.1.4 Candidate Journey stap 4 | Recruitment & Sollicitatie 64
Aanbevelingen 70
Literatuurlijst 71
Bijlagen 71

Aanleiding

In de aanleiding is terug te lezen hoe onder andere de voelbare recente ontwikkelingen in de tandartsenwereld met daarbij persoonlijke ervaringen van de opdrachtgevers ertoe hebben geleid dat het onderzoeksonderwerp uitkwam op arbeidsmarktcommunicatie.

Om te achterhalen wat de aanleiding van het onderzoek is, zijn er startgesprekken gevoerd tussen de afstudeerstudent en opdrachtgevers; praktijkeigenaar Begeleider 1 en tandarts Begeleider 2, in het bedrijf wat centraal staat; Tandartspraktijk X. Tijdens de gesprekken (Begeleider 1 & Begeleider 2, persoonlijke communicatie, 11 mei 2017) is naar algemene informatie gevraagd en zijn gerichte vragen gesteld om de behoefte tot onderzoek te achterhalen oftewel het 'knelpunt'. Naar aanleiding daarvan kon de student nagaan op welke wijze communicatie aan dit 'probleem' kan bijdragen.

Van communicatiespecialist naar tandartspraktijkhouder

Begeleider 1 kocht 2 jaar terug Tandartspraktijk X. Zij geeft aan dat haar toen meteen opviel dat er onder praktijkeigenaren weinig met (marketing)communicatie gedaan wordt. Met haar ervaring op dit gebied als basis (jarenlang eigen communicatie- en PR-bureau en later evenementenbureau) ging zij aan de slag. Vanaf de start heeft zij zich ingezet voor een verbetering van die gebieden en een optimalisering van de communicatie met en voor de patiënt. Hier besloot zij juist niet de bekende weg te betreden maar nieuwe paden in te slaan voor een vernieuwde aanpak. Als praktijkeigenaar is zij dus sindsdien actief de patiëntenservice gaan verbeteren.

Van algemeen naar specifiek

De constatering van Begeleider 1 dat er weinig met communicatie gedaan wordt, leidde bij de student al meteen tot het willen aanpakken van dit gebied. Om tandartspraktijken in staat te stellen de huidige ontwikkelingen en trends op het gebied van communicatie bij te benen. Echter werd verder in het gesprek duidelijk dat dit niet het enige is wat aangepakt moet worden. Begeleider 1 maakte kenbaar dat momenteel voor de praktijk een extra tandarts nodig is om de vraag voor zorg te kunnen waarborgen en vervolgstappen voor de toekomst te maken. Zij constateerde de afgelopen jaren een nijpend tekort onder tandartsen, bevestigd door onderzoeken van onder andere NIVEL (Nederlands instituut voor onderzoek van de gezondheidszorg). Dit maakte het werven van een nieuwe tandarts lastiger. Het werd de student duidelijk dat het aandachtsgebied communicatie gecombineerd zou worden met het effectief kunnen werven van tandartsen die bij de praktijk passen.

Begeleider 1 heeft zelf ook inspanningen verricht om de juiste tandarts te werven. Tijdens haar zoektocht kwam tandarts Begeleider 2 op haar pad. Hij is al meer dan 50 jaar in de branche werkzaam en ook hij loopt al jaren rond met een bepaalde vraag die onderzoek behoeft. Namelijk hoe het gaat met de pas afgestuurde tandartsen die college bij hem gevolgd hebben. Hij is zelf tandarts sinds X juli 19X en hij heeft jarenlang zijn eigen praktijk gehad. Daarnaast was hij 8 jaar landelijk voorzitter KNMT en medisch directeur. Dit is dus iemand die zich erop heeft toegelegd op de hoogte te zijn van wat er onder tandartsen leeft. Begeleider 2 is sinds XXXX gastdocent bij de ACTA (Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam). Van al deze studenten die hij les heeft gegeven, zijn er van zijn klassen uit 2012 tot 2015 inmiddels 330 afgestudeerd en bij hem speelt de vraag waar deze afgestudeerde tandartsen momenteel werken, hoe het is gesteld met hun tevredenheid over de praktijk waar zij werkzaam zijn en welke factoren hun arbeidsvreugde bepalen.

Afbakening onderzoeksonderwerp

Begeleider 1 haar communicatievraagstuk en Begeleider 2 zijn arbeidsmarktvraag werden gebundeld. Zij sloegen de handen ineen en de reden tot onderzoek was geboren. Voor de student werd duidelijk welke onderwerpen hieruit gefilterd konden worden. Kort samengevat wil Begeleider 2 weten hoe het met de arbeidsmarktpositie van zijn oud-studenten gesteld is, Begeleider 1 wil tandartsen werven. Hierdoor werd de focus gelegd op de onderzoeksgebieden arbeidsmarktcommunicatie en werving.

Bundeling vraagstukken

De afstudeerstudent kon vorm gaan geven aan de verloop van het onderzoek. Na dit gesprek was het duidelijk dat beide opdrachtgevers benieuwd zijn naar de tevredenheid van tandartsen (die binnen 0-5 jaar zijn afgestudeerd) over de praktijk waar zij werkzaam zijn. Hun wensen en behoeften over een praktijk moeten kenbaar worden. Hieruit ontstaat een profiel van de 'ideale praktijk'. Wanneer duidelijk is hoe deze tandartsen bereikt kunnen worden, dus wat de factoren zijn die zo'n tandarts aantrekt, kan er een strategie worden opgesteld om ze te bereiken. Dit vraagstuk valt binnen de arbeidsmarktcommunicatie. Het doel is om factoren of motieven van de tandarts te ontdekken, die hem triggert om te kiezen voor een bepaalde tandartspraktijk. Hier kan de arbeidsmarktcommunicatie op afgestemd worden. Uiteindelijk moet het leiden tot het zodanig inrichten van de arbeidsmarktcommunicatie dat de juiste tandartsen worden aangetrokken die een match vormen met Tandartspraktijk X.

Onderzoek

Tijdens de afstudeerperiode van mei tot en met oktober 2017 zal onderzoek worden gedaan naar Tandartspraktijk X, de tandartsen die college hebben gevolgd bij Begeleider 2 en alle relevante factoren om tot een goede context te komen van waaruit een duidelijke kans en strategische oplossingsrichtingen kunnen voortvloeien. Om de resultaten van dit onderzoek meetbaar te maken zal de strategie Tandartspraktijk X in staat stellen de juiste tandarts aan te trekken.

Door in- en extern onderzoek wordt onderzocht welke strategie Tandartspraktijk X het beste kan uitvoeren om de gewenste tandartsen aan te trekken. In de onderzoeksopzet in het volgende hoofdstuk wordt verder ingegaan op hoe het onderzoek wordt aangepakt.

Relevantie

De constatering van Begeleider 1 dat in tandartspraktijken de communicatie op een laag pitje staat, maakt het voor de student aantrekkelijk op dit gebied handvatten te willen aanreiken.

Wanneer uiteindelijk door het onderzoek bekend is wat de belangrijkste motivatoren voor jonge tandartsen zijn om bij een praktijk te komen werken, worden niet alleen Tandartspraktijk X, maar ook andere tandartspraktijken in staat gesteld te werken aan een optimalisering van deze gebieden. Dit zal uiteindelijk ervoor kunnen zorgen dat arbeidsmarktcommunicatie effectiever wordt ingezet en dat er een betere aansluiting op vraag en aanbod wordt gecreëerd in de tandartsenbranche.

Onderzoek

Een onderzoek kan op verschillende manieren worden aangepakt, er leiden meerdere wegen naar Rome. In dit geval kiest de afstudeerstudent ervoor om het onderzoek gestructureerd te laten verlopen door van start te gaan met een duidelijke afbakening. Dit krijgt vorm door een centrale vraag, deelvragen, waar het onderzoek zich tot beperkt en een begrippenlijst.

Centrale vraag

Vanuit de bedrijfsbegeleider Begeleider 1 en dhr. Begeleider 2 is een duidelijke vraag gekomen. Om dit te gieten in een strategisch communicatievraagstuk wordt de contextanalyse uitgevoerd. Om ervoor te zorgen dat de analyse gestroomlijnd verloopt, wordt er van start gegaan met een centrale vraag. Zoals uit gesprekken met mevrouw Begeleider 1 en meneer Begeleider 2 bleek, is dit onderzoek wat wordt uitgevoerd innovatief. Ook hierom is de centrale vraag niet geheel gesloten, waardoor het niet slechts één richting op kan, maar er is ruimte voor meerdere benaderingen en uiteindelijke oplossingsrichtingen. Het probleem leent zich ervoor tijdens het onderzoeken nader te worden geanalyseerd en gedefinieerd.

'Welke strategische oplossingsrichtingen kunnen worden ingezet om een aansluiting op vraag (van de tandartspraktijk) en aanbod (van de tandartsen) te creëren waardoor Tandartspraktijk X effectiever nieuwe tandartsen kan werven?'

Deelvragen en onderzoeksmethode

De onderzoeksvraag wordt opgesplitst in deelvragen. De centrale vraag beschrijft namelijk niet alle onderdelen die onderzocht moeten worden alvorens tot strategische oplossingsrichtingen te kunnen komen. Deze essentiële stappen worden genomen middels de deelvragen, zodat op deze manier stapsgewijs belangrijke informatie wordt verkregen waaruit de strategische oplossingsrichtingen zullen voortvloeien. Bij de deelvragen wordt (indien al bekend) toegelicht of dit wordt onderzocht door middel van desk- of fieldresearch.

1. Wie is Tandartspraktijk X?

Deskresearch naar interne en externe ontwikkelingen door het onderzoeken van statistieken en betrouwbare bronnen. Kwalitatief fieldresearch in de vorm van interviews met de eigenaar van Tandartspraktijk X.

2. Hoe kan communicatie om (nieuwe tandartsen) te werven ingericht worden?

Deskresearch naar betrouwbare communicatiebronnen.

3. Hoe pakt Tandartspraktijk X momenteel haar arbeidsmarktcommunicatie aan?

Deskresearch en kwalitatief fieldresearch.

4. Wie zijn pas afgestudeerde tandartsen?

Deskresearch naar studenten via hun opleiding.

5. Wat zijn de wensen en behoeften van deze tandartsen voor de ideale werkplek?

Fieldresearch door interviews af te nemen met de tandartsen.

Beperkingen

Alles willen, maar niet alles kunnen. Dat is soms het geval. Hier wordt aangegeven wat er bij voorbaat al buiten beschouwing wordt gelaten.

Dit onderzoek beperkt zich uitsluitend tot de tandartsen waarvan hun gegevens in de lijsten (aangereikt door Begeleider 2) opgenomen zijn.

Begrippenlijst

Hier volgen begrippen die vaak in het document terug zullen komen.

- Auteur/ student/ afstudeerder = Dina van Geel, de student die afstudeert en tevens de auteur is van dit document! Wordt afwisselend in het document aangeduid met deze termen.
- ACTA = Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam

Binnen de tandheelkunde bestaan twee beroepsorganisaties. Het KNMT en het ANT. Tandartspraktijk X is lid van het ANT. Bijna alle tandartsen die voor de scriptie zijn geïnterviewd bleken lid van het KNMT. Met ruim 10.000 leden is KNMT de grootste vereniging *(Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering ter tandheelkunde, z.j.)*. Tijdens de afstudeerperiode is van laatstgenoemde organisatie de website vaak geraadpleegd voor algemene informatie, nieuws en onderzoeken.

- KNMT = Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering ter tandheelkunde.

- ANT = Associatie Nederlandse Tandartsen.

- BIG-registratie = Een register waarin alle BIG-geregistreerde zorgverleners zijn opgenomen. Het geeft duidelijkheid over de bevoegdheid van een zorgverlener. De wet beschermt tevens de patiënt tegen ondeskundig en onzorgvuldig handelen door een zorgverlener *(Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering ter tandheelkunde, z.j.).* Zodra de zorgverlener bevoegd is om zijn beroep uit te oefen krijgt hij een uniek, persoonsgebonden BIG-nummer. Het inmiddels 350.000 zorgverleners tellende BIG-register, waarvan circa 8700 BIG-geregistreerde tandartsen, is door iedereen te raadplegen. BIG staat voor Beroepen in de Individuele Gezondheidszorg *(Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, z.j).*

1 | Tandartspraktijk X

Het in kaart brengen van het bedrijf kwam als een natuurlijke, vanzelfsprekende keuze. Ten eerste zijn praktijkeigenaar Begeleider 1 en specialist op dit vakgebied Begeleider 2, de initiatiefnemers van dit onderzoek. Ten tweede worden de strategische oplossingsrichtingen uitgevoerd voor het bedrijf. Deze richtingen moeten voor de organisatie passend en succesvol zijn.

Genoeg redenen dus om het bedrijf beter te leren kennen en van start te gaan met de eerste deelvraag: 'Wie is Tandartspraktijk X?'

1.1 Interne analyse

De bedrijfsanalyse wordt uitgevoerd om inzicht te krijgen in de kansen en bedreigingen binnen de bedrijfsomgeving. De analyse wordt opgesplitst in een interne en externe analyse.

1.1.1 Organisatie

De interne analyse gaat van start met achtergrondinformatie over de organisatie. Er wordt gestart bij het begin: het ontstaan van Tandartspraktijk X.

Begeleider 1 is eigenaar van Tandartspraktijk X. In een gesprek over hoe zij van start is gegaan blijkt dat de tandartsbranche in haar vizier kwam door het enthousiasme van een volleerd ondernemer, die al jaren handelt in kleingoed oftewel tandartsbenodigdheden. Zij beschrijft dat haar ondernemerschap werd geprikkeld door de winst en omzetmogelijkheden binnen deze branche. Al snel kwam zij tot de ontdekking dat het nog onontgonnen gebied is wat betreft marketingcommunicatie en patiëntencommunicatie.

Zij werd voornamelijk getriggerd om deze gebieden te gaan vernieuwen en verbeteren en door het overnemen van een eigen tandartspraktijk kon zij zelf vorm gaan geven aan haar aanpak en ideeën over patiëntenservice binnen de tandartsbranche. Zij zag de praktijk Tandartspraktijk 0 als het ideale platform om haar ideeën tot werkelijkheid te brengen. Begeleider 1 schreef in 2015 haar ondernemersplan om de financiering te verwerven voor het overnemen van praktijk Tandartspraktijk 0 van Keten 0, de grootste tandheelkundige ketenorganisatie in Nederland.

Begeleider 1 begon haar carrière in de marketingcommunicatie, als marketingcommunicatie-officer bij oliemaatschappij FINA Nederland. In augustus 2004 richtte zij haar eigen communicatie- en PR-bureau op en in 2010 het evenementenbureau X. In 2014 is zij gestart met de voorbereidingen voor een eigen praktijk. Hiervoor liep zij o.a. stage als assistent praktijkmanager in drie verschillende tandartspraktijken. Daarnaast schreef zij een businessplan voor de toekomstige tandartspraktijk.

Haar visie op de tandheelkunde vertaalt zich naar de inrichting van een praktijk met een multidisciplinair tandheelkundig team, een samenwerkingsverband van uitstekend opgeleide tandheelkundige professionals, dat zeer goede service verleent en de missie en visie uitdraagt *(Begeleider 1, persoonlijke communicatie, 20 juni 2017)*.

1.1.2 Organisatiecultuur

Gezien het afstudeeronderzoek zich concentreert op arbeidsmarktcommunicatie en de tandartspraktijk zich dus op de arbeidsmarkt zal vertonen, is het nuttig te weten wat voor soort cultuur er heerst in Tandartspraktijk X. Dit kan worden ingezet bij het communiceren over de werkplek, als onderscheidend kenmerk worden ingezet alsook wordt hierdoor duidelijker wat voor soort tandarts bij deze cultuur past.

De organisatiecultuur wordt omschreven door middel van het ui-model. Dit model gaat er vanuit dat de lagen van een organisatie zoals de lagen van een ui zijn. Hoe meer je pelt, hoe dieper je tot de kern komt.

De organisatiecultuur geeft de identiteit van de organisatie weer: de corporate identity. De organisatiecultuur is het niet-tastbare kenmerk waarmee de organisatie zich van concurrenten kan onderscheiden, wordt ook benadrukt door Verhagen, in het hoofdstuk organisatieculturen uit haar boek 'Kwaliteit met beleid' voor sociale professionals *(2011)*. Het ui-principe en uitgaan van de gelaagdheid van een organisatie blijkt een nauwgezette methode om de organisatiecultuur weer te geven. Zo werd al in 1980 door Edgar Schein een ui-model ontwikkeld met drie cultuurlagen *(Schein, 2010)*, zeven jaar later wordt hetzelfde principe uitgebreid met een vierde laag door Sanders en Neuijen *(Sanders & Neuijen, 1992)*.

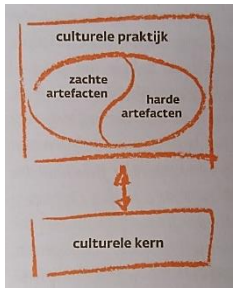
Organisatieadviseur Van de Goor benadert organisatiecultuur op eenzelfde manier, naar aanleiding van haar ontdekkingstocht naar wat organisatiecultuur is, via haar eigen bureau. Net zoals de afstudeerstudent is zij op verschillende definities en benaderingen van het begrip gestuit en concludeerde 'er is niet één werkelijkheid *(Van de Goor, 2011, p. 13)*.' Zij sluit zich aan bij de gelaagdheid van de organisatiecultuur met daaraan toegevoegd een onderscheid tussen zachte en harde artefacten. Het wordt in haar boek vergeleken met het maken van foto's, de eerste foto laat de zichtbare kant van de cultuur zien en hoe deze zich manifesteert, de tweede is een röntgenfoto van datgene wat van buitenaf niet zichtbaar is, de culturele kern.

> *"Datgene wat zichtbaar is aan de buitenkant is een uitingsvorm van datgene wat in de diepere laag leeft"*.
> *(Van de Goor, 2011, p. 18).*

Om de organisatiecultuur in kaart te brengen, is in de eerste maanden van het afstuderen geobserveerd door twee dagen naast de praktijkhouder in de ontvangstruimte te zitten. Daarnaast is er tijdens gezamenlijke lunchpauzes en het werken (aan de scriptie) op kantoor gelet op cultuur. Van de Goor raadt ook aan om in de eigen organisatie rond te lopen en stil te staan bij: "wat zegt datgene wat je ziet over hoe mensen hier denken en wat hen bezielt *(Van de Goor, 2011, p. 19)*?" Relevante cultuuraspecten die later ook terugkomen in het onderzoek, worden in deze paragraaf vermeld. De rest van de uitgebreide analyse is te lezen in de bijlagen.

Culturele praktijk

Zoals Van de Goor (2011) beschrijft is op de eerste foto de zichtbare kant van de cultuur te zien, de culturele praktijk. Deze bestaat uit harde en zachte artefacten.



Figuur 1 De culturele praktijk (Van de Goor, 2011)

Zachte artefacten

Alles wat we mensen zien doen of horen zeggen zijn zachte artefacten. Hieronder vallen gedrag en gewoonten.

- Samenwerking

In de tandartspraktijk werkt een vast team van één tandarts algemene tandheelkunde, twee gnathologen en twee tandartsassistentes.

Om te begrijpen wat deze medewerkers doen en alvast een indruk te krijgen van de doelgroep, wordt op de website van het KNMT en bedrijfswebsite TandartspraktijkX.nl onderzocht welke behandelingen zij verrichten.

Tandarts

De werkzame tandarts is zelfstandig bevoegd tot het uitvoeren van de volgende handelingen:

- heelkundige, weefselscheidende, irreversibele handelingen, bijvoorbeeld extracties (verwijderen van tanden), het doen van zenuwbehandelingen (wortelkanaalbehandelingen) of het prepareren van caviteiten (gaatjes vullen en afwerken) en restauraties (herstellen van de vorm, esthetiek en functie van het gebit);
- het geven van injecties, zoals bij het aanbrengen van lokale verdoving;
- het plaatsen van protheses;
- cosmetische behandelingen zoals het plaatsen van een facing om scheve of vergeelde tanden te verbergen;
- het maken van röntgenfoto's en
- het voorschrijven van geneesmiddelen.

Gnatholoog en slaapgeneeskundige

Een gnatholoog en slaapgeneeskundige zijn gedifferentieerde tandartsen. De Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering ter tandheelkunde *(z.j.)* beschrijft dat deze tandartsen zich na hun opleiding Tandheelkunde toe hebben gelegd op het deelgebieden gnatologie (NVGPT) en slaapapneu (NVTS).

- Een tandarts-gnatholoog richt zich op de diagnose en behandeling van pijn en problemen met kauwen (bijvoorbeeld pijnklachten van kaakgewrichten).
- Een tandarts slaapgeneeskunde heeft specifieke kennis van snurk- en/of apneuklachten en de behandeling hiervan door middel van een mandibulair repositie apparaat (MRA, ook wel antisnurkbeugel genoemd).

Tandartsassistent

De tandartsassistent is de spil binnen de tandartspraktijk volgens de Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering ter tandheelkunde *(z.j.)*.

- De tandartsassistent heeft een praktijkgerichte mbo-opleiding voltooid op niveau 4.
- De tandartsassistent heeft als eerste contact met patiënten, assisteert bij de behandeling, plant afspraken en verricht ook administratieve taken. Onder toezicht van de tandarts mag zij ook een aantal handelingen uitvoeren.

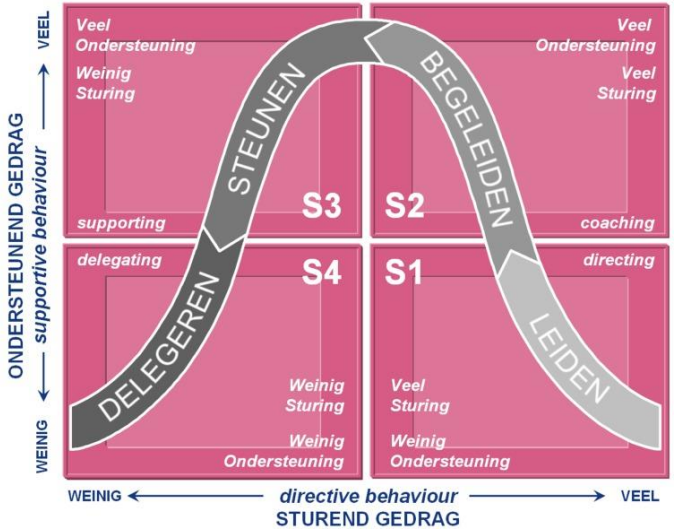
Vanzelfsprekend zien de patiënten zoveel mogelijk dezelfde gezichten, gezien het een klein team is. Elke tandarts werkt samen met één van de assistentes.

- Leidinggeven

Begeleider 1 is de praktijkmanager van Tandartspraktijk X. Tijdens het observeren is te zien dat er korte, directe lijnen zijn. Begeleider 1 is altijd aanwezig en aanspreekbaar. Medewerkers kunnen met vragen of opmerkingen over het werk of patiënten altijd bij de praktijkmanager terecht.

Online deskrearch leert dat geen tandartspraktijkmanager hetzelfde is en dat het takenpakket in elke praktijk verschilt. Zoals in een editie van 2016 van het digitale Nederlands tandartsenblad (uitgegeven door de Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der Tandheelkunde (KNMT)). Daarin is te lezen dat onderzoek onder praktijkmanagers, uitgevoerd door Kooistra, uitgever van MedischOndernemen en het Praktijkmanagers Netwerk (PM Netwerk) uitwijst dat er drie categorieën praktijkmanagers waarvan de praktijkmanager van Tandartspraktijk X met haar achtergrond het best valt onder de categorie: de praktijkmanager op hbo-niveau die een regiefunctie heeft en zegt wat er moet gebeuren *(2016)*.

Begeleider 1 zet zich in voor het managen van de praktijk, waarvan planning en organisatie tot de belangrijkste, dagelijkse, inspanningen behoort.



Figuur 2 Model Situationeel leiderschap Blanchard en Hersey (2014)

Voor het kunnen typeren van de stijl van leidinggeven, is het situationeel leiderschapsmodel geraadpleegd van Blanchard en Hersey *(2014)* omdat hier leiderschapsstijlen nauwgezet zijn omschreven.

Het model bestaat uit de dimensies taakgericht en relatiegericht gedrag van de manager en gaat uit van het aanpassen van de leiderschapsstijl op de competentie van de werknemers. Op het eerste gezicht lijkt de leiderschapsstijl van Begeleider 1 op dat van een coach (S2) die veel ondersteuning en sturing geeft, doordat ze zeer benaderbaar is en tandartsen met uiteenlopende, ook persoonlijke zaken, bij haar terecht kunnen. Echter na nadere bestudering van de uitleg van Blanchard en Hersey *(2014)*, lijkt haar stijl meer te vallen onder weinig sturend gedrag.

Uiteindelijk is leiderschapsstijl S4 het meest toepasselijk, omdat zij meer kenmerken vertoont van deze stijl dan van stijl S3. Bij een grotere mate van competentie daalt namelijk de behoefte aan sturing en neemt de zelfstandigheid van de medewerker toe. Kenmerkend voor deze stijl is dat de leidinggevende voor de medewerker de voorwaarden schept die nodig zijn bij het uitvoeren van de opdracht maar beslissingen en de wijze waarop de taak wordt uitgevoerd overlaat aan de medewerkers, zij zijn zelf verantwoordelijk en krijgen daarvoor de nodige bevoegdheden. Management by exception wordt deze stijl ook wel genoemd. Wat van managementstijl S3 vooral bij Begeleider 1 naar voren komt is dat zij stimulerend optreedt, klankbord is en op verzoek meedenkt over de uitvoering van behandelingen, echter is zij niet uitsluitend relatiegericht waardoor deze stijl minder van toepassing is *(Blanchard en Hersey 2014)*.

- Besluitvorming

Wanneer praktijkmanager Begeleider 1 spoedgevallen of pijnklachten binnenkrijgt, moet zij snel handelen en deze patiënt in de agenda van de dienstdoende tandarts plaatsen. Indien mogelijk (wanneer de tandarts in de buurt is) bespreekt zij de afspraak met de tandarts ter plekke. Wanneer zij de tandarts echter pas later te spreken krijgt, licht zij deze in over de nieuwe geplaatste afspraak. Op deze manier is de tandarts altijd op de hoogte van wijzigingen in haar programma. Een patiënt die te laat is moet echter iets langer wachten, omdat anders het programma van de tandarts compleet uitloopt.

Wat behandelplannen betreft, wordt dit door de tandarts met de patiënt besproken en doorlopen. De praktijkmanager verleent hiervoor goedkeuring.

Harde artefacten

Onder de tweede categorie artefacten vallen tastbare ofwel harde artefacten.

- Fysieke omgeving

Om dit onderdeel te omschrijven is er gekeken naar de functionele architectuur en inrichting.

De tandartspraktijk is gevestigd in een dijkhuis met twee verdiepingen. Het kleine gebouw is zo ruimtelijk mogelijk ingedeeld en past bij het kleine team. Hierin heerst de gemoedelijke, vertrouwde sfeer van een moderne dorpspraktijk.

Figuur 3 Vooraanzicht Tandartspraktijk X op Google Maps (2016) (verwijderd)

Er zijn drie behandelkamers. Tussen de balie en behandelkamers is een ruimte waar gezamenlijk wordt geluncht van 12:00 – 12:30. Doordat de lunchkamer en balie ook via de infectiepreventiekamer bereikbaar zijn, kunnen de looplijnen van patiënten en medewerkers gescheiden blijven.

- Structuur organisatie

De structuur van de organisatie is na observatie in kaart gebracht door een organogram.

Figuur 4 Organogram Tandartspraktijk X (2017) (verwijderd)

Gezien de communicatielijnen kort en direct zijn en de mate of soort bevoegdheid complex is, is er in het organogram een hiërarchie in verantwoordelijkheden aangebracht. Begeleider 1 is de verantwoordelijke van de organisatie, de tandartsen vallen onder haar verantwoordelijkheid en andersom zijn tandartsassistenten voor de uitvoering van hun werk gedeeltelijk afhankelijk van de tandarts.

Culturele kern

Na het bestuderen en omschrijven van de culturele praktijk, kan er dieper worden gegaan. Van de Goor *(2011)* meent dat de elementen in de culturele kern zo diep verankerd en vanzelfsprekend zijn dat ze door de organisatie zelf niet meer opgemerkt worden. De culturele kern is het kloppend hart van de organisatie en bestaat uit de waarden, ongeschreven regels en overtuigingen van de organisatie.

De ongeschreven regels zijn de normen, een uitvloeisel uit de werkelijkheidsbeleving van de organisatie. De ongeschreven regels vertonen samenhang met de geschreven regels van de organisatie die tot uiting komen in harde artefacten. Bij Tandartspraktijk X zou de ongeschreven regel dat resultaatgerichtheid hoog in het vaandel staat en dat de praktijkmanager ontzorgt zodat de tandarts zich op zijn taken kan toeleggen, ten grondslag kunnen liggen aan de structuur en stijl van leidinggeven.

Figuur 5 De culturele kern (Van de Goor, 2011)

Omdat het achterhalen van de culturele kern een intensief proces is wat maanden duurt, is ervoor gekozen niet dieper op dit onderdeel in te gaan maar voorrang te geven aan het uitwerken van de verdere analyses.

1.2 Externe analyse

Na het in beeld brengen van de interne omgeving en het beter leren kennen van het bedrijf wordt in deze paragraaf zicht verkregen op de externe omgeving van Tandartspraktijk X. In de externe analyse wordt de marktontwikkeling onderzocht en in kaart gebracht wat er speelt in de branche.

De externe analyse wordt uitgevoerd door middel van de DESTEP analyse om een compleet beeld te krijgen van demografische, economische, sociaal/culturele, technologische, ecologische en politieke/juridische omgevingsfactoren.

1.2.1 Macro-omgeving

De macro-omgeving wordt verkend omdat inzicht in de externe omgeving van een organisatie van belang is. Hierdoor kan Tandartspraktijk X effectief gebruikmaken van de kansen en bedreigingen die worden veroorzaakt door de omgeving waarin zij opereert. Daarnaast wordt Tandartspraktijk X in staat gesteld om succesvol actief te zijn in haar omgeving als de strategische oplossingsrichtingen afgestemd zijn op de bevindingen van de DESTEP-analyse *(Muilwijk, z.j.).* De bevindingen uit de macro-omgeving in combinatie met het gehele onderzoek dienen dus ook als fundering van de ontwikkelde strategie.

Op de macro-omgeving en de hierna beschreven variabelen oefent Tandartspraktijk X geen directe invloed uit, maar zij kan er wel effectief op inspelen of de variabelen in haar voordeel laten werken, wanneer de strategische oplossingsrichtingen hierop worden afgestemd. Hierom is het dus van belang dat de in kaart gebrachte ontwikkelingen relevant zijn voor de praktijk. Om dit te bereiken is gericht onderzoek gedaan naar relevante informatie die betrekking heeft op de organisatie en de centrale onderzoeksvraag.

DESTEP analyse

Alle onderdelen uit de DESTEP analyse die relevant zijn voor het onderzoek worden uitgelicht.

Demografisch

Demografische factoren zijn kenmerken van de bevolking. Door middel van demografische factoren wordt gekeken hoe groot de bevolking is, echter omdat het hier het aantrekken van nieuwe tandartsen centraal staat, wordt gekeken naar de uitoefenaars van dit specifieke beroep. Dit brengt ook in kaart hoeveel potentie de markt biedt. Door een beeld te schetsen op demografisch niveau kan het bedrijf onder andere achterhalen hoe groot de potentiële doelgroep tandartsen is en welke factoren daarbij als kans of bedreiging kan worden beschouwd *(Eelants, 2017)*.

- Het Centraal Bureau voor de Statistiek stelde in 2017 vast dat er in 2015 ruim 302 duizend werkzame zorgverleners met een beschermde beroepstitel geregistreerd stonden, waarvan 9,2 duizend tandartsen. Zij staan daarmee op nummer vijf in de zorgberoepen die het CBS in kaart heeft gebracht.

- In 2015 zijn er in Nederland 11.235 medisch geschoold tandartsen, 9.165 daarvan zijn werkzaam, waarvan 7.895 als zelfstandige en 770 is in dienst bij een werkgever *(Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017)*.

- De grootste groep tandartsen is 65 jaar of ouder. Hierna volgt de leeftijdsgroep van 55 tot 60 jaar met op de derde plek tandartsen van 60 tot 65 jaar.

- De kleinste groep tandartsen zijn jonger dan 25 jaar, slechts 50. De groep die daarop volgt is 45 tot 50 jaar en de daaropvolgende groep die precies 100 meer tandartsen telt, is 25 tot 30 jaar. De leeftijdsgroep van 40 tot 45 jaar zorgt voor een groep die 50 meer tandartsen telt.

- Onder de vrouwelijke tandartsen zijn alle jongere leeftijdsgroepen groter dan die van hun tegenovergestelde geslacht. Het zijn vooral de wat

oudere mannelijke collega's (vanaf 55 jaar) die voor een groter aandeel aan mannen in de tandartsenbranche zorgen. In de kleinste totaalgroep tandartsen jonger dan 25 jaar is bijvoorbeeld 35 vrouw en 15 man. Van de grootste totaalgroep tandartsen (van 65 jaar of ouder) is 2.235 man en 250 vrouw. Verder tellen alle leeftijdsgroepen, behalve die van 40 tot 45 jaar (met maar 20 meer mannen), meer vrouwen dan mannen.

- De grootste groep mannelijke tandartsen is 65 jaar of ouder. De grootste groep vrouwelijke tandartsen is 30 tot 35 jaar. Als onder de mannen de dominerende leeftijdsgroepen van 55-plussers buiten beschouwing wordt gelaten, is de grootste groep mannelijke tandartsen 35 tot 40 jaar.

Demografische prognose

Gezien er een grote groep oudere mannelijke tandartsen aanwezig is, maar de vrouwen alle jongere leeftijdsgroepen domineren, ziet het ernaar uit dat er steeds meer vrouwelijke tandartsen komen. Bijna de helft werkzame mannelijke tandartsen is 55+. Deze grootste groepen mannelijke tandartsen (vanaf 55 jaar) zullen over een bepaalde termijn met pensioen gaan wat ervoor zorgt dat de vrouwelijke tandarts het branchebeeld zal overheersen. Van alle 2.235 medisch geschoolde mannelijke tandartsen van 65+ zijn momenteel nog maar 890 werkzaam, waarvan het grootste deel (840) als zelfstandige. Onder alle jongere collega's van jonger dan de 25 tot 55 zijn de meesten vrouw. Dit zal betekenen dat Tandartspraktijk X waarschijnlijker een vrouw zal rekruteren en ook daar haar communicatie alsook de arbeidsvoorwaarden op moet inrichten.

Economisch

Economische factoren zijn kenmerken die de economie beschrijven. Hier wordt de economische staat van het land waar Tandartspraktijk X zich in bevindt, in kaart gebracht. Ook wordt achterhaald hoe de economie in de sector er voorafgaand aan toe ging om prognoses te kunnen maken.

- In 2015 hebben volwassenen gemiddeld 711 euro aan gebruikte zorg betaald volgens een publicatie in 2017 van het Centraal Bureau voor de Statistiek op basis van nieuwe cijfers over de eigen betalingen in de zorg. De gemiddelde eigen betalingen aan gezondheid, zorg en welzijn waren in 2015 iets lager dan in 2014. Vergeleken met vijftien jaar geleden is het gemiddelde bedrag 80 procent hoger. Vooral de betalingen vanuit het eigen risico, dat in 2008 is ingevoerd, en de eigen bijdragen aan langdurige zorg zijn toegenomen. Uitgaven aan zorg zoals voor tandartsen of medicijnen bij de drogist, bleven rond de 300 euro per jaar schommelen.

- In zestien jaar tijd zijn de uitgaven aan tandartsen bijna verdubbeld. In 2016 komen de totale uitgaven aan tandartsen (alle bronnen waaruit de uitgaven aan zorg en welzijn worden betaald) op basis van voorlopige cijfers, neer op 2.770 miljoen euro. In 2000 was dat 1.364 miljoen euro.

- Vanaf 2008 tot 2011 vond er een stijging plaats in eigen bijdragen aan tandartsenzorg, vanaf 2012 steeg dat bedrag weer. Ten opzichte van 2012 wordt er nu 17 procent meer aan eigen bijdragen door de Nederlandse bevolking betaald.

- Van de totaaluitgaven aan aanbieders van geneeskundige en langdurige zorg gaat er 3,3 procent naar tandartsenpraktijken.

- De grootste uitgaven aan tandartspraktijken komen al sinds 2000 van de particuliere zorgverzekering van de Nederlandse bevolking. De tweede bron is de zorgverzekeringswet/ziekenfondswet en de derde zijn eigen betalingen, waaronder betalingen voor niet verzekerde zorg, eigen bijdragen conform de Zorgverzekeringswet en aanvullende verzekeringen.

- De betalingen uit die drie grootste bronnen zijn sinds 2014 nagenoeg gelijk.

- Er is wel een blijvende stijging sinds 2000 in uitgaven van de Algemene wet bijzondere ziektekosten (AWBZ) (die bestond van 1968 tot en met 2014) en de Wet langdurige zorg (Wlz), die het overnam vanaf 1 januari 2015. Die verzekeren tegen het risico van zorgkosten die niet individueel verzekerbaar zijn, zoals zware geneeskundige risico's voor mensen met een

aandoening of beperking. Er wordt nu bijna vijf keer zoveel meer via deze bron uitgegeven aan tandartspraktijken sinds 2000 van 9 miljoen euro naar 43 miljoen. Ook ten opzichte van 2015 heeft er in 2016 een stijging van 38 procent plaatsgevonden.

- Hoe hoger het huishoudensinkomen, hoe meer mensen naar de tandarts of mondhygiënist gaan. Gemiddeld gaven acht op de tien Nederlanders in 2015 aan dat ze het afgelopen jaar ten minste één keer bij de tandarts waren geweest, en drie op de tien bij de mondhygiënist. Iets meer dan de helft van de 12- tot 16 jarigen had een orthodontist bezocht. Dit meldt het CBS in 2015.

- Van de Nederlanders uit de twee laagste inkomensklassen gaf 70 procent in 2015 aan naar de tandarts te zijn geweest. Dit aandeel loopt op met het inkomen, tot bijna 90 procent in de hoogste klasse.

- In 2015 bracht 80 procent van de vrouwen en 77 procent van de mannen naar eigen zeggen minimaal één bezoek aan de tandarts. Gemiddeld gingen ze in dat jaar drie keer. Jongeren van 12 tot 16 jaar gingen vrijwel allemaal (97 procent). Vanaf twintig jaar daalt het aandeel dat een tandarts bezoekt naar ongeveer 80 procent. Van de 75-plussers ging nog maar de helft naar de tandarts. In 2013 had 70 procent van deze leeftijdsgroep een kunstgebit.

- Uit een marktonderzoek van de Nederlandse Zorgautoriteit blijkt dat het aantal mondhygiënisten in Nederland de laatste jaren in hoog tempo toeneemt. In 2012 waren er bijna twee keer zo veel werkzaam als in 2006.

Economische prognose

Er zijn geen grote stijgingen verwacht in uitgaven aan tandartspraktijken, in de laatste jaren zijn de uitgaven nagenoeg gelijk. De enige echte aanzienbare stijging in uitgaven vindt plaats door de één na kleinste bron van inkomsten voor tandartspraktijken: de AWBZ en Wlz. Terwijl het totaalaantal uitgaven via deze wet aan alle aan aanbieders van geneeskundige en langdurige zorg daalt van 2014 naar 2015 met 31%, is er in uitgaven aan tandartspraktijken alleen maar een stijgende lijn te zien. Dit laat zien dat er meer uitgekeerd wordt aan tandheelkundige behandelingen voor mensen met een beperking of aandoening.

Sociaal-cultureel

Sociaal-culturele factoren zijn kenmerken van de cultuur en leefgewoonten van de omgeving waarin het bedrijf zich bevindt.

Het gebit van Nederlanders is van hoge kwaliteit, meldt de Rabobank in haar trendrapport *(2017).* Dit uit zich in meer preventie-activiteiten en minder pijnbehandelingen. Het aantal mensen met een volledig kunstgebit wordt geschat op 2 miljoen en dit aantal daalt.

hetgeen zich uit in meer preventie-activiteiten en minder pijnbehandelingen. Het aantal mensen met een volledig kunstgebit wordt geschat op 2 miljoen en dit aantal daalt.

Sociaal-culturele prognose

De Rabobank verwacht dat de vraag naar mondzorg op (middel)lange termijn stabiel blijft. Voornamelijk omdat Nederlanders hun eigen gebit langer behouden, waardoor langer mondzorg nodig is. Ook neemt het aantal oudere Nederlanders door de vergrijzing toe. Deze bevolkingsgroep vraagt om meer complexe behandelingen. Dit is een positieve prognose voor Tandartspraktijk X, het zal betekenen dat er nog lang van haar diensten gebruik zal worden gemaakt.

Technologisch

Tandartsen moeten voldoen aan de verplichting van de NZa (Nederlandse Zorgautoriteit) om de kosten voor materiaal en techniek vanaf januari 2018 inzichtelijk te maken voor patiënten.

Technologische prognose

Deze ontwikkeling betekent voor Tandartspraktijk X een extra handeling om patiënten inzicht te bieden in kosten. Het KNMT stelt een tool beschikbaar waarmee organisaties zelf een prijslijst voor materiaal en techniek kunnen maken voor hun website, waardoor dit eenvoudiger kan worden opgepakt.

Ecologisch

De ecologische factoren zijn niet relevant voor het onderzoek en dus niet meegenmen.

Politiek-juridisch

Politiek-juridische factoren zijn kenmerken van overheidsbeslissingen. Hier wordt de invloed van de overheid kenbaar.

Het percentage consumenten met een aanvullende tandartsverzekering neemt af terwijl de premies stijgen, aldus de Rabobank *(2016)*. De hoogte van de premies stijgt enorm sinds 2008 en de vergoedingen zijn gedaald. Eind 2017 meldt het KNMT ook dat zij voor 2018 verwacht dat de premiestijging en vermindering van vergoedingen zal aanhouden.

Verzekeraars stellen voor aanvullende tandartsverzekeringen ook maximale vergoedingen in. De consument moet eventuele kosten daarboven nog zelf betalen.

Een ander gebied waarop de invloed van de overheid zichtbaar wordt is scholing. De overheid stuurt het aanbod van tandartsen met een numerus fixus voor de opleiding. De Rabobank vermeldt dat eind 2016 al bekend werd dat er geen geld beschikbaar wordt gesteld voor extra opleidingsplaatsen voor tandartsen, ondanks dat het Capaciteitsorgaan al in 2013 adviseerde het aantal opleidingsplaatsen voor tandartsen structureel te verhogen. Op dit moment studeren jaarlijks ongeveer 210 tandartsen af aan de Nederlandse tandheelkundige faculteiten. Tegelijkertijd gaan jaarlijks gemiddeld 300 tandartsen met pensioen.

Politiek-juridische prognose

Alhoewel de vraag naar mondzorg stabiel blijft, wordt er niet extra geld beschikbaar gesteld waardoor aan opleidingsinstituten jaarlijks te weinig tandartsen afstuderen. Met als gevolg een jaarlijks tekort van zo'n 100 tandartsen. Hierdoor wordt het tekort aan tandartsen in stand gehouden en zal het voor Tandartspraktijk X moeilijk blijven om aan nieuwe tandartsen te komen.

2 | Arbeidsmarktcommunicatie

Om deelvraag twee: 'Hoe kan communicatie om nieuwe tandartsen te werven ingericht worden?' te beantwoorden zijn communicatiestrategieën onderzocht die zich bezig houden met de arbeidsmarkt en werving. Daarna zijn manieren omschreven die passen bij het vraagstuk, de organisatie en de doelgroep die voor de praktijk aangetrokken dient te worden.

2.1 Arbeidsmarktcommunicatie

Om goed te kunnen begrijpen wat arbeidsmarktcommunicatie, het centrale onderwerp van deze afstudeerscriptie inhoudt, is theoretisch onderzoek verricht door met name de boeken *Arbeidsmarktmakelaars*, *Handboek Werving en Selectie*, *Werk vinden met social media* en *Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z* te bestuderen en betrouwbare online bronnen te raadplegen.

Alhoewel de meeste boeken een duidelijke beschrijving van de arbeidsmarkt gaven, miste daar de koppeling met communicatie. Van der Haas & Hudepohl vatten in *Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z* enkele definities samen:

'Arbeidsmarktcommunicatie is het integraal en planmatig communiceren met interne en externe doelgroepen, gebaseerd op marktsegmentatie, marktinzichten en de unieke positionering van de werkgever met als doel het werven van kwalitatief goede medewerkers, het positief beïnvloeden van het werkgeversmerk en/of het binden van huidige, potentiele en oud-medewerkers'.

(Van der Haas & Hudepohl, 2015, p. 29)

2.1.1 Arbeidsmarktcommunicatie trends & ontwikkelingen

Communicatie verandert voortdurend. Om ervoor te zorgen dat de definitie en omschrijving van arbeidsmarktcommunicatie actueel is, zodat de hieruit voortvloeiende stappen en strategische oplossingsrichtingen dat ook zijn, is ook gezocht naar ontwikkelingen en trends.

In het Handboek Werving en Selectie worden de verschillen tussen arbeidsmarktcommunicatie vroeger en toen levendig ingeluid.

'Tot twee decennia geleden (...) als ergens een vacature ontstond, werd er een tekst uit de la gehaald die al jarenlang gebruikt werd. Die stond vervolgens in de krant, waarbij het onderscheid tussen de rouwadvertenties en het banenaanbod nauwelijks zichtbaar was'.

(Wijchers, Van den Berg & Barning, 2009, p. 74)

De schrijvers noemen internet en het gebruik van dit medium in arbeidsmarktcommunicatie de belangrijkste en meest in het oog springende trend. Tegenwoordig is het internet niet meer weg te denken. Van der Haas & Hudepohl schrijven daarom zes jaar later niet meer over internet als de rijzende trend maar belichten trends waarbij het opvalt dat ze bijna allemaal min of meer voortkomen uit de rol van internet. Wat Wijchers, Van den Berg & Barning in 2009 als oprijzend zagen, vertoont nu zijn manifestaties. Van der Haas & Hudepohl noemen vier belangrijke trends in de arbeidsmarktcommunicatie:

- Digitalisering. Door digitalisering kan communicatie altijd, overal, met iedereen en steeds meer op maat plaatsvinden. Daarbij wordt (big) data over het digitale gedrag van alle doelgroepen vastgelegd,

gemeten en bijgehouden waardoor communicatie steeds gerichter kan worden ingezet.

- Ontstaan van de transparante organisatie/ het glazen huis. Door social media wordt steeds meer van bedrijven verwacht dat ze zoveel mogelijk transparant zijn in hun bedrijfsvoering. Organisaties worden steeds meer een 'glazen huis'. Iedereen kan meekijken en controleren.
- Horizontalisering. Van hiërarchie naar wirearchie; iemands positie op de carrièreladder is minder belangrijk dan zijn bijdrage aan het netwerk waarbinnen hij actief is. De toenemende horizontalisering en het belang van sociale netwerken zorgen van een verschuiving van top-down of centrale communicatie naar vooral organische communicatie tussen individuen en netwerken.
- Emotiemanagement. Door ontdekkingen over het belang van emoties wordt de klassieke chronologische aanpak (sturen op kennis, houding en gedrag) losgelaten en wordt er meer gericht op verschillende vormen van emotiemanagement om doelstellingen te realiseren.

2.1.2 Arbeidsmarktdoelgroepen

Wanneer duidelijk is wat arbeidsmarktcommunicatie is, is het ook waardevol om te weten hoe vervolgens van start wordt gegaan met de arbeidsmarktdoelgroepen.

Tijdens de opleiding (van de afstudeerstudent) kon er niet ontkomen worden aan doelgroepsegmentatie. Dat zal dus ook geschieden in deze afstudeerscriptie. Om uit te vinden of er voor arbeidsmarktcommunicatie aan afwijkende of aanvullende segmentatie kan worden gegaan, is verder de boeken ingedoken. Daardoor stuitte de student in Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z door Van der Haas & Hudepohl (2015) op segmentatiecriteria die de student al op het oog had. Wat afwijkt is dat de schrijvers van het boek ook drijfveren en statusgebonden criteria omschrijven. Omdat dit waardevolle informatie levert en een nog completer beeld in het kader van arbeidsmarktcommunicatie levert, is ervoor gekozen om ook deze criteria er op na te houden.

Naast persoonsgebonden criteria zoals opleidingsniveau, leeftijdsgroepen, interesses, geslacht en regio, omschrijven Van der Haas & Hudepohl dus deze typen drijfveren:

- een materiele oriëntatie: inkomen, zekerheid, materiele voordelen en opleidingsmogelijkheden;
- een maatschappelijke oriëntatie: werk moet een zinvolle bijdrage leveren aan de samenleving;
- en een professionele oriëntatie: focus op persoonlijke groei en inhoud.

Binnen statusgebonden criteria onderscheiden zij:

- starters: belangrijk voor deze groep zijn loopbaanmogelijkheden en carrière, afwisselend en verantwoordelijk werk, balans werk en privé, ze willen een zinvolle bijdrage leveren en zijn jobhoppers;
- doorstromers: kritische en realistische groep die vaak een betere balans tussen werk en privé en flexibele arbeidstijden willen;
- latent werkzoekenden: deze groep moet worden losgeweekt uit hun huidige baan.

Verder geven Van der Haas & Hudepohl (2015) het advies om bij het segmenteren ervoor te zorgen dat de criteria die gehanteerd wordt ook kan worden omgezet in bruikbare data. De gekozen criteria moet leiden tot homogene groepen van een behoorlijke omvang. 'Het voordeel van het benaderen van de markt in segmenten is dat je de boodschap, het medium, het netwerk en dergelijke kunt afstemmen op de doelgroep, waardoor er meer relevantie ontstaat (2015, p.58).' Als de boodschap op de belevingswereld en drijfveren van de doelgroep afgestemd zijn en het bedrijf de doelgroepen ontmoet waar ze uithangen garandeert dat volgens Van der Haas & Hudepohl (2015) een effectieve en efficiënte campagne.

2.1.3 Drijfveren voor arbeidsmarktbetreding- en mobiliteit

Na het belang te leren kennen van drijfveren wordt daar verder onderzoek naar gedaan.

Van Lieshout, Vlogmar, Boeve & Kamphuis beschrijven in 2007, in Arbeidsmarktmakelaars, vijf soorten arbeidsmarkttransities ('overgangen van een bepaalde positie op de arbeidsmarkt naar een andere' (2007, p. 36)) met daarbij alle mogelijke motieven per verschuiving. Van alle transities zou die van werk naar werk het gemakkelijkst zijn. Bij de andere transities zouden volgens de auteurs transitieproblemen optreden. Belangrijk om te beschouwen, aangezien bij de doelgroep van het onderzoek rekening gehouden moet worden met de positie waarin zij zich bevinden, een groot deel is waarschijnlijk pas aan het werk (wat de makkelijkste transitie zou zijn) of pas afgestudeerd (en nog werkloos).

Van Lieshout et al.(2007) vermelden ook dat de meeste mensen, zeker in het begin van hun carrière, regelmatig van baan veranderen en er dus sprake is van actieve arbeidsmarktmobiliteit. Daar sluiten Van der Haas & Hudepohl zich, in Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z, bij aan door aan te geven dat de nieuwe generatie veel minder loyaal aan een werkgever is dan de voorgaande generaties. "Tegenwoordig is het gewoon dat iemand na een paar jaar weer van werkgever wisselt" *(Van der Haas & Hudepohl , 2015, pp. 14-15).*

Ook Wijchers et al. beamen dit in hun Handboek Werving en Selectie:

> *"Het aloude psychologische contract tussen werkgever en werknemer, waarbij er wederzijds een diepgaande loyaliteit had bestaan, leek verdwenen"*
> (2009, p. 74).

Hieruit wordt duidelijk dat qua carrière al tien jaar lang veelzijdig boven eenzijdig wordt verkozen. Volgens Lieshout et al.(2007) spelen culturele aspecten een rol waar in het verleden trouw aan de werkgever van groot belang was, terwijl nu de veelzijdigheid van een carrière veel hoger wordt gewaardeerd.

2.1.4 Arbeidsmarktransitie motivatoren

Rekening houdend met de doelgroep en de positie waarin zij zich mogelijk bevinden wordt verder ingegaan op de transities van school naar werk en van werk naar werk. Vooral om te begrijpen om welke redenen zij deze overgangen zouden willen maken en hoe Tandartspraktijk X daar uiteindelijk op kan inspelen.

Er wordt van start gegaan met de volgens Lieshout et al. *(2007)* makkelijkste transitie, het switchen van baan naar baan, ofwel spreidingsmobiliteit. Lieshout et al. vermeldden in 2007 het interessante feit dat meer dan de helft van het aantal vacatures in Nederland wordt vervuld door mensen die al een baan hebben, dus door spreidingsmobiliteit. De andere vacatures worden vervuld door toetredingsmobiliteit, bijvoorbeeld door schoolverlaters. Dit zijn twee belangrijke inzichten, gezien de onderzoeksdoelgroep wellicht pas werkt of pas afgestudeerd is. Lieshout et al. *(2007)* lichten toe dat uit onderzoek bleek dat de meeste genoemde reden (voor de verwachting binnen vijf jaar te willen veranderen van baan) het willen vinden van een betere baan is, opgevolgd door de wens naar afwisseling, het aflopen van (tijdelijke) arbeidscontracten, verhuizingen en het verliezen van de huidige baan. Baantevredenheid kan dus een directe aanleiding vormen voor het willen veranderen van functie. 'Een betere baan' is relatief maar verderop in het boek wordt dit begrip duidelijker doordat Lieshout et al. *(2007)* het onderscheid maken tussen intrinsieke factoren zoals bijvoorbeeld de inhoud van het werk, de autonomie die een werknemer heeft bij het uitvoeren van het werk en extrinsieke factoren zoals werkdruk, de geestelijke zwaarte van het werk, de fysieke zwaarte van het werk, arbeidsuren, arbeidstijden, salaris, waardering en loopbaanperspectief.

Aangezien de schrijvers dit in 2007 schreven, is voor het scriptieonderzoek gezocht naar actuelere bronnen om uit te vinden hoe de voornaamste redenen om van baan te wisselen er huidig uit zien.

Hoe dat er tien jaar later uitziet, wordt gevonden in onderzoeksresultaten gepubliceerd op het online platform Werf& (Werf& Media uitgeverij is onderdeel van de Academie voor Arbeidsmarktcommunicatie, een opleidingsinstituut door en voor professionals uit het vakgebied arbeidsmarktcommunicatie en recruitment *(Werf&, z.j.)*). Uit het onderzoek Job Applicants Confidence Index, waarmee PageGroup ieder kwartaal de arbeidsmarktmotieven onder de Europese beroepsbevolking meet en waarvoor dit keer 617 Nederlanders werden ondervraagd bleek dat 23,7 procent Nederlanders het ontwikkelen van nieuwe vaardigheden een belangrijke reden vindt om naar een andere baan of functie over te stappen. Deze onderzoeksresultaten verschenen enkele maanden terug in 2017 in het artikel met de kop: 'Het ontwikkelen van nieuwe vaardigheden en persoonlijke groeikansen scoren bijna 5 keer zo hoog als salaris als motivatie om uit te kijken naar een nieuwe baan.' Belangrijke redenen om naar een andere baan of functie over te stappen is voor de één na grootste groep, 18 procent van de Nederlanders, de mogelijkheden voor persoonlijke en professionele groei. Salaris scoort met 8,7 procent een heel stuk lager. Fortuin, managing director van PageGroup Nederland, concludeert dat mensen uitdaging zoeken wanneer zij een nieuwe baan zoeken. 'Bedrijven en organisaties die nieuw talent zoeken zullen hier iets mee moeten doen door vanaf dag één concrete opleidingsmogelijkheden te bieden en een helder ontwikkelingstraject op te stellen.' Voor Tandartspraktijk X is het interessant dat 11,1% van de ondervraagden de balans tussen werk en vrije tijd belangrijk vindt. De managing director van PageGroup Nederland heeft hier het volgende over te zeggen: 'Grote bedrijven kunnen wellicht meer salaris bieden en een beter opleidingspakket hebben. Maar kleinere organisaties kunnen meestal meer zeggenschap en vrijheid bieden aan medewerkers.'

In de bron van 2007 en die van 2017 is salaris een ondergeschikt kindje. Van der Haas & Hudepohl schreven in 2015 ook al over het belang van ontwikkelingsmogelijkheden en over 'job crafting' waarmee het werk zelf kan worden aangepast aan het profiel van de betreffende medewerker, de behoefte aan verschillende werktijden en werk/privébalans. Hiermee sluiten zij aan op het onderzoeksresultaat van PageGroup Nederland waarin 11,1% van de Nederlanders de balans tussen werk en vrije tijd belangrijk vindt.

2.2 Employer branding of job branding

In veel boeken en online bronnen over arbeidsmarktcommunicatie worden de termen employer branding en job branding genoemd. Er kan haast niet aan worden ontkomen of overheen gelezen. Genoeg aanleiding om daar meer over te willen weten.

> *'Employer branding is het creëren van een authentiek, onderscheidend en aansprekend imago in de mindset van (potentiele) medewerkers, zodat de juiste medewerkers worden aangetrokken dan wel behouden'.*
>
> *(Van der Haas & Hudepohl, 2015, p. 36)*

Wanneer een uniek, authentiek en aansprekend werkgeversmerk oftewel employer brand is gedefinieerd, is het volgens Van der Haas & Hudepohl belangrijk om dat structureel kenbaar en voelbaar te maken naar de verschillende doelgroepen.

Tussen de online bronnen wordt de duidelijkste en meest eenduidige omschrijving aangetroffen bij Dutchwebshark, innovatieve recruitmentprofessionals en matchmakers tussen professional en organisatie sinds 2011. In een artikel in 2017 leggen zij uit dat employer branding wordt ingezet voor het verkrijgen van een aantrekkelijk en onderscheidend werkgeversmerk terwijl job branding ervoor zorgt dat de functie die de

organisatie aanbiedt als aantrekkelijk en onderscheidend wordt gezien. Het verschil is dat employer branding zich erop concentreert dat de organisatie het imago verkrijgt en behoudt van een goede werkgever en bij job branding ligt de focus dus niet op de gehele organisatie, maar op de specifieke functie die wordt aangeboden.

Zij geven als advies om bij de implementatie van job branding, binnen een functie het Unique Selling Point te bepalen. Het Unique Selling Point is hetgeen wat de functie die het bedrijf aanbiedt echt onderscheid van vergelijkbare functies, door hun ook wel de Job Value Propositie genoemd. Bij employer branding is het doel dat alle doelgroepen het bedrijf een interessante werkgever vinden, terwijl elke doelgroep iets heel anders belangrijk vindt, het USP of JVP is dus voor elke functie verschillend. Al die verschillende wensen van potentiele werknemers kunnen volgens Dutchwebshark niet naar voren worden gebracht in het employer brand, maar kan wel met job branding benadrukt worden. Omdat het bedrijf zich met job branding op een specifieke functie richt, richt het zich automatisch ook op een specifieke doelgroep.

Volgens Dutchwebshark *(z.j.)* krijgen kandidaten door job branding een positief beeld van de functie waardoor er meer interesse wordt opgewekt. Zij menen dat dit het aantal sollicitaties op de vacature vergroot en dus het aantal kandidaten. Wanneer de organisatie op zoek is naar een schaarse doelgroep kan job branding volgens Dutchwebshark echt het verschil maken. Gezien de doelgroep waar Tandartspraktijk X naar op zoek is, schaars is, klinkt job branding als een uitkomst.

Maar voorafgaand aan job branding moeten logischerwijs ook stappen worden ondernomen, zodat job branding een onderdeel uitmaakt van een gestructureerde aanpak, een groter geheel.

2.3 Sourcing

Dutchwebshark *(2017)* doet dat door middel van sourcing. Zij beschrijven dit als het in kaart brengen van de professionals tot en met het kwalificeren. Dit vindt plaats in stappen:

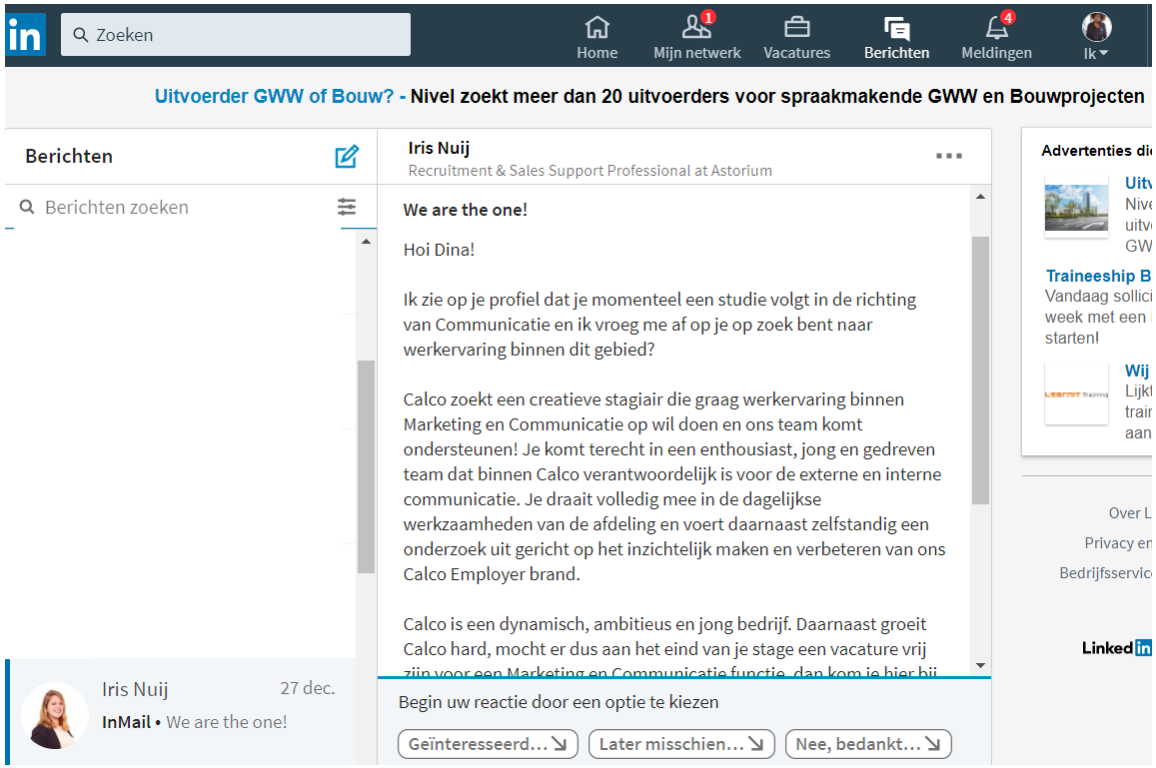
- Profiel
  Een helder profiel neerzetten van de gewenste kandidaat.

- Searching
  Dutchwebshark deelt dat deze fase van start gaat met het bouwen van een search string op basis van het opgestelde profiel. Een search string omvat alle informatie van het profiel van de kandidaat en wordt gebruikt om via LinkedIn of andere zoekmachines de juiste kandidaten omhoog te krijgen. De search string kan, afhankelijk van de vacature, bestaan uit een job title, bepaalde vaardigheden en de regio. Hier is enige creativiteit welkom volgens Dutchwebshark omdat er ook synoniemen van de gebruikte termen gebruikt moeten worden omdat niet iedereen dezelfde termen voor bepaalde vaardigheden of functietitels gebruikt. Door middel van Boolean Search technieken kunnen alle termen aan elkaar worden geplakt.

- Sociale netwerken
  Vervolgens wordt de search string verspreid via verschillende zoekmachines. Dutchwebshark doet dit via LinkedIn en netwerken zoals Google cv's, Github, Facebook en Google+.

- Check
  Door Dutchwebshark niet als extra stap vermeld, maar volgens de afstudeerder wel belangrijk genoeg om apart te vermelden: een check vooraf. De profielen die vervolgens omhoog komen, moeten gecheckt worden door diegene die de vacature uitgezet heeft. Door te checken voordat daadwerkelijk de markt wordt benaderd kunnen hier zaken naar boven komen die in eerste instantie niet vermeld waren, door de check kan de search string op tijd geoptimaliseerd worden. Dit sluit (voor de afstudeerder) ook aan bij de test- en tweakfase die in het afstudeertraject opgenomen is.

- Connectie
  Vervolgens kan de connectie gemaakt worden. Dit kan door een connectieverzoek met een bericht te sturen. Dutchwebshark benadrukt dat een persoonlijke benadering belangrijk is, zeker bij schaarse doelgroepen. Eenzelfde ervaring heeft de afstudeerder zelf gehad, bij het zelf benaderd worden door een bedrijf tijdens een zoektocht naar een afstudeerplek. Titel van het LinkedInprofiel van de student was: 'Afstudeerplek gezocht. Are you the one?' Toen er een connectieverzoek en privébericht van een recruiter binnenkwam met als titel 'We are the one!' (zie figuur 3) viel dat meteen in de smaak, het appelleerde direct aan het referentiekader. Tussen veel verzoeken viel deze meteen op.



Figuur 6 Connectieverzoek van recruiter naar LinkedInprofiel van Dina van Geel (afstudeerder)

Niet alleen de titel van het bericht was afgestemd op het profiel van de afstudeerder, ook ging de recruiter in het bericht verder in op de huidige opleiding van de kandidaat. Dit wekt de indruk dat de recruiter het profiel van de potentiele kandidaat aandachtig bestudeerd heeft en vervolgens persoonlijk geselecteerd. Dit is een goed voorbeeld van op de voorhand wel een standaardbericht klaar hebben, maar dit te personaliseren op basis van het profiel van de kandidaat. Dutchwebshark vervolgt dat na het accepteren van het verzoek, een uitgebreider bericht kan worden verstuurd waarin het telefoonnummer van de professional wordt gevraagd. In dit telefoongesprek kan de match tussen de ambities van de kandidaat en de uitdaging bij de organisatie worden verkend.

2.4 Arbeidsmarktcommunicatiestrategie vanuit de kandidaat

De tot nu toe beschreven middelen zijn slechts middelen. Waar naar toe gewerkt wordt is een strategie. Wanneer alle middelen gecombineerd worden, kan dit worden verwerkt in een strategie.

Van der Haas & Hudepohl *(2015)* schrijven over de Candidate Journey waarin de contactmomenten van de laatste fase (converteren) weergegeven kunnen worden.

Echter wordt voor het afstudeeronderzoek gezocht naar een manier om alle fases van de strategie in een Candidate Journey te gieten.

Deze zoektocht kwam uit tot de strategie die Rancuret begin 2017 deelde, naar aanleiding van de visie op arbeidsmarktcommunicatie van arbeidsmarktcommunicatie – en recruitmentspecialist Tienkamp-Beishuizen en Stel, specialist in zowel arbeidsmarktcommunicatie, recruitment en employer branding. Online strateeg Rancuret beschreef in zijn artikel op Frankwatching deze arbeidsmarktcommunicatiestrategie waarbij gedacht wordt vanuit de kandidaat. Dit sprak erg aan, gezien personalisering en het verbinden van organisatie en mens hoog in het vaandel staat. Ook hij stelt aan de kaak dat veel termen te pas en te onpas en door elkaar gebruikt worden. Zo gelooft hij niet in job branding, maar in het kader van het onderzoek wordt job branding wel als nuttig en passend gevonden. Dit is een mening die dus niet overgenomen wordt, de rest van zijn opvattingen over arbeidsmarktcommunicatie worden wel als nuttig en bruikbaar geacht voor het onderzoek.

Wat voor Rancuret centraal staat is de kandidaatreis (geïnspireerd door customer journey). Hierdoor wordt de kandidaat centraal gezet en kijkt het bedrijf naar de verschillende stappen die de kandidaat aflegt tot hij in dienst is. In figuur 2 is deze reis visueel weergegeven. Van het creëren van bewustwording tot de daadwerkelijke selectie en sollicitatie. De inzet van communicatie wordt afgestemd op iedere stap in de reis. Rancuret gaat in zijn strategie van begin 2017 uit van de volgende stappen die een kandidaat doorloopt in zijn kandidaatreis:

- Behoefte

Rancuret onderscheidt drie soorten kandidaten: mensen die actief op zoek zijn naar werk, mensen die niet op zoek zijn naar werk en de mensen die latent op zoek zijn naar werk. Deze laatste groep staat onder de juiste condities open voor iets nieuws. Doel vanuit communicatie in deze fase is vooral om in beeld te komen bij deze groepen. Oftewel het werken aan de naamsbekendheid *(2017)*.

- Oriëntatie

De kandidaat oriënteert zich en meerdere organisaties zijn daarbij in beeld. In deze fase van de reis moet de communicatie er vooral op gericht zijn om de kandidaat een authentiek beeld te geven van de organisatie. Rancuret *(2017)* geeft aan dat hij ziet dat veel bedrijven hier inzetten op persoonlijke verhalen van werknemers en op kijkjes achter de schermen ('Werken bij..').

- Afweging alternatieven

Vervolgens gaat de kandidaat een afweging maken, hierbij beoordeelt hij de verschillende alternatieven. Verschillende factoren kunnen worden meegenomen in zijn overweging. Volgens Rancuret is de rol van communicatie hier om heel duidelijk te maken waarin de organisatie zich onderscheidt ten opzichte van anderen *(2017)*.

- Sollicitatie, Selectie, Aangenomen/Afgewezen

De laatste stap die hoort bij het recruitment-proces. Hier geeft Rancuret aan dat er moet worden gezorgd voor een positieve ervaring bij de kandidaat.

Eén van de tips die Rancuret geeft, die toepasselijk zijn voor het onderzoek:

'Richt je bij moeilijk invulbare vacatures niet op directe werving, oftewel 'verkoop' van vacatures, maar op het planten van zaadjes en het verleiden van de kandidaten'.

Figuur 7 Kandidaatreis (Rancuret, 2017)

Kort samengevat komen uit het onderzoek naar arbeidsmarktcommunicatie drie manieren van aanpak naar voren.

Sourcing

Door middel van sourcing worden professionals in kaart gebracht, gekwalificeerd en uiteindelijk verworven voor de vacature. Als er wordt gekeken naar of dit passend is bij Tandartspraktijk X kan worden gesteld dat dat zo is. Sourcing is toepasselijk omdat het een schaarse doelgroep betreft en omdat met sourcing actief op zoek kan worden gegaan naar de juiste kandidaat.

Employer en job branding

Employer en job branding worden ingezet voor het verkrijgen van een aantrekkelijk en onderscheidend werkgeversmerk en functie. Job branding zou vooral een uitkomst bieden bij schaarse doelgroepen. Naar aanleiding van het marktonderzoek waaruit blijkt dat de grootste groep tandartsen 55+ zijn, waarvan er steeds minder werkzaam zijn en waarschijnlijk binnenkort met pensioen gaan, kan worden geconcludeerd dat job branding goed aansluit. Gezien de voordelen die employer branding oplevert voor het interne profiel dat naar buiten toe wordt gecommuniceerd, wordt dit binnen het onderzoek ook als essentieel onderdeel gezien.

Kandidaatreis

Een strategie waarbij de kandidaat centraal wordt gesteld. Er wordt gekeken naar de fasen die een kandidaat doorloopt en deze worden stap voor stap weergegeven. Vervolgens wordt gekeken welke communicatieuitingen vanuit het bedrijf bij welke fase passen. Omdat het praktijkhouder Begeleider 1 haar visie is om patiënten ofwel zorgconsumenten centraal te stellen, is dit een strategie die goed aansluit bij haar persoonlijke aanpak. Zoals de patiënten centraal worden gesteld, zal met deze strategie ook de tandarts centraal worden gesteld.

3 | Huidige aanpak arbeidsmarktcommunicatie

Deelvraag 3 'Hoe pakt Tandartspraktijk X momenteel haar communicatie om nieuwe tandartsen te werven aan?' is nuttig om voornamelijk twee redenen.

Eén reden is om te achterhalen wat er al gedaan is, zodat de student weet welke paden al zijn betreden en of dit wel of niet succesvol was, dit voorkomt (onnodige) herhaling. Een andere reden is dat dit onderzoek ervoor dient de praktijk naar een plan 'B' te brengen. Echter om te weten wat 'B' is, moet eerst vastgesteld worden wat 'A' is.

Kortom, de 0-meting ofwel stap 'A' beschrijft de huidige stand van zaken, zodat de student vervolgens de praktijk van A naar B kan leiden.

3.1 Communicatie op bedrijfswebsite

De arbeidsmarktcommunicatiemiddelen uit deelvraag 2 worden naast de uitingen van Tandartspraktijk X gelegd als criteria, om verschillen en/of overeenkomsten te vinden en uit te zoeken hoe de bedrijfsstrategie eventueel aangevuld of aangepast kan worden.

De meest voor de hand liggende eerste stap is om te kijken naar hoe er expliciet gecommuniceerd wordt dat er naar tandartsen gezocht wordt.

Voor dit doel is naar de website van Tandartspraktijk X gekeken; TandartspraktijkX.nl. 'Vacature' is een vast kopje in het menu. Het begint met een beschrijving van de praktijk. Hier zou employer branding zoals beschreven in de theorieën in hoofdstuk 2, aan de orde kunnen komen, de manier waarop het bedrijf zich als een aantrekkelijke werkgever profileert. Wat opvalt is dat er meer over voordelen voor de patiënt ofwel zorgconsument wordt gecommuniceerd dan voor de (potentiele) werknemer.

Onder deze inleiding volgen de vacatures. Onder de vacature voor tandarts staat enkel: 'Voor meer informatie, stuur een mail aan: Begeleider1@tandartspraktijkX.nl. Wij nemen dan zo snel mogelijk contact met u op.' Zo op het eerste gezicht kan worden geconcludeerd dat er van job branding geen gebruik wordt gemaakt.

Omdat immers de gehele website als representatie voor het bedrijf geldt, wordt er verder gekeken naar de websiteonderdelen 'de praktijk, wie zijn wij', en 'team'. Hier wordt gekeken naar employer branding en de stap 'oriëntatie' in de kandidaatreis van Rancuret *(2017)*, waar de kandidaat zich oriënteert op meerdere organisaties en de organisatie in deze verkrijgt de kandidaat een authentiek beeld van de organisatie.

Onder 'de praktijk' wordt informatief gecommuniceerd over de avond- en weekenddienstregeling en welke telefoonnummers in welke noodgevallen kunnen worden gebeld.

Onder 'wie zijn wij' staat:

> *"Tandartspraktijk X is (geanonimiseerd)".*
> *(Tandartspraktijk X, z.j.)*

Het kopje 'team' begint met een inleiding over welke werknemers werkzaam zijn in de praktijk. 'Wij zijn een enthousiast team bestaande uit een tandarts, een gnatholoog/slaapgeneeskundige, een preventie- assistente, 2 tandartsassistentes en een praktijkmanager' *(Tandartspraktijk X, z.j.)*. De informatie is verouderd, de preventie-assistente is niet meer werkzaam. Daaronder komen de werknemers in beeld, met foto, naam en functie.

3.2 Communicatie op social media

Via de website kan de bezoeker naar de facebookpagina van de praktijk worden geleid. Het laatste bericht dateert uit 13 april 2017. Dit toont aan dat Tandartspraktijk X niet actief op Facebook is.

Tandartspraktijk X is ook te vinden op LinkedIn, alleen wordt dat nergens vermeld. Volgens praktijkmanager Begeleider 1 zijn tandartsen minimaal actief op LinkedIn *(Begeleider 1, persoonlijke communicatie, 30 juni 2017)* en om deze reden is Tandartspraktijk X niet actief (meer) op LinkedIn. Het bedrijfsprofiel is wel volledig. Er staat echter alleen een vacature op voor een mondhygiëniste.

3.3 Communicatie extern

Het internet is rondgestruind om te ontdekken of er al vacatures van Tandartspraktijk X online staan, om te bestuderen hoe dit op dit moment aangepakt wordt. Er waren geen vacatures. De eerste bron naast de eigen website die omhoog kwam, was de telefoongids. Tandartspraktijk X was voorheen Tandartspraktijk o die zichzelf omschreef als (geanonimiseerd) tandartspraktijk *(De telefoongids & gouden gids, z.j.)*.

In 2015 kwam daar verandering in. Voortaan staat de praktijk in de boeken als 'Tandartspraktijk X' en een afbeelding met praktijkinformatie siert de telefoongidspagina *(De telefoongids & gouden gids, z.j.)*.

Dit toont aan dat er is ingezet op (naams)bekendheid.

Na verder onderzoek en de uitkomsten van het praktijkonderzoek en wanneer uitgewezen is welke strategieën daadwerkelijk werken voor de doelgroep, wordt er verder op de werkgever ingegaan.

Figuur 8 Afbeelding met praktijkinformatie op detelefoongids.nl (verwijderd)

4 | Pas afgestudeerde tandartsen

Door deelvraag 4 zal duidelijk gemaakt worden wat er wordt verstaan onder een 'pas afgestudeerde tandarts'. Dit dient meteen ook ter verduidelijking en afbakening van de doelgroep. Het doel is een zo compleet mogelijk beeld schetsen van de doelgroep zodat de afstudeerder weet met wie zij te maken heeft en zodoende zich kan inleven in de doelgroep.

4.1 Studenten

Dhr. Begeleider 2 heeft jaren lesgegeven in het ACTA te Almere. Gedurende die jaren heeft hij als docent een flink studentenbestand opgebouwd. Van 2012 tot 2015 heeft hij, zoals zelf bijgehouden, 293 studenten lesgegeven *(Begeleider 2, persoonlijke communicatie, 11 mei 2017)*. Na het startgesprek zijn door Begeleider 2 een bestand met de achternamen van de 293 studenten overhandigd. Toen vond voor de student de eerste kennismaking plaats met de toen nog onbekende term 'Lijn Praktijkmanagement Master 3' die bovenaan de lijst prijkte. Om te begrijpen wat dit inhield, is er deskresearch verricht door de website van het Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam te verkennen en is er voor extra informatie via mail navraag gedaan bij Begeleider 2.

Uit het mailverkeer met Begeleider 2 bleek dat de studenten die bij hem hoorcollege volgden binnen zes of drie maanden afstudeerden *(Begeleider 2, persoonlijke communicatie, 27 juni 2016)*. Duidelijk werd dus dat deze studenten in de laatste fase van hun master zaten. Aangezien de opleiding, opgesplitst in een master en bachelor, in totaal zes jaar duurt en uit de website van het Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam *(z.j.)* blijkt dat de master drie jaar duurt, kan ervan worden uitgegaan dat de studenten van Begeleider 2 inmiddels bijna zes jaar erop hadden zitten.

Over het hoorcollege in het kader van de leerlijn 'Praktijkmanager' vermeldt het Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam *(z.j.)* dat het doel van deze lijn de voorbereiding op de praktijkuitoefening vanuit sociaal-tandheelkundige invalshoek is. Aan de orde komen de beroepsontwikkeling, de organisatie van de (mond)zorg, medisch/tandheelkundige ethiek, wetgeving, verzekering en financiering, praktijkvoering (taakverdeling en bevoegdheid), kwaliteit, klachtbehandeling, toezicht en doelmatigheid van zorg. Deze, en andere lijnen wordt gegeven in de 3-jarige masteropleiding wordt duidelijk uit de website. Het tweede en derde jaar bestaan voornamelijk uit klinisch lijnonderwijs waarbij klinische besluitvorming en zorgverlening aan patiënten in samenwerking met anderen centraal staan.

Om meer te weten te komen over studenten die tandarts willen worden en hoe hun leerweg precies is verlopen komt in de volgende paragraven daar uitgebreidere informatie over aan bod.

4.2 Tandartsenopleiding

De opleiding Tandheelkunde is bij 3 universiteiten in Nederland te volgen:

- Amsterdam: Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam
- Groningen: Universitair Medisch Centrum Groningen
- Nijmegen: Universitair Medisch Centrum St. Radboud

Begeleider 2 geeft gastcollege aan het ACTA. ACTA is een samenwerkingsverband van de faculteiten der Tandheelkunde van de Universiteit van Amsterdam en de Vrije Universiteit Amsterdam. Er wordt niet alleen les gegeven aan het ACTA, ook wordt er wetenschappelijk onderzoek verricht en patiëntenzorg verleend op het terrein van de tandheelkunde. Internationaal gezien is ACTA toonaangevend in onderzoek en onderwijs. *(Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam, z.j.).*

Voor specifiek het ACTA *(z.j.)*, maar ook alle drie de universiteiten in Nederland gelden de volgende feiten:

- Ieder jaar kan slechts een beperkt aantal eerstejaarsstudenten starten met de opleiding Tandheelkunde. Voor het studiejaar 2017-2018 zijn er bij ACTA 144 plaatsen beschikbaar. Hoe de selectieprocedure plaatsvindt, wordt hieronder nader uitgelegd.
- ACTA heeft twee moederuniversiteiten, namelijk de Vrije Universiteit (VU) Amsterdam en de Universiteit van Amsterdam (UvA). Het totaal aantal plaatsen van 144 is verdeeld over deze twee universiteiten. Voor de UVA is 55% van de plaatsen beschikbaar en voor de VU 45%.
- Als drager van het Hepatitis B virus, kun je geen tandarts worden en mag je de opleiding tandheelkunde niet volgen.

- De student stroomt in vanuit het VWO met profiel Natuur en Gezondheid met natuurkunde of Natuur en Techniek met biologie.

- De student kan worden toegelaten voor tandheelkunde met een bo- of wo–bachelor, aangevuld met vier vwo-deelcertificaten/universitaire testimonia: wiskunde A of wiskunde B, biologie, scheikunde en natuurkunde. Ook met een hbo-propedeuse aangevuld met zes vwo-deelcertificaten/universitaire testimonia: wiskunde A of wiskunde B, biologie, scheikunde, natuurkunde, Nederlands en Engels.

- Een student van 21 jaar of ouder die niet aan bovengenoemde toelatingseisen voldoet kan (indien in het bezit van vwo certificaten voor de vakken wiskunde A of wiskunde B, biologie, scheikunde, natuurkunde, Nederlands en Engels) toegelaten worden door middel van een toelatingsexamen, het zogenaamde Colloquium Doctum (CD).

- Studenten worden toegelaten middels selectie. Er worden rangnummers toegekend aan twee onderscheiden groepen: de kandidaten die tenminste een 7½ als gemiddeld vwo schoolcijfer hebben voor de 6 verplichte vakken, die voor drie toelatingstoetsen gemiddeld tenminste een voldoende hebben, die aantoonbare oriëntatie op het vakgebied en de studie hebben en die aantoonbare motivatie hebben en alle overige kandidaten die meegedaan hebben aan de toetsdag.

- Elke opleiding heeft zijn eigen opleidingsplan voor de studie Tandheelkunde maar wat overeenkomt is dat elke afgestudeerde tandarts aan het einde van de bachelor-, respectievelijk masteropleiding moet voldoen aan de competenties (met niveauaanduiding) beschreven in het Raamplan Tandheelkunde 2008 (Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering ter tandheelkunde, z.j.).

De student doorloopt (op het ACTA) de volgende stappen om een tandarts te worden:

1. Bachelor tandheelkunde (3 jaar)

Tijdens de bachelor maken studenten kennis met de meeste disciplines van de tandheelkunde, maar om tandarts te worden, moeten zij ook de masteropleiding volgen.

2. Master

Diagnostiek, indicatie en behandelplanning worden multidisciplinair aangepakt en tijdens het laatste jaar van de master ontwikkelt de student als aanloop naar het afstuderen daarin steeds meer zelfstandigheid.

In de praktijk werkt de masterstudent samen binnen een team van studenten tandheelkunde en studenten mondzorgkunde.

De student wordt begeleid door tandartsdocenten en door medewerkers van de klinische afdelingen (o.a. cardiologie, endodontologie, parodontologie).

Als de student ook de masteropleiding heeft afgerond, is hij tandarts. Hij kan zich inschrijven in het BIG-register (Beroepen in de Individuele Gezondheidszorg) en zelfstandig patiënten behandelen. Het grootste deel van de afgestudeerden werkt in een groeps- of solopraktijk.

3. Professional

Na de masteropleiding kan de tandarts zich specialiseren in een deelgebied van de tandheelkunde (Parodontologie, Endodontologie, Kindertandheelkunde, Implantologie).

Een klein gedeelte van de afgestudeerden wordt opgeleid tot medisch specialist in de twee specialismen die de tandheelkunde kent: orthodontist of kaakchirurg. Om kaakchirurg te worden, moet de student ook over een afgeronde opleiding Geneeskunde beschikken.

Deskresearch leert dat het ACTA-Almere niet meer bestaat. In 2016 communiceerde het Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam op hun website dat alle activiteiten van het ACTA-Almere overgeheveld zullen worden naar de hoofdlocatie in Amsterdam. Ook de werkzaamheden door studenten in Almere zijn per 1 september 2016 voortgezet op het ACTA-Amsterdam. In het gebouw waar Begeleider 2 les heeft gegeven wordt dus geen onderwijs meer gegeven. Overheveling werd noodzakelijk geacht omdat er uitbreiding en vernieuwing van de Almere-vestiging nodig was om het huidige praktijkonderwijs aan alle studenten in Almere te blijven aanbieden. Om financiële gevolgen voor te zijn en omdat het nieuwe ACTA-pand in Amsterdam voldoende ruimte bleek te bieden voor alle activiteiten, is er voor deze oplossing gekozen.

In Almere werkten alleen derdejaars masterstudenten samen met de mondhygiënisten-in-opleiding van Hogeschool Inholland. Samen met de overheveling is ook ervoor gekozen al het praktijkonderwijs in Amsterdam te concentreren, zodat ACTA het contact met de vakinhoudelijke specialisaties kan versterken.

Na de opleiding zijn tandartsen verplicht zich te blijven ontwikkelen middels bij- en nascholing. Hiertoe bieden alle drie de faculteiten Tandheelkunde postacademisch onderwijs tandheelkunde (PAOT) (Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering ter tandheelkunde, z.j.). Het ACTA verzorgt bijvoorbeeld Dental Education (ADE) postacademische cursussen voor tandartsen zoals het postgraduate programme Oral Health Sciences (MSc) in het Engels (Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam, z.j.).

4.3 Pas afgestudeerde tandarts

Nu duidelijk is naar welke studenten Begeleider 2 en Begeleider 1 benieuwd zijn en hoe hun schoolcarrière vanaf voorprocedures tot naschoolse activiteiten eruit ziet, wordt dit gebundeld met enkele persoonskenmerken.

Het pleidooi van Roeters, hoogleraar integrale tandheelkunde en Feilzer, decaan en hoogleraar algemene tandheelkunde *(2017)* biedt een helder antwoord op de vraag die in de kopregel van hun artikel staat: 'Kunnen tandartsen tegenwoordig echt steeds minder? Dit geeft ook inzicht op de tandartsen waar in dit onderzoek de pijlen op worden gericht.

- Hier wordt duidelijk dat het ACTA tandartsen aflevert die een academische houding hebben die ervoor zorgt zij kritisch zijn.
- Zij volgen een zesjarige opleiding (aan het ACTA).
- De tandarts schrijft 'evidence based' behandelvoorstellen met daarin voor- en nadelen van een behandelkeuze.
- De evidence based practice bundelt bewijsmateriaal uit wetenschappelijk onderzoek, de eigen klinische vaardigheden en de voorkeuren van de patiënt.
- Het uit 2008 stammende Raamplan Tandheelkunde beschrijft zes domeinen met competentieniveaus die iedere student moet behalen om te kunnen afstuderen.
- Om alle competenties klinisch en integraal te kunnen toetsen, wordt onder andere de Objective Structural Clinical Evaluation (OSCE) ingezet. Voor deze OSCE wordt gebruikgemaakt van gestandaardiseerde klinische situaties en (virtuele) patiënten.
- Echter omdat het aantal vereiste competenties is toegenomen, neemt het aanleren van die competenties ook meer tijd in beslag. Tijd die bijvoorbeeld ten koste gaat van het aantal klinische verrichtingen dat de student tijdens de studie kan uitvoeren. Er is dus meer tijd voor theorie nodig waardoor minder tijd voor praktijk overblijft.
- Door financiële belemmeringen kiest een groep patiënten voor goedkopere, vaak minder complexe behandelalternatieven of uit- of afstel van de behandeling; met onderbehandeling tot gevolg.
- Studenten leren complexe verrichtingen aan maar zullen uiteindelijk in de praktijk (volgens Roeters en Feilzer) te maken krijgen met een steeds grotere groep patiënten die voor minder complexe behandelingen kiest vanwege het generieke maatschappelijk

probleem dat de mondzorg niet in de basiszorgverzekering opgenomen is.
- Studenten trainen intensiever in het voorbereidend klinisch onderwijs met een simulator.
- Studenten werken tegenwoordig in koppels waarbij afwisselend de ene student de rol van tandarts vervult en de andere de rol van assistent. Volgens Roeters en Feilzer is dit een goede voorbereiding op intercollegiale visitatie, het ergonomisch verantwoord werken verlaagt de kans op vroegtijdige uitval in het arbeidsproces.

Zij sluiten zelf af met de conclusie dat de door hun afgeleverde tandartsen hebben geleerd te reflecteren op hun eigen ontwikkeling en zich meer bewust zijn van zowel hun sterke als zwakke punten. Roeters en Feilzer : 'Net als vroeger moeten startende tandartsen zich daarna in alle rust in de praktijk verder kunnen bekwamen door het geleerde in de praktijk te brengen.'

'De student tandheelkunde is een doorzetter, empathisch, gedisciplineerd en communicatief. '
- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam (z.j.)

Het profiel van de student tandheelkunde volgens ACTA *(z.j.)*: 'Je hebt empathie met je medemens en je bent communicatief en tactvol. Je kunt gedisciplineerd werken, bent oplossingsgericht en flexibel. Je bent handig en je kunt je goed mondeling en schriftelijk uitdrukken.'

4. 4 Welke tandarts wordt 'aan de tand gevoeld?'

Nu is door deskresearch een zo compleet mogelijk beeld van de pas afgestudeerde tandarts gevormd. Door de voorkeursdoelgroep is automatisch ook een segmentatie ontstaan van de onderzoeksdoelgroep.

Dat segmenteren (bij arbeidsmarktcommunicatie) belangrijk is omdat je niet de gehele arbeidsmarkt kunt bewerken, onderstrepen Van der Haas & Hudepohl in Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z (2015). Zij geven suggesties over hoe een doelgroep te segmenteren, maar in dit onderzoek is het voordeel dat er al een voorkeur was voor een bepaalde onderzoeksgroep.

Door de lijsten van Begeleider 2 zijn namen beschikbaar van studenten die aan het ACTA gestudeerd hebben, van de jaren 2012 tot 2015. Om de stand van zaken duidelijk te krijgen, wordt onderzoek gedaan naar al deze studenten.

5 | Wat willen tandartsen?

Hoe komt men erachter wat iemand wil? Door het te vragen! Om achter de wensen en behoeften van de tandartsen te komen is dit dus ook gedaan. Op deze manier wordt deelvraag 5 'Wat zijn de wensen en behoeften van tandartsen' in dit hoofdstuk behandeld.

5.1 Kwantitatief onderzoek

Na alle opgedane kennis via deskresearch is er voor fieldresearch gekozen. Dit dient ter verdieping en als aanvulling op de verzamelde informatie over de pas afgestudeerde tandartsen. Enkel deskresearch is niet voldoende om een compleet beeld te creëren, actuele output van de tandartsen waar het in dit onderzoek om gaat is gewenst.

Onderzoek is een onmisbaar onderdeel, benadrukken ook Van der Haas en Hudepohl in Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z *(2015)*. Voor informatie over doelgroeponderzoek zijn de boeken van onder andere deze auteurs gebruikt. Aan de hand van het *Basisboek Interviewen* door Baarda, Van der Hulst en De Goede *(2012)* is een opzet en structuur gemaakt voor de interviews

Van te voren is nagedacht over op welke centrale vraag antwoord gegeven moet worden door middel van de kwantitatieve interviews en wat het doel van het interview is.

Er moet antwoord komen op hoe de kandidaatreis van een werkzoekende tandarts verloopt en wat de wensen en behoeften van de doelgroep zijn ten opzichte van een praktijk waar zij werkzaam willen zijn.

5.1.1 Centrale vraag

Baarda et al. *(2012)* hanteren de volgende stappenlijst om in kaart te brengen wat de interviewer van de geïnterviewde aan informatie nodig heeft, om bij te dragen aan de beantwoording van de centrale interviewvraag.

Wat is de centrale vraag waarop de enquête antwoord moet geven?
Hoe en waar zoekt een tandarts naar werk en welke overwegingen spelen mee bij het kiezen voor een werkplek?

Wat is het doel van de via het interview verkregen informatie?
De antwoorden van het interview zullen samen met de theorie het uitgangspunt vormen voor het ontwikkelen van de strategische oplossingsrichtingen. Deze strategieën moeten namelijk aansluiten aan de wensen en behoeften van de doelgroep en ervoor zorgen dat de juiste tandartsen aangetrokken worden door Tandartspraktijk X.

Is de verkregen informatie ook relevant voor de geïnterviewde?
Ja en nee. Het kan worden omgezet in relevante informatie voor de geïnterviewde. Als er namelijk veel overeenkomsten zijn tussen de pas afgestudeerde tandartsen kan hierdoor een profiel worden opgesteld, wanneer dit extern wordt gecommuniceerd kan het interessant zijn om te bekijken of antwoorden en 'behoeften' van geïnterviewden grotendeels overeenkwamen. Maar wat meer relevanter is, is wat er met de informatie wordt gedaan. Dus hoe de input wordt gebruikt en in hun voordeel zal werken (ten behoeve van het vinden van een juiste werkplek voor de tandartsen). Het is immers ook zeer belonend om tijd in iets te investeren (het geven van een interview) waar vervolgens ook wat mee gedaan wordt.

Is de geïnterviewde op de hoogte gesteld van het doel van het voeren van de interviews?
Ja, door dat vooraf te melden. Om interesse op te wekken en medewerking te verkrijgen wordt voorafgaand aan het interview uitgelegd wat het doel is.

Heeft de geïnterviewde ingestemd met dit doel?
Zodra de geïnterviewde de enquête invult.

5.1.2 Soort interview

Voor het onderzoek gaat de voorkeur uit naar kwantitatief onderzoek. Op deze manier kunnen gegevens verzameld worden van een grote groep tandartsen. Dit zorgt voor een representatief beeld van de doelgroep.

Baarda et al. *(2012)* beschrijven ook dat de keuze te maken heeft met de aard van de centrale interviewvraag. Wanneer de interviewer helemaal niet van te voren weet wat voor antwoorden hij kan verwachten, dan gaat het om een open centrale interviewvraag en daarbij past ook het best een ongestructureerd interview. Echter in dit interview hoeft de onderzoeker niet geheel open te werk te gaan, er is immers al veel informatie verkregen vanuit

deskresearch en tevens door de gesprekken met Begeleider 1 en Begeleider 2. Dit garandeert dat de interviewer al enigszins bekend is met het onderwerp en dus gerichter te werk kan gaan.

5.1.3 Betrouwbaarheid en validiteit

De informatie verkregen uit de interviews moet betrouwbaar en valide zijn, anders zijn ze niet geldend voor het onderzoek en zijn de gegevens onbruikbaar.

Betrouwbaarheid

Om de betrouwbaarheid van de interviews te verhogen wordt gebruik gemaakt van enquêtes via google. De controle op de kwaliteit van een interview is zo achteraf maximaal. Na het afnemen van de interviews wordt aan praktijkeigenaar Begeleider 1 inzage in alle enquêtes verleend zodat de gegevens kunnen worden gecontroleerd.

Daarnaast worden de vragen zo concreet en neutraal mogelijk geformuleerd, zodat de eigen mening en voorkeur van de interviewer niet in de vragen terug te lezen is. Dit voorkomt het kleuren van het interview en daarbij de antwoorden van de geïnterviewde.

Validiteit

Validiteit of geldigheid is wanneer de verzamelde informatie een juiste afspiegeling van de werkelijkheid vormt.

De kans op validiteit is het grootst als de vraag zo concreet mogelijk is.

Om de validiteit te verhogen wordt er gebruik gemaakt van verschillende dataverzamelingsmethoden en databronnen, namelijk deskresearch wat vooraf heeft plaatsgevonden.

Uiteindelijk zal het onderzoek herhaald kunnen worden en dezelfde resultaten moeten genereren. Herhaling is mogelijk doordat alle stappen en de uitwerking van het onderzoek worden uitgeschreven in deze afstudeerscriptie.

5.1.4 Steekproef

Omdat het onmogelijk is alle afgestudeerde tandartsen te interviewen, wordt er een selectie gemaakt uit de onderzoeksgroep. Dit wordt gedaan door middel van een steekproef, zodat er genoeg respondenten worden ondervraagd die representatief zijn voor de gehele onderzoeksgroep. Via de steekproefcalculator op www.corpos.nl is berekend hoeveel respondenten er benodigd zijn. Er is hierbij gekozen voor een foutenmarge van vijf procent (de grootte van de fout die in dit onderzoek wordt toegelaten), een betrouwbaarheidsniveau van 95 procent (dit betekent dat het voor 95% zeker is dat het werkelijke resultaat binnen het betrouwbaarheidsinterval valt) en 50 % spreiding voor ieder kenmerk (wanneer er geen verwachtingen zijn voor antwoorden op de vraag, wordt voor dit percentage gegaan om een maximale steekproefgrootte te genereren). De onderzoekspopulatie bestaat uit 294 studenten.

Van de 294 studenten moeten er 167 worden ondervraagd om een betrouwbare uitslag uit het marktonderzoek te genereren.

5.1.5 Enquête

Na het formuleren van onderzoeksonderwerpen is de enquête opgesteld. De enquête is eerst in een word bestand gemaakt, zo kon het eenvoudig door de opdrachtgevers worden bekeken en daarna kon worden nagedacht over een verwerkingsvorm. Door Begeleider 2 en Begeleider 1 werd gedurende de stageperiode een voortgangsgesprek ingepland. Er is toen door de student voor gekozen om van dit moment gebruik te maken en de enquête in de vorm van een briefing aan de opdrachtgevers te presenteren, samen met een plan van aanpak. De briefing komt in de bijlagen terug, de eerste enquête is hierin niet opgenomen, enkel de tweede, definitieve versie. Dit is gedaan om herhaling te voorkomen.

5.1.7 Briefing enquête

De briefing is ingedeeld in zes onderdelen: een projectomschrijving, het doel

en gewenste bereik van het onderzoek, de middelen die gebruikt worden, een tijdlijn en een schematische planning.

Tijdens de briefing op 4 september 2017 is met opdrachtgevers Begeleider 1 & Begeleider 2 en scriptiebegeleider Van Kints middels het plan van aanpak besproken hoe het enquêteonderzoek verloopt.

Na het gesprek zijn enquêtetools bestudeerd en voor Google Forms gekozen, omdat (een gratis versie van) SurveyMonkey slechts 100 respondenten toelaat. Gezien het onderzoek 129 respondenten vereist, is SurveyMonkey dus geen toereikende keuze.

Na het bekijken van het plan van aanpak is de (eerste versie van) de enquête doorgenomen. Er zijn termen verbeterd, zinnen simpeler gemaakt, vragen en antwoordmogelijkheden zijn van volgorde veranderd, sommigen zijn geschrapt en er zijn nieuwe toegevoegd. Na de bespreking is de enquête meteen in Google Forms verwerkt, met alle doorgevoerde verbeteringen.

5.1.8 Respondenten kwantitatief onderzoek

Na het finaliseren van de enquête is van start gegaan met het verzamelen van de gegevens van de respondenten. Dit is gedaan door de achternamen van de studenten die hoorcollege bij Begeleider 2 hebben gevolgd op te zoeken in de Tandartsengids 2017 van het KNMT (Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde). Deze gids bevat de gegevens van alle tandartsen in de mondzorg. Daarna zijn tandartspraktijken opgebeld met de vraag een e-mail te kunnen sturen naar de tandarts.

Dat dit hele proces moeizaam verliep, is te lezen in het procesverslag in de bijlagen.

Tegen het einde van de eerste week begon de student door de langzaam binnendruppelende reacties al na te denken over een alternatief die het onderzoek meer gewicht zou geven. 'Wanneer het met zo'n grote groep niet lukt, is beter om uit een kleinere groep betere resultaten te halen'. Deze gedachte, het afnemen van persoonlijke interviews ter aanvulling en verdieping van het kwantitatieve onderzoek, werd in overleg met alle betrokkenen verder uitgewerkt.

5.2 Kwalitatief onderzoek

Omdat voor de enquête al in de literatuur gedoken is, gebeurt dit voor het kwalitatieve onderzoek niet nogmaals. De basis is namelijk al gelegd door theorie, aangevuld met ervaring van de opdrachtgevers. Ook omdat er snel geschakeld moet worden, worden de interviewvragen afgeleid van de enquête. Hierbij is wel van belang dat er wordt nagedacht over wat het interview precies inhoudt, zodat dit niet een exact replica wordt van de online vragenlijst.

Het kwalitatief onderzoek dient ervoor dieper op de zaken in te gaan. Omdat een kwantitatief onderzoek ingaat op cijfers en verbanden, wordt hier onderzoek gedaan naar kwalitatieve gegevens zoals het beleven, ervaren, typeren en waarderen van bepaalde zaken *(Werf& Media, z.j.)*. Nu is de kans er om de enquêteresultaten onder de loep te nemen en te bepalen waar meer informatie over gewenst is. De enquête was gesloten, het interview heeft een open karakter, de geïnterviewde wordt aan het woord gelaten.

Bij een gestructureerd interview ligt van te voren al vast welke vragen er gesteld worden en in welke volgorde en daar mag niet van worden afgeweken *(Baarda et al. 2012)*. Hoewel dat enige zekerheid biedt, biedt dat geen ruimte voor de interviewer om de geïnterviewde enigszins vrij aan het woord te laten. Het voordeel is dat er geen belangrijke vragen worden overgeslagen maar het nadeel is, is dat de geïnterviewde slechts antwoord kan geven op deze vragen. Er is daarom voor gekozen om een vragenlijst op te stellen, die zo flexibel is dat deze zich aanpast aan de antwoorden van de geïnterviewde. Er kan dus geschakeld en gehusseld worden met vragen, waardoor het interview een natuurlijke flow behoudt. De vragenlijst is definitief gemaakt na feedback van de scriptie- en bedrijfsbegeleiders.

Om de betrouwbaarheid van het interview te waarborgen is er gebruik gemaakt van opnameapparatuur (waarvoor vooraf toestemming is

gevraagd). Op deze manier kunnen de opnames achteraf gecontroleerd worden.

De interviews zullen worden uitgevoerd totdat er theoretische saturatie ontstaat. Dit is het punt waarop er geen nieuwe informatie meer bijkomt *(Dingemanse, 2016)*.

5.2.1 Respondenten kwalitatief onderzoek

Met het oog op theoretische saturatie, was het doel interviews af te nemen tot het moment dat er geen nieuwe informatie meer binnenkomt. Er zijn geen vaste regels voor het aantal respondenten. Om echter te verzekeren dat er genoeg tandartsen worden geïnterviewd om dat verzadigingspunt te bereiken, is er uitgegaan van minstens 6 tandartsen.

Om dit aantal te bereiken zijn 10 tandartsen gemaild. In de enquête konden respondenten hun e-mailadres achterlaten indien zij benaderd wilden worden voor vervolgonderzoek. De 5 tandartsen die dit gedaan hadden, zijn benaderd via mail. Hiervan hebben er 2 ingestemd voor een interview. De eigen tandarts en 2 tandartsen uit haar netwerk reageerden ook instemmend op de mail.

Omdat verdere reactie uitbleef is besloten een tandarts te benaderen die niet vrijwillig haar email had achtergelaten in de enquête, maar die haar emailadres persoonlijk gaf toen de baliemedewerker met haar doorverbond (tijdens het kwantitatief onderzoek). Zij stemde ook in.

Afspraken met 5 tandartsen werden gemaakt en het kwalitatief onderzoek ging van start. Na het voeren van het tweede persoonlijke interview, beloofde de geïnterviewde haar eigen netwerk aan te sporen tot invullen van de enquête. Dat werkte en ook werd er een emailadres voor vervolgonderzoek achtergelaten en op deze manier zijn uiteindelijk 6 respondenten verkregen, precies het doel.

5.2.2 Persoonlijke interviews

Om de tandartsen zoveel mogelijk tegemoet te komen, is er in de mail aangegeven het interview te voeren op een tijd en plek die goed uitkomt. Daarom zijn er drie praktijken bezocht, is er één tandarts naar de onderwijsinstelling van de afstudeerder gekomen en zijn de twee andere tandartsen geïnterviewd via de telefoon en Skype.

Alle uitgewerkte interviews zijn te lezen in de bijlagen. In deze paragraaf volgt:

- opmerkelijkste bevindingen en overeenkomsten tussen respondenten;
- informatie uit literatuur (beschreven in hoofdstuk 2) wordt door enkele uitkomsten bevestigd of juist ontkracht, dat komt terug in dit onderdeel;
- sommige resultaten komen overeen met de enquête, in dit geval worden de enquête-uitkomsten ook beschreven.

Arbeidsmarktoriëntatie tijdens de opleiding

Onder de tandartsen lijkt een tweedeling te bestaan: de tandarts die in het begin van de opleiding al als assistent werkt en de tandarts die nooit tijdens de opleiding heeft gewerkt. Die tweede groep gaat zich pas oriënteren op de arbeidsmarkt tegen het einde van de studie.

Tijdens de opleiding zijn 3 tandartsen benaderd door opdrachtgevers, via LinkedIn. Eén van de 3 ging daar niet op in omdat zij pas twee jaar later klaar zou zijn. Later in het interview geeft zij wel aan dat LinkedIn een geschikt middel is om zelf banen te vinden. De andere twee gingen bijna afstuderen en reageerden wel op de berichten. Uit de antwoorden werd duidelijk dat tandartsen serieus op LinkedIn-berichten ingaan op de voorwaarde dat zij bijna afstuderen.

Arbeidsmarktoriëntatie tegen het eind van de opleiding

De antwoorden binnen dit onderdeel zijn unaniem: alle tandartsen zijn zich tegen het einde van hun opleiding gaan oriënteren op werkplekken. Vijf van

de 6 tandartsen deden dat specifiek in de 2 maanden tussen het afstuderen en de buluitreiking en BIG-registratie.

Arbeidsmarktoriëntatie tijdens carrière

Volgens drie boeken over arbeidsmarktcommunicatie is er veel sprake van arbeidsmarktmobiliteit (wisselen van banen) in het begin van de carrière. Dat lijkt onder tandartsen niet zo te zijn, 3 tandartsen die in het begin van hun opleiding als assistente hebben gewerkt in een praktijk, keren na hun opleiding terug om als tandarts te gaan werken. Zelfs één ZZP'er die op veel verschillende plekken werkt, gaf aan het toch prettig te vinden langer bij één werkgever te werken.

Waarom en wanneer gaat een tandarts zich dan wel oriënteren wanneer hij/zij al werkt? Wat de literatuur hierover zegt wordt deels bevestigd. Auteurs van *Arbeidsmarktmakelaars*, Lieshout et al. lichtten in 2007 al toe dat uit onderzoek bleek dat de meeste genoemde reden om te willen veranderen van baan, het willen vinden van een betere baan is, opgevolgd door onder andere het aflopen van (tijdelijke) arbeidscontracten. Dat laatste is door de helft van de tandartsen genoemd.

Een betere baan, ligt volgens Lieshout et al. *(2007)* in intrinsieke en extrinsieke factoren, waarvan deze bevestigd zijn in de interviews:

- de (geestelijke) zwaarte van het werk;
- de autonomie die een werknemer heeft bij het uitvoeren van het werk.

Bronnen gebruikt voor arbeidsmarktoriëntatie

Het netwerk blijkt een belangrijke rol te spelen tijdens het zoeken van een baan. Dit sluit direct aan bij één arbeidsmarktcommunicatietrend genoemd door Van der Haas & Hudepohl in Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z *(2015)*. Horizontalisering wat leidt tot het ontstaan van een wirearchie; (sociale) netwerken die van belang zijn. Tandartsen gaan op aanraden van studiegenoten solliciteren op een werkplek.

Op de tweede plek komen (de berichten van praktijken via) LinkedIn en de vacaturesite van het KNMT.

Factoren die arbeidsgeluk optimaliseren

Stabiele werkdruk, positieve sfeer door goed contact met team en praktijkhouder en een georganiseerde, gestructureerde praktijk.

Factoren die arbeidsgeluk verminderen

Door alle tandartsen is een te hoge werkdruk genoemd. Dit blijkt de maker of breker van arbeidsgeluk.

Rol van praktijk(manager) in arbeidsgeluk

Tandartsen is gevraagd hoe de praktijkmanager kan bijdragen in het arbeidsgeluk. Voor bijna alle geïnterviewden is dat het overleggen van de planning met de tandartsen. Als zonder overleg behandelingen in de agenda wordt gepland geeft dat ze geen gevoel van autonomie, zij willen voldoende tijd kunnen nemen voor hun behandeling en dat ook aangeven.

Vacaturewebsite

Het persoonlijk interview bestond ook uit een gedeelte waarbij handelingen werden geobserveerd.

Samen werd de vacaturesite van het KNMT bezocht. Zo viel op dat het eerste waar bijna alle 6 tandartsen naar kijken wanneer zij een vacature zoeken (op een externe website) is waar de praktijk gevestigd is. Idealiter is de praktijk dichtbij hun woonplaats, drie tandartsen geven specifiek aan dat zij maximaal een half uur willen rijden.

Bedrijfswebsite

Tijdens het observeren van de tandartsen gedurende het persoonlijk interview, werd samen met de tandartsen bedrijfswebsite www.TandartspraktijkX.nl bezocht en gevraagd wat zij zouden doen als zij zich op dit bedrijf oriënteren. Hier viel op dat de eerste pagina die alle 6

tandartsen bezochten, die van 'het team' is, vervolgens wanneer zij willen solliciteren gaan zij naar de pagina 'vacatures'.

Op beide pagina's gaven alle tandartsen aan dat hier niet alle informatie werd verkregen waar zij naar zochten.

Uit de enquête bleek dat onder 34 tandartsen, 25 tandartsen foto's van het team willen zien wanneer zij de bedrijfswebsite naar aanleiding van een vacature bezoeken.

Teampagina

In het persoonlijke interview lieten de tandartsen zich tevreden uit over:

- Foto's van teamleden
- Weergave van functies

Tandartsen misten op de pagina:

- Wanneer teamleden zijn afgestudeerd
- Waar teamleden opleiding(en) hebben gevolgd
- Hoe lang teamleden bij de praktijk werken
- Interessegebieden en specialisaties van teamleden
- Of tandartsen aan nascholing doen
- Ervaring van assistentes
- Hoe de praktijkmanager de praktijk managet

Vacature op bedrijfspagina

Tijdens het persoonlijk interview gaven tandartsen aan dat zij de vacature op www.TandartspraktijkX.nl te kort vonden en hier te weinig informatie konden vinden.

Meer dan de helft van de tandartsen die de enquête heeft ingevuld (55,9%) geeft aan dat zij belangrijk vinden dat er contactmogelijkheden in een vacature staan. Dit wordt opgevolgd door arbeidsvoorwaarden en het aantal behandelkamers (aangeduid door 18 tandartsen). Op de derde plek staat specialisaties van de praktijk (50%), opgevolgd door missie en visie van de organisatie, omschrijving van het aantal arbeidskrachten en functies in de praktijk en het takenpakket.

Tandartsen bleken voorzichtig te zijn met het noemen van arbeidsvoorwaarden, pas na doorvragen kwam dit naar voren terwijl het in de online enquête op nummer 2 staat. Dat de rest van de onderdelen wel belangrijk zijn voor tandartsen werd bevestigd in het persoonlijk interview bij de vraag wat zij willen teruglezen in een vacature.

Belangrijkste werkgeverkenmerken

In het interview is gevraagd uit vijf werkgeverkenmerken een top 3 te maken. Door 3 tandartsen is precies dezelfde lijst samengesteld:

- Keuze 1 Samenwerking met een vaste tandartsassistent
  (staat bij 3 tandartsen op nr.1, door alle tandartsen in lijst opgenomen)
- Keuze 2 Kleine organisatie met korte lijnen
  (bij 2 tandartsen op nr.1, bij alle tandartsen in de lijst)
- Keuze 3 Zelf nazorg met patiënten bespreken
  (bij 4 tandartsen in de lijst)

Minder belangrijke werkgeverskenmerken

- Werken met de nieuwste technieken
  (bij 2 tandartsen op nr.4, door andere tandartsen niet in het lijstje opgenomen)
- In-company opleidingen en trainingen
  (door geen tandarts in het lijstje opgenomen)

6 | Conclusies

Deskresearch

+

Fieldresearch

=

Bevindingen

Onderzoek

Hoe is deskresearch uitgevoerd?

- Door online en offline literatuur te bestuderen over:
  - Tandartspraktijk X
  - Arbeidsmarktcommunicatie en bijbehorende strategieën
  - Ontwikkelingen en trends in de maatschappij en op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie
  - Pas afgestudeerde tandartsen

Hoe is fieldresearch uitgevoerd?

- Door kwantitatief onderzoek in de vorm van een online enquête verspreid onder 318 tandartsen.
- Door aanvullend kwalitatief onderzoek door middel van persoonlijke interviews met 6 tandartsen.

Profiel tandarts

Op basis van de onderzoeken is een profiel van de tandarts geschetst.

De tandarts is een vrouw van 25 tot 34 die is afgestudeerd aan het ACTA tussen 2012 en 2016.

Als zij in het begin van haar opleiding in een tandartspraktijk heeft gewerkt (als tandartsassistente, omdat zij dan nog niet alle bevoegdheden heeft om als tandarts aan de slag te gaan), keert zij hier graag terug na haar opleiding, als tandarts. Zij heeft dan immers het reilen en zeilen van de werkplek ervaren en heeft haar plek gevonden.

Wanneer zij niet gedurende haar opleiding gewerkt heeft, focust zij zich geheel op haar studie en pas in de twee maanden tussen het afstuderen en het ontvangen van haar Bul (diploma) en de BIG-registratie, gaat zij op zoek naar werk. Met haar Bul en BIG-registratie op zak kan zij namelijk meteen officieel aan de slag.

Zij oriënteert zich vervolgens op banen door rond te vragen binnen haar netwerk. Op deze manier verkrijgt zij een eerlijk, insider beeld van de werkplek, meent zij. Op de tweede plaats staan vacaturesites van beroepsorganisaties (KNMT en Associatie Nederlandse Tandartsen (ANT)) en LinkedIn.

Via LinkedIn vindt zij het handig om berichten te ontvangen van werkgevers. Wel onder de voorwaarde dat zij deze ontvangt tegen het einde van haar studie, dus op het moment dat zij er klaar voor is te gaan werken. Dan kijkt zij naar de inhoud van het bericht, een omschrijving van de praktijk en wat de praktijk zoekt.

Op vacaturesites kijkt zij als eerst naar de afstand tussen haar huis en de praktijkvestiging, zij is bereid maximaal een half uur te reizen. Idealiter is de praktijk dichtbij haar woonplaats maar ook weer niet te dichtbij. Als zij vervolgens op een vacature klikt, leest ze voor hoeveel dagen en uren een praktijk een tandarts zoekt, de (gewenste) ervaring van de tandarts en eventuele specialisaties.

Zij vindt het belangrijk dat er een praktijkwebsite bij de vacature vermeld staat, daar gaat ze dan ook heen om meer informatie te verkrijgen wanneer zij geïnteresseerd is. De eerste pagina waar zij vervolgens op klikt is die van 'het team', vervolgens wanneer zij wil solliciteren gaat zij naar de pagina 'vacatures'.

7 | Strategische oplossingsrichtingen

De contextanalyse is uiteindelijk geresulteerd in een strategisch communicatievraagstuk en een diversiteit aan strategische oplossingsrichtingen die antwoord bieden op het communicatievraagstuk.

Het vraagstuk waar mee van start is gegaan..

Welke strategische oplossingsrichtingen kunnen worden ingezet om een aansluiting op vraag (van de tandartspraktijk) en aanbod (van de tandartsen) te creëren waardoor Tandartspraktijk X effectiever nieuwe tandartsen kan werven?

... is door de geboden context nu in een strategisch communicatievraagstuk getransformeerd.

Door welke strategische oplossingsrichtingen kunnen tandartsen worden aangetrokken tot Tandartspraktijk X, de organisatie beschouwen als aantrekkelijke werkgever en overgaan tot het aangaan van een (langdurig) dienstverband?

De hierop geboden antwoorden zijn drie strategische oplossingsrichtingen.

Strategische oplossingsrichting 1: *Candidate Journey*

Strategische oplossingsrichting 2: *Employee Journey*

Strategische oplossingsrichting 3: *Ambassadorship*

Deze oplossingsrichtingen worden hierna kort toegelicht. Daarna volgt het presenteren van de strategieën, zodat er een keuze kan worden gemaakt voor een strategie die verder wordt uitgewerkt.

Om te komen tot strategische oplossingsrichtingen en uiteindelijk het concept uit te werken is gebruik gemaakt van het stappenplan in de afstudeergids *(Oudejans, Groenestein, & Withuis, 2016)*.

7.1 Belangrijkste insight uit contextanalyse

Belangrijkste maatschappelijke insights zijn dat er een tekort aan tandartsen is, dat er steeds meer vrouwelijke tandartsen op de markt komen die vaker in deeltijd of als ZZP'er willen werken. Onder de tandartsen onder de 39 is 59% vrouw.

Belangrijke insights ontstonden op het moment dat conclusies uit deskresearch overeen bleken te komen met de antwoorden van de doelgroep tijdens interviews.

Een aantal trends die in de literatuur over arbeidsmarkcommunicatie beschreven zijn, werden bevestigd door de doelgroep.

- Toenemende horizontalisering stak daar met kop en schouders bovenuit, tandartsen vertrouwden op hun netwerk bij het raadplegen naar en uiteindelijk solliciteren op een nieuwe baan.
- De trend van een transparante organisatie wordt bevestigd door tandartsen die aangeven foto's van medewerkers en het bedrijfspand te willen zien en daarmee ook de verhalen achter de medewerkers.
- Daarnaast draagt digitalisering bij aan de manier waarop tandartsen secundair naar banen zoeken: via internet en online vacaturesites. De behoefte aan de trend 'job crafting' (waarbij een baan wordt aangepast aan het profiel van de medewerker en de werk-privé-balans) wordt ook bevestigd door onderzoek, tandartsen geven aan dit graag aan het begin vast te stellen.

Uit doelgroeponderzoek komen verder de belangrijke insights dat werkdruk voor de meesten de maker of breker van arbeidsgeluk is, daarbij hoort een goed verlopende (zo definitief mogelijke) dagelijks werkprogramma binnen een gestructureerde organisatie.

Belangrijkste werkgeverkenmerken vindt de tandarts een organisatie met korte lijnen en daarnaast hecht het merendeel waarde aan een vast team en vaste assistentes, ook vinden zij het belangrijk zelf nazorg met de patiënt te kunnen bespreken en daar tijd te voor kunnen nemen. Wanneer tandartsen vacatures bekijken is het eerste waar zij op letten of de praktijk in de buurt ligt, op maximaal 30 minuten rijden van hun woonplaats.

Concrete vraag/ probleemstelling

Hoe kan ervoor gezorgd worden dat de juiste tandartsen te weten komen over welke employee value proposition Tandartspraktijk X beschikt?

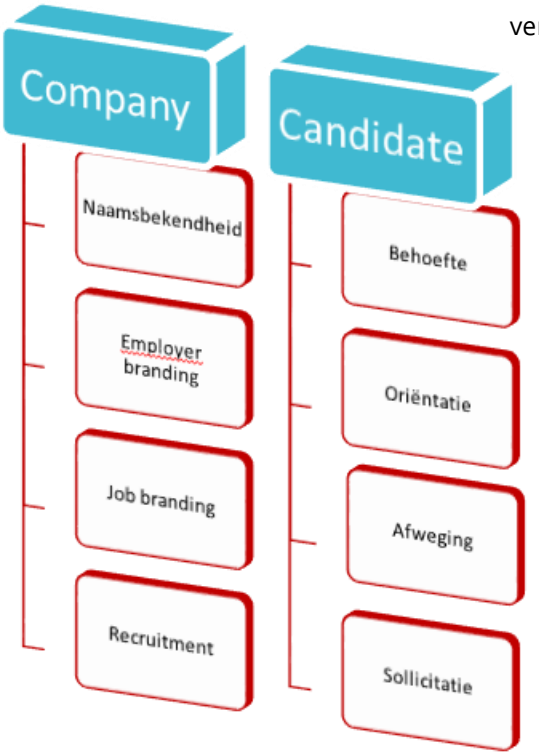
Strategische oplossingsrichtingen

Strategische oplossingsrichting 1: Candidate Journey
Strategische oplossingsrichting 2: Employee Journey
Strategische oplossingsrichting 3: Ambassadorship

7.2 Strategische oplossingsrichting 1: Candidate Journey

De Candidate Journey gaat uit van de reis die een kandidaat maakt tijdens het zich oriënteren op een baan.

In de Candidate Journey wordt duidelijk wat het bedrijf en de kandidaat bij elke stap doen. De stappen die genomen worden zijn met elkaar verbonden. Het sluit op elkaar aan en loopt in elkaar over. Op de juiste momenten wordt de kandidaat van de juiste informatie voorzien en door elke communicatie-uiting wordt de kandidaat geprikkeld om voor Tandartspraktijk X te gaan.



De strategie is breed inzetbaar, met verschillende middelen via verschillende platformen, het verloopt gestructureerd en kan op elk moment worden ingezet.

Aan de basis staan de Candidate Journey van Van der Haas & Hudepohl uit Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z *(2015)* en de kandidaatreis door online strateeg Rancuret *(2017)*, door hem beschreven op Frankwatching naar aanleiding van een lezing die hij bijwoonde van arbeidsmarktcommunicatie – en recruitmentspecialist Tienkamp-Beishuizen en van Stel, specialist in zowel arbeidsmarktcommunicatie, recruitment en employer branding.

Elementen uit beide strategieën zijn gecombineerd en uitgebreid met extra arbeidsmarktcommunicatie-uitingen. Daarnaast is er ook voor gekozen om aan de Candidate Journey iets extra's toe te voegen, namelijk ook de 'company journey', ofwel de stappen die het bedrijf doorloopt. Daar worden alle handelingen zichtbaar die door het bedrijf worden uitgevoerd.

- Stap 1 Naamsbekendheid & Behoefte

Hier staat het creëren of ontdekken van behoefte centraal. Het doel vanuit communicatie in deze fase is vooral om in beeld te komen bij de doelgroep.

Deze stap wordt aangevuld met sourcing: het in beeld brengen van kandidaten tot en met het opsporen en benaderen.

- Stap 2 Employer branding & Oriëntatie

De kandidaat oriënteert zich en meerdere organisaties zijn daarbij in beeld. Hier richt de communicatie zich erop de kandidaat een authentiek beeld te geven van de organisatie *(Rancuret, 2017)*.

Hier wordt employer branding in verwerkt: een uniek, authentiek en aansprekend werkgeversmerk oftewel employer brand definiëren en structureel kenbaar en voelbaar maken naar de verschillende doelgroepen *(Van der Haas & Hudepohl, 2015)*.

- Stap 3 Job branding & Afweging

De kandidaat gaat in deze stap een afweging maken en beoordeelt de verschillende alternatieven.

Hier wordt job branding aan toegevoegd: communiceren over het specifieke onderscheidende element van de functie *(Van der Haas & Hudepohl, 2015)*. Wat maakt het werken als tandarts bij Tandartspraktijk X anders dan het werken elders?

- Stap 4 Recruitment & Sollicitatie

In de laatste stap begint het recruitment-proces. Het doel in deze fase van de reis is te zorgen voor een positieve ervaring bij de kandidaat, waarbij communicatie een ondersteunende rol heeft.

7.3 Strategische oplossingsrichting 2: Employee Journey

De Candidate Journey is extern gericht, maar arbeidsmarktcommunicatie kan ook van binnenuit werken. In deze strategie wordt er dus intern aan employer branding gewerkt.

'Intern beginnen is extern winnen'.

(Van der Haas & Hudepohl, 2015)

Een hoge medewerkerstevredenheid en – betrokkenheid zorgen voor een sterke boodschap in de arbeidsmarktcommunicatie, die ook waargemaakt wordt, menen Van der Haas & Hudepohl *(2015)*.

Verklaren van het werkgeversmerk

De werkgeverpositionering en de belofte worden intern door vertaald.

Laden in gedrag

In deze fase worden medewerkers mede-eigenaar van het proces gemaakt, zodat ze het werkgeversmerk omarmen . Medewerkers word de verantwoordelijkheid over het werkgeversmerk gegeven en zij gaan het merk gevoelsmatig ervaren.

Beleven in de praktijk

In deze stap wordt het werkgeversmerk concreet. Om te bepalen hoe de belevenis in de praktijk vorm krijgt, wordt de dialoog aangegaan met de medewerkers. Op dit punt kunnen medewerkers ook worden ingezet voor werving, Van der Haas & Hudepohl *(2015)* menen zelfs dat er geen betere ambassadeur voor het merk te vinden is dan eigen medewerkers. Deze stap sluit erg aan bij het gedrag van tandartsen, wanneer zij op zoek gaan naar een baan raadplegen zij het liefst hun netwerk, op dit moment treden medewerkers dus op als ambassadeurs.

Verankeren in de organisatie

Op dit moment wordt ervoor gezorgd dat het werkgeversmerk onlosmakelijk verbonden wordt met de processen en systemen binnen de organisatie. Hiermee wordt ervoor gezorgd dat de volgende generatie medewerkers zich in een inspirerende werkomgeving tot ambassadeur kan ontwikkelen.

7.4 Strategische oplossingsrichting 3: Ambassadorship

Omdat tandartsen aangeven op hun netwerk af te gaan bij het zoeken naar een nieuwe baan, wordt in deze strategie geïnvesteerd in de werknemers van de organisatie. De ambassadeurstrategie gaat ervanuit dat medewerkers zelf als ambassadeur optreden en dus betrouwbare (mond-tot-mond)reclame maken over het merk.

Deze strategie haakt in op het belang van het netwerk van de tandarts bij het zich oriënteren op een werkplek. Zij raadplegen hun netwerk massaal en vragen dan naar de opinie over de organisatie waar deze vriend of vriendin werkzaam is. Wanneer een medewerker een superpromotor van een organisatie wordt, zal hij zich positief uitlaten over de organisatie waardoor de tandarts aangetrokken wordt tot de betreffende tandartspraktijk.

De term 'superpromotor' komt van Vogelaar *(2015)* en zijn gelijknamige boek. Zijn strategie gaat van start met het ontdekken waarom de medewerker ooit enthousiast is geworden over de organisatie en ten slotte het voeden van dit enthousiasme

Na het luisteren gaat de werknemer over tot het ondersteunen bij het delen van enthousiasme, wat op te splitsen valt in gestuurd aanbevelingsgedrag en georganiseerd aanbevelingsgedrag.

Onder georganiseerd aanbevelingsgedrag valt organised word of mouth en product seeding.

Als laatst is er ook gekocht aanbevelingsgedrag maar dit is meteen de minst oprechte vorm, omdat medewerkers als het ware worden omgekocht, deze vorm is dus niet aan te raden.

Bij deze strategie staat het helpen van het beïnvloeden van de achterban centraal.

7.5 Keuze strategische oplossingsrichting

De strategische oplossingsrichtingen zijn met een PowerPoint gepresenteerd aan de opdrachtgevers en scriptiebegeleider. Op deze manier werden de toehoorders kort meegenomen in het verhaal. De belangrijkste ontwikkelingen en trends, onderzoeks- en deelvragen werden kort herhaald en doorlopen om aan te tonen wat heeft geleid tot deze drie strategische oplossingsrichtingen zijn geformuleerd.

De afstudeerder beargumenteerde aan het eind welke strategische oplossingsrichting zij adviseert en de opdrachtgevers gingen akkoord.

- De Candidate Journey sluit aan bij de stappen die een kandidaat doorloopt tijdens het zich orienteren op een baan
- Door middel van onderzoek is naar voren gekomen hoe dit oriëntatieproces verloopt, waardoor de Candidate Journey kan worden ingevuld.
- De Candidate Journey kan op elk moment worden ingezet, met verschillende middelen op verschillende platformen.
- Het is een goede, bijpassende strategie, die uitgebreid is en veel (arbeidsmarktcommunicatie)elementen bevat

8 | Concept & Content

De onderliggende gedachte bij een strategische oplossingsrichting is dat voor de opdrachtgever wordt uitgewerkt hoe deze strategie overgebracht wordt, zodat hij zijn product of dienst op een aansprekende manier bij de doelgroep onder de aandacht kan brengen

(Oudejans, Groenestein, & Withuis, 2016).

De stap die nu volgt is de contentfase, hierin worden de strategische oplossingsrichtingen vertaald naar een concept met bijbehorende content.

Een goed concept is onderscheidend, gaat langere tijd mee en is dus duurzaam. Het concept is mediumneutraal maar flexibel genoeg voor verschillende media. Het concept is bruikbaar voor meer dan één campagne (Oudejans, Groenestein, & Withuis, 2016).

Eisen aan het concept die opgesteld zijn door de afstudeerstudent zelf, zijn dat het concept visueel moet zijn, simpel uit te voeren en kernachtig uitgelegd en dat er korte verwijzingen naar onderzoek in verwerkt zijn, om aan te tonen wat de fundering voor elke stap in het concept is.

Conceptomschrijving

Tandartsen bewust maken van Tandartspraktijk X door te communiceren over specifieke werkgevers- en baanelementen op specifieke momenten waarop de tandarts (onbewust) behoefte heeft aan of ontvankelijk is voor het ontvangen van deze informatie. Hierdoor zal de kandidaat Tandartspraktijk X overwegen als aantrekkelijke werkgever, overtuigd hiervan raken tot dat hij/zij uiteindelijk overgaat tot handelen en solliciteert bij de praktijk.

De employee value proposition staat centraal in dit concept, die bestaat uit drie elementen:

- Werkgeversmerkessentie; patiënten centraal en uitgebreide gespecialiseerde (na)zorg, praktijk met korte lijnen en ruimte voor eigen ideeën, werken binnen een vertrouwde omgeving binnen een vast team met vaste assistente, tandartsen structuur bieden door jaarprogramma's, tandartsen beschermen tegen overwerken/een te hoge werkdruk en rustpauzes bewaken
- Drijfveren van de doelgroep; ruimte (door middel van een niet te hoge werkdruk) en tijd (door een gestructureerd, goed verlopend programma) om het werk goed te kunnen doen, vrijheid (door inspraak te hebben in een praktijk met korte lijnen) en een balans tussen werk en privé (door werktijden vooraf te bepalen en een praktijkvestiging dichtbij).
- Wat de organisatie uniek maakt ten opzichte van de concurrentie; zoals benoemd in de werkgeversessentie bewaakt de praktijkmanager de werkdruk en rust van de tandarts, door gestructureerd te werken, het programma ruim van te voren op te stellen en ervoor te zorgen dat tandartsen voldoende rustpauze nemen op de dag zelf en ook door middel van vrije dagen en dus de balans tussen werk en privé. Job crafting is bij deze organisatie mogelijk.

Uiteindelijk moet duidelijk worden dat Tandartspraktijk X de beste ondersteuning voor haar tandartsen biedt in de regio, waardoor zij hun werk goed kunnen uitvoeren. Dit moet duidelijk worden in een korte pay off ofwel unieke belofte.

Unieke belofte

'XXX een mooie lach' is de pay-off die op de website van Tandartspraktijk X staat. Dit representeert de missie van de praktijk om in de zorgbehoefte van de patiënt te voldoen. Om (met name voor kandidaten) weer te geven dat de zorg voor de tandarts ook centraal staat, wordt dit: 'Een lachende tandarts zorgt voor lachende patiënten' en 'een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach'.

Hier wordt het concept verder uitgewerkt door middel van de laatste stappen uit het stappenplan in de afstudeergids *(Oudejans, Groenestein, & Withuis, 2016)*.

De beschrijving uit de afstudeergids wordt aangevuld met de conceptuitwerking van Van der Haas & Hudepohl *(2015)*. De auteurs ontwikkelen het concept op basis van de employee value proposition en de probleemstelling.

Betekenisgeving (Welke filosofie ligt er ten grondslag aan het concept? In welke behoefte voorziet het? In welke context is het concept te plaatsen (actualiteit, trends en ontwikkelingen, omgevingsfactoren)?

De Candidate Journey laat zien dat bij Tandartspraktijk X zowel de patiënt als de tandarts centraal staan. Dat het één het ander versterkt en dat tandartsen pas goed voor patiënten kunnen zorgen als er ook goed voor hun wordt gezorgd. Het concept laat zien dat de tandarts bij een betrouwbare, vertrouwde werkgever terecht komt. Het concept waarin de strategie uitgewerkt is, is een stappenplan wat direct uit te werken is en toe te passen is door de werkgever.

Wat significantie betreft, worden belangrijke elementen uit de arbeidsmarktcommunicatie geïntegreerd in het model, waaronder employer branding en job branding.

Beleving (Welke waarden van de doelgroep worden aangesproken? Hoe sluit het concept aan op de belevingswereld van de doelgroep?)

De belangrijke overkoepelende waarden vrijheid en zorg worden overgebracht door middel van het communiceren over de EVP en de unieke belofte. Het concept sluit aan op de belevingswereld doordat de Candidate Journey (door middel van kwantitatief en kwalitatief onderzoek) in kaart is gebracht en door middel van de strategie de kandidaat wordt voorzien van de juiste informatie, op het juiste moment, via het juiste medium. Het model stelt de (praktijkmanager van de) tandartspraktijk in staat integraal en planmatig de arbeidsmarktcommunicatie uit te dragen.

Uiterlijk (Hoe geef ik het concept een aansprekend design: visueel aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk? Hoe benadruk ik de belangrijkste voordelen?)

De strategie wordt uitgewerkt in een overzichtelijk, helder en kernachtig stappenplan wat direct uit te voeren is. De EVP en unieke belofte worden gecommuniceerd en de organisatiehuisstijl (kleuren van het logo) wordt consequent doorgevoerd. Er is voor gekozen om stappen twee en drie uit te werken.

9 | Prototyping

Het concept en de strategische oplossingsrichting worden tot leven gebracht, een eerste versie wordt gemaakt waarna het prototype onder de (toekomstige) gebruikers wordt getest. Na de testfase volgt het finaliseren van het eindproduct.

Zo wordt toegewerkt naar een concept en bijbehorende content die aansluiten bij zowel de opdrachtgever als de doelgroep.

9.1 Prototype startfase

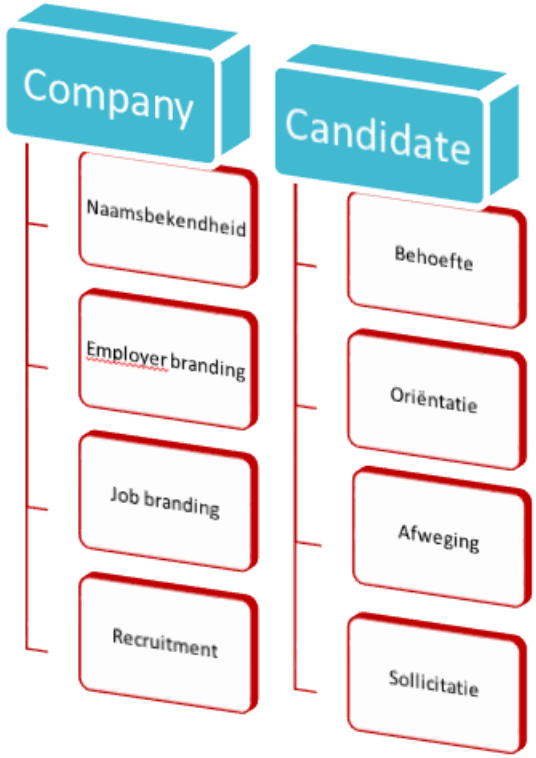
Het concept 'een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach', wordt uitgedragen door de Candidate Journey. Deze strategie bestaat uit vier stappen, dus is het einddoel ook een duidelijk plan voor de opdrachtgever op te leveren dat stap voor stap kan worden uitgevoerd. Daarom wordt de Candidate Journey opgeleverd als stappenplan met daarin verwerkt alle uitgewerkte middelen en bijbehorende content.

De theorie van de strategie is in hoofdstuk 7 | *Strategische oplossingsrichtingen* uitgebreid omschreven dus hier volgt slechts een kernachtige herhaling (voor de begrijpelijkheid). Vervolgens zijn alle stappen van de Candidate Journey ingevuld met inzichten uit maatschappelijk-, trend- en doelgroeponderzoek.

De voorwaarde voor het aanhalen van theorie en inzichten (zoals uit de enquête die niet voldoende reacties kreeg om representatief te zijn) is dat minstens 2 bronnen te koppelen zijn en overeenkomen.

Zoals eerder uitgelegd zijn de kandidaatreis van Rancuret *(2017)* en de Candidate Journey van Van der Haas & Hudepohl *(2015)* als basis genomen en wordt nu verder verreikt met bovengenoemde inzichten en theorie.

De doelgroep wordt afwisselend als tandarts en (potentiele) kandidaat aangeduid.



9.1.1 Candidate Journey stap 1 | Naamsbekendheid & Behoefte

Bij de kandidaat ontstaat de behoefte tot het zich oriënteren op banen. Hier richt de opdrachtgever zich op in beeld komen bij de kandidaat door naamsbekendheid te creëren.

Doelstellingen zijn:

- het effectief bereiken van de juiste kandidaten;
- het communiceren van de benefits;
- het verstrekken van informatie;
- het leveren van ondersteunend bewijs *Van der Haas & Hudepohl (2015)*.

Wanneer ontstaat nu bij de tandartsen de behoefte? Uit persoonlijke interviews bleek dat werkende tandartsen de behoefte voelen naar een praktijk te zoeken, wanneer zij bij de huidige praktijk willen opstappen. Dit vindt dus in verschillende momenten in de carrière van een tandarts plaats. Wat wel overeenkwam, was dat alle zes de tandartsen aangaven rondom de twee maanden tussen het afstuderen, de buluitreiking en het ontvangen van de BIGregistratie, zich te zijn gaan oriënteren op werkplekken.

Voordat de opdrachtgever zich bekend maakt aan de kandidaat, wordt er gedaan aan sourcing, het in kaart brengen van de professionals. Wervingbureaus zoals Dutchwebshark *(2017)* genereren op deze manier hun kandidatenbestand. Sourcing vindt plaats in 4 stappen, aangevuld met 1 extra stap toegevoegd door de afstudeeerder. Terwijl het sourcing-proces wordt doorlopen wordt dit ook meteen getest en bijgesteld. Hier vindt dus simultaan de eerste test plaats.

Sourcing stap 1: Profiel schetsen

Profiel van de gewenste kandidaat opstellen: wie willen we bereiken? Na onderzoek is informatie verzameld over een specifieke doelgroep, deze groep wordt dus ook omschreven. Alle geïnterviewde tandartsen zijn afgestudeerd aan het ACTA, maar tandartsen die aan andere Nederlandse universiteiten hebben gestudeerd worden niet uitgesloten, wél tandartsen die in het buitenland gestudeerd hebben. Onderzoek van de Rabobank *(2017)* wijst uit dat ongeveer de helft buitenlandse tandartsen na een aantal jaar terugkeert naar het thuisland en in het afstudeeronderzoek ligt de nadruk op een langdurig dienstverband. Tandartsen die in België afgestudeerd zijn, worden wel meegenomen in de zoektocht omdat onderzoek van het KNMT in 2016 aantoont dat de meeste Nederlandse studenten die niet worden ingeloot voor de opleiding tandheelkunde (in Nederland), in België een opleiding gaan volgen en daarna weer terugkeren naar Nederland. Tandartsen die binnenkort (2018) afstuderen worden ook meegenomen in het profiel.

Profiel

Tandarts, leeftijd 25 tot 34, woonachtig in Nederland, tussen 2012 – 2016 afgestudeerd of in 2018 afstuderend in Nederland aan één van de volgende instellingen:

- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam
- Universitair Medisch Centrum Groningen
- Universitair Medisch Centrum St. Radboud

Afgestudeerd of in 2018 afstuderend in België aan één van de volgende instellingen:

- KU Leuven (Katholieke Universiteit Leuven)
- Universiteit Hasselt
- Universiteit Gent
- Universiteit Antwerpen
- Open Universiteit Brussel

Sourcing stap 2: Searching

Samenstellen van een search string op basis van het profiel. Zo komen de juiste kandidaten omhoog *(Dutchwebshark 2017)*. Op LinkedIn vindt de zoekactie plaats, omdat tijdens de kwalitatieve interviews 5 van de 6 tandartsen aangaven dat zij LinkedIn zouden gebruiken omdat zij het een geschikt middel vinden voor het vinden van banen, 3 tandartsen hebben

LinkedIn daadwerkelijk gebruikt voor dit doel. Tijdens doelgroeponderzoek viel ook op dat er op LinkedIn twee verschillende functietitels worden gebruikt: tandarts of dentist. Soms allebei. Om beide te includeren in het onderzoek wordt gebruik gemaakt van Boolean Search technieken. Dit is het gebruik van AND, OR en NOT in de zoekopdracht om betere resultaten te genereren. Voordat de search string wordt gegenereerd is er eerst in de LinkedIn zoekfunctie gekeken naar de functionaliteiten. Op basis daarvan zijn de zoekwoorden aangepast.

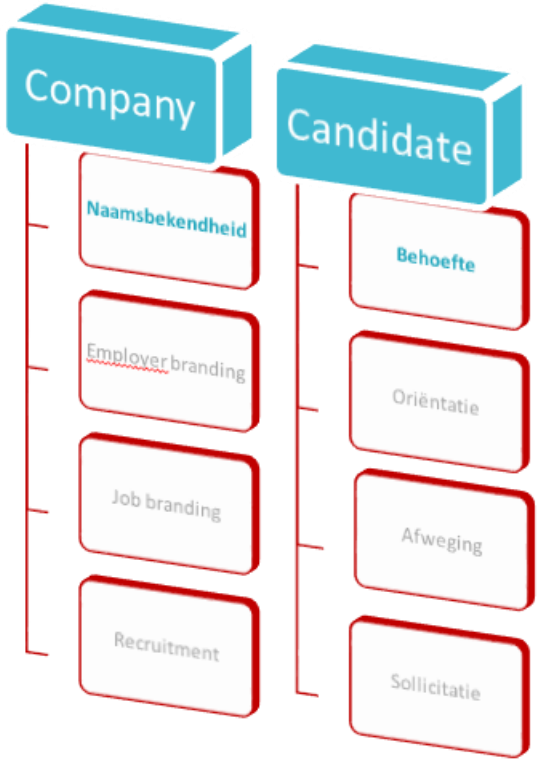
Search string

- Functietitel: Tandarts OR Dentist
- Locatie: Nederland
- Onderwijsinstellingen: (alle eerdergenoemde universiteiten)

Leeftijd en (verwacht) afstudeerjaar kunnen in LinkedIn niet worden geselecteerd. Omdat onderwijsinstellingen in België ook in de search string worden opgenomen, wordt wel locatie Nederland aangehouden om enigszins te kunnen waarborgen dat er kandidaten worden gevonden die in Nederland (blijven) wonen (en werken).

"Een goede sourcer kan met een Boolean string of query vaak beter en makkelijker zelf de database ontsluiten dan met de betaalde mogelijkheden die LinkedIn biedt".

- Waasdorp, Eigenaar Intelligence Group en uitgever Werf& (2017)



Sourcing stap 3: Sociale netwerken

Search string verspreiden via LinkedIn *(Dutchwebshark z.j.)*.

Sourcing stap 4: Check

Een check vooraf. Deze stap wordt door Dutchwebshark niet uitgevoerd, maar is tijdens het onderzoeken van de theorie toegevoegd door de afstudeerder. De profielen die vervolgens na het toepassen van de

zoekwoorden overblijven, moeten worden gecheckt door diegene die de vacature uitgezet heeft. Zo kan de search string namelijk op tijd geoptimaliseerd worden.

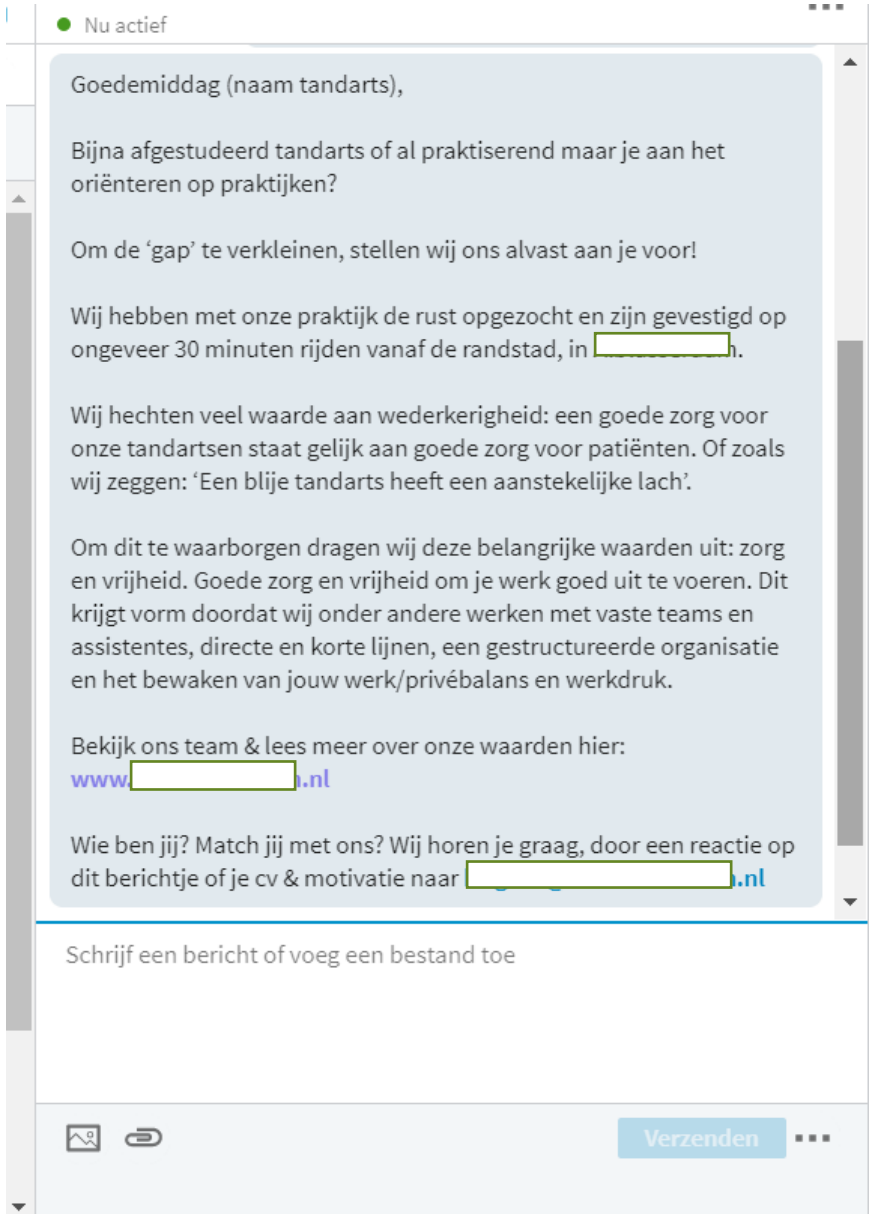
Sourcing stap 5: Connectie

Connectieverzoek met een bericht sturen. Dutchwebshark *(z.j.)*. benadrukt dat een persoonlijke benadering belangrijk is, zeker bij schaarse doelgroepen. Toen de afstudeerder zelf door een recruiter op een zeer persoonlijke manier benaderd werd via LinkedIn appelleerde dat direct aan het referentiekader. Dit gaf de indruk dat de recruiter het profiel van de potentiele kandidaat aandachtig bestudeerd had en vervolgens persoonlijk geselecteerd. Deze overweging is meegenomen en aangevuld met inzichten uit onderzoek om tot een standaardbericht te komen, dat gepersonaliseerd kan worden op basis van het profiel van de kandidaat. Dutchwebshark adviseert na het accepteren van het verzoek, het telefoonnummer van de kandidaat te vragen, echter kwam uit doelgroeponderzoek naar voren dat de tandarts mail prefereert boven telefoon. Dit wordt dus anders aangepakt en de optie voor mail wordt gegeven.

LinkedIn-bericht

De vacature (behorend bij *Candidate Journey stap 3 | Job branding & Afweging* is eerst opgesteld) en daarna is het LinkedIn-bericht opgesteld. Hier komen kort de belangrijkste voorwaarden uit de vacature naar voren zodat de kandidaat geprikkeld wordt. Met het LinkedIn-bericht wordt de kandidaat benaderd (na het connectieverzoek). Het bericht wordt gepersonaliseerd doordat de naam van de tandarts wordt ingevoegd, zoals hiernaast te zien.

Als de kandidaat reageert kan de match tussen de ambities van de kandidaat en de uitdaging bij de organisatie worden verkend.



9.1.2 Candidate Journey stap 2 | Employer branding & Oriëntatie

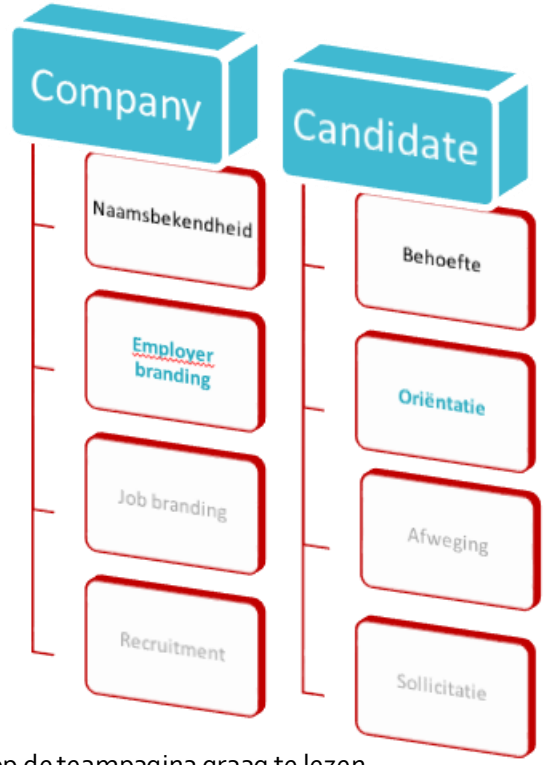
De kandidaat oriënteert zich en meerdere organisaties zijn daarbij in beeld. Het doel van de communicatie is het geven van een authentiek beeld van de organisatie *(Rancuret, 2017)*.

"Employer branding is het creëren van een authentiek, onderscheidend en aansprekend imago in de mindset van (potentiele) medewerkers, zodat de juiste medewerkers worden aangetrokken dan wel behouden" *(Van der Haas & Hudepohl, 2015, p. 36)*.

De werken bij-site of -pagina is het kloppend hart van het employer brand. Kandidaten moeten de mogelijkheid hebben om vacatures te vinden en te solliciteren maar belangrijker nog is dat dit de plek is waar het werkgeversmerk kan worden ervaren en waar de kandidaat toetst of hij/zij hierbij past *(Van der Haas & Hudepohl, 2015)*.

Door het identificeren van de stappen die de tandarts doorloopt tijdens het zich oriënteren op het bedrijf, is bepaald welke functionaliteiten nodig zijn op de website.

Tijdens het interview is tandartsen gevraagd te tonen hoe zij zich zouden oriënteren op bedrijfswebsite www.TandartspraktijkX.nl om meer informatie te verkrijgen, ofwel het employer brand te ervaren. De eerste pagina die alle zes tandartsen bezochten was dat van het team. Wanneer zij vervolgens wilden solliciteren bezochten zij de vacaturepagina. Hier bleken alle geïnterviewden niet de informatie te vinden die zij zochten. In deze stap wordt dus aanbevolen de teampagina aan te passen, in de volgende stap wordt verder ingegaan op de vacaturepagina.



Tandartsen gaven aan op de teampagina graag te lezen over:

- Wanneer teamleden zijn afgestudeerd
- Waar teamleden opleiding(en) hebben gevolgd
- Hoe lang teamleden bij de praktijk werken
- Interessegebieden en specialisaties van teamleden
- Of tandartsen aan nascholing doen
- Ervaring van assistentes
- Hoe de praktijkmanager de praktijk managet

Op de teampagina staat op dit moment alleen de foto en functie van elk teamlid. Het advies is dit uit te breiden met een achtergrondomschrijving zodat kandidaten beleven hoe werknemers het werken bij Tandartspraktijk X ervaren.

Dat tandartsen graag over toekomstige collega's lezen komt overeen met de theorie. Van der Haas & Hudepohl *(2015)* geven meerdere malen in hun boek aan dat potentiele medewerkers (en bezoekers) willen weten hoe werknemers het werken bij de organisatie ervaren.

> *'Zet relevante medewerkers in en maak testimonials aan'.*
> *(Van der Haas & Hudepohl, 2015, p. 176)*

Een testimonial is letterlijk vertaald een getuigenis of getuigschrift. Hier gaan medewerkers dus van de werkgever getuigen. Wanneer de testimonial over een specifiek onderdeel zoals de belangrijkste waarden van Tandartspraktijk X (EVP) gaat, dan beleeft de potentiele kandidaat deze belofte opnieuw. Immers lezen zij dat een werknemer dit werkelijk zo ervaart tijdens het werken bij de tandartspraktijk. Van der Haas & Hudepohl *(2015)* menen dat testimonials niet op een website kunnen ontbreken en dat deze getuigschriften de kandidaat overtuigen en overhalen.

Dit sluit aan bij de uitkomsten van de persoonlijke interviews waaruit bleek dat tandartsen vaak vertrouwen op hun netwerk bij het zoeken naar een nieuwe baan, omdat het netwerk over het inhoud van het werk en de ervaring met de leidinggevende 'inside'-informatie kan delen. Met testimonials kunnen toekomstige collega's (van Tandartspraktijk X) als werknemers van het bedrijf deze informatie ook delen waardoor kandidaten ook een 'inside' indruk kunnen krijgen.

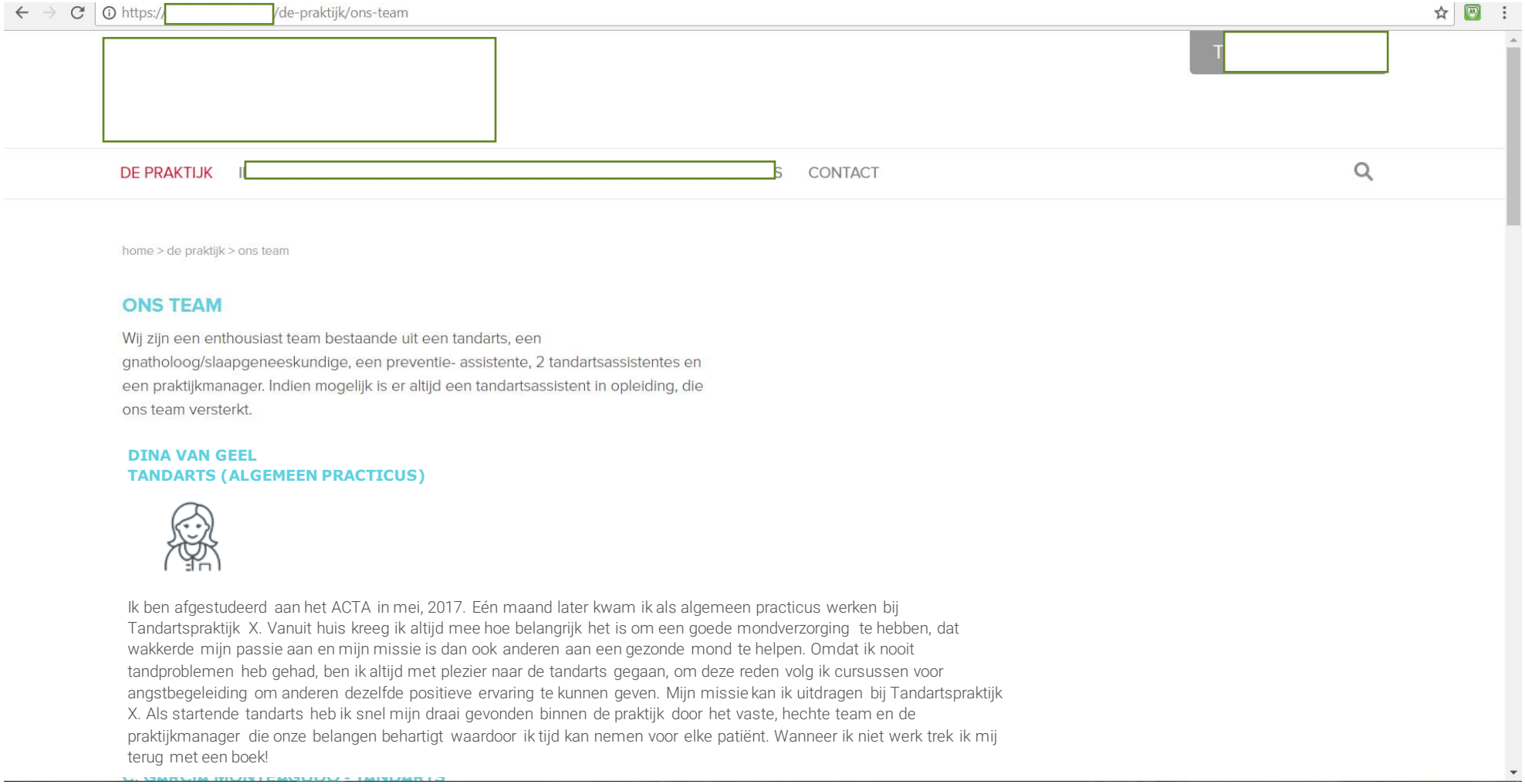
Teaminterview

Hier worden interviewvragen gedeeld, aan de hand daarvan kan de teampagina worden verreikt en testimonials worden opgesteld. Het interview kan worden afgenomen zoals de interviews met de tandartsen zijn uitgevoerd, dit leverde veel resultaat op. Hier waren de vragen een leidraad, de tandartsen werden aan het woord gelaten en de interviewer anticipeerde op de antwoorden van de geïnterviewde door doorvragen en de vragen uit de vragenlijst aan te passen aan het verloop van het gesprek.

- Wanneer ben je afgestudeerd?
- Waarom ben je tandheelkunde gaan studeren?
- Aan welke onderwijsinstelling en in welk land ben je afgestudeerd?
- Heb je een specialisatie in de tandheelkunde gevolgd?
- Waarom heb je (wel of niet) een specialisatie in de tandheelkunde gevolgd, indien wel, waarom deze?
- Ben je extra geïnteresseerd in bepaalde gebieden van de tandheelkunde?
- Wat heb je (sinds je afstuderen) aan nascholing gedaan?
- Wat is de reden dat je (niet of wel) aan nascholing doet?
- Waarom heb je gekozen voor Tandartspraktijk X (voorheen Tandartspraktijk o)?
- Hoe lang werk je al bij de tandartspraktijk?
- Indien je al bij Tandartspraktijk o werkte, hoe ervoer je de overname door praktijkmanager Begeleider 1?
- Welke verschillen ervaar je tussen het werken bij Tandartspraktijk o en Tandartspraktijk X?
- Wat vind je het sterkste punt van (de organisatie van) Tandartspraktijk X en wat merk je daarvan tijdens het werken?
- Wat zijn je persoonlijke interesses?
- Wat doe je graag in je vrije tijd?

Testimonial

Op basis van de interviewvragen kan een achtergrondomschrijving en testimonial opgesteld worden. Omdat de testfase plaatsvond in één van de drukste maanden van het jaar voor Tandartspraktijk X (december), bleek het niet meer mogelijk een tandarts te interviewen. Hierom is een fictieve testimonial opgesteld (puttend uit persoonlijk verhaal, doelgroeponderzoek en bedrijf) om een idee te geven van hoe dit vorm krijgt en het ook mee te nemen in de testfase.



9.1.3 Candidate Journey stap 3 | Job branding & Afweging

De kandidaat gaat een afweging maken tussen verschillende alternatieven *(Rancuret, 2017)*. Hier gaat het bedrijf over tot job branding: communiceren over het specifieke onderscheidende element van de functie *(Van der Haas & Hudepohl, 2015)*. Dit krijgt vorm door een vacature.

Dit is de huidige vacature op www.TandartspraktijkX.nl:

TANDARTS GEVRAAGD (2 DAGEN PER WEEK)

Voor meer informatie, stuur een mail aan: [redacted]h.nl. Wij nemen dan zo snel mogelijk contact met u op.

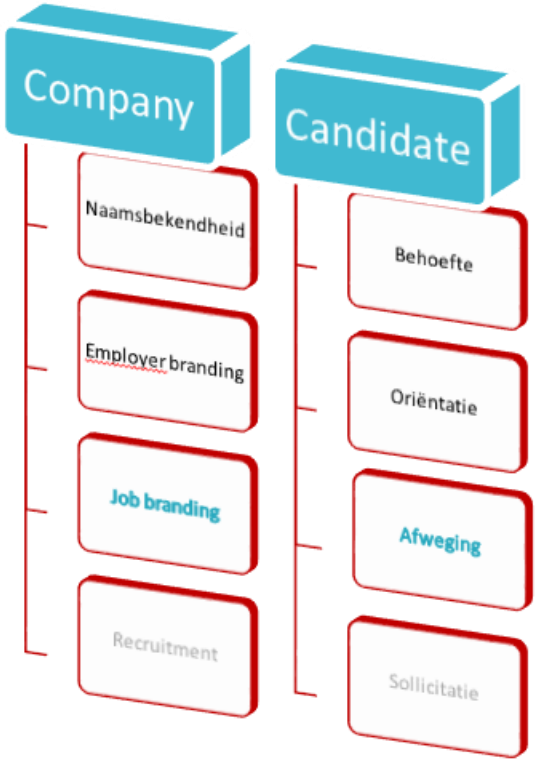
Figuur 9 Vacature (Tandartspraktijk X, z.j.)

Naar aanleiding van onderzoek, is de vacature aangepast en zijn daar essentiële elementen in verwerkt.

Alle onderdelen worden in de nieuwe vacature aangeduid met een cijfer. Hieronder volgt de uitleg van de verschillende onderdelen en daarna de vacature.

1 Unieke werkgeversbelofte/ concept

' XXX een mooie lach' is de pay-off die op de website van Tandartspraktijk X staat. Dit representeert de missie van de praktijk om in de zorgbehoefte van de patiënt te voldoen. Om (met name voor kandidaten) weer te geven dat de zorg voor de tandarts ook centraal staat, wordt dit: 'Een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach' en 'Een lachende tandarts zorgt voor lachende patiënten'.



2Toegespitste informatie voor de doelgroep

Tandartsen willen graag weten om wat voor praktijk met welke specialisaties het gaat. Door middel van klikbare (rode) links worden kandidaten naar betreffende websitepagina geleid. Uit onderzoek kwam naar voren, dat 'team' de eerste pagina is die tandartsen bezoeken wanneer zij geïnteresseerd zijn in een bedrijf. Zij willen foto's van het team zien en lezen over de achtergrond van elk teamlid.

3 Employee value proposition

- Werkgeversmerkessentie
- Drijfveren van de doelgroep
- Wat de organisatie uniek maakt ten opzichte van de concurrentie

4 Job branding: wat werken bij Tandartspraktijk X uniek maakt.

5 Doelgroepinsights

- Werkdruk is voor de geïnterviewden de maker of breker van arbeidsgeluk.
  Belangrijkste werkgeverkenmerken voor tandarts:
- Organisatie met korte lijnen
- Vast team en vaste assistentes
- Zelf nazorg met patiënt kunnen bespreken en daar tijd voor kunnen nemen.

6 Toegespitste informatie voor de doelgroep
Wanneer tandartsen vacatures zoeken en lezen, is het eerste wat zij opzoeken waar de praktijk ligt en hoe ver dit is van hun woonplaats. De meesten geven aan niet meer dan 30 minuten te willen rijden. Hierom zijn specifiek de voordelen benoemd aan het afleggen van een iets langere afstand voor de praktijk en is er een gemiddelde reistijd genomen.
7 Job crafting: een onderdeel van job branding.

8 Toegespitste informatie voor de doelgroep
Tandartsen lieten in de online enquête en interview blijken dat zij contactmogelijkheden zoeken wanneer zij geïnteresseerd zijn in een baan en de voorkeur gaat uit naar mail.

Deze vacature kan op de website geplaatst worden. Tandartspraktijk X is aangesloten bij het ANT, dus de vacature kan ook op jobs.ant-tandartsen.nl/ worden geplaatst. Alhoewel tijdens het interview enkel één tandarts aangaf ook op de ANT-vacaturesite te zoeken (en de overige vijf op die van het KNMT) kan het aanboren van extra platformen geen kwaad.

3

TANDARTS GEVRAAGD (2 DAGEN PER WEEK)

1 'Een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach'.

Bij Tandartspraktijk [ ] staat de patiënt centraal. Zorg werkt echter twee kanten op en wij zijn van mening dat het één het ander versterkt. Om de beste mondzorg te kunnen waarborgen, wordt er dus ook voor de tandarts gezorgd. Op deze manier zorgt een lachende tandarts voor lachende patiënten! Alles voor een mooie lach. Vrijheid en zorg zijn belangrijke waarden bij Tandartspraktijk [ ] die beleefd worden van werkvloer tot aan tandartsstoel.

2

Wij

4

Wij bieden algemene tandheelkunde en zijn ook een verwijspraktijk voor specialisaties: gnathologie, slaapapneu- en snurkproblematiek en restauratieve tandheelkunde.

Wij zijn een hecht team van 1 tandarts, 2 gnathologen/slaapgeneeskundigen, 2 tandartsassistentes, praktijkmanager en stagiaires. Bekijk het team hier.

6

Zorg

5

- Je werkt binnen een vertrouwde sfeer, in een vast team met vaste assistentes.
- De praktijk wordt gestructureerd gemanaged, door middel van o.a. jaarplanningen en agenda's die zo min mogelijk verschuiven en/of uitlopen op de dag zelf. Spoedafspraken worden indien mogelijk altijd in overleg ingepland.
- Je rust wordt bewaakt zodat je goed kunt blijven functioneren en wordt beschermd tegen een hoge werkdruk, wij pauzeren elke middag van 12:00 - 12:30.
- Voor elke patiënt is er tijd voor uitgebreide gespecialiseerde (na)zorg.
- Een rustige, ontspannen werkomgeving op 30 minuten van de randstad.

7

5

Vrijheid

- Job crafting; vooraf wordt het werk aangepast aan jouw persoonlijke profiel, de behoefte aan verschillende werktijden en gewenste werk/privébalans.
- Korte lijnen. De praktijkmanager is altijd aanwezig en bereikbaar. Belangrijke zaken kunnen meteen worden aangekaart of tijdens de maandelijkse werkbespreking.

8

Contact

- Mail je CV + motivatie naar [ ] en krijg binnen 1 week een reactie.
- Indien positief: kennismakingsgesprek na 1 – 2 weken.
- Een proefdag volgt: je beleeft de bedrijfsessentie en wordt wegwijs in de organisatie.
- Hierna hoor je binnen 1 week of en wanneer je kunt beginnen.
- Vóór je eerste werkdag krijg je via de mail je planning van de eerste dag en kan er vraag en antwoord worden uitgewisseld tussen jou en de praktijkmanager of jouw toekomstige collega's.

Kom jij met jouw glimlach onze patiënten aan een mooie glimlach helpen?

1

9.1.4 Candidate Journey stap 4 | Recruitment & Sollicitatie

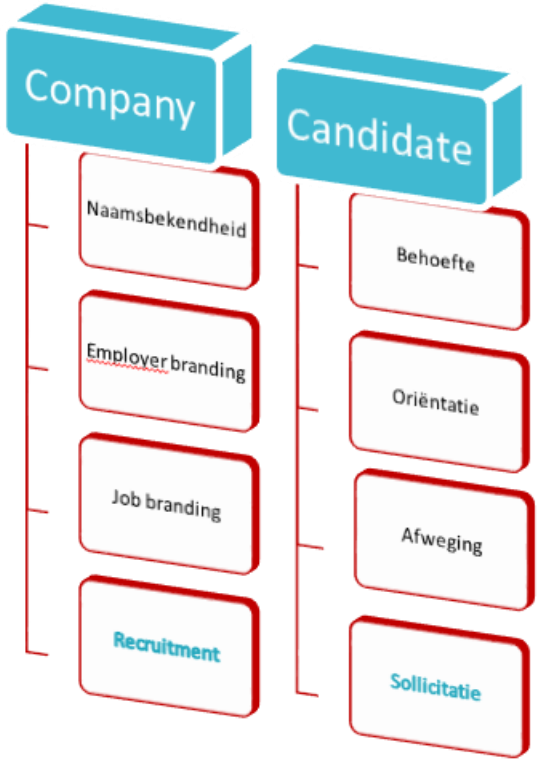
Tot slot de recruitment-procedure. Hier wordt de kandidaat een positieve ervaring geboden en Rancuret *(2017)* adviseert dat in te vullen door onder andere te zorgen voor korte doorlooptijden, regelmatig contact onderhouden en transparant communiceren.

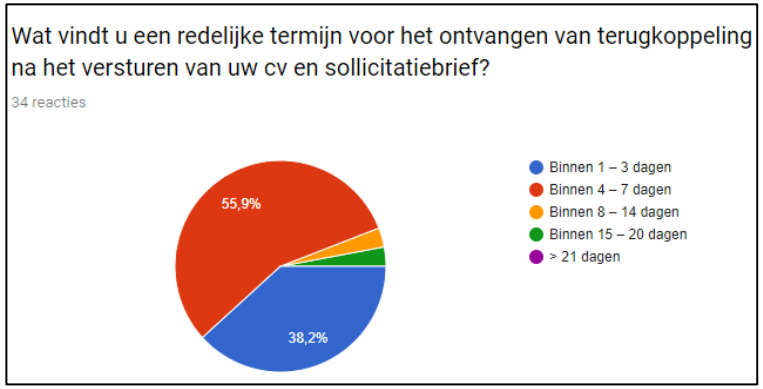
Door onderzoek naar doelgroepvoorkeuren betreffende recruitment is ook deze laatste fase in te vullen.

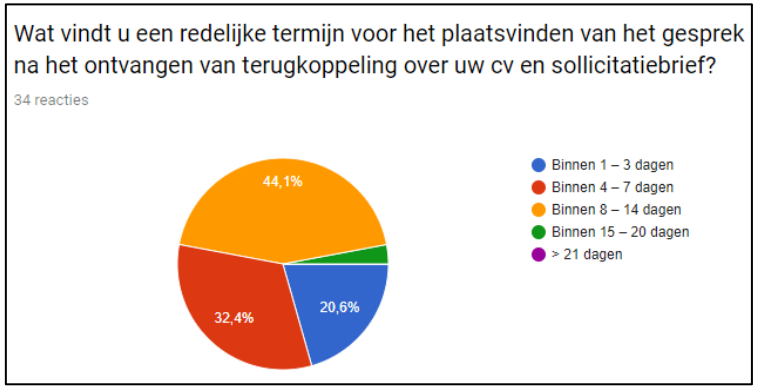
Over de sollicitatieprocedure en de periode kort daarna, zijn in de enquête en het persoonlijk interview vragen gesteld. Hoewel de enquête niet representatief was door onvoldoende respondenten, waren sommige antwoorden opvallend vaak gekozen en dit geeft een indicatie van tandartswensen. Zo gaven bijvoorbeeld 19 van de 34 tandartsen aan graag binnen 4 – 7 dagen terugkoppeling te ontvangen. Zij stellen het advies van Rancuret *(2017)* over korte doorlooptijden dus op prijs.

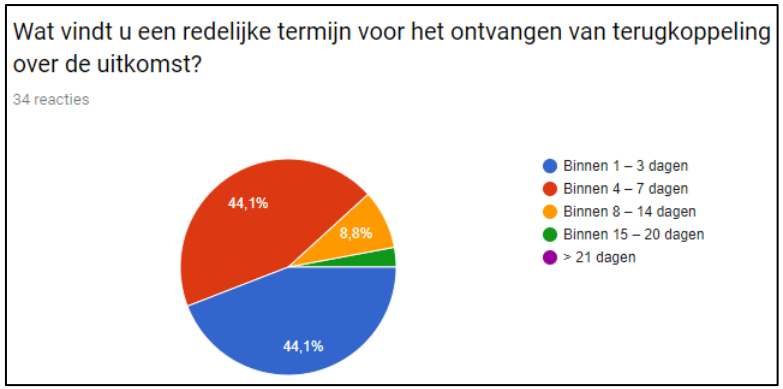
Vervolgens willen 15 tandartsen graag binnen 8 – 14 dagen een gesprek, opgevolgd door een groep van 11 tandartsen die graag binnen 4 -7 dagen een gesprek heeft. Op terugkoppeling kunnen de tandartsen langer wachten.

Het overgrote deel van de respondenten (30) hoort graag binnen 1 tot 7 dagen of hij/zij is aangenomen, dus hier wordt duidelijk snelle actie op prijs gesteld.









In de enquête is verder gevraagd hoe belangrijk bepaalde contactmomenten met de organisatie na de sollicitatie, voor de tandarts zijn. Het draaien van een vrijblijvende proefdag en contactmomenten met de toekomstige werkgever voordat zij starten met de eerste werkdag, bleken voor de tandartsen belangrijk te zijn. Tijdens het kwalitatief interview kwam ditzelfde naar voren dus hierdoor blijkt dat de enquête een goede indicatie gaf.

Daar werd op in gehaakt door te vragen wat de tandarts tijdens een proefdag wil zien en doen. Veelgenoemd is:

- bepaalde werkwijze bij een behandeling (gebruik van materialen en manier van uitvoering);
- hoe tandartsen met assistentes omgaan;
- welke handelingen assistentes uitvoeren en overnemen van de tandarts;
- hoe de agenda's eruit zien en worden doorgelopen;
- patiëntenpopulatie.

Tandartsen reageren ook positief op het onderhouden van contact met de (toekomstige) werkgever vóór de eerste werkdag.

De tandarts ontvangt graag informatie over:

- wat er van de tandarts verwacht wordt;
- hoe de eerste werkdag eruit ziet qua werktijden, agenda en type behandelingen;
- met wie de tandarts samenwerkt en of hij/zij al een vaste assistent heeft.

Op basis van dit onderzoek is een draaiboek/ checklist voor de opdrachtgever opgesteld die door te lopen is tijdens de recruitmentperiode.

In de recruitment-checklist is de laatste fase van de Candidate Journey opgedeeld in belangrijke contactmomenten.

In de checklist staan actie van kandidaat en organisatie.

De checklist is uit te printen en zo kan voor elke kandidaat elke stap van de recruitmentperiode worden bijgehouden en afgevinkt.

Deze lijst is verwerkt in het advies voor de opdrachtgever en is vanwege weinig relevantie niet in het verantwoordingsdocument opgenomen.

9.2 Test

Na het creëren van een prototype is het concept met bijbehorende content getest. Door tussentijds feedback te ontvangen kan worden geanticipeerd op de wensen van zowel opdrachtgever als doelgroep.

Er zijn twee testdoelgroepen:

- Tandartsen, omdat zij de content onder ogen krijgen, in de vorm van een LinkedIn-bericht, vacature en testimonial.
- Tandartspraktijkhouder Begeleider 1 omdat zij de eindgebruiker van de strategie (Candidate Journey) is.

De respondenten uit de doelgroep tandartsen zijn op dezelfde manier verkregen zoals toen de persoonlijke interviews zijn afgenomen. Er is inmiddels een adressenbestand opgebouwd en een online enquête uitgezet waarop 6 respondenten hun e-mailadres hebben achtergelaten.

Na de kwalitatieve interviews met 6 tandartsen is persoonlijk gevraagd of zij benaderd wilden worden voor een testinterview. Op het mailtje met nogmaals dit verzoek reageerden 4 tandartsen positief. Na een reminder naar de overige 2 tandartsen is ook gemaild naar 3 tandartsen die niet geïnterviewd zijn maar wel vrijwillig hun email hadden achtergelaten in de enquête. Deze keer konden 2 van de 3 wel meewerken en zo zijn opnieuw 6 respondenten verkregen.

De insteek van de testfase is kwalitatief en persoonlijk om indrukken van de tandarts te achterhalen. Omdat de test zo min mogelijk sturend moest zijn werd niet direct de mening gevraagd over de conceptnaam 'een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach', maar door een open benadering gekeken of en hoe de werkgeversessentie werd ervaren door deze uitingen. Om een valide test te garanderen, wordt ook hier gegaan voor theoretische saturatie: interviewen tot er geen nieuwe informatie meer binnenkomt. Bij de persoonlijke interviews bleek het aantal van 6 personen ruim voldoende.

De testfase is van start gegaan door eerst zelf gedeeltelijk stap 1 van de Candidate Journey te testen, waaronder sourcing: het werven van talenten.

Daarna is de content bij de tandartsen getest om te toetsen hoe zij het zouden ervaren wanneer zij daadwerkelijk deze communicatie-uitingen onder ogen zouden krijgen. Vier tandartsen zijn geïnterviewd via telefoon en Skype (vanwege drukte) en 1 tandartsen is bezocht in de praktijk.

Na deze testen onder de tandartsen en het definitief maken van de middelen is het stappenplan persoonlijk aan de opdrachtgever, Begeleider 1 gepresenteerd, in Tandartspraktijk X. Zo werd geëxploreerd of de Candidate Journey als stappenplan ook voldoet aan haar wensen.

Van te voren zijn voor beide tests enkele vragen als leidraad en criteria opgesteld zodat het gedegen verloopt en achteraf de feedback duidelijk te verwerken is.

Het doel is dat de content goed aansluit bij de doelgroep, doelgericht is, aansprekend, verzorgd en begrijpelijk voor de doelgroep *(Oudejans, Groenestein, & Withuis, 2016)*. Op deze criteria wordt de content dus ook getest.

9.3 Testinterviews tandartsen

De uitgeschreven testinterviews zijn te vinden in de bijlage. Op de volgende pagina staat een overzicht waaruit blijkt hoe de content scoort. Bovenaan is de criteria te vinden, daaronder volgen fragmenten van de mening van de doelgroep, die te scharen is onder het betreffende criterium. Per middel werd de tandarts gevraagd zich voor te stellen deze communicatie-uiting daadwerkelijk te ontvangen of (op de website te) zien.

De vragen die als leidraad gebruikt werden in de test:

- Wat is je eerste indruk van dit (middel) en van de praktijk(houder)?
- Hoe denk je hierdoor over het werk als tandarts bij deze praktijk?
- Is er iets wat je mist of overbodig vindt in dit (middel)?
- Hoe zou je handelen naar aanleiding van dit (middel)?

	Doelgericht	Aansprekend	Verzorgd	Begrijpelijk	Vragen
LinkedIn-bericht	''bericht is met name gericht op de wensen van de tandarts'' – *(tandarts1)* ''lijkt een praktijk waar rekening wordt gehouden met beide belangen'' – *(tandarts2)*	''een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach, maakt dat het bericht wel optimistisch overkomt'' – *(tandarts3)*	''het bericht ziet er goed uit dus ik zou er niets aan veranderen'' – *(tandarts6)*	''bericht is laagdrempelig'' – *(tandarts1)* ''leest makkelijk'' - *(tandarts3)*	Reden vacature? Hoeveel werkdagen? Werkdagen in overleg te bepalen? Algemeen of gespecialiseerd? Mate van inspraak? Kwalificaties en eisen tandarts?
Testimonial	''het werkt als een soort positieve recensie voor een solliciterende tandarts.'' – *(tandarts2)*	''ik zie alleen maar lachende tandartsen voor me'' – *(tandarts1)* ''ik herken mijzelf hierin'' – *(tandarts5)*	''ik krijg een goed idee van hoe het werken bij deze praktijk is'' – *(tandarts4)*	''vind dat zo een verhaal veel fijner leest dan info van een praktijk zelf '' – *(tandarts1)*	Geen onduidelijkheden
Vacature	''de vacature is met name gericht op wat de praktijk nieuwe tandartsen te bieden heeft'' – *(tandarts1)*	''een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach, dat vind ik wel leuk'' – *(tandarts4)* ''de filosofie spreekt mij aan'' – *(tandarts1)*	''professioneel, goed over nagedacht'' – *(tandarts2)*	''overzichtelijk. Ze geven precies aan wat ze voor jou kunnen betekenen'' – *(tandarts2)*	zelfde vragen als bij LinkedIn-bericht

9.4 Prototype eindfase

Uit het overzicht blijkt dat de tandartsen een positieve indruk van de content kregen. Na het in kaart brengen van de onduidelijkheden voor de tandartsen volgde de beslissing over hoe de kritiek verwerkt wordt.

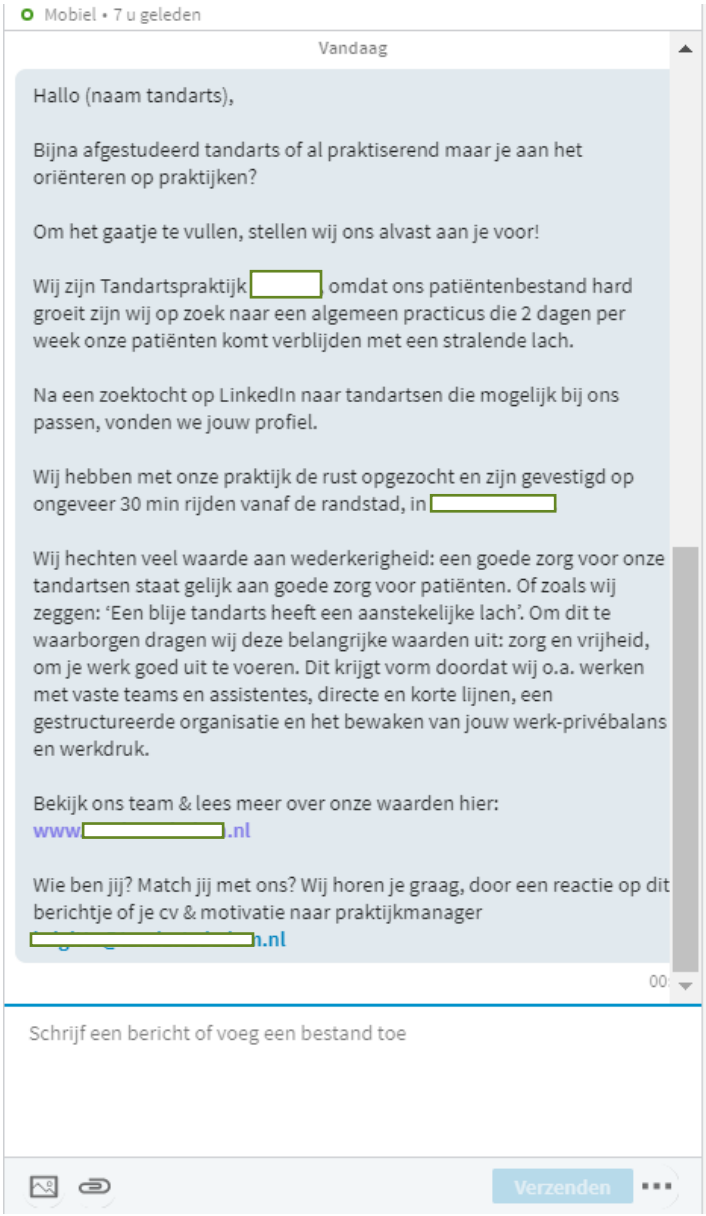
LinkedIn-bericht

Het LinkedIn-bericht moet bondig zijn zodat de kandidaat in een mum van tijd leest waar het over gaat. Ook is het doel dat het bericht uitnodigt tot verder lezen (op de website) en dus wordt alleen extra vermeld wat de reden tot het zoeken van een extra tandarts is.

Om het bericht specifieker te maken is erbij vermeld dat direct naar de tandarts gezocht is. Voor een persoonlijke touch is erbij gezet dat de mail naar praktijkmanager Begeleider 1 gaat.

Vacature

Omdat de vacature wel uitputtend dient te zijn, is deze informatie toegevoegd: functie-eisen en dienstverband. De uitingen onder kernwaarden 'zorg en vrijheid' die eerst apart opgedeeld waren, zijn nu gegroepeerd zodat het overzichtelijk is.



TANDARTS GEVRAAGD (2 DAGEN PER WEEK)

'Een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach'.

Bij Tandartspraktijk [redacted] staat de patiënt centraal. Zorg werkt echter twee kanten op en wij zijn van mening dat het één het ander versterkt. Om de beste mondzorg te kunnen waarborgen, wordt er dus ook voor de tandarts gezorgd. Op deze manier zorgt een lachende tandarts voor lachende patiënten! Alles voor een mooie lach. Zorg en vrijheid zijn belangrijke waarden bij Tandartspraktijk [redacted] die beleefd worden van werkvloer tot aan tandartsstoel.

WIJ

Wij bieden algemene tandheelkunde en zijn ook een verwijspraktijk voor specialisaties: gnathologie, slaapapneu- en snurkproblematiek en restauratieve tandheelkunde.

Wij zijn een hecht team van 1 tandarts, 2 gnathologen/slaapgeneeskundigen, 2 tandartsassistentes, praktijkmanager en stagiaires. Bekijk het team hier.

JIJ

- Algemeen practicus
- BIG-geregistreerd
- Goede beheersing van de Nederlandse taal
- Geregistreerd in het Kwaliteitsregister Tandartsen
- Kennis van relevante wet- en regelgeving
- Denkt graag mee met praktijk en patiënt en brengt ideeën aan

ZORG EN VRIJHEID

- Je werkt binnen een vertrouwde sfeer, in een vast team met vaste assistentes.
- De praktijk wordt gestructureerd gemanaged, door middel van o.a. jaarplanningen en agenda's die zo min mogelijk verschuiven en/of uitlopen op de dag zelf. Spoedafspraken worden indien mogelijk altijd in overleg ingepland.
- Je rust wordt bewaakt zodat je goed kunt blijven functioneren en wordt beschermd tegen een hoge werkdruk, wij pauzeren elke middag van 12:00 - 12:30.
- Voor elke patiënt is er tijd voor uitgebreide gespecialiseerde (na)zorg.
- Een rustige, ontspannen werkomgeving op 30 minuten van de randstad.
- Korte lijnen. De praktijkmanager is altijd aanwezig en bereikbaar. Belangrijke zaken kunnen meteen worden aangekaart of tijdens de maandelijkse werkbespreking.
- Job crafting; vooraf wordt het werk aangepast aan jouw persoonlijke profiel: werktijden en gewenste werk/privébalans.
- Marktconform honorarium: dienstverband in overleg.

CONTACT

- Mail je CV + motivatie naar praktijkmanager [redacted] [redacted].nl en krijg binnen 1 week een reactie.

Als na het kennismakingsgesprek blijkt dat wij matchen volgt een proefdag: je beleeft de bedrijfsessentie en wordt wegwijs in de organisatie. Hierna hoor je binnen 1 week of en wanneer je kunt beginnen. Vóór je eerste werkdag krijg je via de mail je planning van de eerste dag en kan er vraag en antwoord worden uitgewisseld tussen jou en de praktijkmanager of jouw toekomstige collega's.

Kom jij met jouw glimlach onze patiënten aan een mooie glimlach helpen?

Links is de aangepaste versie van de vacature getoond.

9.5 Testinterview opdrachtgever

Na het finaliseren van de Candidate Journey (met de aangepaste middelen) is het stappenplan aan de opdrachtgever getoond. Tijdens het tonen is uitleg gegeven over de werking en implementatie van de strategie. Achteraf zijn aan praktijkhouder Begeleider 1 vragen gesteld voor toetsing. Voor deze vragen is geput uit de criteria in de afstudeerhandleiding door Oudejans, Groenestein, & Withuis *(2016)* en eigen criteria.

Zij reageerde positief op de volgende vragen:

- Leest u in het advies voldoende belangrijke inzichten vanuit het (maatschappelijke- en doelgroep) onderzoek?
- Geeft het document een duidelijk antwoord op het strategisch communicatievraagstuk van de afstudeeropdracht?
- Is de Candidate Journey duidelijk uitgelegd?
- Is de Candidate Journey uitvoerbaar en haalbaar voor de praktijk?
- Past de Candidate Journey bij de praktijk?
- Is de Candidate Journey voldoende innovatief voor de praktijk en de tandartsenbranche, (omvat het nieuwe processen en denkwijzen)?
- Is het advies een logisch en begrijpelijk vervolg op de presentatie (die is gehouden op 27 november)?

De feedback die zij gaf was dat ze het geheel wat te uitgebreid vond en graag iets kernachtiger had gewild. Eén van de eisen die de afstudeerstudent zelf vooraf opgesteld had was dat het advies kernachtig moet zijn. Gezien dat doel niet behaald is, is het advies bondiger geschreven. Het advies is apart van het verantwoordingsdocument en wordt dus niet hier (of in de bijlagen) opgenomen.

Aanbevelingen

De laatste stap, waarmee het afstudeeronderzoek tot een einde komt, is het definitief maken van het advies voor de opdrachtgever.

Het advies bestaat uit de belangrijkste bevindingen uit de contextanalyse:

- Inzichten vanuit maatschappelijk-, omgevings- en doelgroeponderzoek
- Conceptbeschrijving: hoe 'een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach' is ontstaan en doorvertaald in de Candidate Journey
- Content verwerkt in het LinkedIn-bericht, vacature en testimonial *(Oudejans, Groenestein, & Withuis, 2016)*.

Het advies is een document voor de opdrachtgever wat bovenstaande onderdelen bevat, om logisch te verklaren hoe tot het concept en de content zijn gekomen. Het is niet afdoende een stappenplan op te leveren en niet te verklaren waarom tot bepaalde keuzes is gekomen. De fundering op onderzoek wordt aangetoond. Omdat zij het verantwoordingsdocument niet ontvangen, wordt in het advies onmisbare informatie gedeeld waardoor het los van het verantwoordingsdocument gelezen kan worden.

Het advies gaat van start met de uitleg. Vervolgens is de Candidate Journey stap voor stap getoond met daarbij uitleg welke actie is vereist, zoals in paragraven 9.1.1 tot 9.1.4 maar dan kernachtiger en visueler. Zo wordt praktijkhouder Begeleider 1 in staat gesteld de Candidate Journey stapsgewijs te doorlopen. Het advies is zo ontworpen dat de praktijkhouder meteen aan de slag kan.

Tijdens het tonen van het advies in documentvorm (met stappenplan) reageerde Begeleider 1 positief. Zij stelde de praktische uitvoering van de Candidate Journey op prijs wat betekent dat het (praktische) doel is bereikt.

De Candidate Journey geeft de stappen weer die een tandarts aflegt, van de behoefte om een werkplek te vinden tot aan solliciteren. Het is daarom ook het meest logische deze kandidaatreis van begin tot eind door te lopen. Wat wel van te voren opgesteld moet worden zijn twee middelen zodat op het moment dat kandidaten stap 2 en 3 in hun kandidaatreis bereiken, zij zich hierop kunnen oriënteren.

- De testimonial uit stap 2: *Employer branding & Oriëntatie*, waar de kandidaat zich oriënteert op meerdere organisaties en de organisatie een authentiek beeld neerzet
- De vacature uit stap 3: *Job branding & Afweging*, waar de kandidaat een afweging maakt tussen verschillende alternatieven en het bedrijf inzet op job branding

Dat Begeleider 1 na het testinterview aangaf de vacature alvast te willen ontvangen om die op de website te plaatsen, geeft aan dat het advies wordt nageleefd. Deze middelen dienen altijd vindbaar te zijn op de website van Tandartspraktijk X zodat op elk gewenst moment door de kandidaat de werkgeversessentie kan worden beleefd. Na het plaatsen van middelen 2 en 3 dient de journey stapsgewijs te worden doorgelopen.

De tijdsinvestering, kosten en het uiteindelijke resultaat worden toegelicht in het advies. Door het advies wordt beter zicht verkregen op de stappen die de tandarts doorloopt en op welke manier en via welk platform zij zich oriënteren op werkplekken. Dit garandeert dat de tandarts op de juiste momenten wordt bereikt, met de juiste middelen waardoor de effectiviteit van de boodschap wordt vergroot.

De tijdsinvestering in het uitvoeren van de Candidate Journey kan zelf per onderdeel worden bepaald.

Het advies is zo neergezet dat iedereen uit de organisatie ermee aan de slag kan (en kosten bespaard blijven).

Op deze manier komt het kostenplaatje uit op een grote investering van liefde die heel veel oplevert op de langere termijn. ROI = Return on Love.

Literatuurlijst

- De Rouw, M. (2015). *Kwaliteitsplan AGB*. Geraadpleegd op 10 oktober 2017, van https://www.agbcode.nl/Bestanden/PDF/KwaliteitsplanAGB.pdf

- Dingemanse, K. (2016, 3 februari). Hoeveel mensen moet je interviewen? Geraadpleegd op 27 december 2017, van https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/hoeveel-mensen-moet-je-interviewen/

- Eelants, M. (2017). DESTEP analyse. Geraadpleegd op 20 juni 2017, van https://www.marketingmodellen.com/destep-analyse/

- Hersey, P. (2014). *Situationeel leidinggeven*. Amsterdam, Nederland: Business Contact.

- Mulder, P. (2014, 7 april). Organisatiecultuur model (Schein). Geraadpleegd op 30 juni 2017, van https://www.toolshero.nl/leiderschap/organisatiecultuur-model/

- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam. (z.j.). Organisatie. Geraadpleegd op 27 juni 2017, van http://www.acta.nl/nl/over/organisatie/index.aspx

- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam. (z.j.). Bachelor Tandheelkunde. Geraadpleegd op 27 juni 2017, van http://www.acta.nl/nl/over/organisatie/index.aspx

- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam. (z.j.). Master Tandheelkunde. Geraadpleegd op 27 juni 2017, van http://www.acta.nl/nl/studeren-bij-acta/master-tandheelkunde/index.aspx

- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam. (z.j.). Lijn praktijkmanagement. Geraadpleegd op 27 juni 2017, van http://www.acta.nl/nl/studieweb/studiegids/Studiegids-2015-2016/master/index.aspx?view=module&origin=50073865&id=50321119

- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam. (2016, 1 juli). Activiteiten ACTA Almere overgeheveld naar ACTA Amsterdam. Geraadpleegd op 27 juni 2017, van http://www.acta.nl/nl/nieuws-agenda/nieuwsarchief/2016/juli-sept/Activiteiten-ACTA-Almere-overgeheveld-naar-ACTA-Amsterdam.aspx

- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam. (2017, 30 mei). Kan een startende tandarts echt steeds minder? Geraadpleegd op 27 juni 2017, van http://www.acta.nl/nl/nieuws-agenda/nieuwsarchief/2017/apr-jun/kan-een-startende-tandarts-echt-steeds-minder.aspx

- Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam. (2018). Master 3e jaar. Geraadpleegd op 28 december 2017, van https://www.acta.nl/nl/studieweb/mastervakken/Master-derde-jaar/index.aspx

- Associatie Nederlandse Tandartsen. (z.j.). Over ANT. Geraadpleegd op 15 januari 2018, van https://www.ant-tandartsen.nl/over-ant

- Capaciteitsorgaan. (2013). *Capaciteitsplan 2013: Beroepen Mondzorg* (Deelrapport 3). Geraadpleegd van http://www.capaciteitsorgaan.nl/wp-content/uploads/2016/02/Capaciteitsplan-2013-Deelrapport-3-Mondzorg.pdf

- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017, 12 mei). Drie keer zoveel verpleegkundigen als artsen. Geraadpleegd op 20 juni 2017, van https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/19/drie-keer-zoveel-verpleegkundigen-als-artsen

- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017, 21 april). Medisch geschoolden; arbeidspositie, positie in de werkkring, naar beroep [Dataset]. Geraadpleegd op 4 juli 2017, van http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=81551NED&D1=0-1,19-20,27&D2=a&D3=a&D4=59&D5=l&HDR=T&STB=G1,G2,G3,G4&VW=T

- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017, 17 februari). Ruim 700 euro eigen betalingen aan zorg in 2015. Geraadpleegd op 20 juni 2017, van https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/07/ruim-700-euro-eigen-betalingen-aan-zorg-in-2015

- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017, 18 mei). Zorguitgaven; aanbieders van zorg en financieringsbron [Dataset]. Geraadpleegd op 20 juni 2017, van http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83039NED&D1=1,5&D2=a&D3=2,7-8,10,12-18&HDR=G2&STB=T,G1&VW=T

- De telefoongids & gouden gids. (z.j.). Tandartspraktijk 0 in Stad X. Geraadpleegd op 23 juni 2017, van https://www.detelefoongids.nl/X

- De telefoongids & gouden gids. (z.j.). Tandartspraktijk X in Stad X. Geraadpleegd op 23 juni 2017, van https://www.detelefoongids.nl/X

- Dutchwebshark. (z.j.). Job Branding Jouw functie in de spotlight. Geraadpleegd op 5 juli 2017, van http://www.dutchwebshark.com/job-branding/

- Dutchwebshark. (2017, 6 april). Wat is Job Branding? Geraadpleegd op 5 juli 2017, van http://www.dutchwebshark.com/wat-is-job-branding/

- Dutchwebshark. (2017, 22 juni). Sourcing: vind de beste kandidaten voor je vacature. Geraadpleegd op 5 juli 2017, van http://www.dutchwebshark.com/sourcing-vind-de-beste-kandidaten-voor-je-vacature/

- Het Nederlands tandartsenblad. (2016, 15 februari). Praktijkmanager of tandarts, wie moet de praktijk leiden? Geraadpleegd op 23 juni 2017, van http://ntblad.nl/content/praktijkmanager-tandarts-wie-moet-de-praktijk-leiden

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (z.j.). Hoe word je tandarts in Nederland. Geraadpleegd op 4 juli 2017, van https://www.knmt.nl/beroepen-in-de-mondzorg/beroep-en-profiel-tandarts/hoe-word-je-tandarts-in-nederland

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (z.j.). Bij- en nascholing voor de tandarts. Geraadpleegd op 4 juli 2017, van https://www.knmt.nl/beroepen-in-de-mondzorg/beroep-en-profiel-tandarts/bij-en-nascholing-voor-de-tandarts

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (z.j.). Regelingen en besluiten rond het beroep tandarts. Geraadpleegd op 4 juli 2017, van https://www.knmt.nl/beroepen/beroep-en-profiel-tandarts/regelingen-en-besluiten-rond-het-beroep-tandarts

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (z.j.). Gedifferentieerd tandarts. Geraadpleegd op 4 juli 2017, van https://www.knmt.nl/beroepen/gedifferentieerd-tandarts

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (z.j.). Opleiding tandartsassistent. Geraadpleegd op 4 juli 2017, van https://www.knmt.nl/beroepen-in-de-mondzorg/opleiding-tandartsassistent

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (z.j.). Beroep tandartsassistent. Geraadpleegd op 4 juli 2017, van https://www.knmt.nl/beroepen-in-de-mondzorg/beroep-tandartsassistent

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (z.j.). Lid worden. Geraadpleegd op 15 januari 2018, van https://www.knmt.nl/over-de-knmt/lid-worden

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (2016, 19 februari). KNMT: meer opleidingsplaatsen tandarts nodig. Geraadpleegd op 27 november 2017, van https://www.knmt.nl/meerta

- Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der tandheelkunde. (2017, 27 december). Mondzorg en zorgverzekeringen in 2018: wat verandert er? Geraadpleegd op 28 december 2017, van https://www.knmt.nl/nieuws/mondzorg-en-zorgverzekeringen-in-2018-wat-verandert-er

- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (z.j.). BIG-register. Geraadpleegd op 27 juni 2017, van https://www.bigregister.nl/over-het-big-register

- Rabobank. (2017). Tandartsen en orthodontisten. Geraadpleegd op 22 november 2017, van https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Tandartsen_en_orthodontisten

- Stichting Kwaliteitsregister Tandartsen. (z.j.). Over KRT. Geraadpleegd op 23 november 2017, van https://tandartsregister.nl/over-krt/

- Tandartspraktijk X. (z.j.). Vacatures. Geraadpleegd op 12 mei 2017, van https://TandartspraktijkX.nl/vacatures

- Tandartspraktijk X. (z.j.). De praktijk. Geraadpleegd op 15 januari 2018, van https://TandartspraktijkX.nl/de-praktijk

- Tandartspraktijk X. (z.j.). Tandartspraktijk X [LinkedIn-pagina]. Geraadpleegd op 15 januari 2018, van https://www.linkedin.com/companyX

- Werf& Media. (z.j.). Wervingswoorden. Geraadpleegd op 20 augustus 2017, van http://www.wervingswoorden.nl/693/kwalitatief-onderzoek/

- Werf&. (z.j.). Over Werf&. Geraadpleegd op 10 augustus 2017, van www.werf-en.nl/over/

- Werf&. (2017, 26 juli). Leer- en groeikansen 5x belangrijker dan salaris bij zoektocht naar nieuwe baan. Geraadpleegd op 10 augustus 2017, van https://www.werf-en.nl/groeikansen-5x-belangrijker-dan-salaris-zoektocht-naar-nieuwe-baan/

- ZorgkaartNederland. (z.j.). Wat is ZorgkaartNederland? Geraadpleegd op 9 september 2017, van https://www.zorgkaartnederland.nl/content/wat-is-zorgkaartnederland

- Oudejans, R., Groenestein, E., & Withuis, I. (2016). *Afstudeerhandleiding opleiding communicatie* (3e ed.). Rotterdam, Nederland: Hogeschool Rotterdam.

- Rancuret, P. (2017, 28 februari). Arbeidsmarktcommunicatie: stop met de bullshit & denk vanuit de kandidaat. Geraadpleegd op 5 juli 2017, van https://www.frankwatching.com/archive/2017/02/28/arbeidsmarktcommunicatie-stop-met-de-bullshit-denk-vanuit-de-kandidaat/

- Sanders, G., & Neuijen, B. (1992). *Bedrijfscultuur : diagnose en beïnvloeding* (4e ed.). Assen, Nederland: Van Gorcum.

- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4e ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

- Steverink-Jorna, L. (2014, 23 juni). De toekomst van de mondhygiënist. Geraadpleegd op 27 juni 2017, van https://www.dentalinfo.nl/kennis/de-toekomst-van-de-mondhygienist/

- Storm-Versloot, M. (2015, 8 juni). Evidence Based Practice (EBP). Geraadpleegd op 27 juni 2017, van https://www.nursing.nl/Verpleegkundigen/Nieuws/2015/6/EBP-Hoe-doe-je-dat-1773413W/?dossier=9378&widgetid=0

- Van de Goor, J. (2011). *Hartelijk georganiseerd*. Den Haag, Nederland: Sdu.

- Van der Haas, M., & Hudepohl, J. (2015). *Arbeidsmarktcommunicatie van A/Z*. Amsterdam, Nederland: Adfo Groep.

- Begeleider, 1. (2015). Voorwoord. *Businessplan Tandartspraktijk X*, *1*, 1.

- Van Lieshout, H., Vlogmar, H., Boeve, A., & Kamphuis, P. (2007). *Arbeidsmarktmakelaars*. Groningen, Nederland: Wolters-Noordhoff.

- Vogelaar, R. (2013). *De Superpromoter* (6e ed.). Culemborg, Nederland: Van Duuren Media.

- Waasdorp, G.-J. (2017, 30 november). Door gedwongen prijsstijgingen verliest LinkedIn steeds meer sympathie. Geraadpleegd op 9 januari 2018, van https://www.werf-en.nl/linkedin-verliest-sympathie/

- Waasdorp, G.-J., & Hemminga, M. (2017). *Het slimme verleiden*. Geraadpleegd van https://www.arbeidsmarktcommunicatie.eu/wp-content/uploads/2017/05/SvW-17.pdf

- Wijchers, L., Van den Berg, J., & Barning, T. (2009). *Handboek Werving en Selectie*. Deventer, Nederland: Kluwer.

Bijlagen

Bijlage I Interne analyse
Bijlage II Persoonlijke interviews
Bijlage III Concept
Bijlage V Testinterviews

Bijlage I Interne analyse

Hier wordt de interne analyse uitgebreider omschreven dan in hoofdstuk 1.

Organisatieadviseur Van de Goor benadert organisatiecultuur op eenzelfde manier, naar aanleiding van haar ontdekkingstocht naar wat organisatiecultuur is, via haar eigen bureau. Net zoals de afstudeerstudent is zij op verschillende definities en benaderingen van het begrip gestuit en concludeerde 'er is niet één werkelijkheid *(Van de Goor, 2011, p. 13)*.' Zij sluit zich aan bij de gelaagdheid van de organisatiecultuur met daaraan toegevoegd een onderscheid tussen zachte en harde artefacten. Het wordt in haar boek vergeleken met het maken van foto's, de eerste foto laat de zichtbare kant van de cultuur zien en hoe deze zich manifesteert, de tweede is een röntgenfoto van datgene wat van buitenaf niet zichtbaar is, de culturele kern.

Om de organisatiecultuur in kaart te brengen, is er geobserveerd door twee dagen naast de praktijkhouder in de ontvangstruimte te zitten. Daarnaast is er tijdens gezamenlijke lunchpauzes en het werken (aan de scriptie) op kantoor gelet op cultuur. Van de Goor raadt ook aan om in de eigen organisatie rond te lopen en stil te staan bij: wat zegt datgene wat je ziet over hoe mensen hier denken en wat hen bezielt *(Van de Goor, 2011, p. 19)*?

Culturele praktijk

Zoals Van de Goor (2011) beschrijft is op de eerste foto de zichtbare kant van de cultuur te zien, de culturele praktijk. Deze bestaat uit harde en zachte artefacten.

Zachte artefacten

Alles wat we mensen zien doen of horen zeggen zijn zachte artefacten. Hieronder vallen gedrag en gewoonten.

- Samenwerking

In de tandartspraktijk werkt een vast team van één tandarts algemene tandheelkunde, twee gnathologen en twee tandartsassistentes. Vanzelfsprekend zien de patiënten zoveel mogelijk dezelfde gezichten, gezien het een klein team is. Elke tandarts werkt samen met één van de assistentes. Op de dagen dat de tandartsen niet aanwezig waren, trof de afstudeerder de tandartsassistenten aan terwijl zij administratief werk verrichtten of bezig waren met het ontsmetten van de behandelkamers.

- Leidinggeven

Begeleider 1 is de praktijkmanager van Tandartspraktijk X. Tijdens het observeren is te zien dat er korte, directe lijnen zijn. Begeleider 1 is altijd aanwezig en aanspreekbaar. Medewerkers kunnen met vragen of opmerkingen over het werk of patiënten altijd bij de praktijkmanager terecht, soms zelfs tijdens pauzes.

Online deskrearch leert dat geen tandartspraktijkmanager hetzelfde is en dat het takenpakket in elke praktijk verschilt. Zoals in een editie van 2016 van het digitale Nederlands tandartsenblad (uitgegeven door de Koninklijke Nederlandse Maatschappij tot bevordering der Tandheelkunde (KNMT)). Daarin is te lezen dat onderzoek onder praktijkmanagers, uitgevoerd door Kooistra, uitgever van MedischOndernemen en het Praktijkmanagers Netwerk (PM Netwerk) uitwijst dat er drie categorieën praktijkmanagers zijn: de tandartsassistent die er een à twee dagen eenvoudige managementtaken bij doet, de praktijkmanager op mbo-niveau die heel taakgericht het werk uitvoert en de praktijkmanager op hbo-niveau die een regiefunctie heeft en zegt wat er moet gebeuren (2016).

De praktijkmanager van Tandartspraktijk X valt met haar achtergrond het best onder de laatste categorie. Ook wordt er door professionals in het Nederlands tandartsenblad zeven praktijkmanagementtaken onderscheidden: personeel, planning en organisatie, financiën, externe

communicatie, regelen van faciliteiten, kwaliteitsbeleid en het formuleren van algemeen beleid. Begeleider 1 zet zich in voor al deze gebieden, waarvan planning en organisatie tot de belangrijkste, dagelijkse, inspanningen behoort.

Voor het kunnen typeren van de stijl van leidinggeven, is het situationeel leiderschapsmodel geraadpleegd van Blanchard en Hersey *(2014)* omdat hier leiderschapsstijlen nauwgezet zijn omschreven.

Het model bestaat uit de dimensies taakgericht en relatiegericht gedrag van de manager en gaat uit van het aanpassen van de leiderschapsstijl op de competentie van de werknemers. Op het eerste gezicht lijkt de leiderschapsstijl van Begeleider 1 op dat van een coach (S2) die veel ondersteuning en sturing geeft, doordat ze zeer benaderbaar is en tandartsen met uiteenlopende, ook persoonlijke zaken, bij haar terecht kunnen. Echter na het beter bestuderen van de uitleg van Blanchard en Hersey *(2014)*, lijkt haar stijl meer te vallen onder weinig sturend gedrag.

Uiteindelijk is leiderschapsstijl S4 het meest toepasselijk, omdat zij meer kenmerken vertoont van deze stijl dan van stijl S3. Bij een grotere mate van competentie daalt namelijk de behoefte aan sturing en neemt de zelfstandigheid van de medewerker toe. Kenmerkend voor deze stijl is dat de leidinggevende voor de medewerker de voorwaarden schept die nodig zijn bij het uitvoeren van de opdracht maar beslissingen en de wijze waarop de taak wordt uitgevoerd overlaat aan de medewerkers, zij zijn zelf verantwoordelijk en krijgen daarvoor de nodige bevoegdheden. Management by exception wordt deze stijl ook wel genoemd. Wat van managementstijl S3 vooral bij Begeleider 1 naar voren komt is dat zij stimulerend optreedt, klankbord is en op verzoek meedenkt over de uitvoering van behandelingen, echter is zij niet uitsluitend relatiegericht waardoor deze stijl minder van toepassing is.

Begeleider 1 legt zich naast het geven van leiding en uitvoeren van managementtaken ook toe op de baliewerkzaamheden. Zij verwelkomt bijna elke patiënt met naam, wat een vertrouwde indruk wekt en wat laat zien dat zij zich inspant om een vertrouwensband te ontwikkelen met haar patiënt. Van afstandelijkheid is nauwelijks sprake bij de tandartspraktijk. Tijdens het observeren vanaf de balie is ook te zien dat patiënten na hun behandeling vaak blijven hangen en persoonlijke (al dan niet tandgerelateerde) verhalen delen.

- Besluitvorming

Wanneer praktijkmanager Begeleider 1 spoedgevallen of pijnklachten binnen via de telefoon binnenkrijgt, moet zij snel handelen en deze patiënt in de agenda van de dienstdoende tandarts plaatsen. Indien mogelijk (wanneer de tandarts in de buurt is) bespreekt zij de afspraak met de tandarts ter plekke. Wanneer zij de tandarts echter pas later te spreken krijgt, licht zij deze in over de nieuwe geplaatste afspraak. Op deze manier is de tandarts altijd op de hoogte van wijzigingen in haar programma. Een patiënt die te laat is moet echter iets langer wachten, omdat anders het programma van de tandarts compleet uitloopt.

Wat behandelplannen betreft, wordt dit door de tandarts met de patiënt besproken en doorlopen. De praktijkmanager verleent hiervoor goedkeuring.

Harde artefacten

Onder de tweede categorie artefacten vallen tastbare ofwel harde artefacten.

- Fysieke omgeving

Om dit onderdeel te omschrijven is er gekeken naar de architectuur en inrichting van het gebouw, het gebruik van kleur en de indeling in kamers.

De tandartspraktijk is gevestigd in een dijkhuis met twee verdiepingen, waarvan de onderste niet door patiënten bereikbaar. Het kleine gebouw is zo ruimtelijk mogelijk ingedeeld.

De kleine ruimte past bij het kleine team. Hierin heerst de gemoedelijke, vertrouwde sfeer van een moderne dorpspraktijk. Tijdens het observeren van de ruimte viel het het veelvuldig gebruik van de kleur wit op. Het wit zorgt voor de uitstraling van een hygiënische, frisse omgeving, zonder dat dit al te klinisch aandoet, door het aanbrengen van moderne kleuraccenten door schilderijen, vazen en decoratie. Opvallend in de ruimte is het grote raam dat het gehele voorpand bestrijkt, het zorgt voor een transparante, open uitstraling.

Wanneer de patiënt de hoofdingang betreedt, treft hij/zij gelijk links de balie waarachter praktijkmanager Begeleider 1 zit, die iedereen, meestal bij naam, verwelkomt. Recht voor de binnenkomende patiënt bevindt zich in een kleine hoek een wachtkamer met tijdschriften. Deze inrichting creëert een knusse sfeer. Patiënten wachten vervolgens voor het grote raam aan het voorpand. Op deze manier profiteren patiënten ook maximaal van het binnenvallende natuurlijke licht.

Tussen de balie en behandelkamers is een ruimte met twee ramen die op de tuin uitzicht bieden. In deze ruimte wordt gezamenlijk geluncht. Tijdens de vaste lunch van 12:00 – 12:30 blijft de deur van deze ruimte ook open, wat (voor patiënten die te vroeg binnenkomen voor hun afspraak) de indruk kan wekken dat de organisatie transparant is en vooral huiselijk, omdat er letterlijk een kijkje wordt geboden in de tandartsen hun privétijd. In veel organisaties worden pauzes afgesloten gehouden, ver weg van de patiënt of klant, maar in Tandartspraktijk X zijn de tandartsen lunchend te treffend wanneer een patiënt te vroeg binnenkomt.

Doordat de lunchkamer en balie via de infectiepreventiekamer bereikbaar zijn, kunnen de looplijnen van patiënten en medewerkers gescheiden blijven. Aan de andere kant van de lunchkamer en balie loopt een pad naar de behandelkamers vanuit de wachtkamers. Patiënten kunnen op deze manier in één vloeiende beweging op de juiste plek komen. Voordat zij de behandelkamers treffen, lopen zij rechts langs de wc en iets verderop langs een trap naar beneden die is afgesloten met een kinderveiligheidshekje.

Deze trap leidt naar de ruimte onder de praktijk. Hier bevinden zich twee kamers waarvan twee in gebruik genomen. Middenin de grootste kamer staat een grote witte tafel, waaraan besprekingen worden gehouden (hier werden ook de startgesprekken gevoerd tussen afstudeerder en bedrijfsbegeleiders). De kamer mondt uit in een kleine afgesloten ruimte met kluisjes die doorgaans niet op slot zijn. Dit wekt wederom de indruk van veel vertrouwen onderling. Door de keuken rechts van de ruimte die van alle gemakken voorzien is, wordt weer een huiselijke sfeer opgeroepen. De gang weer uit naar de kleinere ruimte leidt naar het kantoor van de praktijkhouder. Hier is de basis wit met daarin verwerkt de blauwe kleur van het logo. Dat de praktijkhouder de kleinste ruimte betrekt, onder de praktijk zelf, zou kunnen betekenen dat zij de patiënten en medewerkers voorop plaatst en veel waarde hecht aan het bieden van ruimte om werkzaamheden goed te laten verlopen.

Niet alleen het gebouw is wit, de medewerkers dragen ook wit. De witte jas lijkt zo een icoon van smetteloosheid te zijn maar ook hier is weer de moderne touch van Tandartspraktijk X in verwerkt door kleuraccenten in de kraag en de mouwen van het jasje.

- Logo

Het logo bevat de naam van de tandartspraktijk en een blauw beeldmerk opgemaakt uit tweemaal de letter 'X' van De Tandartspraktijk. Het rood komt niet voor in fysieke omgeving van de praktijk zelf, het blauwe enkel in het kantoor van de manager. De huisstijl, de kleuren van het logo worden wel consistent doorgevoerd in reclame-uitingen.

Bijlage II Persoonlijke interviews

Interview 1

Opleiding

1. **Zijn er tijdens de opleiding al opdrachtgevers op u afgekomen?**

Zelf had ik al contact opgenomen met deze praktijk. In het begin van mijn opleiding had ik hier al gewerkt, niet als stage maar als bijbaan als assistente. Toen had een andere praktijk uit Reuven gevraagd of ik wilde komen werken, maar dat was wat te ver weg voor mij. Ik heb ook een dag daar meegelopen en toen een afweging gemaakt. De meeste tandartsen werken op omzetbasis of in een maatschap en hier (huidige praktijk) kon ik in loondienst werken dus dat had mijn voorkeur. Ik zit ook met mijn gezondheid dus zo had ik meer zekerheid, zodat wanneer je iets gaat mankeren, je niet gelijk zonder inkomen zit.

Speelt het kunnen werken in loondienst voor jou een rol bij het overwegen van een praktijk?
Ja.

Je vertelde dat je hier tijdens je opleiding al werkte. Hoe heb je deze praktijk gevonden?
Ik werkte hier tijdens mijn opleiding al als assistente. Ik woonde toen in Den Bosch en toen ben ik bij een aantal praktijken gaan solliciteren om ervaring op te doen. Maar als je in je tweede jaar zit, heb je nog heel weinig ervaring. Dat was voor twee of drie praktijken de reden om destijds te zeggen dat zij het niet zagen zitten. Maar hier kon ik wel terecht. Toen als assistent. Hoe verder ik in mijn opleiding kwam, hoe meer ik op de werkvloer mocht gaan doen. Toen ben ik ziek geworden dus heb ik hier een paar jaar niet gewerkt. In 2015 heb ik weer gesolliciteerd, dit keer als tandarts.

Toen kon je dus meteen hier terecht?
Ja. Voor mij is het ook een voordeel dat ze mijn achtergrond al wisten dus dat is voor mij heel fijn.

Komt het omdat je hier hebt gewerkt tijdens je opleiding, dat je hier na je afstuderen weer wilde werken?
Ja want het beviel mij gewoon goed. Ik wist hierdoor ook al met wat voor praktijk ik te maken had. Er zijn wat dingen in de tussentijd veranderd. Er is een andere praktijkmanager gekomen. Maar de vaste tandartsen zijn hetzelfde gebleven.

Hoe beïnvloedt een praktijkmanager over het algemeen jouw geluk op de werkvloer?
Samen met de seniortandartsen bepaalt die wat het beleid is. Hij bepaalt of iets wel of niet doorgaat. Op een gegeven moment gingen we in controleblokken werken.

Wat zijn controleblokken?
In controleblokken heb je alle controles op een bepaald moment van de dag achter elkaar. Dan heb je ook gelijk daarbij een assistent die tandsteen kan verwijderen. Zo kan ik de controles doen, de assistent kan de tandsteen verwijderen en ik kan weer door naar de volgende. Waardoor je eigenlijk van kamer naar kamer loopt om de controles te doen. In het begin vond ik dat heftig om te horen, vooral de tijd die je ervoor had. Dat ervaarde ik als hoge druk. Daar ben ik toen ook in gesprek over gegaan. Ik heb aangegeven dat ik wilde kijken hoe dat gaat omdat het best een grote belasting is. Nu zijn we daar een tijdje mee bezig, op zich gaat dat goed maar als mensen een paar minuten te laat komen dan loopt gelijk je hele programma in de soep. Dat is soms qua werkdruk, veel. Omdat je maar weinig tijd voor controle hebt, blijft er weinig tijd over voor andere dingen, zoals verwijzingen en begrotingen. Dan moet je dan in je eigen tijd doen, bijvoorbeeld wanneer een patiënt uitvalt.

Op welke manier zou je hier invloed op willen hebben?
In overleg gaan. Dat geef ik ook altijd aan. Ik vraag een gesprek aan of ik stuur een mail met mijn punten. Sowieso hebben we eens in de zoveel tijd een behandelaarsoverleg, dat is met alle behandelaars bij elkaar. Eén keer per maand hebben we ook werkoverleg, daar zijn de behandelaars en werkgevers bij.

2. **Heeft jouw opleidingsinstituut je tijdens de opleiding met opdrachtgevers in contact gebracht?**

Nee, dat eigenlijk niet. We hebben wel het vak praktijkmanagement gehad, om kennis te maken met de praktijk en wetgeving. Vooral als je als zelfstandige aan de slag ging, want dan moet je veel meer regelen van te voren. In die zin hebben ze ons daar al op voorbereid maar niet op solliciteren of dergelijke.

Op welke manier heb je je tijdens je opleiding op praktijken georiënteerd?

Ik heb niet veel met vacaturewebsites gedaan. Ik stond al wel op Dentalvacature, maar nog als assistente van toen ik destijds assistentenwerk zocht. Dat heb ik toen wel omgezet in tandarts. Dan krijg je weleens mails met matchende vacatures, maar omdat ik eigenlijk al heel snel wist dat ik hier wilde werken, heb ik daar niet zoveel meer mee gedaan. Ik sta nog inschreven en kijk nu alleen af en toe nog wanneer ik meldingen ontvang om te kijken of er iets in de buurt is, maar het is niet dat ik hier nu op dit moment weg wil.

Waarom is dat zo?
Omdat het mij goed bevalt. Leuke collega's, leuk team. Het is een groot team. We hebben twee locaties, op de andere locatie zit ik niet, ik heb meer de rust opgezocht. Ik ben hier als tandarts aan de slag, op maandag hebben we een kindertandarts en angsttandarts en een mondhygiënist die parallel aan mijn programma behandelingen uitvoert.

Het bevalt je dus gewoon goed hier?
Ja. Er zijn altijd dingen die niet goed gaan maar ik denk dat je dat overal hebt.

Wat zou voor jou een doorslaggevende factor zijn om over te stappen op een andere praktijk?
Als de werkdruk nog hoger wordt. Het is al best veel, maar als daar nog iets in gaat veranderen waardoor het niet meer fijn gaat lopen, of je merkt dat je teveel tegen dingen aanloopt, of als je iets aangeeft en daar wordt niet naar geluisterd, dan is het klaar.

Voor jou zijn doorslaggevende factoren dus de werkdruk en de communicatie tussen jou en de praktijkmanager?
Ja. Dat klopt.

Arbeidsmarktoriëntatie

3. **Wanneer is <u>de laatste keer</u> dat je <u>de behoefte voelde</u> je te oriënteren op werkplekken?**

Februari 2016 ben ik afgestudeerd. Rond februari, maart, april 2015 begon ik al te oriënteren en na te denken over wat ik daarna zou willen. Ik heb straks mijn scriptie en dan wil ik wel wat gaan doen.

Dus de reden voor jou om je toen te oriënteren op werkplekken was omdat je in het vooruitzicht had dat je bijna klaar zou zijn?

Ja en zeker vooral omdat ik al aan de slag wilde zonder de BIG registratie. Er zijn praktijken die dat niet willen. Als je als zelfstandig tandarts aan de slag wil, dan kan dat niet, er moet altijd een tandarts aanwezig zijn die je om advies kan vragen of jou kan helpen met je behandeling. Dat gaat niet in elke praktijk. Een soort stagebegeleider heb je dan nodig voor die laatste paar maanden.

Je wilde dus al bewust tijdens je opleiding beginnen met werken zonder BIG en niet wachten tot na je afstuderen?
Nee want ik had nog een half jaar mijn scriptie. Dan heb je al je klinische vaardigheden al gehad. En als je daar een half jaar niets mee doet, terwijl je al niet zo ervaren ben, dan is het voor jezelf niet zo een heel fijn idee. Waardoor je misschien wel onzekerder wordt.

4. **Wat zijn de laatste drie bronnen die je hebt gebruikt om je te oriënteren op praktijken?**

Het e-mailadres wat ik nog had van toen ik hier gewerkt had. Diegene waar ik toen contact mee had, daar had ik nog contact mee opgenomen. Van ik ben over zoveel tijd klaar, ik zou wel weer interesse hebben. Toen ben ik in gesprek geweest, met die nieuwe praktijkeigenaar. Verder heb ik niet zo heel veel op internet gekeken.

Nu was het dus eigenlijk je eigen netwerk waar je uit putte?

Ja. En toen had ik ook het telefoontje gehad van de andere praktijk, daar ben ik toen een dag gaan meelopen om voor mijzelf de afweging te maken. Wat wil ik? Hoe gaat het in een andere praktijk? Ik kende natuurlijk alleen deze praktijk.

Wat bepaalde uiteindelijk dat jij bij deze praktijk ging werken?

De afstand. En ook het gevoel wat ik erbij had. Daar zou het op omzetbasis zijn maar ik voelde me fijner bij loondienst, dan verdien je misschien iets minder aan het einde, maar het geeft je wel meer zekerheid.

5. **Zou je de KNMT vacaturesite gebruiken bij het zoeken naar een nieuwe baan?**

Ja dat denk ik wel. Dan zit je in de goede richting. Ik ben ook lid van het KNMT dus dan is het wel makkelijk deze site te bekijken.

Ik wil samen de KNMT vacaturesite bezoeken om te observeren hoe je deze gebruikt.

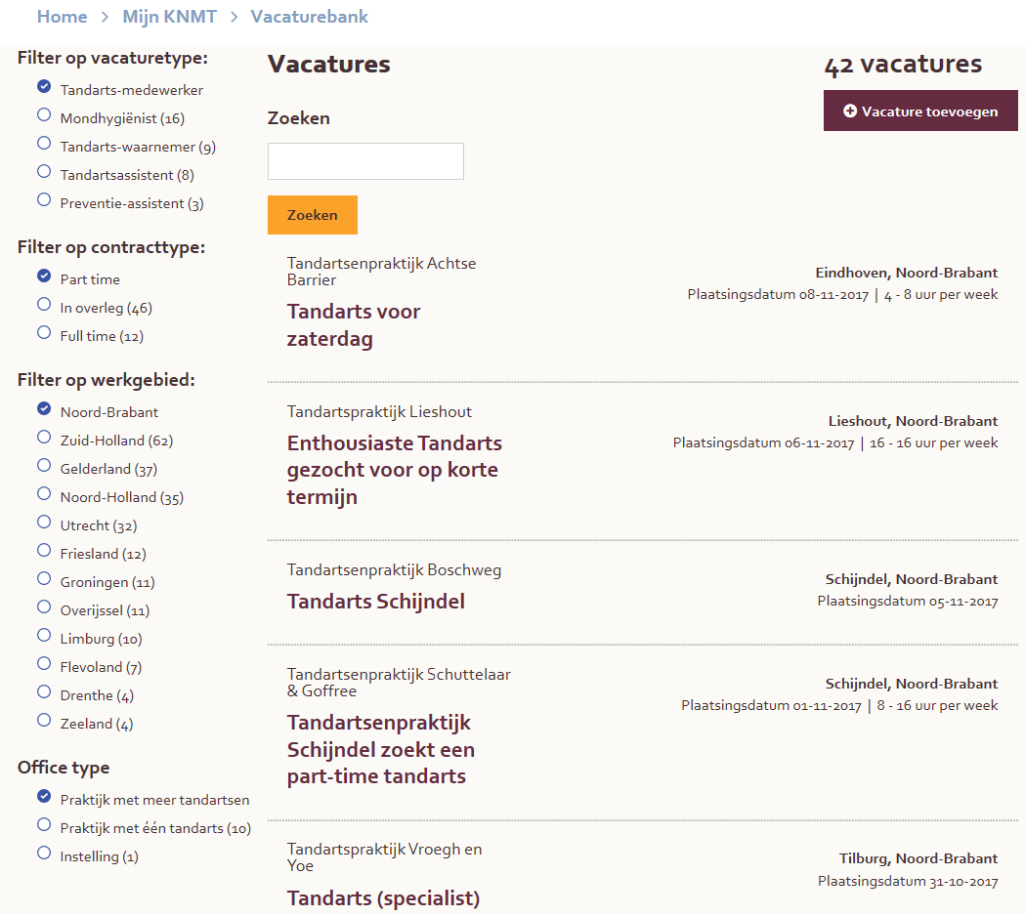
*Interviewer navigeert op de laptop naar https://www.knmt.nl/vacatures.

6. **Indien je filters of zoekwoorden gebruikt of zou gebruiken tijdens het zoeken naar een werkplek, wil je deze dan voor mij inschakelen of invoeren?**

Tandarts klikt filters aan, twijfels iets langer bij 'office type'.

*Tandarts schakelt de gewenste filters in. Selectie aan bedrijfsvacatures blijft over.

Ingeschakelde filters: Tandarts-medewerker. Part time. Noord-Brabant. Praktijk met meer tandartsen.



7. **Nu wil ik samen de <u>titels van de bedrijfsvacatures</u> bekijken. Kun je mij vertellen welke drie <u>titels</u> hierbij aantrekkelijk overkomen?**

Sowieso kijk je naar wat er in de buurt zit (Tandarts laat muis gaan over praktijkvestigingen). Eigenlijk zou je nog op kilometers willen zoeken.

Het aantal kilometer tussen jouw huis en de praktijkvestiging?

Ja. Dan kan je toch nog een verdere selectie maken. (Laat muis over alle titels gaan en klikt vervolgens verder op pagina 2.)

Kijk je ook naar de titels?

Ja. (Bekijkt vacatures op pagina 2 en stopt met de muis bij vacature). Ik kijk dus naar bijvoorbeeld deze titel 'Startende of ervaren enthousiaste tandarts' (beweegt muis over praktijkvestiging) en daarna ga je kijken, waar is dat (beweegt muis over praktijkvestiging). Uden zou dan wel kunnen. (Beweegt daarna

met muis over vacature precies daaronder). Dental Clinics, dat wil ik niet. Dat is een grote keten. Dat trekt mij niet zo aan.

Hoe komt dat?
Dat is meer een gevoel denk ik.

Dus je zou liever niet bij een grote keten willen werken?
Nee. Omdat je dan denk ik alleen maar minder inspraak hebt.

Wat bedoel je met inspraak?
Zoals met bijvoorbeeld materialen die ze gebruiken. Hier ben ik bijvoorbeeld ook met een grotere groep maar wel zo'n groep waarbij je dat met alle behandelaars kunt bespreken. En bij zo'n Dental Clinics, dat is zo groot, dat is helemaal overkoepelend natuurlijk dus dan is dat volgens mij wel een stuk lastiger.

8. **Wat zijn de <u>belangrijkste trefwoorden</u> die je aantrekken in de titels van de vacatures op de vacaturesite?**

(Tandarts klikt tijdens het praten op verdere vacaturepagina's.) Ik zou zeggen gewoon 'tandarts'. (Tandarts gaat terug naar pagina 1, beweegt muis over laatste vacature op de pagina en leest voor.) Op korte termijn.. Ja als je iets echt op korte termijn zoekt dan denk je, even kijken.

Wat vind je van de woordkeuze 'gezellige tandarts' of 'tandarts met liefde voor..' in deze vacatures?
Ja dat is wel fijn want zo weet je wel al of de praktijk iets meer gespecialiseerd is.

Zoals hier (tandarts beweegt muis naar boven) staat algemeen tandarts of tandarts met specialisatie. Dan weet je al een beetje van te voren, wat zoeken ze voor iets.

Het is fijn om in een oogopslag te zien waar ze naar zoeken. Zo kun je zien of het een praktijk is met veel kinderen of vooral algemene tandheelkunde of dat ze toch iemand zoeken met affiniteit voor een bepaald onderdeel van de tandheelkunde.

(Tandarts beweegt muis verder naar andere vacature.) Zoals hier, staat praktijkmedewerker. Je weet helemaal niet hoe of wat. Ik vind het toch wel fijn als er iets meer bij staat over wat ze precies willen hebben.

Tandartspraktijk Confidental
Praktijkmedewerker
Asten, Noord-Brabant
Plaatsingsdatum 30-01-2016 | 16 - 24 uur per week

Iets meer specificatie?
Ja inderdaad.

9. **Wil je voor mij klikken op één van de vacatures die voor jou aantrekkelijk ogen?**

Ja. Ik zit ook gelijk naar de plaats te kijken. (Tandarts beweegt muis over titels en daarna plaats.) Ik weet even niet waar Lieshout ligt, maar ik zou deze wel aanklikken. (Klikt op vacature). Dan ga je lezen..

Vacature aanbod > Enthousiaste Tandarts gezocht voor op korte termijn

Enthousiaste Tandarts gezocht voor op korte termijn

Reageer op deze vacature

Lieshout, Noord-Brabant 16 - 16 uur - Part time

Wat wij zoeken

Voor onze dorpspraktijk in Lieshout zoeken wij een all-round tandarts voor 16 uur in de week op maandag en vrijdag.

Soort vacature
Tandarts-medewerker

Honorering
Omzetpercentage

Functie-eisen

Wij zoeken een all-round collega tandarts. Ons team bestaat uit 2 tandartsen, een mondhygiënste, een preventie-assistent, meerdere assistents en balie-personeel.

Wij zijn een gezellig en enthousiast team dat de zorg van de patiënten voorop stelt. Wij zoeken een tandarts die betrokken is, kwaliteit hoog in het vaandel heeft staan en over goede sociale vaardigheden beschikt. Verder is het een vereist dat je in het bezit bent van een BIG-registratie en vloeiend Nederlands spreekt.

Wat wij bieden

Een gemoedelijks dorpspraktijk met een stabiel team. Fijne werkomgeving en sfeer, een goed gevulde agenda en veel contact met de patiënten.

Contracttype

Part time

Tandartspraktijk Lieshout

3 tandartsen 4 assistenten 2 mondhygiënisten
3 behandelkamers

Contactgegevens

Carolijn Cramer

0499-421836
praktijkmanager@tandartslieshout.nl

Vogelenzang 22
5737 PT
Lieshout
Werkgebied: Noord-Brabant

10. **Vind je hier alles wat je terug wilt lezen in een vacature?**

(Tandarts beweegt muis over vacature van boven naar onder en blijft af en toe met muis staan bij woorden die zij vervolgens benoemt.) Hier staat wel all-round dus dan weet je dat het over alle onderdelen van de tandheelkunde gaat. Je wil weten wat voor een team het is. (Tijdens het lezen van de zin" Wij zijn een gezellig en enthousiast team dat de zorg van de patiënten voorop stelt" zegt tandarts)

dit is wel vrij standaard, patiënten voorop. Het is wel vrij standaard. (Tandarts leest verder over 'Wat wij bieden'.) 'Stabiel team', is ook wel fijn. Qua behandelaars is het hier (eigen praktijk) op zich ook wel stabiel, assistentes de laatste tijd ook wel. Er zijn weleens periodes geweest dat het best veel wisselde.

Wat vind je daarvan?
Tandarts is even stil, zegt ja.. Ja nu is het de bedoeling dat we meer ook in teams samenwerken maar normaal gesproken werk je al met veel verschillende assistentes samen natuurlijk. Het is niet zo dat je één vaste assistente hebt. Maar het is wel fijn als iemand een beetje weet wat de werkwijze in de praktijk is natuurlijk. Vooral als je zo'n korte tijd voor je controles hebt. Dan is het lastig als je nog veel moet uitleggen tussendoor.

Als wij nog eens naar deze vacature kijken. Is er iets wat je mist?
Nee, want hier staat het ook dat het op omzetpercentage is. Daar zat ik ook al naar te kijken. Dat zetten ze volgens mij nooit ergens neer, wat het percentage is. Dat is altijd in overleg. Dat kan heel erg verschillen van 35 tot 42 procent. Het ligt er een beetje aan hoeveel ervaring je hebt, denk ik. (Tandarts leest verder). Het aantal uren staat er ook in. Ik denk dat alles er wel in staat.

Hoe denk je nu over deze vacature?
(Tandarts lacht.) Dat ik eerst even zou gaan opzoeken waar het ligt. Ik zou de website gaan bezoeken om een indruk te krijgen van de praktijk. Ik kan nu niet gelijk zeggen dat dit het is. (Tandarts kijkt weer naar vacaturetekst.) Het leuke van een dorpspraktijk is wel dat je een vaste groep patiënten hebt. Dat zou mij op zich wel aanspreken.

Vacature- en organisatiekenmerken

* Interviewer bezoekt bedrijfswebsite www.TandartspraktijkX.nl.

11. **Stel je voor dat dit de bedrijfswebsite is van de vacature die je net hebt gelezen. Op welke pagina's klik je wanneer je je oriënteert op dit bedrijf?**

(Tandarts klikt meteen op 'de praktijk' en daarna op 'ons team'.) Ik zou dan even kijken wie er werkt. Maar één tandarts. (Tandarts leest titels van tandartsen op en blijft met de muis op tandarts-gnatholoog.) Nou, die zijn denk ik wel echt meer gericht op de gnathologie. Ja dan ben ik wel benieuwd, zijn er maar twee assistentes? Zijn er geen mondhygiënisten? Dat zou ik dan wel willen weten maar het is niet alsof mij dat tegenhoudt. Dat is wel iets wat je vraagt als je in gesprek zou willen gaan.

Dus de eerste pagina die je zou bezoeken is het team?
Ja.

12. **Vind je op deze pagina alles wat je wilde weten over het team?**

Misschien zou het nog leuk zijn om te weten, deze tandarts heeft affiniteit voor dit of dat. Maar ik weet dat dat er bij ons ook niet opstaat.

Dus dat zou je leuk vinden om terug te lezen?
Ja maar dat vind ook niet iedereen. Wij hebben niet eens foto's erop staan, bij wijze van spreken alleen de namen. Maar het is op zich wel leuk want dan weet je al een beetje wat voor een personen het zijn. Maar aan de andere kant kan het je ook negatief beïnvloeden, bijvoorbeeld die lijkt mij niet aardig ofzo.

Wat vind jij persoonlijk van deze pagina?
Ik vind het wel leuk als de foto's erop staan. Er is één website van een kinderpraktijk die ik heel leuk vind. (Via google navigeren wij naar www.kindertandarts.com/nl). Deze vind ik echt leuk en als je dan naar het team gaat (tandarts klikt op team), dat hebben ze op een heel leuke manier gedaan. Twee vriendinnen van mij werken hier en toen ik dit zag, dacht ik, dit spreekt mij echt aan. Je weet met wat voor mensen je te maken hebt, je ziet hun hobby's erbij en dan weet je toch gelijk iets van de mensen zelf.

Het persoonlijke wat naar voren komt, trekt jou aan?
Ja.

Je gaf eerder aan, dat je zag dat er alleen één tandarts werkt en je niet kon zien of er mondhygiënisten werken. Zou je toch hier solliciteren?
(Tandarts denkt na). Ik vind het lastig..

Hoe komt het, dat je het lastig vind?
Nou ik denk, ze hebben drie tandartsen. Er zijn maar drie assistenten. Dan ga je toch al op een heel andere manier werken.

Wat versta je onder een andere manier van werken en wat vind je daarvan?
Het kan zijn dat het een kleinere praktijk is dus dan heb je een kleinere patiëntenpopulatie en dan heb je daardoor meer tijd voor je patiënten. Dat zou ik wel belangrijk vinden, dat je iets meer tijd kan hebben voor je patiënten. Dat mis je nu een beetje.

Beïnvloedt het kunnen hebben van meer tijd voor je patiënten jouw mening over solliciteren bij deze praktijk?
Ja, dat zou wel een reden kunnen zijn om te solliciteren.

Als je zou willen solliciteren, waar zou je dan heen navigeren op de pagina?
(Tandarts klikt meteen op pagina 'vacatures'.) Vacatures. Ja, dan ga je kijken naar wat er staat. Dan vind ik dat er eigenlijk heel weinig staat. (Tandarts scrolt naar beneden.) Bij de mondhygiënist, die zoeken ze schijnbaar ook, staat er wel heel veel beschreven. (Tandarts gaat met muis terug naar tandartsvacature.) Terwijl er bij de tandarts staat 'voor meer informatie, stuur een mailtje.'

Wat vind je daarvan?
Iets te karig. Dan denk ik dat ze geen tandarts zoeken. Als het er zo op staat. Dat het meer is dat je een open sollicitatie kan sturen. Dan heb ik het idee dat ze waarschijnlijk niemand zoeken. Anders schrijven ze wel wat meer op.

Zou je naar aanleiding hiervan solliciteren?
Nee, ik denk dat ik eerder verder zou kijken naar een praktijk die wel echt op dit moment iemand zoekt. Dat wordt hier gewoon niet duidelijk uit. Er staat 'tandarts gevraagd twee dagen per week' maar er staat verder helemaal niks. Ik vind het gewoon te weinig informatie.

13. **Op <u>welke manier</u> zou een tandarts <u>online</u> het liefst benaderd willen worden door een werkgever?**

Misschien als jij jezelf op een website hebt staat met jouw beschrijving, dat je in plaats van een automatisch gegenereerd bericht van praktijken die bij je passen, bijvoorbeeld een bericht van een praktijk krijgt van, we hebben jouw profiel gezien op die website en het spreekt ons wel aan. Dat ze dan iets vertellen over de praktijk en dat je dan zelf een keuze kunt maken.

Waarom zou dit werken voor tandartsen?
Ik denk dat als jij werk zoekt, dat het wel aanspreekt als iemand jou benadert.

14. **Via welk <u>online kanaal of middel</u> zou een tandarts het liefst benaderd willen worden door een werkgever?**

Via zo'n site waar je op staat, dat je dan een mail krijgt.

Wat voor site bedoel je daarmee?
Volgens mij via Dentalvacature, dan kunnen die werkgevers contact met je opnemen.

Is dat het voornaamste kanaal waarop tandarts benaderd zouden willen worden door werkgevers?
Ja ik denk het wel. Of als je jezelf als werkzoekend op KNMT zet, dat werkgevers dan contact met jou op kunnen nemen. Dat je dan mail of een telefoontje krijgt. Telefoon werkt natuurlijk ook, maar als je nog ergens aan het werk bent, dan ben je niet altijd bereikbaar. Dan werkt de mail soms wat makkelijker. Dat merk ik zelf ook. Dat je liever een mailtje stuurt. Dan ben je niet zo afhankelijk van de tijd, dat kan je op je eigen moment doen.

Dus mail geniet de voorkeur?
Ja. Maar aan de andere kant is een telefoontje wel weer persoonlijk.

15. **Op welke manier zou een tandarts <u>zelf</u> social media kanalen gebruiken om zich te oriënteren op een baan?**

Er is bijvoorbeeld op Facebook een groep, tandarts, mondhygiënisten of tandartsassistenten gezocht. Daarop kun je natuurlijk ook kijken. Iedereen zet zijn oproepen daarop. Dan zie je van, daar zoeken ze nog iemand. Ik heb het nu toevallig uitgezet want ik kreeg van alles erop. Ik dacht, dat is voor nu niet relevant. Dus dat je je kunt aansluiten bij een groep waarop vacatures worden gezet. Je wil wel iets hebben waar niet af en toe een vacature op wordt gezet. Je wil het wel een beetje geclusterd hebben. Je wil niet op 20 verschillende dingen zoeken naar een vacatures.

16. **Zou je zelf social media kanalen gebruiken om je te oriënteren op een baan?**

Als ik echt wat zoek, dan zou ik wel kijken. Meestal linken die door naar de vacaturesite van het KNMT of een eigen website en dan ga je daarop verder kijken.

17. **Zou je gebruik maken van een werving- en selectiebureau bij het zoeken naar een werkplek?**

Tandarts denkt even na. Hmm.. Alleen als je niks kan vinden, denk ik. Maar als tandarts is het niet zo heel moeilijk om werk te vinden. Vooral hier in de omgeving is er echt een groot tekort aan tandartsen dus ik denk dat je keuze uit meerdere plaatsen hebt en dat je dan voor jezelf een goede keuze kunt maken.

Dus een werving- en selectiebureau zou je niet inschakelen omdat er toch al voldoende keuze is?

Ja.

18. **Wat vind je van het aantal stoeluren dat je per week werkt?**

Normaal gesproken zijn dat er 24. Omdat er iemand met zwangerschapsverlof is, werk ik een halve dag in de week extra. Dus dan zijn het er 28. Op zich vind ik dat prima. Ik vind dat ook genoeg.

19. **Op welke manier zou je de balans tussen werk en privé zelf willen bepalen?**

Je bepaalt van te voren samen met je werkgever wat je werkdagen en werktijden zijn. Dus op de manier ga je daaromheen plannen. Je hebt soms wel verplicht overleg of een soort studiegroep van KNMT, de Equal. Dat komt dan wel buiten je werktijd erbij. Maar dat is meer om je te verdiepen en kennis bij te houden. Dat komt er nog bij maar het is geen werk waarvoor je betaald krijgt.

Je zou de balans dus creëren door vooraf al met je werkgever je werkdagen en werktijden te bepalen?

Ja.

Arbeidsgeluk

Hier gaan we in op het ervaren van geluk op de werkplek.

20. **Wat zijn voor jou de belangrijkste factoren die jouw arbeidsgeluk optimaliseren?**

Dat je programma gewoon loopt zoals die van te voren opgesteld is. Het kan soms heel hectisch zijn. Als bijvoorbeeld een werknemer ziek is, dan mis je dat wel op de vloer. Of bij pijnklachten die ergens tussen je agenda erin worden gepland, waardoor de werkdruk weer omhoog gaat. Daar wordt niet alleen ik niet vrolijk van, maar ook m'n assistent want daar lever je je vaak je pauze op in. Terwijl je die wel nodig hebt om weer even op adem te komen. Dus dat is wel iets wat een heel grote rol speelt.

Dus dat je je kunt houden aan je planning van de dag zoals die van te voren opgesteld is?

Ja. En dat als ze iets willen doen, dat de balie eerst overlegt en niet zomaar ergens iets inkort en erin plant.

Dus dat de balie eerst met jou overlegt voordat zij een afspraak voor jou inplannen?

Ja want in principe beheer ik niet mijn agenda zelf. En het is wel de afspraak dat ze het altijd met ons moeten overleggen maar helaas gebeurt dat niet altijd. Dan word ik daar niet zo heel blij van omdat dan je programma dan weer helemaal door de war gaat.

Zijn er nog meer factoren die jouw arbeidsgeluk optimaliseren?

Collega's. Samenwerking met je collega's. Als dat goed loopt dan werkt het ook een heel stuk fijner dan dat het de hele dag stroef verloopt. Dat is ook wel heel belangrijk.

21. **Hoe kan de opdrachtgever of praktijkmanager bijdragen aan het arbeidsgeluk voor tandartsen?**

Door de werkdruk niet zo hoog te leggen. Dat ik af en toe wel toch wat tijd voor de patiënt kan nemen. Als het lukt zoveel mogelijk met vaste teams werken. Zodat je ook weet wat je aan je team en

assistenten hebt. Je hebt al weinig tijd dan scheelt het al heel wat als je al op elkaar ingewerkt bent. Zo kan je het iets soepeler laten verlopen.

Dus de werkdruk verminderen en dat kan gedaan worden door vooraf jouw agenda met jou te overleggen en met vaste teams werken?
Ja

22. **Wat is voor jou de meest doorslaggevende factor die jouw arbeidsgeluk kan verminderen?**

Als je elke keer tot hier (tandarts maakt opstijgend gebaar met hand) zit met je agenda en werkdruk.

Dus de werkdruk?
Als elke dag twee van je pauzes ingekort worden of je helemaal geen pauze hebt, dan is het op een gegeven moment voor jezelf genoeg geweest, ook om jezelf te beschermen.

23. **En zoals je al eerder aangaf, kan de werkgever je hierin tegemoet komen door de agenda met jou te overleggen?**

Ja, geen dingen in je pauze te laten plannen of te kort te plannen. En we hebben nu natuurlijk ook iemand minder doordat we met zwangerschapsverlof zitten, er zou dus eigenlijk nog een behandelaar bij moeten om die druk van die agenda's wat af te halen Het is gewoon zo druk, als je plant voor vervolgbehandelingen dan zit je al halverwege januari, begin februari. Dan merk je voor jezelf dat je tegen een patiënt zegt, kom maar terug, maar dan kan je die pas vervolgens in januari plannen. Daardoor blijf je die druk steeds wel een beetje voelen. Maar het is best moeilijk om behandelaars te vinden, ze konden zelfs geen waarnemer vinden.

Waardoor is dat zo lastig?
Door een tekort aan tandartsen. Iedereen blijft een beetje in zijn studieplaats hangen. In Amsterdam is het veel moeilijker een plek te vinden omdat iedereen daar blijft hangen. In Nijmegen heb je hetzelfde en in Groningen zal je dat waarschijnlijk ook hebben.

Dus je denkt dat tandartsen het liefst blijven werken in de plaats waar ze gestudeerd hebben?
Ja helemaal als ze daar ook gewoond hebben. Dan vinden ze het wel fijn om daar te blijven wonen. Ik heb zelf nooit in Amsterdam gewoond, ik ben gewoon altijd op en neer naar Den Bosch gegaan. Dus dan ga je ook hier wat zoeken, dan heb je al minder met de stad zelf.

Motivatoren

In de enquête wordt gevraagd hoe belangrijk een aantal specifieke arbeidsmotivatoren zijn bij het zoeken van een nieuwe baan. Deze zijn inkomen, opleidingsmogelijkheden, team, werken bij een maatschappelijk verantwoorde onderneming, werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert, mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling, balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen, flexibele arbeidstijden en afstand tussen praktijkvestiging en huis. Ik ga dieper in op een aantal van deze elementen om te vragen wat je precies wil weten wanneer je je daarop oriënteert.

24. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *het team* wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Uit wat voor mensen het team bestaat. Tandartsen, mondhygiënisten, assistentes.

De functies dus?
Ja

25. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Tandarts denkt na. Vind ik heel lastig. Als tandarts zijnde lever je de patiënten zorg, maar patiënten moeten wel zelf naar je toe komen. Bij ons in de praktijk gaan we met de tandartsenbus naar scholen en verzorgingstehuizen dus op die manier probeer je het voor die groepen makkelijker te maken om ook naar de tandarts te gaan.

Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?

Dat vind ik wel heel belangrijk. Want je wil weten of de mogelijkheid er is. Anders blijf je op hetzelfde niveau staan. Als tandarts moet je de eerste jaren nog ervaring opdoen. Je wil gewoon weten of je daarvoor de begeleiding krijgt, wanneer je aan het werk gaat. Mogelijkheid tot het volgen van cursussen en dergelijke. Om daarin ook je kennis op peil te houden.

Dus voor jou is het belangrijk om te weten of er begeleiding is en hoe je je kunt blijven ontwikkelen door middel van cursussen?
Ja.

26. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Toch dat je je werkdagen zelf kunt bepalen. Dat moet van te voren want je kunt bijvoorbeeld niet zeggen, volgende week maandag ben ik er niet. Je zit met patiëntenzorg dus ik denk dat het in de zorg een stuk lastiger is om precies aan te geven wanneer je vrij wil hebben, dat gaat gewoon niet. Als je bijvoorbeeld een begrafenis hebt, dan loopt heel mijn programma in de soep. In de zorg is dat lastig maar ik denk dat het wel belangrijk is om van te voren vast te stellen, dit zijn mijn werkdagen en ga daar dan maar in plannen.

Je zou dus willen weten of er mogelijkheid is zelf je dagen in te plannen.
Ja.

27. **Zijn er nog overige vragen waarop je antwoord wil hebben wanneer je je oriënteert op een baan?**

Voor mij, of het mogelijk is om in loondienst te werken. Wat binnen je salaris de kans is op groei. Binnen loondienst krijg je natuurlijk een bepaald bedrag, het is niet als jij een hogere omzet draait, dat je dan ook meer salaris krijgt. Wel dat je weet dat je daarin groeit wanneer je meer ervaren wordt. Dan heb je dus meer ervaring en dan vind ik ook dat je recht hebt op meer loon uiteindelijk.
De afstand vind ik ook belangrijk, ik wil niet een uur hoeven te rijden voordat ik op m'n werk ben. Een half uur reizen is voor mij wel de max. Als je bijvoorbeeld ook wordt opgeroepen voor een spoeddienst in het weekend dan moet je snel bij de praktijk moeten zijn.

Samengevat zijn het inkomen en de afstand tussen praktijkvestiging en woonplaats dus belangrijke vragen voor jou?
Ja

Is dat voor andere tandartsen ook belangrijk om te weten?
Ja, dat denk ik wel.

Solliciteren

In de enquête hebben de tandartsen aangegeven wat zij belangrijk vinden tijdens en vlak na het sollicitatieproces. Daar zijn twee elementen duidelijk naar voren gekomen, als zeer belangrijk zijnde voor tandartsen. Hier ga ik dieper op in.

28. **Als je een proefdag zou mogen lopen, wat zou je willen zien en doen?**

Hoe daar de patiëntenzorg gaat. Hoe het allemaal verloopt op een dag. Hoe ze de agenda doorlopen. Bepaalde werkwijze die ze hebben bij een behandeling. Dat zijn dingen die ik heel belangrijk vind. Je moet je fijn voelen bij de manier waarop ze werken. Als je voor jezelf daar al geen fijn gevoel bij hebt dan ga je daar natuurlijk ook niet werken. Ik denk dat het heel belangrijk is om een proefdag mee te lopen zodat je weet hoe het eraan toe gaat in een praktijk. Op papier kan het er allemaal heel mooi uitzien maar als je het zelf meemaakt weet je pas hoe het is.

29. **Als je contactmomenten met jouw werkgever zou hebben tijdens de overbrugging tot de eerste werkdag, welke informatie zou je dan graag willen ontvangen?**

Wat ze van jou verwachten als jij de eerste dag aan de slag gaat. Misschien al hoe de agenda is ingedeeld. Nu ik hier werk is het al best duidelijk, je weet dat je controles of behandelingen hebt. Dat je dat al een beetje van te voren weet. Ik snap dat ze niet precies kunnen vertellen wat voor behandelingen je hebt want dat wisselt ook gewoon elke dag nog. Ik kan bijvoorbeeld nu kijken naar mijn agenda van morgen maar dat kan net zo goed weer helemaal veranderen, dus dat is wel lastig. Maar wel dat je dus een beetje weet, hoe gaat zo'n dag verlopen, hoe verloopt zo'n dag.

Bedrijfskenmerken

30. **Wat zijn voor jou de 3 belangrijkste bedrijfskenmerken die meespelen in jouw keuze voor een nieuwe werkplek? Ik heb er hier een aantal staan en ik wil vragen of je een top 3 wil maken met op 1 de meest belangrijke.**

Keuze 1 Kleine organisatie met korte lijnen.
Een kleine organisatie hoeft niet perse, maar wel de korte lijnen. Dat vind ik wel heel belangrijk.

Keuze 2 Zelf nazorg met patiënten bespreken.

Keuze 3 Samenwerking met een vaste tandartsassistent
Ja, hier bedoel ik zeker met een vast team.

Niet gekozen:
Keuze 0 Werken met de nieuwste technieken (mondscanner, microscoop etc.)
Keuze 0 In-company opleidingen en trainingen
Keuze 0 Ondersteuning bij patiëntadministratie

31. **Waarom zijn dit voor jou belangrijke bedrijfskenmerken?**

Bij een organisatie met korte lijnen weet je dat je inbreng hebt. Als je iets zegt dat het niet een eeuwigheid duurt voordat er iets mee gedaan wordt. Zelf de nazorg bespreken, misschien vind ik dat wel de belangrijkste. Eigenlijk wel gelijk. Dat blijft gewoon super belangrijk. Je kunt wel een behandelplan voorgesteld hebben of uitgevoerd hebben maar als je dat zelf nooit meer terugziet dan weet je ook niet hoe het blijft verlopen.

Dus je vindt het wel belangrijk te zien hoe het verloopt met de patiënten?
Ja, niet van, ik heb die vulling geplaatst en ik zie je nu nooit meer terug, het zal wel. Dat is niet je werk. Je wil weten dat het gewoon goed blijft gaan.

En waarom is samenwerking met een vast team belangrijk?
Ja zoals ik eerder aangaf, dat is belangrijk om alles soepel te laten verlopen. Dat je van elkaar weet hoe je werkwijze is.

9. Overige

32. Zijn er nog belangrijke zaken die je kwijt wilt?

Hartelijk dank voor uw bijdrage!

Interview 2

Opleiding

Arbeidsmarktoriëntatie tijdens de opleiding.

1. **Zijn er tijdens de opleiding al opdrachtgevers op je afgekomen?**

Ja. Tijdens de opleiding had ik me aangemeld voor LinkedIn, om te kijken hoe dat werkt. Ik had me echt binnen een week weer afgemeld omdat ik meteen al drie tandartspraktijken op me afkreeg van, kom hier werken.. Ik dacht ik ben nog bezig met mijn opleiding, daar zit ik helemaal niet op te wachten. Aan de ene kant ook fijn als je tijdens je opleiding al benaderd wordt maar aan de andere kant overviel het me heel erg. Ik dacht, dit wil ik helemaal niet. Ik dacht eerst dat het een soort Facebook was, maar het is echt voor werk uiteraard. Het was voor mij een beetje too much.

Je vond het dus niet prettig dat je meteen via LinkedIn benaderd werd?

Nee, maar dat is heel persoonlijk natuurlijk. Ik ben nog wel twee jaar bezig, dacht ik. Wat moet ik hier verder mee?

Je nam hierdoor deze opdrachtgevers ook niet in overweging voor een toekomstige werkplek?

Nee, ik dacht dat is ook pas twee jaar verder dus dat zie ik dan wel.

2. **Heeft jouw opleidingsinstituut je tijdens de opleiding met opdrachtgevers in contact gebracht?**

Nee. Ik denk dat er wel mogelijkheden voor zijn als je met stage op die plekken terecht komt. Maar ik heb zelf een heel ander soort stage gedaan, in het buitenland . Dus ik ben er zelf niet mee in aanraking gekomen maar ik denk dat het wel mogelijk is.

3. **Oriënteerde je je tijdens je opleiding zelf al op toekomstige werkplekken?**

Minder. Eigenlijk nog niet zo heel veel.

Waarom niet?

Ik had meer zoiets van, ik ga eerst dit afronden, me echt focussen op m'n studie. Daarna moeten we toch een maand wachten op de BIG-registratie dan ga ik me dan wel oriënteren op hoe en wat. Ik heb wel even gekeken, maar ik zag ook dat er al vrij snel vacatures vervuld worden dus dan heeft het geen zin je maanden van te voren al daarop vast te pinnen want straks is het er niet meer.

Dus je wilde pas aan het werk als je je BIG-registratie had en dat was ook het moment voor jou om je te gaan oriënteren?

Ja, dat was voor mij wel zo.

4. **Dus na je afstuderen ben je je gaan oriënteren op werk, hoe lang daarna heb je dat gedaan?**

Meteen na m'n afstuderen, dus eigenlijk op het moment dat ik wist dat ik zou afstuderen, dan zit er nog een maand tussen voor je Buluitreiking en daarna een maand voor je BIG-registratie dus in die twee maanden. Dus ik ben meteen toen ik hoorde dat ik was afgestudeerd mij gaan oriënteren. Ik heb op de KNMT-website gekeken en via via gehoord van andere studiegenoten waar ze naartoe gingen. Zo ben ik een beetje hier en daar op plekken terecht gekomen. Het ging ook eigenlijk wel heel snel hoor. Ik denk dat tandheelkundestudenten daar ook echt veel geluk mee hebben. Dat je wel makkelijk werk kunt vinden.

Hoe snel ging het voor jou?

Ik heb na die twee maanden ook meteen werk gevonden. Als je het vergelijkt met andere opleidingen

waar ik van vriendinnen weet dat ze na twee jaar nog steeds werkzoekend zijn, dan durfde ik af en toe niet te zeggen hoe snel het gebeurde en hoe weinig moeite ik daar voor heb moeten doen.

Waardoor denk je dat je zo weinig moeite hebt moeten doen?
Omdat er echt een tekort aan tandartsen is. Dat merk je wel heel erg.

De bronnen die je na je afstuderen gebruikt hebt, dat zijn dus je netwerk en de KNMT-site?
Ja, eigenlijk wel.

Hoe heb je je netwerk ingezet om een baan te vinden?
Een beetje rondgevraagd via via, waar werken jullie nu, is het daar leuk, zoeken ze nog iemand? Denk dat je via mond-tot-mondreclame toch al een veel eerlijker beeld krijgt van een werkplek. Bij een van die praktijken werk ik nu nog steeds, daar ben ik via een studiegenoot op gekomen. Die zei (naam geïnterviewde) je moet hier naartoe! Hier wil je werken! Het maakt niet uit of het iets verder weg is, hier wil je zijn! En dat klopt ook wel heel erg, heel prettige werksfeer.

Wat gaf zij als beweegredenen, als belangrijke factoren om daar te komen werken?
Nou eerst ben ik ook gaan kijken en een dagje gaan meelopen. Maar het was de sfeer die toch ook wel heel veel deed. Het is ontzettend goed georganiseerd. Ik hoefde zelf weinig te regelen buiten het werk zelf. Het administratieve werk en alle rompslomp daaromheen, daar hoefde ik heel weinig voor te doen en dat sprak me wel ontzettend aan.

Dus het is voor jou belangrijk om te weten wat zij van jou over nemen?
Ja.

En dat het goed georganiseerd is?
Ja. Organisatie is toch wel heel belangrijk. Vooral nu ik op een aantal plekken ben geweest merk ik dat het heel belangrijk is.

Zie je daar verschillen in?
Je ziet veel verschillen. Sommige praktijken kunnen heel chaotisch zijn en voor mij persoonlijk werkt dat niet zo goed. Want ik word dan snel zelf ook chaotisch en ik heb best wel behoefte aan een plek waar het gestructureerd is en dan werkt het voor mij veel prettiger.

Op welke manier kan een werkgever jou daarin die structuur bieden?
Door veel stabiliteit in het personeel wat ze daar verder hebben. In één praktijk werkten elke maand wel andere assistentes, andere baliemedewerkers en dan merk je dat daar zoveel wisseling in is dat je ook niet echt een vast aanspreekpunt hebt en een vast gezicht. Dat vond ik zelf heel lastig. Ik weet ook wel dat het standaard, zeker als ZZP'er ook wel belangrijk is dat je op veel verschillende plekken werkt. Maar als je dan op plekken komt waar alles steeds elke maand nieuw is dan werd dat voor mij ook wel heel onrustig. Ze wisten ook vaak niet wat er allemaal gebeurde, patiënten hadden onrust daardoor en dat neem ik heel snel over.

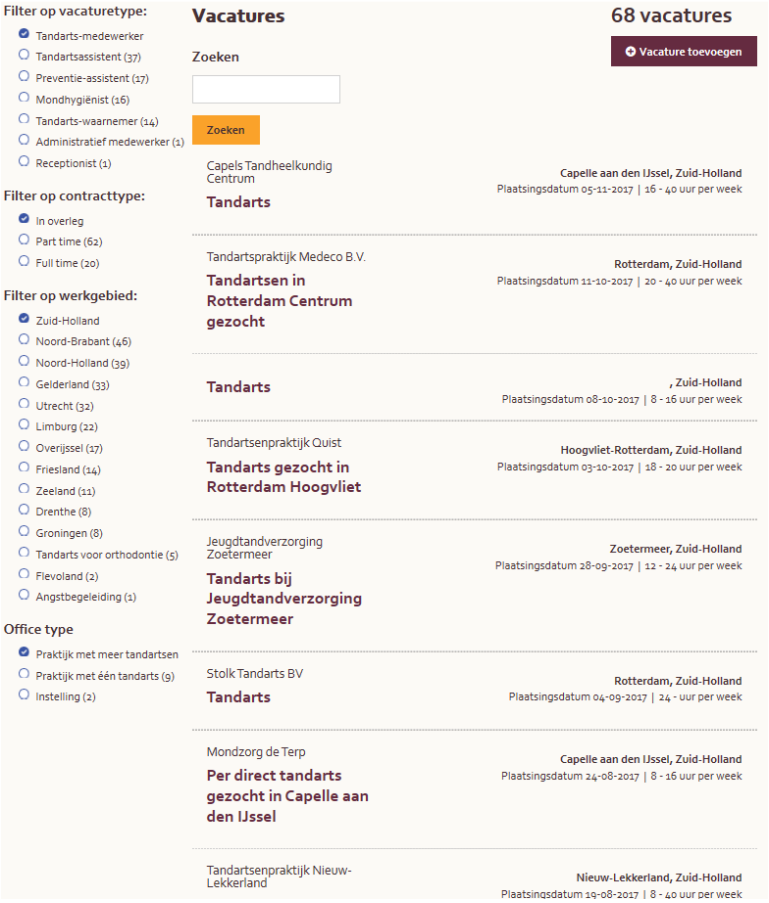
Dus een vast team is voor jou belangrijk?
Ja, dat vind ik toch wel prettig.

Je gaf net aan dat je ook de KNMT-vacaturesite gebruikt hebt bij het zoeken naar werk.
Ja.

5. **Ik wil samen de KNMT vacaturesite (www.knmt.nl/vacatures) bezoeken om te observeren hoe je deze gebruikt.**

Ik heb wel voornamelijk gezocht op Zuid-Holland. Als ik kijk dan wil ik het wel in de buurt hebben.

6. **Indien je <u>filters</u> of <u>zoekwoorden</u> gebruikt of zou gebruiken tijdens het zoeken naar een werkplek, wil je deze dan voor mij inschakelen of invoeren?**



*Tandarts schakelt de gewenste filters in. Selectie aan bedrijfsvacatures blijft over.

Ingeschakelde filters: Tandarts-medewerker. In overleg. Zuid-Holland. Praktijk met meer tandartsen.

Je gaf meteen aan dat je in Zuid-Holland zocht. Wat is daarvoor de reden?
Dat is voor mij wat makkelijker, omdat ik zelf in Den haag woon. Ik vind een half uur reistijd naar werk nog wel te doen, drie kwartier met file soms. Maar als je al een uur onderweg bent, moet het wel een ontzettend leuke plek zijn, wil dat de moeite waard zijn. Zeker als je dan gaat zoeken, dan denk ik dat je op zo'n verre plek eerder via via komt, dan dat je er via de KNMT-site opkomt.

Dus de afstand tussen praktijkvestiging en huis is belangrijk?
Vind ik wel een belangrijk punt. Het hoeft voor mij weer ook niet in dezelfde straat te zijn, dat lijkt mij ook verschrikkelijk.

Ja?
Ja, (tandarts lacht) want dan kom je iedereen tegen als je je boodschappen gaat doen. Dat vind ik niet zo (lacht). De afstand moet wel haalbaar zijn. Om echt een uur te gaan reizen voor werk, heen en terug, dat vind ik wel een beetje té.

Wat je eerder aangaf, een half uur reizen is wel de max?
Ja en kijk natuurlijk kan het af en toe wat langer duren met files of vertragingen met het openbaar

vervoer. Maar als je standaard al een uur reistijd hebt en het gaat dan nog langer duren.. Dat heb ik tijdens m'n studie wel gedaan maar dat ga ik nu niet meer doen (tandarts glimlacht).

7. **En als we nu naar de vacatures kijken. Kun je mij aangeven welke vacatures of <u>titels</u> hierbij aantrekkelijk overkomen?**

Op zich zou ik wel gewoon eerder meerdere dingen aanklikken. (Tandarts bekijkt vacatures op eerste pagina.) Nu is dit wel heel frappant, volgens mij is dit de praktijk.. ja dit is de praktijk waar ik zelf al werk (lacht). En het is wel een heel leuke praktijk maar ik weet niet of ik hier in eerste instantie op zou klikken omdat er daar staat 'Hoogvliet'. Ja ik zou gewoon even het rijtje afgaan (tandarts scrolt naar beneden) en gewoon er even op klikken en meer de omschrijving gaan lezen en me niet aan de hand van een titel of tot de titels laten beperken.

Dus je let niet zozeer op de titels, waar let je dan wel op?

Meer de omschrijving en te kijken naar waar ze op zoek zijn. Zoeken ze echt iemand met minimaal vijf jaar werkervaring, want dat heb ik nog niet. Vaak staat het er wel in, of ze meerdere stoelen hebben, meerdere collega's. Het hoeft voor mij niet persé een megagrote praktijk te zijn maar ik vind het wel prettiger als er meer dan één tandarts is.

Meer dan één tandarts, wat is voor jou de max daarin?

Niet zozeer een maximum, ik werk nu bijvoorbeeld ook in een praktijk waar 12 of 13 tandartsen werken, maar ook wel specialisten. Dat is wel wat meer onpersoonlijk dus misschien zou dat voor mij een max kunnen zijn. Maar het is niet dat ik daarop specifiek geselecteerd heb. Ik sta voor zulke plekken ook wel open.

Dus een grote of kleine praktijk maakt voor jou niet uit?

Ja maar ik denk dat ik het minder prettig vindt als ik met één tandarts zou werken. Ik moet eerlijk zeggen dat ik ook nog nooit in een eenmanspraktijk heb gewerkt, dus waar ik het op baseer is eigenlijk meer een vooroordeel.

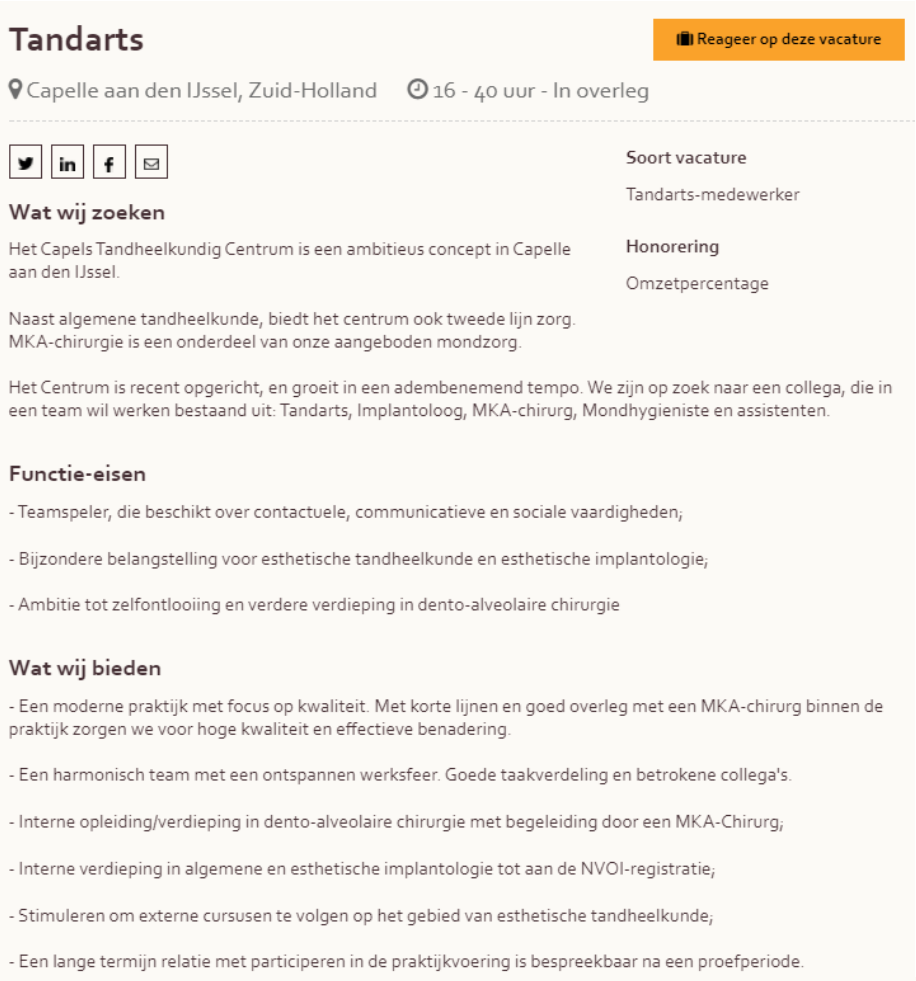
Want waarom denk je dat je dat minder prettig zou vinden?

Omdat ik het te ongezellig zou vinden. Omdat ik het leuker zou vinden om ook met wat collega's te kunnen overleggen. Wat je al heel snel hebt, als het heel klein is, dan ben je de enige tandarts en dan mis ik dat toch wel wat, het overleggen.

Dus het kunnen overleggen met collega's is voor jou een prettige factor?

Ja.

Als je naar deze vacatures kijkt, op welke zou je dan klikken?
Ik zou dan gewoon met de bovenste beginnen en dan zo het rijtje aflopen. Op zich is het allemaal in Rotterdam, Capelle aan den Ijssel, het zijn wel dingen die allemaal relatief in de buurt zijn. Ik zou daar gewoon op klikken en dan de omschrijving eerst even nalopen. (Tandarts klikt op eerste vacature op eerste pagina.)



Tandarts

Reageer op deze vacature

Capelle aan den IJssel, Zuid-Holland 16 - 40 uur - In overleg

Soort vacature
Tandarts-medewerker

Honorering
Omzetpercentage

Wat wij zoeken

Het Capels Tandheelkundig Centrum is een ambitieus concept in Capelle aan den IJssel.

Naast algemene tandheelkunde, biedt het centrum ook tweede lijn zorg. MKA-chirurgie is een onderdeel van onze aangeboden mondzorg.

Het Centrum is recent opgericht, en groeit in een adembenemend tempo. We zijn op zoek naar een collega, die in een team wil werken bestaand uit: Tandarts, Implantoloog, MKA-chirurg, Mondhygieniste en assistenten.

Functie-eisen

- Teamspeler, die beschikt over contactuele, communicatieve en sociale vaardigheden;

- Bijzondere belangstelling voor esthetische tandheelkunde en esthetische implantologie;

- Ambitie tot zelfontlooiing en verdere verdieping in dento-alveolaire chirurgie

Wat wij bieden

- Een moderne praktijk met focus op kwaliteit. Met korte lijnen en goed overleg met een MKA-chirurg binnen de praktijk zorgen we voor hoge kwaliteit en effectieve benadering.

- Een harmonisch team met een ontspannen werksfeer. Goede taakverdeling en betrokene collega's.

- Interne opleiding/verdieping in dento-alveolaire chirurgie met begeleiding door een MKA-Chirurg;

- Interne verdieping in algemene en esthetische implantologie tot aan de NVOI-registratie;

- Stimuleren om externe cursusen te volgen op het gebied van esthetische tandheelkunde;

- Een lange termijn relatie met participeren in de praktijkvoering is bespreekbaar na een proefperiode.

Contracttype
In overleg

Capels Tandheelkundig Centrum

Contactgegevens
Omar Badarne

0614955597
badarne@capelstandheelkundigcentrum.nl

Hollandsch Diep 63p
2904ep
Capelle aan den IJssel
Werkgebied: Zuid-Holland

8. **Als je deze vacature bekijkt, vind je dan antwoord op al je vragen?**

Even kijken. (Tandarts neemt vacature vluchtig door.) Ja ik kan zelf even niet zo snel vinden of er meerdere tandartsen werken maar ik zie dat er een website is. Kan ik deze openen? (Tandarts wilt meteen door naar website van bedrijf en wil drukken op de link die leidt naar het e-mailadres van contactpersoon.)

Ja, maar dit is het mailadres.
Oh grapje, ik dacht dan kan ik even op hun site kijken. Ik denk dat deze omschrijving toch niet uitgebreid genoeg is en omdat ik ook geen website van ze kan vinden zou ik dan toch nu doorgaan op een andere. (Tandarts klikt terug naar het overzicht.) En dan ga ik gewoon de eerstvolgende bekijken. (Tandarts klikt op tweede vacature.)

Wat miste je in de vorige vacature?
Ik miste dat er staat hoeveel tandartsen er werken. En überhaupt een website. Ik denk, als jij als praktijk geen website hebt, dan val je al snel af voor mij. Dan kan ik eigenlijk geen goed beeld van de praktijk krijgen, waardoor patiënten dat denk ik ook niet zo snel hebben. Ik vind

dat toch al, zeker in deze tijd, heel belangrijk dat je als praktijk een website hebt. Je website zegt ook veel over je praktijk.

(Tandarts bekijkt tweede vacature.) Even hiernaar kijken.

Tandartsen in Rotterdam Centrum gezocht

Reageer op deze vacature

Rotterdam, Zuid-Holland 20 - 40 uur - Full time, Part time, In overleg

Soort vacature

Tandarts-medewerker

Honorering

Omzetpercentage

Wat wij zoeken

Tandartspraktijk Medeco is een moderne tandheelkundige praktijk met meerdere behandelkamers in het centrum van Rotterdam. Wij bieden allerlei tandheelkundige zorg en vervaardigen ook onze eigen tandtechnische stukken. Wij hebben een zeer divers team aan tandartsen en tandartsassistentes. Door de pensionering van een van onze tandartsen zijn wij op zoek naar een tandarts in Rotterdam om ons groeiend team in deze tijd te versterken. De baan is per direct beschikbaar en de tandarts kan al op korte termijn aan de slag.

Wij bieden een afwisselende functie met marktconforme honorering op basis van omzet (welk door een toename van het aantal patiënten gestaag aan het stijgen is) op een goede locatie in het centrum van Rotterdam. Je werkt met leuke patiënten, wordt goed begeleid in je werkzaamheden en hebt de mogelijkheid om met onze praktijk mee te groeien.

Als allround tandarts ben je het aanspreekpunt voor de patiënten.

Klinkt deze functie interessant? Aarzelt u dan niet om uw cv en sollicitatiebrief naar ons te sturen. Indien wij geïnteresseerd zijn, zullen wij u zo snel mogelijk contacteren.

Functie-eisen

Wij verwachten een communicatief sterke en met passie aangedreven tandarts, waarbij de voorkeur uitgaat naar een tandarts met minimaal 2 jaar ervaring. Kennis van de Nederlandse taal is een pré.

Wat wij bieden

Wij bieden naast een leuke en uitdagende werkplek ook zeer goede secundaire voorwaarden en een meer dan marktconforme honorering.

Contracttype

Full time Part time In overleg

Nou, die heeft drie behandelkamers. Meer tandartsen. Ja hier zoeken ze ook verschillende soorten, dus minimaal twee jaar ervaring. Dus dit zou wel iets zijn waarvan ik zou overwegen erop te reageren maar ik zou meer informatie willen en dat is dan aan de hand van even op de website kijken. Wie is momenteel het team? Soms ken je daar al mensen van. En dan kun je bedenken of je daarmee wilt samenwerken of niet. Het is toch wel belangrijk of je al weet of je met iemand een klik hebt of niet.

Vacature- en organisatiekenmerken

* Interviewer bezoekt www.TandartspraktijkX.nl. **Stel je voor dat dit de website van het bedrijf is, waar zou je dan op klikken om meer informatie te krijgen?**

Ik zou dan kijken naar het team. (Tandarts navigeert vlug muis naar menubalken van links naar rechts maar kan niet meteen 'team' vinden, gaat dan nogmaals op eerste menu staan en ziet daar team staan, klikt daarop.) En dan zou ik even kijken van, wie werken daar allemaal. (Scrolt vlug van boven naar beneden.) Niet alleen dat je het aan de hand van de foto's baseert, maar soms staat er ook een stukje tekst bij. Nou, dan klik ik dus even op één van de tandartsen (tandarts klikt op naam van eerste tandarts maar er opent geen nieuwe pagina) oh dat kan dus niet. (Tandarts zegt lachend) ik dacht daar kan je op klikken en dan kan je vast wat meer informatie lezen.

Wat had je graag willen lezen?
Ja of iemand er ook al lang werkt. Ja want als je ziet dat mensen er allemaal sinds dit jaar zijn gaan werken dan vraag ik me af wat de reden is dat ze daar allemaal maar kort blijven. Zit daar wat achter?

Het is niet dat ik heel wantrouwend wil zijn, zeker ook omdat ik zelf als ZZP'er ook weleens wissel van praktijk. Dus dat kan natuurlijk heel erg. Maar ik denk dat het ook wel prettig is als het een praktijk is die wat meer al een basis heeft. En dat het zo is dat medewerkers, al is het de praktijkeigenaar zelf en nog iemand of alleen de eigenaar zelf en de assistentes, dat die daar wel al wat langer zitten, dan vind ik dat toch wel prettig merk ik. Ook in de communicatie naar patiënten toe. Dat er vaste gezichten in de praktijk zijn.

Dus je zou graag willen lezen hoe lang medewerkers er werken?
Ja

Is er nog meer wat je graag wilt lezen?
Ja ook wel de achtergrond. Waar ze de opleiding hebben gevolgd, zijn ze al een tijdje bezig in het vak? Zijn ze gespecialiseerd in iets? Sommige tandartsen hebben ook nog een specialisatie daarnaast. Dat geeft al meer een beeld over hoe je praktijk in elkaar zit. En of ik daar zelf ook nog wel een toevoeging zou zijn.

9. **Als je hier zou willen solliciteren, waar zou je dan heen navigeren?**

Dan zou ik hier nog even kijken bij de vacatures (tandarts klikt op vacatures). Dit was nu nadat ik na de KNMT-site deze website heb geopend, toch?

Ja.
(Tandarts scant snel pagina en beweegt met muis naar roodgekleurde, onderlijnde e-maillink info@TandartspraktijkX.nl.) Nou en dan zou ik hierop reageren. Met m'n CV om dan te kijken voor een kennismakingsgesprek, een sollicitatiegesprek. Ja het moet natuurlijk van twee kanten komen, (tandarts zegt lachend) ze moeten mij ook willen. Ik zei net wel, het is heel makkelijk om werk te vinden maar het moet natuurlijk ook klikken vanuit hun kant, het moet niet zo zijn van, daar zitten we helemaal niet op te wachten. En dan zou ik het zelf ook prettig vinden om daar even mee te kijken, hoe het is, hoe zij daar werken en of ik mij daar op m'n gemak voel.

Zou je deze informatie willen verkrijgen in de vorm van een sollicitatiegesprek of wil je liever meelopen?
Ik zou zelf ook, naast een sollicitatiegesprek, ook een dagje willen meelopen. Dat geef ik eigenlijk altijd ook wel aan. Ik was een keer op gesprek gekomen en toen zeiden ze eigenlijk meteen oké, kan je dan en dan beginnen? Ik dacht, moet ik niet nog even kijken? 'Ja dat kun je dan toch meteen zien?' Toen dacht ik oké.. Ja toen was ik ook pas begonnen dus toen dacht ik, dit is misschien zoals het hoort. Weet ik veel. Dus toen ben ik maar begonnen en ik wist nog helemaal niet waar alles lag, ik wist nog niet wie wie was. Dan heb je ineens het gevoel alsof je twee linkerhanden hebt. Terwijl je op zich wel weet wat je moet doen maar je kent je plek nog niet helemaal. Dus ik merkte dat toen ik daarna bij sollicitaties aangaf dat ik het wel prettig vond even een dagje mee te kijken of met een andere tandarts mee te lopen dat het dan wat meer een beeld geeft van, hoe werken zij daar, wat doen de assistentes hier, wat kun je van ze verwachten. Dat werkt wel een stuk prettiger als je vervolgens zelf aan de slag gaat. En op zulke momenten zie je of het wel bij jou past, dat weet ik liever op zo'n moment dan wanneer ik al bij patiënten aan de stoel sta.

Dus dat is wat je graag zou willen zien en wat zou je graag willen doen tijdens een proefdag?
Nou in ieder geval wel goed kunnen meelopen met één van de tandartsen. Ook om te kijken wat zij doen, hoe zij werken en hoe zij met assistentes omgaan. En de balie, wat die allemaal doen voor jou ook. Dat je daar dan een beeld bij hebt.

En waar let je dan op?
Niet alleen zozeer de behandelingen maar ook de manier op. Want tandheelkundige behandelingen

kunnen op veel verschillende manieren worden uitgevoerd. Bijvoorbeeld, de wat jonger afgestudeerde tandartsen, die werken bijna allemaal met een cofferdam, zo'n rubber lapje om de kiezen waarmee je dan de vulling mooi droog houdt. Maar heel veel van de wat oudere tandartsen doen dit nog niet, die doen dat met watjes. En als dat is wat de patiënten gewend zijn, dan weet ik dat ik ook veel meer uit te leggen heb naar patiënten toe, als ik op een andere manier werk. Dus dat is dan wel fijn, om te weten hoe het er momenteel aan toe gaat, doen ze dat al of niet, zijn er verschillen in hun manier van werken? Het hoeft echt niet alleen over lapjes te zijn maar het kan van alles zijn, je hebt zoveel verschillende mogelijkheden. Ik denk dat veel jonger afgestudeerde tandartsen het heel anders doen dan de tandartsen die 20, 30 jaar geleden aan de slag zijn gegaan. En dat betekent soms dat je veel meer uit te leggen hebt naar patiënten toe, want die zijn heel wat anders gewend. En dan kom jij daar als nieuwe tandarts, 180 graden, heel wat anders doen. Dus dan vind ik het wel fijn om een beeld te hebben van hoe ze nu werken, wat is men gewend, hoe kan ik daarop inspelen? Maar ook, hoe gaan ze om met assistentes, wat leggen de assistentes allemaal voor je klaar, wat doen de assistentes verder, is dat niet alleen opruimen maar doen ze ook administratief werk? Dat geeft al weer meer beeld van hoeveel tijd je nodig hebt voor de behandelingen. Dat is ook prettig met de agenda vervolgens. Ik werk bij verschillende praktijken en bij de ene praktijk voert mijn assistent alle aantekeningen in, dan hoef ik het alleen maar na te lezen en kleine aanpassingen te maken. In de andere praktijk doe ik dat allemaal zelf en dan heb ik dus echt wel 10 minuten extra tijd nodig om dat per patiënt allemaal op orde te brengen.

Wat is voor jou de ideale situatie daarin?
Ideaal vind ik wel dat de assistent dat ook invoert. Maar het is niet altijd mogelijk. Soms verwacht ik in die zin teveel van een assistent. Het moet ook niet nodig zijn maar per praktijk zijn er verschillende afspraken gemaakt met de assistent, over wat daar gedaan wordt. Ik neem de assistent niet zelf aan, dus je bent ook afhankelijk van hoe ze daar in die praktijk al werken.

Is dat iets wat je wil weten voordat je solliciteert?
Hoef ik niet te weten voordat ik solliciteer maar dat is wel iets wat ik tijdens zo'n meeloopdag hoop te zien. Dat ik dan wel weet hoe men daar werkt en wat ik kan verwachten. En ook hoe het daar gaat met de hygiëne, ook dat vind ik wel een heel belangrijk punt.

Waar let je dan op?
Of het dan inderdaad netjes na elke patiënt schoongemaakt wordt. Ik ben één keer, ik zal zeker geen namen noemen, op een plek gekomen, waar het er helemaal niet zo netjes aan toe ging. Toen dacht ik, hier wil ik zelf mijn naam niet aan verbinden. Maar daar kom je wel op zo'n moment achter en met alleen een gesprek zie je dat niet.

Een meeloopdag is dus belangrijk?
Ja

Is dat voor alle tandartsen zo?
Ja. Ik denk het wel. Ik denk dat veel tandartsen dat wel heel prettig vinden. Ergens opnieuw beginnen, dat kost al best wel wat energie want de patiënten moeten aan jou wennen, de andere medewerkers moeten aan jou wennen. En als je er dan na een maand achter komt dat het niet jouw plek is en je gaat weer weg daar, dan kan je dat hele riedeltje weer opnieuw doen. Ja dan vind ik het wel prettig om die punten van te voren al eruit te filteren.

Eerder vertelde je dat je bij meerdere praktijken werkt. Bij hoeveel praktijken werk je?
Op het moment werk ik bij 2 praktijken. En dan doe ik ook nog af en toe de spoeddiensten voor Den Haag.

En één praktijk had je gevonden via je netwerk, hoe heb je de andere gevonden?
Via.. Ja, min of meer zou je dat ook netwerk kunnen noemen maar dat is dan via mijn accountant gebeurd. Die zei: 'oh ik ken iemand in Scheveningen en die zoekt een tandarts. Misschien wil je het daar proberen'. Toen ben ik daar een dagje gaan meelopen. Verder heb ik nog op meerdere plekken gewerkt. Sommigen waren alleen voor waarneming dus dan is het sowieso maar voor 3 maanden.

Hoe heb je die werkplekken gevonden?
Dat is via de KNMT-site gebeurd. En enkele ook via netwerken. Maar dat was meer voor bijvoorbeeld het invallen van een zwangerschapsverlof en dan is het echt maar voor een bepaalde tijd.

Dan werk je dus als ZZP'er?
Ja. En dat vind ik ook wel ideaal hoor, want dan ben je ook wel minder selectief want je weet ook dat het maar voor een kortere periode is. Maar het is ook wel heel leuk om op deze manier op verschillende plekken te komen.

Welke voordelen biedt het werken als ZZP'er jou?
Vooral dat je ook wat meer indrukken opdoet. Om ook te kijken, wat is nu eigenlijk een fijne werkplek. Als je bij maar enkele bedrijven werkt dan blijf je daar toch beperkt in. Zo verbreed je je horizon wat meer.

Wat zou voor jou de belangrijkste reden zijn om over te gaan tot werken bij een andere praktijk?
Het ligt eraan. Ik denk dat het toch wel verschillend is. Ik denk dat als ik van iemand hoor, ik heb echt een leuke plek gevonden, daar zoeken ze nog iemand, dan ben ik daar zeker toe bereid om daar te komen kijken. Het is dus toch meer de mond-tot-mond reclame die mij zou over halen. De prettige werksfeer is ook een belangrijke reden. Op het moment ben ik minder op zoek naar een andere praktijk dus ik denk dat ik daardoor wat terughoudender ben in het antwoord, ik weet het eigenlijk ook niet (tandarts lacht).Goede vraag, maar ik weet het niet zo. Ik denk dat ik echt wel op zoek ben naar een plek waar ik alles kan doen. Ik ben soms op plekken geweest, bijvoorbeeld één waar er alleen jeugdzorg was en dan voel ik me toch wel wat meer beperkt. Dat je heel veel dingen niet meer kan doen. Dan doe ik toch al wat minder die wortelkanaalbehandelingen, bruggen, kronen, dat doe je eigenlijk niet. En dat vind ik dan eigenlijk wel jammer, dat je teveel beperkt raakt door het gebied. Ik heb ook in een praktijk gewerkt die waren van, wij hebben hier zoveel endodontologen werken, we willen liever dat alleen de endodontoog de endo's doet, dus de wortelkanaalbehandelingen. En jij als tandarts doet dan gewoon de andere dingen. Toen dacht ik, ja, maar ik wil eigenlijk ook gewoon die wortelkanaalbehandelingen doen. In dat opzicht kom je er dan achter dat een plek toch niet helemaal bij jou past op een gegeven moment en dat je dan besluit om ergens anders te gaan werken.

Een reden voor jou om weg te gaan bij een praktijk is dus wanneer je je beperkt voelt en niet kunt doen wat je wil?
Ja, wanneer het niet bij mij past, ik voel me beperkt of ik merk dat er toch wat minder de klik is met collega's. Dat heb ik ook wel eens meegemaakt. Dan ga je op den duur toch met wat meer tegenzin daarnaartoe. En dat vind ik dan niet nodig dus dan stop ik er liever mee.

Zo te horen, is het team voor jou ook heel belangrijk?
Ja, vind ik wel heel belangrijk. Ik denk dat ik dat wel één van de belangrijkste punten vind.

Wat vind je van het aantal stoeluren dat je per week werkt?
Voor nu vind ik dat goed. Ik werk momenteel 4 a 5 dagen in de week en verschillend 8 a 10 uur per dag dus ik vind dat wel een redelijk aantal stoeluren. Daarnaast doe je dan ook je administratie en dergelijke. Maar het hoeft voor mij niet meer. Ik heb collega's, die werken 6 dagen in de week maar dat zou ik echt niet willen.

Zou je wel minder willen werken?

Nee ik denk dat ik dat ook niet zou willen. Ik denk dat ik me dan ga vervelen. Misschien ook niet hoor (tandarts lacht) maar voor nu vind ik dit wel goed. Als ik 4 dagen werk dan heb ik ook wat meer tijd voor cursussen en dergelijke en soms werk ik ook 5 dagen in de week en dan ben je gewoon lekker bezig.

Arbeidsgeluk

Hier gaan we in op het ervaren van geluk op de werkplek.

10. **Wat zijn voor jou de belangrijkste factoren die jouw arbeidsgeluk optimaliseren?**

Toch wel heel erg de sfeer ook. Vandaar dat ik ook eerder aangaf dat het team voor mij heel belangrijk is. Ik vind sfeer bepalend. Je merkt al heel snel dat onderling de sfeer met patiënten niet heel positief is. Heel veel vinden het eng of vervelend om naar de tandarts te gaan, dat geeft toch wel een heel negatieve sfeer. En dan is het heel fijn als je verder binnen de praktijk wel een positieve sfeer hebt zodat dat het gemiddelde wat meer omhoog haalt.

Hoe kan volgens jou die sfeer gecreëerd worden?

Toch wel door leuk onderling contact, wat meer gelijkgestemden. Denk dat dat wel meespeelt.

Wat versta je onder gelijkgestemden?

Dat je toch wat meer dezelfde interessegebieden hebt. En daar kom je natuurlijk pas achter nadat je elkaar wat langer kent. Dat is niet in één dag te merken. Maar, ik heb dus eerder in een praktijk gemerkt, dat ik daar werkte en dat ik helemaal niks aan die persoon te melden had. En dan zit je in de lunchpauze te eten en dan kon je de krekels horen kraken.. Ik dacht wat doe ik hier, weet je wat, ik ga in m'n lunchpauze naar buiten. Ja dan heb je gewoon wat minder een klik en daar gaat het ook niet mee qua sfeer.

11. **Op welke manier kan de opdrachtgever of praktijkmanager bijdragen aan het arbeidsgeluk voor tandartsen?**

Ik denk dat die er vooral in kan bijdragen door de zelfstandigheid heel hoog te houden. Dat je niet constant alles moet gaan verantwoorden, want ik vind dat dat er ook niet bij hoort als ZZP'er. Maar wat je in sommige praktijken wel eens ziet is dat dat gebeurt. En ik denk dat het belangrijk is dat we toch wel veel zelfstandig kunnen doen en ook wel moeten kunnen doen.

Je geeft aan dat je in sommige praktijken wel eens ziet dat dat gebeurt, hoe omvat zich dat?

De praktijkeigenaar die bepaalde regels instelt. Waarvan die verwacht dat jij op die manier werkt. Persoonlijk vind ik dat dat niet helemaal aansluit bij het werk als ZZP'er maar dat het eerder zou zijn als je in loondienst ergens zou werken. Het zou niet moeten, maar het gebeurt. Af en toe wel. En dan is het belangrijk, voor mijn geluk daarin, ik moet het er wel mee eens kunnen zijn. Liever ben ik daar dan gewoon heel zelfstandig in, dat je zelf een beslissing kunt nemen. Dat je niet het gevoel hebt dat iemand jou al heeft opgelegd hoe je moet werken. Van 'ja je moet meer indiceren, je moet meer dit'. Ja dat werkt voor mij niet.

Wat doe je als je in zo'n situatie terecht komt?

Toen ik dat meemaakte heb ik dat aangekaart. Uiteindelijk zijn we er niet op uitgekomen dus toen heb ik besloten bij een andere praktijk te gaan werken.

Dus zelfstandigheid en kunnen doen wat jij wilt is voor jou heel belangrijk?

Ja. Vind ik wel.

Dus als je die autonomie niet hebt dan..

Ja dan kijken of die mogelijkheid er wel is maar anders dan is dat voor mij een reden om te kijken naar een andere praktijk.

Zijn er nog meer factoren die jouw arbeidsgeluk optimaliseren?
(Tandarts denkt hardop na.) Ja dus, de werksfeer, dat je zelfstandig kan werken, die punten heb ik genoemd. Ook wat ze van je verwachten. Niet teveel druk erop. Sommige praktijken willen het liefst dat je echt meerdere dagen komt werken en wat ik al eerder aangaf, ik zit er echt niet op te wachten 6 dagen in de week te werken. Dus, zeker als ZZP'er, in sommige gevallen werk je dan één dag in de week bij een praktijk en als ze dan zeggen we willen liever dat je hier twee of drie dagen komt werken dan gaat het niet lukken. Want ik vind mijn vrije tijd ook wel heel belangrijk.

Dus een niet te hoge werkdruk en goede balans tussen werk en privé?
Ja. Ik denk dat qua werkdruk ook wel de manier waarop de agenda's worden ingedeeld meespelen. Dat ik zelf ook kan aangeven, zoveel tijd heb ik voor iets nodig. Want er zijn ook praktijken die zeggen: 'je hebt 10 minuten voor een controle, 20 minuten voor je vulling en daar moet je het mee doen'. En soms merk ik gewoon dat ik daar meer tijd voor nodig heb. En dan vind ik het wel prettig als dat ook mogelijk is. Dus zowel die zelfstandigheid als de werkdruk hebben invloed. (Tandarts denkt hardop na.) Wat ook wel meespeelt natuurlijk is het omzetpercentage. Als je ergens een heel laag percentage krijgt dan zal ik daardoor toch wel eerder geneigd zijn om een andere plek te zoeken. Maar ik moet eerlijk zeggen dat het overal over het algemeen ook wel heel erg overeen komt.

Het inplannen van de agenda, gaf je aan..
Ja dat vind ik toch ook wel belangrijk. Ik heb ook eerder gemerkt, dan werk je echt binnen een heel strikte tijdsplanning. Daar word ik vrij onrustig van. Zeker in het begin had ik ook echt wel meer tijd nodig en dan is het ook wel belangrijk dat die mogelijkheid er is. Ook als je ergens nieuw komt werken en je hebt nog niet helemaal je draai gevonden, dan heb je soms gewoon wat meer tijd nodig om wat dingen te doen.

Hoe zou jij daar je eigen draai in kunnen vinden?
Qua agendaplanning? De mogelijkheid aan te kunnen geven dat je ergens meer tijd voor nodig hebt. En dat daar dan ook rekening mee wordt gehouden.

12. **Wat is voor jou de meest doorslaggevende factor die jouw arbeidsgeluk kan <u>verminderen</u>?**
Ja ik denk ook wel de sfeer. Op bijvoorbeeld een plek waar assistentes het niet naar hun zin hebben, dan merk je dat meteen. Dat is dan een factor waar ik soms zelf weinig invloed op heb. Soms heb ik daar wel invloed op uiteraard, de assistent werkt toch met mij samen. Maar dat draag toch wel heel erg bij, als je merkt dat mensen om je heen niet gelukkig zijn in hun werk dan pak je dat toch wel op. En dat draagt wel bij aan de werksfeer.

13. **Op welke manier kan de praktijkmanager daarin een rol spelen?**
Ik denk ook wel luisteren naar je personeel en wat ik aangaf, met een vast team is het heel prettig want die kennen elkaar wel goed, die werken daar al een tijd. Dan weet je dat die het naar hun zin hebben. Dat het ook goed zit. En als je op een plek bent waar elke keer weer wisseling is in medewerkers en er wordt veel geroddeld, ja, dan is het een mindere sfeer. En ik ben iemand die dat heel erg overneemt. Als ik om mij heen merk dat dat een beetje de sfeer is, dan voel ik me daar niet prettig bij.

Arbeidsmarktoriëntatie

14. **Wanneer is <u>de laatste keer</u> dat je <u>de behoefte voelde</u> je te oriënteren op werkplekken?**
Ik ben 4 maanden geleden wel flink bezig geweest met het zoeken naar een werkplek. Toen heb ik ook heel even een plek gevonden en toen vervolgens kreeg ik de spoeddienst in Den Haag op m'n pad. Toen dacht ik 'oh dat is ook leuk' want ik was toen een tijdelijke waarnemer voor zwangerschap dus dat hield op dus ik dacht, dat is een mooie overgang.

15. **<u>Waarom</u> voelde je <u>toen</u> de behoefte je te oriënteren op werkplekken?**

Ik was toen ook weggegaan bij een praktijk dus toen was ik op zoek naar een nieuwe praktijk. Nu doe ik dan wat meer de spoeddiensten. Misschien dat ik over een periode weer denk, nu is het weer tijd voor een nieuwe werkplek. Ik ga weer even zoeken.

Gaat jouw voorkeur uit naar het steeds wisselen van werkplekken?
Ik vind het ook wel prettig om vaste werkplekken te hebben. Bijvoorbeeld nu, bij één van die praktijken die ook online staat, daar werk ik eigenlijk al 3 jaar. En daar heb ik het ontzettend naar m'n zin dus dat vind ik ook heel prettig. Nu is het natuurlijk wel zo, ze zijn heel erg bezig met die VAR-verklaring. Zeker als ZZP'er is het eigenlijk niet de bedoeling dat je langere tijd bij een opdrachtgever zit en dat is dan wel weer jammer. Dus ik weet niet hoe dat zich gaat wenden en wat dat voor mij betekent, of ik dan toch wat anders moet gaan doen, of onder andere voorwaarden daar moet gaan werken. Ja dat ligt er helemaal aan hoe zich dat verder in de politiek ontwikkelt en wat het voor invloed heeft op mijn werk dus ja, dat gaan we zien.

16. **Op welke manier heb je je 4 maanden geleden georiënteerd op werkplekken?**

Ja toen ben ik gaan kijken op de KNMT-site alleen heb ik dit uiteindelijk toch weer via-via gehoord. Dus ik was wel aan het kijken op de KNMT-site maar omdat je dan met mensen spreekt en dan zegt 'o ja ik ben nu even aan het kijken en aan het zoeken' dan zeggen zij: 'o ja wij kennen wel iemand'. Op de een of andere manier kent iedereen altijd wel een plek waar ze iemand zoeken. Wat ik al zei, nu staat één van die praktijken waar ik dus al een hele tijd werk ook op de KNMT-site dus als ik nu van iemand hoor 'oh ik zoek een leuke plek in Rotterdam' ja dan zeg ik meteen 'oh dan moet je bij ons komen want dat is echt heel leuk'. Dan geef ik dat ook wel aan.

Dus het netwerk is een heel belangrijke bron voor het vinden van een baan?
Ik denk het wel. Ik denk dat het zeker heel erg meespeelt. Het is ook wel een klein wereldje dus iedereen kent wel wat plekken of heeft er wel wat over te zeggen, van is het daar leuk of 'nee daar moet je niet naartoe gaan joh, daar ben ik ook geweest en dat is gewoon minder prettig'. Dus ik denk wel zeker dat netwerk heel erg meespeelt. Voor mij is het in ieder geval belangrijk.

17. **Op <u>welke manier</u> zou een tandarts <u>online</u> het liefst benaderd willen worden door een werkgever?**

Nou wat ik al eerder zei, toen ik tijdens m'n studie via LinkedIn benaderd werd toen overviel mij dat heel erg. Maar ook toen ik net was afgestudeerd had ik zelf mijn vacature op de KNMT-site gezet en daar is heel veel op gereageerd, echt heel veel. En dat was ook heel prettig want ja, je bent op zoek naar werk. Ik werd ook echt opgebeld en dat vond ik iets minder want heel vaak wordt je gebeld en dat het nét niet uitkomt. Dan zit je leuk met mensen op een terrasje bijvoorbeeld, op de een of andere manier, bij mij, werd ik elke keer gebeld op momenten waarvan ik dacht 'mm niet nu' maar dan wil je daar toch serieus op ingaan, want ja, je was toch op zoek naar werk. Dus ik probeerde er wel het beste van te maken maar dan kan je nét niet snel genoeg een beeld krijgen dus persoonlijk vind ik het prettiger per e-mail. Want dan kun je het lezen op momenten dat het goed uitkomt en daarop reageren. Bellen kan, want je hebt wel meteen direct contact maar je moet maar nét iemand treffen op het moment dat het je ook uitkomt en op de een of andere manier had ik daar altijd pech mee. Nu moet ik zeggen dat ik bij één van die praktijken die mij gebeld hebben, op sollicitatie ben geweest en dat was ook best wel een prima plek. Maar ik weet nog wel, ik werd gebeld en ik zat net in de wachtkamer van de fysio want ik had toen m'n kruisband gescheurd en het was heel raar. Want dan doe je je gesprek in de wachtkamer terwijl je al zelf op een behandeling wacht, ja het is gewoon een beetje awkward en volgens mij kwam ik ook zo over want ik durfde niet te hard te praten en er zaten ook allemaal andere mensen in de wachtkamer. Ja dan denk ik, dan is het makkelijker als je gewoon gemaild wordt en je kan vervolgens hun benaderen op de

praktijk zelf. Want als je dan naar de praktijk belt, eerst spreek je meestal of de manager of iemand die daar wel op dat moment gewoon tijd voor heeft.

Dus via de mail is voor jou het prettigst?
Ja, als ze mij zouden benaderen wel. Ik heb momenteel ook nog steeds geen LinkedIn (tandarts lacht) want op de een of andere manier heb ik nooit meer.. ik had echt zo van 'dat ga ik maar niet meer doen hoor!' Het is heel raar want het zou misschien een heel goede manier zijn. Ook omdat het netwerk zich daar bevindt, wat aan de ene kant heel prettig is. Zoals ik al aangaf gebruik ik zelf heel veel mijn persoonlijke netwerk om op plekken te komen maar dan zeg ik 'nee LinkedIn, doe dat maar niet', heel scheef natuurlijk. Dus ja, qua e-mail zou ik het prettigst vinden.

18. **Via welk <u>online kanaal of middel</u> zou een tandarts het liefst benaderd willen worden?**

Via de KNMT-site, dat je daar je cv plaatst. Ik vind de KNMT-site heel professioneel en ik denk dat als jij als praktijk daar je vacature op aanbiedt, dan betekent dat vaak dat je ook lid bent van de KNMT, of volgens mij ben je dan sowieso lid van de KNMT. Ja dat vind ik dan sowieso al wat professioneler dan wanneer je niet lid bent van een bond. ANT-site zou wellicht ook kunnen maar daar ben ik zelf dan geen lid van. Maar ik denk als jij als praktijk niet lid bent van een bond, dan heb je voor mij al een punt minder.

Hoe komt dat?
Misschien ben ik daarin bevooroordeeld maar ik heb zo het idee van ja, als je dat al niet hebt.. Volgens mij heb je dat ook nodig voor je klachtenregeling, voor andere punten. Ben je dan ook wel up-to-date met de rest, doe je dan ook wel aan je nascholing? Op de een of andere manier trek ik dan m'n twijfels bij meerdere punten.

Is dat iets waar je naar kijkt wanneer je een vacature leest?
Ja, ik denk het wel. Ik denk dat ik dat zeker wel meeneem. Maar ik kijk ook of de praktijkmedewerkers daar zelf ook wel veel doen aan BIG, niet alleen dat ze geregistreerd zijn want dat moet. Maar je ziet af en toe toch wel praktijken waarbij dit niet gebeurt. Dus ik zeg wel dat het moet maar soms kom je toch iets tegen waarvan je denkt, klopt dit wel helemaal? Wat ik al eerder aangaf, daar wil ik mijn naam gewoon niet aan verbinden. Dan valt het voor mij af. Maar ja soms, word je ook door dat soort praktijken benaderd.

Dus een BIG-registratie is belangrijk..
Ja, doen tandartsen aan nascholing, blijven ze wel lekker bezig of zijn ze ooit afgestudeerd en vanaf dat moment alleen maar bezig geweest met het werken in de praktijk zelf maar niets meer daarnaast? Ja, vind ik toch persoonlijk wat minder. Vind het prettig als er veel gedaan wordt aan nascholing.

Op welk moment zoek jij naar die informatie?
Meestal kan je daar al dingen over terugvinden op de site en anders ja, als je kijkt bij het team en je kent mensen dan weet je al hoe het speelt en anders kom ik er wel achter met het eerste gesprek. Bij het eerste sollicitatiegesprek is het ook wel iets wat ik vaak vraag. Als ze het dan al niet aan mij vragen of het niet ter sprake komt.

19. **Op welke manier zou een tandarts <u>zelf</u> social media kanalen gebruiken om zich te oriënteren op een baan?**

Op Facebook is er een groep voor tandartsen, ook om vacatures op te zetten en ik moet eerlijk zeggen, ik kijk er ook weleens naar, maar ik heb er nog nooit eerder op gereageerd. Maar ik weet wel dat het gebeurt. Er worden ook sommige vacatures binnen die groep gedeeld en daar wordt dan ook vaak door andere tandartsen op gereageerd van 'oh dit is leuk'. En dan kan dat toch wel meespelen om daar ook op te kijken. Verder, sommige praktijken hebben een Facebookpagina, daar kan je dan even klikken om te kijken van, hoe profileren zij zich, wat leer je daarvan? Denk je, zij zijn wel lekker bezig of denk je, zij zijn misschien teveel bezig? Sluit het aan bij wat ik wil? Zodoende.

Hoe heet die groep?
Tandartsen, assistentes en mondhygiënisten gezocht, zoiets.

Als je een bedrijfspagina op Facebook bezoekt, waar kijk je dan naar?
Dan kijk ik naar wat zij daarop doen. Sommige tandartspraktijken gebruiken hun Facebooksite om wat kennis te delen. Dan is er een filmpje over een bepaalde behandeling op YouTube of iets en dan delen zij het erop en op die manier wordt dan kennis gedeeld. Of iets wat op de KNMT-site staat en dat wordt dan gedeeld. Andere praktijken gebruiken het voor communicatie met patiënten en dat vind ik zelf wel weer wat minder.

Hoe komt het dat je dat minder vindt?
Ik vind eigenlijk dat dingen in de zorg niet zozeer heel direct online gezet moeten worden.

Openbaar op de pagina bedoel je?
Ja, niet zozeer dat patiëntengeheimen en dergelijke daarop gezet worden maar wel dat het één en ander wordt gecommuniceerd. Bijvoorbeeld klachten die meteen afgehandeld worden online en dan denk ik, dat hoeft toch niet allemaal zo in het openbaar.

De Facebook-vacaturesite die je eerst noemde, hoe gebruik je die?
Het komt in m'n nieuwsfeed voorbij dus zo kijk ik er een beetje naar maar ik heb er zelf nog geen gebruik van gemaakt door er echt op te reageren.

Dus je hebt de pagina gelikete en krijgt nu berichten op je nieuwsfeed?
Ja. Nee, je wordt ervoor uitgenodigd en dan word je aan de groep toegevoegd. Niet zozeer als je de pagina liket. Dit is echt een besloten groep. Alleen voor tandartsen, assistenten en mondhygiënisten. En dan zie je vacatures voorbij komen. Maar ik heb tot nu toe nog niet de behoefte gehad daarop te reageren.

Verkies je je persoonlijke netwerk?
Ja want op die manier heb ik eigenlijk al genoeg dingen op m'n pad, dan hoeft dat er niet bij. Maar misschien dat ik ineens wel iets tegenkom waarvan ik denk 'oh, laat ik hier maar eens op reageren!'

20. **Zou je gebruik maken van een werving- en selectiebureau bij het zoeken naar een werkplek?**

Denk het niet. Ik weet ook niet waarom, misschien omdat het niet perse nodig is. Ik weet ook niet genoeg erover om te weten wat het in gaat houden. Ja, ik heb er nog nooit eerder mee gewerkt en ik denk, op deze manier kom ik ook op mijn plekken terecht. Dan hoeft het voor mij niet op die manier

5. Motivatoren

Arbeidsmotivatoren bij het zoeken van een nieuwe baan. Deze zijn inkomen, opleidingsmogelijkheden, team, werken bij een maatschappelijk verantwoorde onderneming, werk waardoor u een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert, mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling, balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen, flexibele arbeidstijden en afstand tussen praktijkvestiging en huis. Hier wordt dieper ingegaan op wat de tandarts precies wil weten wanneer zij of hij zich op deze elementen oriënteert.

21. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *het team* wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Hoe lang iemand daar al werkt. Wat hun achtergrond is. Hebben ze hun opleiding in Nederland gedaan? Soms zie je weleens praktijken waarbij tandartsen vanuit het buitenland komen. Wat op zich ook prima kan zijn maar je merkt dan vaak heel erg dat de voertaal in zo'n praktijk Engels is. En het is soms ook gewoon lekker (tandarts glimlacht) als je in het Nederlands kan communiceren. In pauzes en dergelijke. Dus toch wat meer in die zin, de achtergrond van de tandartsen.

22. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Eigenlijk gewoon dat je je werk als tandarts echt kan uitvoeren. Ik denk dat je daarin al vrij snel een zinvolle bijdrage levert. En niet zozeer dat je in een heel commerciële praktijk terecht komt waarin ze bijvoorbeeld alleen maar op de esthetiek gefocust zijn, waarbij je de medische factor soms weleens achterwege laat. Ik denk dat dit daarmee bedoeld wordt door tandartsen die aangeven dit belangrijk te vinden. Dus dat ze wel gewoon de basis van het beroep, het medische, het helpen van de mensen, naar een gezonde mondsituatie willen toepassen. En niet overal alleen maar facings opzetten en het maakt verder niet uit dat je tanden los in je mond staan (tandarts glimlacht), als het er maar mooi uitziet. Dat gebeurt ook nog weleens.

23. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Of er de mogelijkheid is dat je kan meekijken met andere tandartsen. Of dat je af en toe onderling overleg kan hebben. Als je een moeilijke casus hebt, kan je die dan bespreken? Want daar leer je ook weer van. Als je daar geen mogelijkheid toe hebt, dan maak je ook geen stappen vooruit en dan blijf je een beetje bij wat je zelf al weet en denkt. Het is soms heel prettig om te kunnen leren van de kennis van andere collega's, het overleg onderling.

24. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Hoe zijn de werktijden op dat moment in de praktijk? Sommige praktijken werken in shifts, dan werk je van 7 tot 2 en dan weer van 2 tot 9. Andere praktijk is weer heel erg van 9 tot 5. Met het aantal dagen dat je werkt, komt het dan wel uit met de tijd die je privé overhoudt? Hoe je daarmee omgaat? Dus ik denk meer het indelen van je tijden.

Solliciteren

In de enquête hebben de tandartsen aangegeven wat zij belangrijk vinden tijdens en vlak na het sollicitatieproces. Er wordt dieper ingegaan op wat de meeste tandartsen belangrijk vinden.

25. **Als je contactmomenten met de opdrachtgever zou hebben tijdens de overbrugging tot de eerste werkdag, welke informatie zou je dan graag willen ontvangen?**

Voor de overbrugging, ja daar moet ik even over nadenken. Denk ook meer van, wat wordt er verder verwacht. Je hebt je gesprek gehad en je gaat meelopen. Is er dan nog iemand die dan op dat moment je aanspreekpunt is? Met wie werk je samen? Is er tijd om daar nog even mee te spreken van te voren, om dingen door te nemen? Hoe en wat verder met je facturen? Doe je die elke maand? Ja, ik denk dat heel veel dingen natuurlijk ook ter sprake zijn gekomen met het eerste gesprek. Over wat er dan ook van jou verwacht wordt en andersom wat jij verwacht. Dus ik denk in die overbrugperiode, de dingen die er ter sprake komen, dat dat misschien toch wel wat beperkter is omdat ik er dan eigenlijk al een beetje vanuit ga dat het al besproken is. Zowel tijdens het meelopen of daarvoor en ik denk dat er dan weinig extra bijkomt. Misschien dan de dingen die nog net niet ter sprake zijn gekomen.

Wat ik naar voren hoor komen is dat je wel zou willen weten hoe je eerste werkdag eruit zal komen te zien.

Ja, inderdaad. Heb je al een gevulde agenda of niet? Hoe zit het qua tijden? Denk dat dat wel prettig is om te weten van te voren. Met wat voor een soort behandelingen begin je? Ga je al meteen via indicaties van anderen, behandelingen uitvoeren of begin je met nieuwe patiënten, dat je de eerste dag alleen maar consult gaat doen? Dat is denk ik ook wel fijn om te weten. De voorbereiding.

Bedrijfskenmerken

26. **Wat zijn voor jou de 3 belangrijkste bedrijfskenmerken die meespelen in jouw keuze voor een nieuwe werkplek? Maak een top 3 belangrijkste bedrijfskenmerken, met op 1 de meest belangrijke.**

Ik vind een vaste assistent toch wel heel belangrijk.

Is dat nummer 1 voor jou?
Even nog de rest bekijken. Ja dat is toch wel nummer 1.

Ondersteuning bij patiëntadministratie vind ik ook wel prettig. En dan kom ik verder toch wel bij werken met de nieuwste technieken. Niet zozeer de mondscanner, maar ik vind werken met een microscoop toch wel heel prettig, hoeft niet perse, maar ik denk dat het mij net wat meer aanspreekt als de rest. Ja, of de korte lijnen met de organisatie.

Is dat 4?
Ja, of net andersom misschien. Dus korte lijnen op 3.

Keuze 1 Samenwerking met een vaste tandartsassistent
Keuze 2 Ondersteuning bij patiëntadministratie
Keuze 3 Kleine organisatie met korte lijnen
Keuze 4 Werken met de nieuwste technieken (mondscanner, microscoop etc.)

Keuze 0 Zelf nazorg met patiënten bespreken
Keuze 0 In-company opleidingen en trainingen

27. **Waarom zijn dit voor jou belangrijke bedrijfskenmerken?**

Ik heb gemerkt dat ik het werken met een vaste assistent heel prettig vind. Elke tandarts werkt op een andere manier. Dat is ook lastig voor een assistent om elke keer met iemand anders te moeten werken. Je merkt ook dat je dat uitstraalt naar de patiënten toe. Als een patiënt jou vaker terugziet en elke keer met een andere assistent, dan wekt dat op de een of andere manier wantrouwen op bij een patiënt, heb ik gemerkt. Omdat die dan denkt 'hey weer een andere assistent, hoe kan dat, gaat het wel goed daar?' Dat merk je toch wel een beetje. En dat hoeft helemaal niet zo te zijn want bij sommige praktijken doen ze dat juist omdat er veel roulatie is en dan moeten de assistenten heel flexibel inzetbaar zijn dus op die manier. Maar dat merk ik toch wel, plus het gaat gewoon veel sneller. Als je niet meer aan een assistent hoeft te uit te leggen wat jij wil, op welke momenten en dat zij dat eigenlijk al weet voordat jij dat zelf bedacht hebt, dan werkt dat heel prettig.

Op elkaar ingespeeld zijn dus?
Ja, als je op elkaar ingespeeld bent. Dat werkt gewoon veel efficiënter en dan heb je ook wat meer rust in je werk. Dat vind ik toch wel het allerbelangrijkste.

Geldt dat voor jou ook voor het team waar je mee werkt?
Ja ik denk dat dat algeheel wel meespeelt. Als je lekker op elkaar bent ingespeeld, dan straal je dat toch ook wel op veel punten uit. Patiënten merken dat en daardoor merk je dat er ook veel meer rust is bij de behandelingen, bij de afspraken.

En jouw nummer 2, ondersteuning bij patiëntadministratie?
Ik merk dat er altijd heel veel van de patiëntadministratie wordt verwacht. Wat ik prettig vind is dat er soms een gedeelte al wordt ingevoerd. Dat als ik bezig ben met een controle, het alleen maar opnoem en dan wordt het ondertussen genoteerd. Maar ook, mocht er iets gebeuren met patiënten, ze bellen na afloop van een klacht, wordt het wel netjes erin gezet? Of bepaalde wensen, als dat bij de balie wordt

doorgegeven, wordt dat dan netjes al toegevoegd aan het dossier. Dan is het toch wel prettiger als je vanuit meerdere plekken in de praktijk ondersteund wordt.

Kleine organisatie met korte lijnen?
Ja in die zin dat het voor mij wel duidelijk is wie op welk moment mijn aanspreekpunt is. Als het een te grote organisatie is, je wordt af en toe dan zelf van het kastje naar de muur gestuurd, dan is het heel onhandig. Maar ook andersom. Als een patiënt ergens zelf voor belt dan moet het ook meteen gewoon duidelijk zijn hoe en wat en niet dat het dan via een hele omweg ergens terecht komt. Denk dat het veel meer duidelijkheid geeft als je er korte lijnen op na houdt.

Werken met de nieuwste technieken?
Ik merk gewoon dat het toch wel wat meer voordelen heeft. Bijvoorbeeld in één van de praktijken waar ik nu werk, werk ik ook met zo'n mondscanner. Bij de andere praktijk niet. Dus het hoeft voor mij niet persé. Hetzelfde geldt voor een microscoop, in een van de praktijken werk ik met een microscoop en ik merk ook met endo's, ja zeker met een wortelkanaalbehandeling, dat het wel heel prettig werkt. Je raakt er ook wel een beetje door verwend en aan gewend (tandarts glimlacht). En in de andere praktijk werk ik daar niet mee maar dan heb ik zelf een loepbril ook. Maar je merkt echt hoe snel je gewend raakt aan de nieuwste technieken. En als je dat dan bij een praktijk ineens niet hebt.. het gaat wel, het kan ook wel, maar het is gewoon een beetje een luxeprobleem. Vandaar dat het op nummer 4 is en niet op 1. Maar ik merk wel dat ik het heel prettig vind. Die technieken sluiten wel aan bij mijn manier van werken.

Dus als dit niet aanwezig is, dan is dat voor jou niet een reden om op te stappen?
Nee. Niet perse. Misschien dat ik daar over een paar jaar anders over denk (tandarts glimlacht). Het ligt er natuurlijk ook aan, welke nieuwste technieken, nu hebben we het over een microscoop en een mondscanner. Dus waar ligt een beetje de grens, met nieuwste technieken? In sommige gevallen, als dingen bijvoorbeeld wat meer echt ouderwets zijn, bijvoorbeeld het werken met amalgaam, ik weet niet eens hoe dat zou moeten. Ja dus dan valt zoiets wel voor mij af.

9. Overige

28. **Zijn er nog belangrijke zaken die je kwijt wilt?**

Nee, niet zozeer, denk dat alles wel aan bod is gekomen. Volgens mij zijn het ongeveer dezelfde vragen als die ik bij de enquête heb beantwoord, alleen heb ik echt geen idee meer wat ik op dat moment allemaal heb geantwoord. Want dan doe je het even snel invullen, volgens mij hebben we er nu wel veel meer de tijd voor genomen. Dus ik denk dat op zo'n manier zo'n onderzoek afnemen wel veel eerlijker is dan als je het even snel invult.

Dat is zeker zo. En de enquête bevat vragen die ik zelf heb opgesteld, maar ik hoor natuurlijk liever wat de tandartsen vinden en wat zij daar zelf over zeggen, dan kan ik daar ook over doorvragen. Dus daar is dit heel geschikt voor.

Hartelijk dank voor uw bijdrage!

Interview 3

Opleiding

1. **Zijn er tijdens de opleiding al opdrachtgevers op je afgekomen?**

Nee.

2. **Heeft jouw opleidingsinstituut jou tijdens de opleiding met opdrachtgevers in contact gebracht?**

Nee, dat is eigenlijk ook niet gebruikelijk. Als je stage wil gaan lopen dan regel je dat ook zelfstandig.

3. **Oriënteerde je je tijdens jouw opleiding zelf al op toekomstige werkplekken?**

Ja.

Hoe deed je dat?
Door te zoeken op knmt.nl, ant.nl en Rovidam.

4. **Ben je je na jouw afstuderen gaan oriënteren op werk?**
   Ja.

Hoe lang daarna?
Eigenlijk begon ik daar 2 maanden voor het afstuderen mee.

Waarom begon je daar 2 maanden voor het afstuderen mee?
Zodat ik kon beginnen met werken zodra ik mijn diploma op zak had en BIG geregistreerd was.

Op welke manier heb je je toen georiënteerd op werk?

In de jaren dat ik al werkzaam ben, heb ik ook werk gevonden via mensen met wie je eerder hebt gewerkt in vorige praktijken.

Arbeidsmarktoriëntatie

5. **Wanneer is de laatste keer dat je de behoefte voelde je te oriënteren op werkplekken?**

Dat was vorig jaar, in augustus 2016.

6. **Waarom voelde je toen de behoefte je te oriënteren op werkplekken?**

Ik ben in juli 2013 afgestudeerd als tandarts. Vanaf augustus 2013 heb ik 4 dagen gewerkt in 3 verschillende praktijken tot augustus 2015. In september 2015 heb ik de MBA opleiding gedaan aan de Haagse hogeschool. In augustus 2016 heb ik de MBA opleiding afgerond. Daarom was er in september behoefte om opnieuw te zoeken naar een werkplek.

7. **Wat zijn de laatste drie bronnen die je hebt gebruikt om je te oriënteren op het banenaanbod in jouw markt?**

Via via. Collega's met wie ik ben afgestudeerd vragen of ze in de praktijken waar ze werken nog mensen nodig hebben. Mensen met wie ik eerder heb gewerkt in voorgaande praktijken vragen of ze nog mensen zoeken in de praktijk. Daarnaast de websites knmt.nl en ant.nl en ik heb ook gebruik gemaakt van LinkedIn.

8. **Kan je uitleggen waarom je juist deze bronnen gebruikt?**

Via via is het makkelijkst, mensen die je kent weten wat je belangrijk vindt en kunnen daarom redelijk inschatten of de plek die een tandarts zoekt, iets is wat goed past. Via de website knmt.nl en ant.nl kun je

zelf kiezen op welke vacature je reageert. Vaak hebben praktijken een website waardoor je kan zien wie er in een team zit en of er specialisaties onder 1 dak in de praktijk worden aangeboden. Via LinkedIn kan je in je profiel aangeven dat je op zoek bent naar een baan. Vaak wordt je dan benaderd door recruiters, bijvoorbeeld dental care professionals, rovidam enzovoort. Ook kunnen praktijkhouders en praktijkmanagers je een bericht sturen met een vacature die interessant kan zijn.

Is jouw netwerk jouw belangrijkste bron?
Ja, zeker.

9. **Kan je uitleggen hoe je deze drie bronnen gebruikt?**

Via via, oud studiegenoten een WhatsApp sturen met de vraag of ze nog een praktijk kennen die op zoek is naar een tandarts, eigenlijk dan het liefst op een locatie in de buurt van waar je woont. Oud-collega's, dus assistenten, praktijkmanagers waarmee ik heb gewerkt, een app sturen met de vraag of ze nog zoeken naar een tandarts. En op de website, kijken welke vacatures interessant zijn op de site. Hierbij let ik op de locatie van de praktijk, is het een groepspraktijk of een solopraktijk? Zijn er specialisaties in de praktijk. Is het een jong team, of een wat meer ervaren team? En op LinkedIn, een profiel aanmaken met foto en CV, alle mensen met wie je ooit hebt gewerkt toevoegen en in je verhaal schrijven dat je op zoek bent naar een baan.

10. **Je gaf eerder aan dat je tijdens je afstuderen en ook daarna de KNMT vacaturesite hebt gebruikt. Ik wil deze graag samen bezoeken om te observeren hoe je deze gebruikt.**

Dat is goed.

*Interviewer gaat naar https://www.knmt.nl/vacatures.

11. **Indien je filters of zoekwoorden gebruikt of zou gebruiken tijdens het zoeken naar een werkplek, wilt je deze dan voor mij inschakelen of invoeren?**

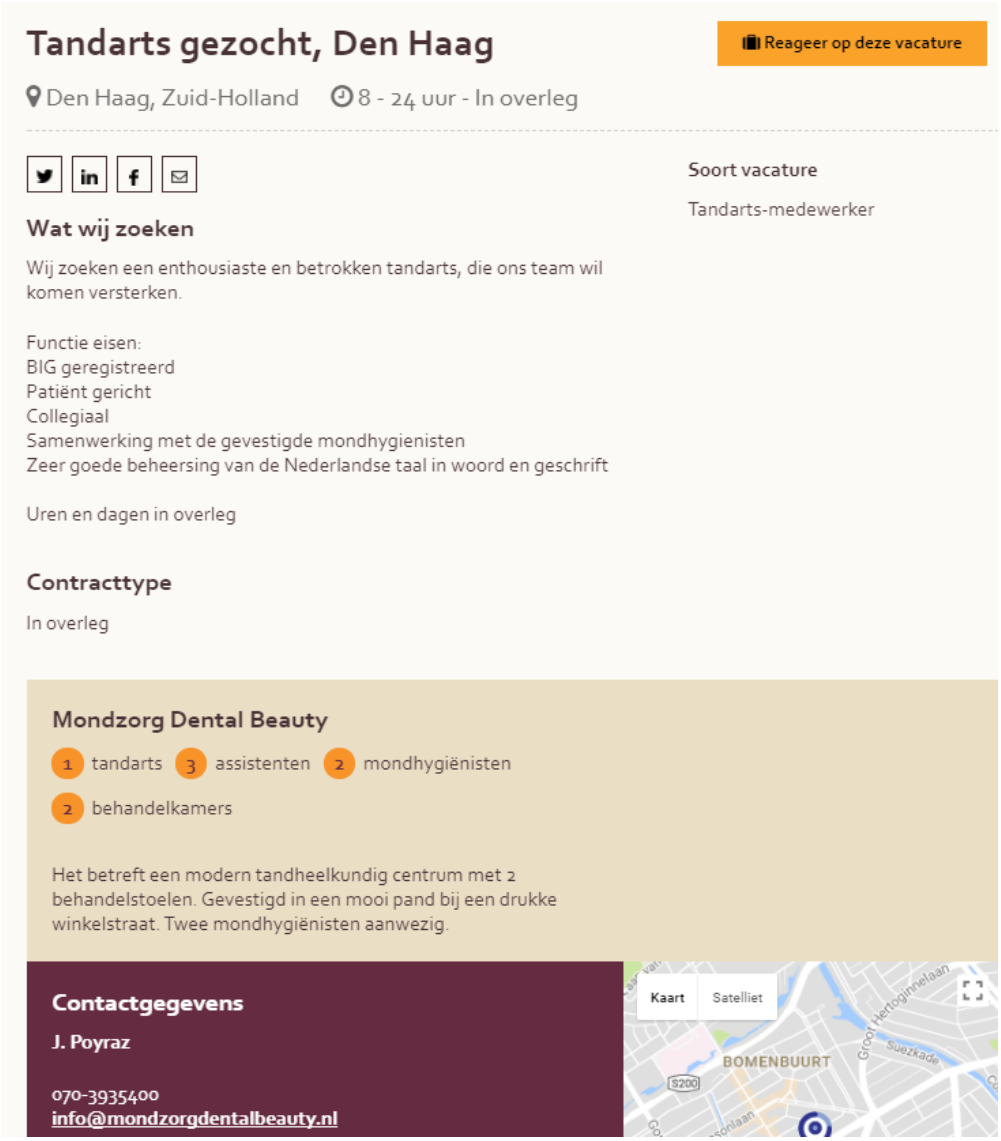
*Tandarts schakelt optioneel de gewenste filters in. Selectie aan bedrijfsvacatures blijft over.

Welke filters worden ingeschakeld: tandarts medewerker, tandarts waarnemer, Zuid-Holland.
Welke zoekwoorden worden gebruikt: geen zoekwoorden

12. **Nu wil ik samen naar de titels van de bedrijfsvacatures kijken. Kun je mij vertellen welke drie titels hierbij aantrekkelijk overkomen?**

Ik kijk eigenlijk niet naar de titels, maar meer naar de locatie en verdere informatie die erin staat.

(Tandarts bekijkt eerste pagina en gaat met muis over vacatures.) Deze, Tandarts gezocht, Den Haag. (Tandarts klikt op de vacature en scant vacature.) Dit vind ik interessant vanwege de locatie van de praktijk en de mogelijkheid parttime te kunnen werken, 1 tot 3 dagen.



Tandarts gezocht, Den Haag

Reageer op deze vacature

Den Haag, Zuid-Holland 8 - 24 uur - In overleg

Soort vacature

Tandarts-medewerker

Wat wij zoeken

Wij zoeken een enthousiaste en betrokken tandarts, die ons team wil komen versterken.

Functie eisen:
BIG geregistreerd
Patiënt gericht
Collegiaal
Samenwerking met de gevestigde mondhygienisten
Zeer goede beheersing van de Nederlandse taal in woord en geschrift

Uren en dagen in overleg

Contracttype

In overleg

Mondzorg Dental Beauty

1 tandarts 3 assistenten 2 mondhygiënisten

2 behandelkamers

Het betreft een modern tandheelkundig centrum met 2 behandelstoelen. Gevestigd in een mooi pand bij een drukke winkelstraat. Twee mondhygiënisten aanwezig.

Contactgegevens

J. Poyraz

070-3935400
info@mondzorgdentalbeauty.nl

13. **Vind je hier alles wat je terug wilt lezen in een vacature?**

Nee, de gewenste ervaring van de tandarts die solliciteert staat niet vermeld en ook de praktijkwebsite wordt niet vermeld.

(Tandarts gaat terug naar beginpagina) Scrolt een stukje naar beneden en stopt bij vacature. Jeugdtandzorg west, interessant omdat het in Den Haag is en ik het leuk vind om met kinderen te werken. (Tandarts klikt op vacature en leest door) Hier lijken ook mogelijkheden te zijn voor ontwikkeling, omdat ze iemand zoeken die later nog leiding zou willen geven. Deze vacature is alleen aantrekkelijk als je op zoek bent naar een fulltime baan. In mijn geval niet iets waar ik voor kies. Ik heb liever meerdere werkplekken waar ik parttime werk. Indien ik op deze vacature reageer, dan zou ik wel vermelden dat ik maximaal 3 dagen in de praktijk wil werken, omdat ik graag ook op andere plekken werk.

Jeugdtandzorg West, Den Haag, zoekt een leidinggevende tandarts

Reageer op deze vacature

Den Haag, Zuid-Holland 32 - 40 uur - Full time, Part time

Wat wij zoeken

Wij zoeken een tandarts die:

- ervaren is met het behandelen van kinderen
- zich wil ontwikkelen tot leidinggevende
- samenwerking belangrijk vindt en daar naar handelt
- veranderingen kan doorvoeren
- helder communiceert, met aandacht luistert
- zonder restricties is ingeschreven in het BIG-register

Wat wij bieden

Wij bieden:

- persoonlijke begeleiding en coaching
- ruimte voor ontplooiing
- werken met een goed team van professionals
- moderne, kleurrijke werkomgeving
- marktconform salaris

Contracttype

Full time Part time

Soort vacature

Tandarts-medewerker

Honorering

Vast salaris

WIJ ZOEKEN VOOR 4-5 DAGEN PER WEEK

een LEIDINGGEVENDE TANDARTS

Met ervaring in het behandelen van kinderen en die tevens affiniteit heeft met management en leiderschap

Zorg verlenen is meer dan alleen behandelen. Om die zorg te verlenen is het van belang dat alle praktijkmedewerkers samenwerken aan de verbetering van de mondgezondheid van hun patiënten. Daarvoor is sturing en leiding nodig. Als tandarts wordt je niet opgeleid om die sturing en leiding te geven. Jeugdtandzorg West biedt je de mogelijkheid om je op het vlak van management en leiderschap te scholen en te ontwikkelen. Voel je je geroepen om jouw team van ervaren professionals van een vestiging van beperkte grootte te leiden en de zorg aan patiënten richting te geven? Dan biedt Jeugdtandzorg West je een mooie kans.

Wij zoeken een tandarts die Wij bieden

(Tandarts gaat weer terug naar beginpagina, klikt door naar tweede pagina en klikt daar de eerste vacature aan) Tandarts in Den Haag voor 1 dag in de week. (Tandarts klikt op vacature en leest tekst) Dit is interessant vanwege de plek en ook weer de parttime mogelijkheid om aan de slag te gaan.

tandarts

Reageer op deze vacature

Den Haag, Zuid-Holland 8 - 8 uur -

Soort vacature

Tandarts-medewerker

Honorering

Omzetpercentage

Wat wij zoeken

voor 1 dag in de week zijn wij op zoek naar een enthousiaste tandarts voor onze moderne praktijk eventueel uit de breiden naar meerdere dagen

Functie-eisen

afgeronde tandartsopleiding en

goede beheersing van nederlands in woord en geschrift

Wat wij bieden

Wij zijn een groepspraktijk met diverse tandheelkundige specialismen,

waaronder implantologie, parodontologie, esthetische tandheelkunde

en uitgebreid kroon- en brug werk.

Peter Jonker

4 tandartsen 4 assistenten 6 mondhygiënisten

5 behandelkamers

Wij zijn een groepspraktijk met diverse tandheelkundige specialismen, waaronder implantologie, parodontologie, esthetische tandheelkunde en uitgebreid kroon- en brug werk.

14. **Wat zijn de belangrijkste trefwoorden die jou aantrekken in de titels van de vacatures op de vacaturesite?**

Ik kijk als eerst naar de locatie van de praktijk, daarnaast vind ik het ook belangrijk het aantal uren waarvoor de vacature is.

15. **Wat vind je belangrijk om terug te lezen in een vacature?**

Locatie van de praktijk, aantal stoelen, aantal uren waarvoor de vacature is. Specialisaties in de praktijk. Gewenste ervaring van de tandarts die solliciteert. Praktijkwebsite als er eentje is.

Hoe handel je als je wil solliciteren bij een van die praktijk?

Als ik geïnteresseerd ben, dan zoek ik de website van de praktijk op in google. Dan kan ik daarna een mening vormen of het me een leuke praktijk lijkt om in te werken.

Vacature- en organisatiekenmerken

Stel je voor dat dit de website is van de praktijk waarbij je zou willen solliciteren.

* Interviewer navigeert naar bedrijfswebsite www.TandartspraktijkX.nl.

16. **Op welke drie pagina's klik je wanneer je je oriënteert op dit bedrijf?**

(Tandarts gaat naar menubalk, schuift met muis over praktijk en daarna naar 'ons 'team') Praktijk, en dan team om te kijken hoe groot het team is en hoeveel tandartsen, assistenten er werken. (Tandarts schuift met muis over contact) Daarna kijk ik op Contact, om te kijken waar de praktijk zit en hoeveel mijn reistijd is. (Tandarts schuift met muis over vacatures) Daarna bezoek ik Vacatures, om te kijken of ze op zoek zijn naar tandartsen.

17. **Wordt hier alle informatie gevonden waar je naar op zoek zou zijn wanneer je je oriënteert op deze mogelijke werkplek?**

(Tandarts bezoekt pagina's en leest het kort door) Niet alles staat er, maar er staat wel voldoende om te weten dat ik hier niet ga solliciteren. De praktijk zit op 50 km vanaf Den Haag en ik ben niet bereid om elke dag 1 uur in de auto te zitten.

Is de afstand de nummer 1 reden om niet te solliciteren?

Ja, want het is voor mij te ver weg vanaf mijn huis.

18. **Eerder gaf je aan dat niet alles er staat. Welke informatie ontbreekt er volgens jou?**

Met name in de vacature, de gewenste ervaring die een tandarts nodig heeft om te solliciteren.

Arbeidsmarktoriëntatie

19. **Op welke manier zou een tandarts online het liefst benaderd willen worden door een werkgever?**

Berichtje via LinkedIn. Of via email, kan overigens alleen als je al gesolliciteerd hebt op de vacature, want anders heeft de werkgever geen gegevens van de solliciterende tandarts.

20. **Op welke manier zou een tandarts zelf social media kanalen gebruiken om zich te oriënteren op een baan?**

Ook LinkedIn, door een profiel aan te maken en te vermelden dat je op zoek bent naar werk.

21. **Zou je gebruik maken van een werving- en selectiebureau bij het zoeken naar een werkplek?**

Nee, heb ik twee keer gedaan, uiteindelijk matchen de bureaus je niet met de plekken die goed bij je passen. De plekken waar ik heb gewerkt via de bureaus waren allemaal tijdelijk van aard, ongeveer 6 maanden. Zelf gericht zoeken via ant.nl of knmt.nl levert betere resultaten op. In mijn geval althans. Ook via via zorgt voor een betere match.

3. Arbeidsmarktpositie

22. **Hoe heb je jouw huidige en vorige werkplekken gevonden?**

Via ant.nl heb ik (naam praktijk) gevonden, (naam tandartspraktijk) heb ik via via gevonden, via een mondhygiënist die in deze praktijk werkt, met wie ik samen op de middelbare school zat. En (naam tandartspraktijk) via een kennis.

23. **Heb je weleens gewisseld van praktijk?**

Ja. Twee keer.

24. **Wat waren voor jou de belangrijkste redenen om over te gaan tot het werken bij een andere praktijk?**

Verschillen in mening met de praktijkhouder. Starten met de MBA opleiding, was een fulltime opleiding, waardoor ik alleen op zaterdag kon werken en daardoor 1 van mijn werkplekken moest opzeggen. Bij de andere praktijk was het de locatie van de praktijk, want ik ben geen fan van reistijd. Een praktijk op meer dan 10 kilometer vanaf mijn huis vind ik een minpunt, omdat ik dan met de auto moet gaan en ik geen fan ben van file.

25. **Wat vind je van het aantal stoeluren dat je per week werkt?**

Op dit moment 32 uren. Hiermee ben ik tevreden.

26. **Op welke manier zou je de balans tussen werk en privé zelf willen bepalen?**

Door te kijken wat er per moment haalbaar is. Op dit moment heb ik nog geen kinderen waardoor 32 uren werken goed te doen is. Indien dit in de toekomst anders is, zou dit nog kunnen worden aangepast door de werkuren te verminderen.

Arbeidsgeluk

Hier gaan we in op het ervaren van geluk op de werkplek.

27. **Wat zijn voor jou de belangrijkste factoren die jouw arbeidsgeluk optimaliseren?**

Leuke collega's, leuke patiënten, een werkplek op minder dan 10 km vanaf mijn huis, goede arbeidsvoorwaarden en een goede praktijkorganisatie.

Wat valt voor jou onder een goede praktijkorganisatie?

Een goede planning, spullen die je nodig hebt altijd op tijd bijbesteld, goede hygiëne.

28. **Hoe kan de opdrachtgever of praktijkmanager bijdragen aan het arbeidsgeluk voor tandartsen?**

Door regelmatig een gesprek om te bespreken hoe het in de praktijk gaat.

Wat wordt er in zo'n gesprek besproken?

Idealiter zou er dan van beide kanten verbeterpunten worden doorgenomen.

29. **Wat is voor jou de meest doorslaggevende factor die jouw arbeidsgeluk kan verminderen?**

Een lange reistijd, patiënten die niet komen opdagen, zonder overleg behandelingen in mijn agenda plannen.

30. **Op welke manier kan de opdrachtgever of praktijkmanager jou hierin tegemoet komen?**

Door regelmatig overleg over de gang van zaken en verbeterpunten van jou kant serieus nemen.

Motivatoren

In de enquête wordt gevraagd hoe belangrijk een aantal specifieke arbeidsmotivatoren zijn bij het zoeken van een nieuwe baan. Deze zijn inkomen, opleidingsmogelijkheden, team, werken bij een maatschappelijk verantwoorde onderneming, werk waardoor u een zinvolle bijdrage aan de samenleving

levert, mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling, balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen, flexibele arbeidstijden en afstand tussen praktijkvestiging en huis. Hier wordt dieper ingegaan op wat de tandarts precies wil weten wanneer zij of hij zich op deze elementen oriënteert.

31. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *het team* wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Hoeveel tandartsen werken in de praktijk? Zijn er gespecialiseerde tandartsen? Hoeveel assistenten zijn er? Hebben de assistenten al wat ervaring? Is er een praktijkmanager? Hoe worden zaken in de praktijk geregeld?

32. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Als tandarts vind ik dat je een zinvolle bijdrage levert, omdat je baan gericht is op het onderhoud van het gebit van mensen. Vooral wanneer mensen pijn hebben, zie ik het als een bijdrage als je iemand van de pijn af helpt.

33. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Worden vanuit de praktijk congressen, cursussen gefinancierd? Als je een cursus volgt, is er dan ruimte om de geleerde materie in de praktijk toe te passen?

34. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Kan ik op een later moment mijn werkuren aanpassen? Hoe lang van te voren moeten vakanties, verlofdagen worden doorgegeven?

Solliciteren

In de enquête hebben de tandartsen aangegeven wat zij belangrijk vinden tijdens en vlak na het sollicitatieproces. Er wordt dieper ingegaan op wat de meeste tandartsen belangrijk vinden.

35. **Als je een proefdag zou mogen lopen, wat zou je willen zien en doen?**

Hoe de tandartsen in de praktijk werken. Een dagje meelopen met de praktijkhouder geeft al wat inzicht. Kijken naar de materialen die gebruikt worden in de praktijk. Kijken naar hoe de agenda's eruit zien. Zijn het vooral jonge patiënten, of wat oudere patiënten?

36. **Als je contactmomenten met je werkgever zou hebben tijdens de overbrugging tot de eerste werkdag, welke informatie zou je dan graag willen ontvangen?**

Protocollen waarmee wordt gewerkt in de praktijk. Contract met arbeidsvoorwaarden. Dagen waarop je gaat werken. Of je met assistentie werkt. Welke materialen in de praktijk worden gebruikt. Of bepaalde spullen waarmee jij graag werkt, eventueel kunnen worden besteld.

8. Bedrijfskenmerken

37. **Wat zijn voor jou de 3 belangrijkste bedrijfskenmerken die meespelen in jouw keuze voor een nieuwe werkplek? Maak een top 3 belangrijkste bedrijfskenmerken, met op 1 de meest belangrijke.**

Keuze 1 Samenwerking met een vaste tandartsassistent

Keuze 2 Kleine organisatie met korte lijnen

Keuze 3 Zelf nazorg met patiënten bespreken

Overig:

Keuze 4 Werken met de nieuwste technieken (mondscanner, microscoop etc.)
Keuze 5 Ondersteuning bij patiëntadministratie
Keuze 6 In-company opleidingen en trainingen

38. **Waarom zijn dit voor jou belangrijke bedrijfskenmerken?**

Samenwerking met een vaste assistent draagt heel erg bij aan een goede behandeling voor patiënten. Als je goed op elkaar bent ingespeeld, dan kan je patiënten beter op hun gemak stellen en gaan behandelingen vlotter dan wanneer je steeds met een ander werkt. Korte lijnen in een bedrijf werkt het makkelijkst, anders gaat informatie van a naar b en wordt het uiteindelijk niet opgepakt. Ik heb gemerkt dat regelmatig contact met de praktijkhouder en manager, als die er is, belangrijk is om goed met elkaar samen te werken.

Overige

39. **Zijn er nog belangrijke zaken die je kwijt wilt?**

Nee

Hartelijk dank voor uw bijdrage!

Interview 4

Opleiding

1. **Zijn er tijdens de opleiding al opdrachtgevers op jou afgekomen?**

Ja, tijdens mijn studie heb ik gewerkt als tandartsassistente. Mijn huidige opdrachtgever heeft gevraagd ook na mijn studie te blijven werken, maar dan als tandarts.

Hoe is deze opdrachtgever met jou in contact gekomen?
Ik begon bij (naam tandartspraktijk) als assistente. Zat toen in mijn vierde jaar. Oude buurmeisje van me, had een vacature van ze op Facebook gezien en had mij erin getagd. Ik was nog bezig met mijn opleiding, en ging als bijbaan assisteren. Het was eigenlijk meer ervaring opdoen. Tijdens je studie, mocht je hopen dat je genoeg patiënten had. Tijdens het assisteren zag ik natuurlijk veel meer en leerde ook heel veel! Ik werkte eens in de 2 weken op de zaterdag en daarnaast nog bij de Albert Heijn. Drukke leven (tandarts lacht). Net voor het afstuderen, heeft (naam tandartspraktijk) mij gevraagd om als tandarts te werken bij ze.

Dus je nam eerst zelf contact op en ging daar als assistente aan de slag en net voor je afstuderen benaderden zij jou weer?
Ja. Zo ging het eigenlijk.

Welke invloed op de beslissing om daar als tandarts te gaan werken, had jouw eerdere werkervaring daar?
Een positieve invloed. Ik kende de praktijk. Collega's waren leuk en er heerste een leuke sfeer

2. **Heeft jouw opleidingsinstituut je tijdens de opleiding met opdrachtgevers in contact gebracht?**

Nee.

3. **Oriënteerde je je tijdens jouw opleiding zelf al op toekomstige werkplekken?**

Nee, studie afronden was mijn prioriteit.

4. **Ben je je na jouw afstuderen gaan oriënteren op werk?**

Ja, 2 maanden erna

Waarom 2 maanden daarna?

Ik ben eerst nog 2 maanden weggeweest. Ik moest bijkomen na 6 jaar studeren (tandarts lacht).

Op welke manier heb je je na jouw afstuderen georiënteerd op werk?

Ik heb niet lang rondgekeken, mijn werkplek voor 2 dagen stond natuurlijk al vast. Via een vriendin die als mondhygiëniste werkte heb ik mijn 2e praktijk gevonden. Beide praktijken verschillen veel, maar zijn beide superleuk!

Arbeidsmarktoriëntatie

5. **Je hebt jouw netwerk gebruikt om je te oriënteren op een baan, zijn er nog meer bronnen die je gebruikt hebt?**

Nee, ik heb echt alles via via gevonden.

Zijn er bronnen die je eventueel zou gebruiken naast je netwerk?

LinkedIn, KNMT, ANT.

6. **Kan je uitleggen waarom je juist deze bronnen zou gebruiken?**

Op LinkedIn heb ik veel zakelijke relaties die me kunnen helpen een baan te vinden. ANT en KNMT zijn meest betrouwbare en recente bronnen in mijn ogen. Ik heb het alleen zelf nog nooit gebruikt omdat ik via mijn netwerk aan mijn banen ben gekomen.

7. **Je gaf aan dat je van de KNMT vacaturesite gebruik zou maken. Deze wil ik graag samen met jou bezoeken om te observeren hoe je deze zou gebruiken.**

*Interview en geïnterviewde gaan naar https://www.knmt.nl/vacatures.

8. **Indien je filters of zoekwoorden zou gebruiken tijdens het zoeken naar een werkplek, wil je deze dan voor mij inschakelen of invoeren?**

*Tandarts schakelt optioneel de gewenste filters in. Selectie aan bedrijfsvacatures blijft over.

Welke filters worden ingeschakeld: tandartswaarnemer, tandartsmedewerker
Welke zoekwoorden worden gebruikt: Rotterdam, Den Haag, Delft

9. **Nu wil ik samen naar de bedrijfsvacatures kijken. Kun je mij vertellen welke drie hierbij aantrekkelijk overkomen?**

1: Tandarts gezocht (regio Rotterdam)
2: Tandartsen in Rotterdam centrum gezocht
3: Tandarts gezocht in Rotterdam Hoogvliet

10. **Waarom zijn deze drie vacatures voor jou aantrekkelijk?**

Ze zijn kort en bondig.

11. **Wat zijn de belangrijkste elementen die jou aantrekken in de titels van de vacatures op de vacaturesite?**

Wanneer er 'tandarts gezocht' staat en ik kijk naar de plaatsnaam.

12. **Wat vind je belangrijk om terug te lezen in een vacature?**

Voor hoeveel uur ze iemand zoeken en de plaatsingsdatum.

13. **Wil je voor mij klikken op de vacatures die voor jou aantrekkelijk ogen?**

Tandarts gezocht! (regio Rotterdam)

Reageer op deze vacature

Rotterdam, Zuid-Holland - uur - Full time, Part time

Soort vacature

Tandarts-medewerker

Honorering

Omzetpercentage

Wat wij zoeken

andarts gezocht!

Wegens uitbreiding zijn wij op zoek naar nieuwe enthousiaste collega's voor onze tandartspraktijk.

We zijn een enthousiast, sociaal en professioneel team. Er valt veel te leren en interne doorgroei is eventueel te bespreken met de werkgever.

Wij beschikken over vijf behandelkamers en zijn, wat de werkdagen betreft, erg flexibel.Onze praktijk zit in de wijk Nesselande (Rotterdam), (dichtbij Capelle a/d Ijssel, Nieuwerkerk a/d Ijssel, Zevenhuizen, Bergschenhoek, Moordrecht, Bleiswijk, Gouda, enz).

Op zaterdagen zijn we ook een aantal uren geopend. Heeft u interesse in één van de openstaande vacatures, neem dan met ons contact op. U kunt uw sollicitatiebrief en CV (voorzien van een recente foto) per mail opsturen. Graag ontvangen wij uw reactie.

Zie ook www.tandartsdegroenehoek.nl

Mocht u n.a.v. de bovenstaande vacatures nog vragen hebben, dan kunt u ons ook telefonisch bereiken op 010-2222657.

14. **Vind je hier alles wat je terug wilt lezen in een vacature?**

Ja!

15. **Op welke manier zou een tandarts online het liefst benaderd willen worden door een werkgever?**

Via LinkedIn.

16. **Op welke manier zou een tandarts zelf social media kanalen gebruiken om zich te oriënteren op een baan?**

Via Facebook.

17. **Zou je gebruik maken van een werving- en selectiebureau bij het zoeken naar een werkplek?**

Nee.

Waarom niet?

Dat heb ik nooit overwogen. Ik heb mijn werkplekken al gauw gevonden.

Arbeidsmarktpositie

Vragen over de arbeidsmarktpositie dienen ervoor naar voren te laten komen welke bronnen interessant of betrouwbaar genoeg overkomen voor tandartsen om uiteindelijk over te gaan tot daadwerkelijk solliciteren of werken bij deze praktijk.

18. **Heb je weleens gewisseld van praktijk?**

Nee, ik heb het naar mijn zin!

19. **Wat zouden voor jou de belangrijkste redenen zijn om over te gaan tot werken bij een andere praktijk?**

Niet leuke collega's. En als ik dingen zie die niet volgens richtlijnen gaan.

20. **Wat vind je van het aantal stoeluren dat je per week werkt?**

Goed hoor.

21. **Op welke manier zou je de balans tussen werk en privé zelf willen bepalen?**

Door geen eigen praktijk te starten. Als je een eigen praktijk hebt, kan ik me voorstellen dat het veel moeilijker is om een balans te kunnen vinden tussen werk en privé. Je neemt toch sneller werk mee naar huis.

Arbeidsgeluk

Hier gaan we in op het ervaren van geluk op de werkplek.

22. **Wat zijn voor jou de belangrijkste factoren die jouw arbeidsgeluk optimaliseren?**

Je werk met plezier doen. Waardering van patiënten. Leuke collega's!

23. **Hoe kan de werkgever bijdragen aan het arbeidsgeluk voor tandartsen?**

Door volgens richtlijnen te werken.

24. **Wat is voor jou de meest doorslaggevende factor die jouw arbeidsgeluk kan verminderen?**

Als je geen waardering krijgt van je werk en collega's

25. **Op welke manier kan de werkgever jou hierin tegemoet komen?**

Iedereen heeft het wel eens nodig om te horen of je het goed doet en wat je kan verbeteren. Waardering geeft plezier in je werk!

Motivatoren

In de enquête wordt gevraagd hoe belangrijk een aantal specifieke arbeidsmotivatoren zijn bij het zoeken van een nieuwe baan. Deze zijn inkomen, opleidingsmogelijkheden, team, werken bij een maatschappelijk verantwoorde ondememing, werk waardoor u een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert, mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling, balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen, flexibele arbeidstijden en afstand tussen praktijkvestiging en huis. Hier wordt dieper ingegaan op wat de tandarts precies wil weten wanneer zij of hij zich op deze elementen oriënteert.

26. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *het team* wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Is er een vaste assistente aan de stoel, ja of nee. Multicultureel team. Leeftijdscategorie

27. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Ik zou het echt niet weten. Ik vind dat je als tandarts sowieso een zinvolle bijdrage levert.

28. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Met wat voor soort patiënten heb ik te maken? Is het een achterstandswijk, waarbij ik alleen controles kan uitvoeren, vullen of trekken? Bestaat er een mogelijkheid om uitgebreide behandelplannen uit te voeren?

29. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Zijn de werktijden en dagen flexibel?

30. **Zijn er overige vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Ja, de arbeidsvoorwaarden.

Vacature- en organisatiekenmerken

In dit onderdeel wordt gekeken hoe je je zou oriënteren wanneer je bij dit bedrijf zou willen werken.

* Interviewer en geïnterviewde gaan naar bedrijfswebsite www.TandartspraktijkX.nl.

31. **Op welke drie pagina's klik je wanneer je je oriënteert op dit bedrijf?**

De praktijk, ons team en behandelingen.

32. **Wordt hier alle informatie gevonden waar je naar op zoek zou zijn wanneer je je oriënteert op deze mogelijke werkplek?**

Nee.

Welke informatie ontbreekt er voor jou?

Foto's van de praktijk zelf.

Zou je ondanks de ontbrekende foto solliciteren?

Weet ik niet.

Waarom weet je dit niet?

Ik wil wel in een moderne praktijk werken. Ik zou het liefst niet met 'oude' apparatuur willen werken. Als ik verder niks kon vinden en geen andere sollicitatieplek zou hebben, dan pas zou ik ze benaderen (tandarts lacht). Ik wil toch wel weten hoe de praktijk eruit ziet. Geeft toch een eerste indruk

Solliciteren

In de enquête hebben de tandartsen aangegeven wat zij belangrijk vinden tijdens en vlak na het sollicitatieproces. Er wordt dieper ingegaan op wat de meeste tandartsen belangrijk vinden.

33. **Als je een proefdag zou mogen lopen, wat zou je willen zien en doen?**

Patiëntenpopulatie, hoe zien de agenda's eruit, hoe goed zijn de assistentes?

34. **Als je contactmomenten met jouw opdrachtgever zou hebben tijdens de overbrugging tot de eerste werkdag, welke informatie zou je dan graag willen ontvangen?**

Hoe ziet mijn agenda eruit? Wie assisteert mij? Wordt zij ook mijn vaste assistente?

Bedrijfskenmerken

35. **Wat zijn voor jou de 3 belangrijkste bedrijfskenmerken die meespelen in jouw keuze voor een nieuwe werkplek? Maak een top 3 belangrijkste bedrijfskenmerken, met op 1 de meest belangrijke.**

Keuze 1 Samenwerking met een vaste tandartsassistent
Keuze 2 Zelf nazorg met patiënten bespreken
Keuze 3 In-company opleidingen en trainingen

36. **Waarom zijn dit voor jou belangrijke bedrijfskenmerken?**

Een vaste assistente is voor mij het belangrijkste wat er is. Je bent helemaal op elkaar ingewerkt,. Het kost veel tijd als je elke keer weer met iemand anders moet werken.

En waarom is zelf nazorg met patiënten bespreken voor jou belangrijk?

Ik zie mijn werk niet als een lopende band. Ik neem mijn tijd voor mijn patiënten. Nazorg wil ik dan ook zelf leveren, dit is veel persoonlijker en voelt vertrouwder aan.

In-company opleidingen en trainingen?

Je bent nooit uitgeleerd!

Overige

37. **Zijn er nog belangrijke zaken die je kwijt wilt?**

Nee

Hartelijk dank voor uw bijdrage!

Interview 5

Opleiding

1. **Zijn er tijdens de opleiding al opdrachtgevers op je afgekomen?**

Ja, ik kreeg via LinkedIn aanvragen van werkgevers.

Hoe kreeg je aanvragen?

Opdrachtgevers stuurden mij een bericht met een omschrijving van de praktijk en wat zij zoeken enzovoort.

Nam je hierdoor deze opdrachtgevers in overweging voor een toekomstige werkplek?

Ja daar heb ik zeker wel over nagedacht. Alleen opdrachtgevers die echt heel vroeg in mijn studie kwamen, daar deed ik niet echt wat mee want ik was duidelijk nog niet klaar. Een praktijkhouder die tegen het eind van mijn studie mij een bericht via LinkedIn stuurde, daar heb ik wel serieus op gereageerd, gesolliciteerd en ik werk er nu nog steeds.

2. **Heeft jouw opleidingsinstituut je tijdens de opleiding met opdrachtgevers in contact gebracht?**

Nee, dat niet, dat doe je zelf.

3. **Oriënteerde je je tijdens jouw opleiding zelf al op toekomstige werkplekken?**

Ja, toen ik begon met mijn opleiding, als assistent, maakte ik al een LinkedIn aan. Daarna tijdens mijn studie, keek ik wel wat rond en kreeg ik zoals ik eerder vermeldde die berichten van praktijken, maar ik keek er nog niet serieus naar. Zo tegen het einde begon ik me meer te oriënteren.

Oriënteerde je je alleen via LinkedIn of gebruikte je ook andere bronnen tijdens je opleiding?

Tijdens mijn opleiding was ik niet echt bezig, dus ik was meer soort van werkzoekende of oriënterende. Pas tegen het einde was ik echt serieus op LinkedIn en daarna heb ik veel via via gezocht.

4. **Waarom voelde je toen wel de behoefte om te oriënteren op werkplekken?**

Omdat ik bijna klaar zou zijn en dus echt aan de slag zou gaan. Dat was eerder nog niet zo aan de orde.

Hoe heb je via via gezocht?

Eén van de praktijken waar ik heb gewerkt bijvoorbeeld, daar heb ik als tandartsassistent gewerkt. Toen ik vervolgens bijna klaar met mijn opleiding tot tandarts was, heb ik de praktijkhouder benaderd omdat die al eerder had aangegeven dat ze mij met open armen ontvingen als tandarts. Dus daar was mijn plek al gegarandeerd. Verder heb ik van een studiegenoot vernomen waar zij ging werken en daar ben ik op af gegaan.

5. **Waarom ben je op het aanraden van je studiegenoot afgegaan?**

Ik denk dat je een inside beeld krijgt van de praktijk. Zij weten tenslotte hoe het eraan toe gaat, het is geen verkooppraatje van een manager of iets puur om je te lokken. Ik hoor het liever van mensen die er echt werken en meemaken.

Arbeidsmarktoriëntatie

6. **Wanneer is de laatste keer dat je de behoefte voelde je te oriënteren op werkplekken?**

Dat was vorig jaar in de zomer, net na de zomer.

7. **Waarom voelde je toen de behoefte je te oriënteren op werkplekken?**

Ik ging weg bij een van de praktijken waar ik toen werkte. De praktijk waar ik dus ging werken nadat ik daar als assistent ging werken. Dus ik wilde op zoek naar een nieuwe praktijk.

8. **Is dat de enige keer dat je hebt gewisseld van praktijk?**

Ja.

9. **Wat waren voor jou de belangrijkste redenen om over te gaan tot het werken bij een andere praktijk?**

Er waren een aantal redenen. Ik vond dat de organisatie tekort deed. Behandelingen werden ingepland zonder mij op de hoogte te stellen bijvoorbeeld. De werkdruk werd steeds maar hoger en hoger. Ja, als ik het gevoel krijg dat ik in het nauw wordt gedreven met de werkdruk en zogezegd niet eens kan ademen, dan hou ik ermee op. Toen ik daar stage ging lopen als assistent had ik maar kort een indruk gekregen natuurlijk, het was maar 6 maanden. Plus was ik daar nog assistent en geen tandarts, dus kon ik niet van tevoren weten hoe de druk zou stijgen. Ik voelde het heet onder m'n voeten worden (tandarts lacht).

Werkdruk en organisatie waren voor jou de belangrijkste redenen om te stoppen?

Ja, dat moet gewoon echt goed geregeld zijn. Mijn rust moet bewaakt worden. Is dat niet zo, dan doe ik dat zelf.

10. **Welke bronnen heb je toen gebruikt om je te oriënteren op een nieuwe werkplek?**

KNMT.

11. **Kan je uitleggen <u>waarom</u> je juist deze bronnen gebruikte?**

Ik denk dat daar gewoon actuele vacatures opstaan. Het is duidelijk, overzichtelijk. Ik kan filteren op wat ik zoek.

12. **Zou je mij willen laten zien hoe je de KNMT vacaturesite gebruikt?**

*Interviewer gaat naar https://www.knmt.nl/vacatures.

13. **Welke <u>filters</u> of <u>zoekwoorden</u> gebruikte je toen?**

*Tandarts schakelt optioneel de gewenste filters in. Selectie aan bedrijfsvacatures blijft over.
(Tandarts schakelt filter Tandarts-medewerker vlug in, gaat daarna met muis over contracttype en selecteert niets) Dit maakt mij niet zoveel uit. Als het maar geen stage is (lacht). Ik woon zelf in Amersfoort dus ik vind het belangrijk dat de praktijk dichtbij is (tandarts klikt op Utrecht en daarna op Praktijk met meerdere tandartsen).

Welke filters worden ingeschakeld: Tandarts-medewerker, Utrecht, Praktijk met meerdere tandartsen.
Welke zoekwoorden worden gebruikt: Geen

14. **Nu wil ik samen naar vacatures kijken. Kan je mij vertellen welke hierbij aantrekkelijk overkomen?**

(Tandarts gaat over vacatures met muis, benoemt enkele trefwoorden) Spoed, spoed, spoed, daar heb ik allemaal geen zin in (lacht).

Waarom geen spoed?

Ja, spreekt mij toch niet zo aan. Denk dat ik liever vaste patiënten zie. Niet mensen die alleen langskomen voor een klacht.

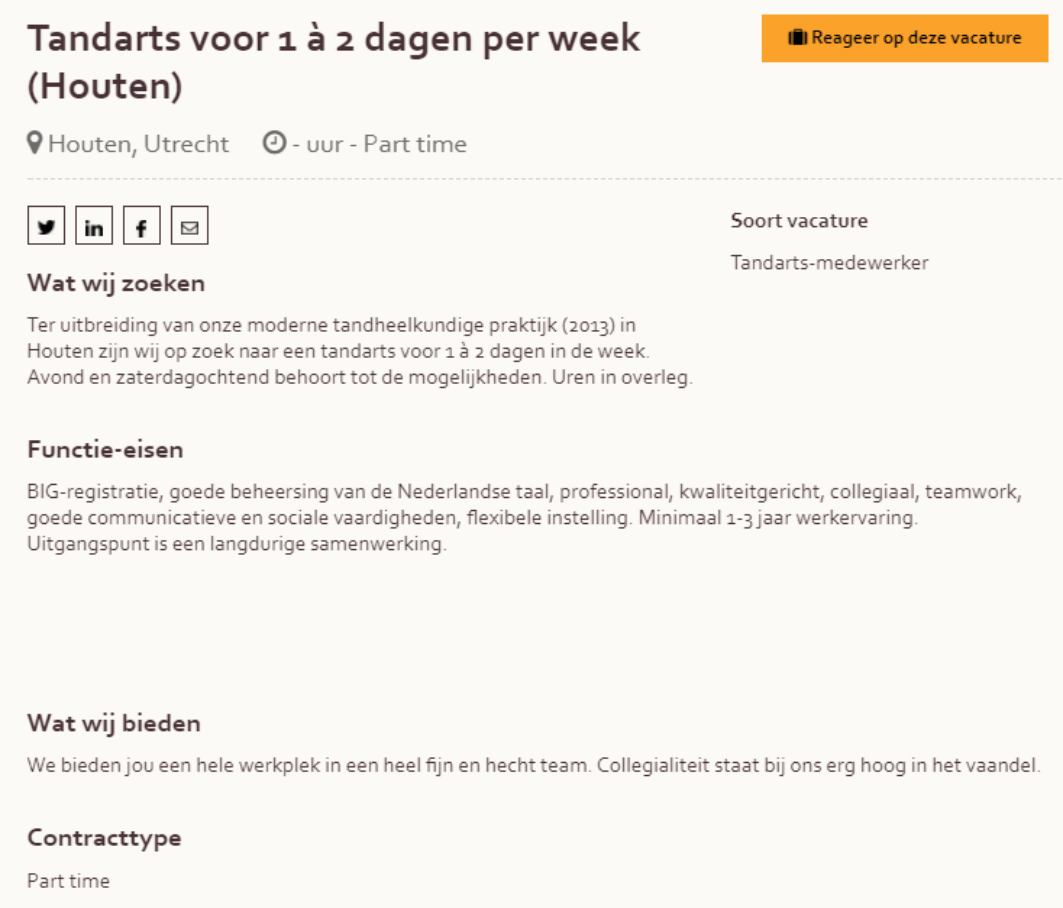
Waar kijk je naar als je verder door de vacatures scrolt?

Het moet wel echt redelijk dichtbij zijn. Ik reis nu bijvoorbeeld ongeveer een half uur naar beide praktijken, de één in Bunnink, de ander in Almere. Meer dan dat hoeft voor mij ook niet.

(Tandarts scrolt vlug langs vacatures en klikt op vacature midden onder) Kijk, Tandarts voor 1 à 2 dagen per week, dat klinkt goed.

Waarom?
Omdat ik toen, dat weet ik nog, een praktijk zocht voor ongeveer 1 of 2 werkdagen. Ik werkte namelijk nog steeds bij een andere praktijk. Dat moet dus wel te verdelen zijn. Hier is meteen duidelijk hoeveel dagen je daar aan de slag kan.

15. **Kunnen wij die vacature bekijken die jou aansprak?**



Tandarts voor 1 à 2 dagen per week (Houten)

Reageer op deze vacature

Houten, Utrecht - uur - Part time

Soort vacature

Tandarts-medewerker

Wat wij zoeken

Ter uitbreiding van onze moderne tandheelkundige praktijk (2013) in Houten zijn wij op zoek naar een tandarts voor 1 à 2 dagen in de week. Avond en zaterdagochtend behoort tot de mogelijkheden. Uren in overleg.

Functie-eisen

BIG-registratie, goede beheersing van de Nederlandse taal, professional, kwaliteitgericht, collegiaal, teamwork, goede communicatieve en sociale vaardigheden, flexibele instelling. Minimaal 1-3 jaar werkervaring. Uitgangspunt is een langdurige samenwerking.

Wat wij bieden

We bieden jou een hele werkplek in een heel fijn en hecht team. Collegialiteit staat bij ons erg hoog in het vaandel.

Contracttype

Part time

16. **Vind je hier alles wat je terug wilt lezen in een vacature?**

Kort maar krachtige tekst. (Tandarts leest) Uren in overleg is wel prettig. Ze vragen om collegialiteit maar ik weet niet eens wie het team is, wie er allemaal werken ofzo. Oh wacht, hieronder (tandarts scrolt naar beneden) staat meer.

Hier staat iets meer, tenminste over wat ze doen. Twee tandartsen. Twee mondhygiënisten. Klein team. Oké. Ah, wel fijn dat je hier kan lezen wat ze allemaal doen, welke specialisaties, welke behandelingen. Dat is ook heel goed om te weten. Dan weet je of je met je kunnen en ook je interesses hier terecht kan. Ik zou toch wel meer willen weten over het team.

Tandartsen Castellum

2 tandartsen 2 mondhygiënisten

3 behandelkamers

Tandartsen Castellum is een moderne praktijk (2013) met uiterst moderne apparatuur. In onze praktijk kan met terecht voor: •Algemene tandheelkunde. •Kindertandheelkunde. •Esthetische (cosmetische) tandheelkunde. •Behandeling van mensen met angst voor tandheelkundige behandelingen. •Preventie. •Prothesewerk. •Implantologie. •Mondhygiëne. •Orthodontische behandelingen. •Ons team is tevens uitgebreid met een zeer ervaren tandtechnicus.

Contactgegevens

Monique de Bye

0302080056
info@tandartsencastellum.nl

Forum 46
3995 ZJ
Houten
Werkgebied: Utrecht

Zou je solliciteren ondanks die ontbrekende informatie?
Nee, ik wil toch echt wel eerst meer weten.

Hoe ga je dan op zoek naar die informatie?
Door de website. (Tandarts scrolt naar beneden) Oh, staat er niet bij. Dat is echt heel jammer. Als ze geen website hebben, dan vermindert dat meteen mijn indruk.

Hoe komt dat?
Ik moet toch wel meer weten over de praktijk. Een beeld vormen. Ik denk sowieso dat je anno 2017 een website moet hebben. Wat zijn ze aan het doen, dat ze dat niet hebben denk ik dan? Hoe kom je daar onderuit? Ik kan me trouwens ook wel voorstellen dat patiënten je praktijk willen Googlen en meer lezen over de praktijk.

Vacature- en organisatiekenmerken

Stel dat dit de website is van de praktijk.

* Interviewer gaat naar bedrijfswebsite www.TandartspraktijkX.nl.

17. **Op welke drie pagina's klik je wanneer je je oriënteert op dit bedrijf?**

Zoals ik al zei, wil ik het team checken. (Tandarts navigeert over menubalken, naar praktijk – ons team, leest stukje tekst wat bovenaan staat) Goed om te weten wat ze allemaal doen. Ik zou toch wel meer willen weten. Persoonlijk. (Scrolt naar beneden) Hier staat alleen maar de naam bij. En functie.

Vind je hier alles wat je wil lezen?
Nee. Dit is niet voldoende. Op onze praktijkwebsite staat een hele omschrijving. Toen ik via het KNMT zocht naar een praktijk, heb ik op die website ook alle achtergronden van de medewerkers gelezen, één voor één (tandarts lacht). Nee, serieus, het is goed om te weten wie je team is van tevoren.

Wat zou je graag terug willen lezen?
Ja, wanneer zijn ze afgestudeerd? Interesses, gebieden waarop ze werken. Hoe lang ze daar werken is ook wel goed om te weten. Trouwens ook goed om te weten of ze aan bijscholing doen. Hoe actueler, hoe beter. Je kan niet tussen tandartsen zitten met vergane kennis. Er was ook iets in je enquête.. hoe ze het vinden om te werken daar (tandarts glimlacht) ja dat is ook wel interessant. Dat hebben wij niet eens op onze website, maar is wel goed om te weten. (Tandarts scrolt weer naar beneden) informatie over de praktijkhouder is ook wel nuttig trouwens.

Zou je ondanks de ontbrekende informatie solliciteren?
Lastig.

Waarom is dit lastig?
Ja, ik heb wel foto's gezien, maar nog niet echt een compleet beeld gekregen. Misschien dat ik de proef op de som zou nemen en af zou wachten tot nadat ik gesolliciteerd heb. Maar nee, ik weet het toch liever van tevoren.

18. **Waar zou je op klikken als je wil solliciteren?**

Nou, eerst vacatures. (Tandarts klikt op vacatures, leest begintekst.) Hier staat alleen maar wat ze de patiënt te bieden hebben, niet mij. Ja niets mis mee, maar ik wil ook weten waar ik aan begin. Misschien staat het verder. (Tandarts scrolt vlug naar beneden) Nee, alleen mondhygiëniste. Oh wacht (tandarts scrolt iets omhoog), ik kijk er bijna overheen. Zo'n korte tekst! Hier is helemaal niks te vinden over de tandarts. Volgens mij zoeken ze helemaal geen tandarts. Zo ziet het er niet naar uit. Een mondhygiëniste, daar weten ze precies van wat ze daar van willen. De tandarts willen ze niet echt (tandarts lacht).

Ga je nu solliciteren?
Nou. Er staat wel 2 dagen per week, daar was ik wel toevallig naar op zoek. Maar verder. Geen idee. Denk het eerlijk gezegd niet. Ik heb niet genoeg kunnen lezen over alles.

Arbeidsmarktoriëntatie

19. **Op welke manier zou een tandarts online het liefst benaderd willen worden door een werkgever?**

LinkedIn was wel best. Makkelijk. Daarnaast mailen. Ik weet dat je je CV op KNMT en vast ook andere sites kan zetten, dan is het wel handig als opdrachtgevers daarop kunnen reageren. Online berichten via LinkedIn of mail is altijd goed, bellen is onhandig want je kan aan het werk zijn of simpelweg geen zin hebben met een opdrachtgever te bellen.

20. **Op welke manier zou een tandarts zelf social media kanalen gebruiken om zich te oriënteren op een baan?**

Zoals ik gedaan heb, via LinkedIn. Ook KNMT. Oh wacht dat is geen social media. Ja LinkedIn dus (tandarts lacht)

21. **Zou je gebruik maken van een werving- en selectiebureau bij het zoeken naar een werkplek?**

Nee.

Waarom niet?

Ik vind dat onnodig.

Waarom onnodig?

Het is best makkelijk om een baan te vinden eigenlijk. Niet alleen voor mijzelf, van collega's en vrienden hoor ik hetzelfde.

Hoe zou dat komen?

Doordat er een tekort aan tandartsen is. Dus je hoeft echt niet zo'n bureau in te huren om al de moeite voor je te doen (tandarts lacht).

Arbeidsmarktpositie

22. **Wat vind je van het aantal stoeluren dat je per week werkt?**

Prima. Veertig uur per week is voor mij perfect op dit moment.

Op dit moment?
Ja, ik bedoel, ik ben pas afgestudeerd, dus beter nu veel werken en alles goed onder de knie krijgen. Ik

ben jong dus heb genoeg energie om het aan te kunnen. Misschien later minder. Of als ik een gezin krijg, kan me voorstellen dat ik dan wel één dag minder zou willen werken. Zodat ik m'n vrouw en kinderen ook weleens zie (tandarts lacht). Op dit moment is het prima. Weekenden zijn voor mij vrij.

Arbeidsgeluk

Hier gaan we in op het ervaren van geluk op de werkplek.

23. **Wat zijn voor jou de belangrijkste factoren die jouw arbeidsgeluk optimaliseren?**

Goed georganiseerd. Goed gepland. Een goede sfeer.

Wat versta je onder een goede sfeer?

Dat het goed gaat, positief. Prettig is om te komen werken. Dat je goed met je collega's om kunt gaan. Denk dat dit nog wel het belangrijkste aspect is. Botert het met je collega's? Je ziet ze toch elke dag (tandarts glimlacht). Moet ze waarschijnlijk ook zien tijdens pauzes. Dus dit is heel sfeerbepalend.

24. **Hoe kan de opdrachtgever bijdragen aan het arbeidsgeluk voor tandartsen?**

Door vooral gestructureerd te werk te gaan. Ik wil niet continu onregelmatigheden meemaken, lastminute wijzigingen of verassingen. Ik wil structuur, weten waar ik aan toe ben en dat zo vast mogelijk hebben. Dat mijn werkdruk gaat stijgen doordat er teveel in mijn dag wordt gepland, dat wil ik echt niet hebben.

25. **Wat is voor jou de meest doorslaggevende factor die jouw arbeidsgeluk kan verminderen?**

Even denken. Eigenlijk wat ik eerder zei. Werkdruk. Niet goed gepland.

26. **Op welke manier kan de opdrachtgever hierin tegemoet komen?**

In de praktijk waar ik opgestapt ben, heb ik dat heus niet zomaar 1 2 3 gedaan. Ik heb wel eerst gesprekken gehad met de praktijkhouder. Maar dat boterde toch al niet zo. Moet wel zeggen dat ik waarschijnlijk een goed contact met de opdrachtgever ook wel belangrijk vind. Als je je daarin beperkt voelt, houdt het al op. Dus de opdrachtgever kan ervoor zorgen dat hij een luisterend oor biedt. Dat hij goed kijkt naar hoe je dag verdeeld is. Dat er niet allemaal patiënten tussen worden gepropt lastminute.

Motivatoren

In de enquête wordt gevraagd hoe belangrijk een aantal specifieke arbeidsmotivatoren zijn bij het zoeken van een nieuwe baan. Deze zijn inkomen, opleidingsmogelijkheden, team, werken bij een maatschappelijk verantwoorde onderneming, werk waardoor u een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert, mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling, balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen, flexibele arbeidstijden en afstand tussen praktijkvestiging en huis. Hier wordt dieper ingegaan op wat de tandarts precies wil weten wanneer zij of hij zich op deze elementen oriënteert.

27. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *het team* wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Foto's wil ik zien. Leeftijd is ook wel leuk om te weten. Waar ze gestudeerd hebben. Hoe lang ze daar werken, wat hun ambities zijn enzo. De rest heb ik volgens mij ook al wel eerder gezegd.

28. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Hoe ik mijn vak als tandarts mag uitdragen! (tandarts lacht) Sowieso moet het zin hebben, moet je mensen blij kunnen maken en met een gezonde mond naar huis kunnen sturen. Dus dit is werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert, zou ik maar zeggen. Ik kijk dus gewoon naar of ik mijn vak kan uitvoeren. Of er bijvoorbeeld niet alleen aan esthetiek wordt gedaan.

29. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Ten eerste wil ik weten of iedereen in die praktijk zich daar bijschoolt. Dan krijg je al een indruk. Daarnaast wil ik ook weten wat voor cursussen ze bieden enzo, hoe ik me kan bijscholen en kennis blijven actualiseren.

30. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Eigenlijk doe ik dat al door van te voren te gaan zoeken op hoeveel dagen ik ergens kan werken. Als ik weet dat ik 2 dagen kan werken omdat dat goed uitkomt met mijn, ja, leven (tandarts glimlacht) dan ga ik zoeken op die dagen.

Wat als het er niet bijstaat?

Dan ga ik tijdens het gesprek, of al in mijn e-mail naar de praktijk aangeven hoeveel dagen ik beschikbaar ben. Daarnaast is het altijd ook wel handig om te weten wat de werktijden zijn. Liefst een beetje vast. Dan is dat vast.

31. **Zijn er overige vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Ik vind het omzetpercentage ook wel belangrijk.

Solliciteren

In de enquête hebben de tandartsen aangegeven wat zij belangrijk vinden tijdens en vlak na het sollicitatieproces. Er wordt dieper ingegaan op wat de meeste tandartsen belangrijk vinden.

32. **Als je een proefdag zou mogen lopen, wat zou u willen zien en doen?**

Een proefdag is zo belangrijk, om ten eerste de sfeer te proeven. Daarnaast kan je ook zien hoe de andere tandartsen te werk gaan. Wat assistentes allemaal doen. Hoe de agenda wordt ingepland.

33. **Als je contactmomenten met jouw werkgever zou hebben tijdens de overbrugging tot de eerste werkdag, welke informatie zou u dan graag willen ontvangen?**

Het is heel handig om te weten hoe je planning eruit ziet. Dan kan je je voorbereiden. En ook zeker wel handig om te weten welke behandelingen je gaat doen. Of je nu al met een vaste assistent werkt en welke. Aangezien je al een proefdag hebt gehad waarbij je iedereen te werk hebt zien gaan.

Bedrijfskenmerken

34. **Wat zijn voor jou de 3 belangrijkste bedrijfskenmerken die meespelen in jouw keuze voor een nieuwe werkplek? Maak een top 3 belangrijkste bedrijfskenmerken, met op 1 de meest belangrijke.**

Keuze 1 Kleine organisatie met korte lijnen
Keuze 2 Samenwerking met een vaste tandartsassistent
Keuze 3 Ondersteuning bij patiëntadministratie

Niet gekozen:

Keuze 0 Werken met de nieuwste technieken (mondscanner, microscoop etc.)
Keuze 0 Zelf nazorg met patiënten bespreken
Keuze 0 In-company opleidingen en trainingen

35. **Waarom zijn dit voor jou belangrijke bedrijfskenmerken?**

Ik heb bijvoorbeeld al gemerkt bij de praktijk waar ik geswitcht ben, dat ik mijn knelpunt meteen wilde bespreken met de verantwoordelijke. Stel dat dat niet kan? Dan mag ik er nog langer mee doorlopen.

Totdat m'n werkdruk ontploft. Ik wil mijn zaken kunnen uiten en ook wel gelijk en ook weten aan wie ik dat kan uiten. Het is gewoon nuttig als ik gelijk kan aangeven wanneer er iets is, voor iedereen. Dus korte lijnen zijn voor mij essentieel.

Een vaste assistent is gewoon handig, zodat je op elkaar ingespeeld bent. Op een gegeven moment moet het werken als een geoliede machine. Goed voor iedereen. Patiënt snel geholpen, assistente heeft weinig uitleg nodig en ik kan mijn werk doen. Win-win.

En ondersteuning bij patiëntadministratie. Eigenlijk sluit het aan bij wat ik zei. Ik wil mijn werk doen. Niet bezig zijn met administratie. Daarnaast als ik al 40 uur werk, dan vind ik dat wel genoeg.

Overige

36. Zijn er nog belangrijke zaken die je kwijt wilt?

Hartelijk dank voor uw bijdrage!

Interview 6

Opleiding

1. **Zijn er tijdens de opleiding al opdrachtgevers op je afgekomen?**

In real life bedoel je, of maakt het niet uit hoe..

Online kan ook!

Ja, want op die manier wel. Via LinkedIn kreeg ik weleens berichtjes van opdrachtgevers. Een vriendin raadde aan een LinkedIn aan te maken, omdat zij op die manier binnen no/time haar praktijk had gevonden. En wat zij zei was waar. De berichten stroomden op een gegeven moment binnen.

Nam je hierdoor deze opdrachtgevers in overweging voor een toekomstige werkplek?

Ja, want ik vond het wel handig om zo op m´n gemak alle opdrachtgevers op me af te laten komen en dan rustig bekijken en selecteren. Moet wel zeggen dat het er zoveel werden op een gegeven moment dat ik van te voren echt begon te filteren. Scheelde wat werk.

Hoe filterde je?

Door te kijken naar het bericht wat ze mij stuurden. In sommige kon ik echt helemaal niks terugvinden aan informatie of iets. Ze leken ook totaal niet persoonlijk of iets wat ze echt naar mij alleen hebben gestuurd. En anderen die waren wel weer wat duidelijker.

Welke informatie had je graag gewild?

Nou hoeft ook niet weer zo uitgebreid natuurlijk, anders neemt het weer teveel tijd in beslag en dan is het 'next' maar bijvoorbeeld kort wie zij zijn, wat zij van mij verwachten en ik wat ik van hun kan verwachten. Daarna bepaal ik zelf wel of ik naar meer informatie zoek.

2. **Heeft jouw opleidingsinstituut je tijdens de opleiding met opdrachtgevers in contact gebracht?**

Nee.

3. **Oriënteerde je je tijdens jouw opleiding zelf al op toekomstige werkplekken?**

Ja eigenlijk dus via LinkedIn. Via het op mij laten afkomen, die berichten.

Gebruikte je ook een andere bron?

Tijdens mijn opleiding? Eigenlijk niet.

4. **Ben je je na jouw afstuderen gaan oriënteren op werk?**

Ja.

Zo ja, hoe lang daarna?

Toen ik op het punt stond af te studeren, je weet dan dat er nog twee maanden tussen zitten voordat alles geregeld is en je kan gaan starten met werken als tandarts.

Waarom toen je op het punt stond af te studeren?

Ik wilde gelijk gaan werken op het moment dat dat kon.

Met alles geregeld, bedoel je je buluitreiking en BIG-registratie?
Ja, precies. Ik wilde dus zogezegd deze twee hoogtepunten vóór zijn of anticipeerde daar al op, zodat je dan met deze dingen op zak gelijk aan de slag kan. Is wel zo handig.

Op welke manier heb je je na jouw afstuderen georiënteerd op werk?
Ik ben toen serieuzer die berichten gaan doorspitten, die op m'n LinkedIn. Als er een website in stond, heb ik die bezocht. Zo niet, dan googelde ik de praktijk wel.

Vacature- en organisatiekenmerken

Stel je voor dat dit één van de praktijken was die jou benaderde via LinkedIn? Wil je samen met mij bedrijfswebsite www.TandartspraktijkX.nl. bezoeken?

5. **Waarop zou je vervolgens klikken?**

Even kijken. Team. Wil ik wel weten wie ze zijn. Geeft toch een persoonlijk beeld. Dan weet ik ook met wie ik samen kom te werken. Praktijkhouder is ook wel handig om te weten.

Wat wil je graag weten van het team en de praktijkhouder?
Nou, meestal kijk ik naar foto's. Gewoon, zomaar, omdat het leuk is. Om te zien hoe ze eruit zien. Meestal staat er ook meer informatie zoals hoe lang ze daar werken, waar en wanneer ze afgestudeerd zijn. En soms ook waar, ik bedoel in het buitenland of in Nederland afgestudeerd. Zo kan je toch iets meer peilen met wie je komt te werken. Meestal zijn interesses ook wel leuk om te weten, dan kan je zien of je dat met iemand overeenkomt, of je gedeelde interesses hebt.

Bedoel je daarmee persoonlijke interesses of tandheelkundig?
Ja. Nou. Eigenlijk allebei. Het is leuk om persoonlijke interesses te weten, omdat dat die persoon echt die persoon maakt. En tandheelkundige interesses of gebieden waarop ze werken wil ik ook weten. Zoals ik zei, dan zie je of je bij het team past, of ze jou nog kunnen gebruiken daartussen.

En wat wil je graag weten over de praktijkhouder?
Nou, is het een tandarts of niet? Wat is de geschiedenis daarachter? Waarom heeft die de praktijk? Hoe, of wat is zijn plan of manier van werken met de praktijk?

6. **Wordt op deze pagina alle informatie gevonden waar je naar op zoek zou zijn wanneer je je oriënteert op deze mogelijke werkplek?**

Even kijken. Nee. Want er staat verder niks. Naam en functie. Ik zie niet echt wat ze doen of wie ze zijn.

Als je zou willen solliciteren, waar zou je heengaan op de pagina?

Dan ga ik naar vacatures. Kijken wat ze zoeken.

Waar kijk je dan naar?

Naar wat ze zoeken dus. Hoeveel dagen. Wat voor praktijk en specialisaties. Waar het is, is trouwens ook handig om te weten dus daar kijk ik ook naar.

Vind je op deze vacaturepagina alles wat je wil lezen?

Nee. Er staat helemaal niks. Eén zinnetje. Ik weet nog steeds niet echt wat ze willen. Je moet zelf mailen om meer informatie te krijgen schijnt het.

Welke informatie ontbreekt er volgens jou?

Ja, zoals ik zei, wat zoeken ze? Wat kan ik verwachten, wat verwachten zij, wat zoeken zij?

Zou je ondanks de ontbrekende informatie solliciteren?

Waarschijnlijk niet. Ik ben hier meer tijd kwijt aan het opzoeken van allerlei informatie terwijl het allemaal duidelijk in één pagina zou kunnen staan. Zoals het team, daar vond ik niks. Nu de vacaturepagina, daar vind ik niks. Als ik echt zou willen zou ik de hele pagina kunnen gaan bestuderen natuurlijk om alle stukjes en beetjes bij elkaar te plakken, zogezegd. Om zo een beeld te vormen. Maar dat ga ik niet doen. Dus dan is het next.

Waarom?

Nou het neemt best veel tijd in beslag. Als tandarts heb je denk ik sowieso veel keus. Dus dan ga ik niet een hele pagina doorspitten om een beetje informatie te krijgen.

Arbeidsmarktoriëntatie

7. **Wanneer is de laatste keer dat je de behoefte voelde je te oriënteren op werkplekken?**

Even denken. Maart 2016 ben ik afgestudeerd, toen ben ik gelijk aan het werk gegaan bij (naam tandartspraktijk), een paar maanden daarna ben ik eigenlijk wel weer op zoek gegaan naar nog een praktijk, voor erbij. Ik kon bij (naam tandartspraktijk) maar 2 dagen werken en ik wilde toch wat meer, dus ging ik verder zoeken.

8. **Wat zijn toen de bronnen die je gebruikt hebt om je te oriënteren?**

De eerste praktijk die heb ik eigenlijk via via gevonden. Een studiegenoot van mij ging daar werken en zij zochten daar nog iemand dus toen heeft zij mij eigenlijk overgehaald daar te komen werken. Natuurlijk ging ik er zelf heen om de sfeer te proeven. Dat was echt heel fijn, heel welkom.

Hoe haalde zij jou over daar te komen werken?

Ja, eigenlijk vertelde ze over de collega's, en ik kende haar natuurlijk ook, kon goed met haar opschieten. Ik dacht, als zij goed met die collega's kan opschieten dan ik ook waarschijnlijk wel. Klinkt misschien stom, maar het is wel iemand die jou kent en die kan misschien ook beter inschatten of jij daar ook echt bij past. En zo niet, dan heb je altijd haar nog. Maar ook de praktijk zelf, is heel georganiseerd. Dat vertelde zij mij ook toen, ze gaan helemaal niet zo rommelig om met agenda's bijvoorbeeld, zoals zij wel in eerdere praktijken had ervaren. Alles wordt netjes besproken met de tandartsen, spoedgevalletjes enzovoort. Er wordt heel open en vriendelijk met elkaar omgegaan. Ja. Dat vertelde zij dus allemaal en dat heb ik later dus ook zelf ervaren.

Dus zij haalde jou over door te vertellen over collega's, een georganiseerde praktijk en open en vriendelijke omgang met elkaar?

Ja. Dat transparante, dat vind ik toch echt wel belangrijk. Ook dat je gewoon met je praktijkmanager kan overleggen, of tenminste, dat de praktijkmanager met jou wil overleggen en niet alleen doet wat hij zelf wil doen en geen rekening met jou houdt.

Op welke manier kan de praktijkmanager met jou rekening houden?

Ja, dus door te overleggen. Door in te zien dat ook wij mensen zijn, dat dit mensenwerk is, dus dat wij niet overbelast willen worden.

Via welke bronnen heb je de tweede praktijk gevonden?

Nou die is dus heel dichtbij maar het stomme is dat ik er nooit over na heb gedacht daar te solliciteren. Totdat ik op de KNMT site ging kijken en hun vacature ertussen zag staan.

Wat haalde jou over toch te solliciteren?

Nou het klonk eigenlijk heel goed. Wat ik allemaal in de vacature las. Toen zochten ze een extra tandarts in verband met het uitbreiden van de praktijk. Wat ze over zichzelf schreven, het ging vooral over samenwerking, gemotiveerde mensen en een goede organisatiestructuur. Dat sprak mij ontzettend aan. Het kwam persoonlijk over. Als een echte mensenpraktijk.

Dus het persoonlijke sprak jou aan?
Ja, niet alleen dat standaardzinnetje of standaard wat je overal ziet dat patiënten voorop staan. Ja, ik wil ook wel weten hoe dit vorm krijgt en hoe de rest van de organisatie eruit ziet.

Hoe handelde je naar aanleiding van de vacature?
Ik ging de website bekijken en zag teamfoto's en het zag er zo gezellig uit. Nu is gezellig niet een graadmeter voor ergens goed kunnen werken of zegt een foto niet alles maar ik kreeg er een goed gevoel bij. Het team stond bij elkaar en glimlachten allemaal. Ze schreven zelf ook dat ze een hecht team waren, gemotiveerd enzovoort.

9. **Je legt dus uit dat je je netwerk en de KNMT-site als laatste bronnen hebt gebruikt. Je netwerk gebruik je omdat zij jou persoonlijk kennen en dus kunnen inschatten of een praktijk iets voor jou is?**

Ja precies.

En waarom gebruik je de vacaturesite van het KNMT?
Ja ik heb het idee dat je daar gewoon alles goed kunt vinden. Dat de informatie actueel is, betrouwbaar. Ik ben zelf ook lid dus ik vind het wel makkelijk dit te gebruiken. Ik doe het liever zo dan dat ik het internet afspeur. Hier staat alles op, heb ik het idee.

Kan je mij ook uitleggen hoe je de KNMT-site gebruikt? Wil je samen met mij de KNMT vacaturesite bezoeken? Interviewer en geïnterviewde bezoeken https://www.knmt.nl/vacatures.

10. Zijn er filters of zoekwoorden die je gebruikt of zou gebruiken tijdens het zoeken naar een werkplek?

Welke filters worden ingeschakeld: Tandarts-medewerker, Noord-Brabant, (Contracttype) Part time én In overleg, Praktijk met meerdere tandartsen.
Welke zoekwoorden worden gebruikt: Geen

*Tandarts schakelt gewenste filters in. Selectie aan bedrijfsvacatures blijft over.

11. **Nu wil ik samen met jou naar de de bedrijfsvacatures kijken. Wil je mij vertellen waar je naar kijkt wanneer je werk zoekt?**

Nou als eerst heb ik natuurlijk mijn filters ingeschakeld, dat maakt het makkelijker voor mij om te zoeken. Ik kijk dan wat er in de buurt ligt, in Noord-Brabant. Dus dat als eerst. En dan kijk ik gewoon of er staat wat ze zoeken. (Tandarts leest plaatsnamen op van vacatures) Zoals hier Bilthoven, Veenendaal, Zeist, allemaal Utrecht, dat is nog best ver, Eindhoven… Ah, dan heb je hier Waalwijk. (Tandarts leest vacaturetitel op). Tandarts gezocht voor middelgrote praktijk in Noord Brabant. Dat spreekt mij wel aan, de praktijk hier in Roosendaal is ook middelgroot en dat bevalt me prima.

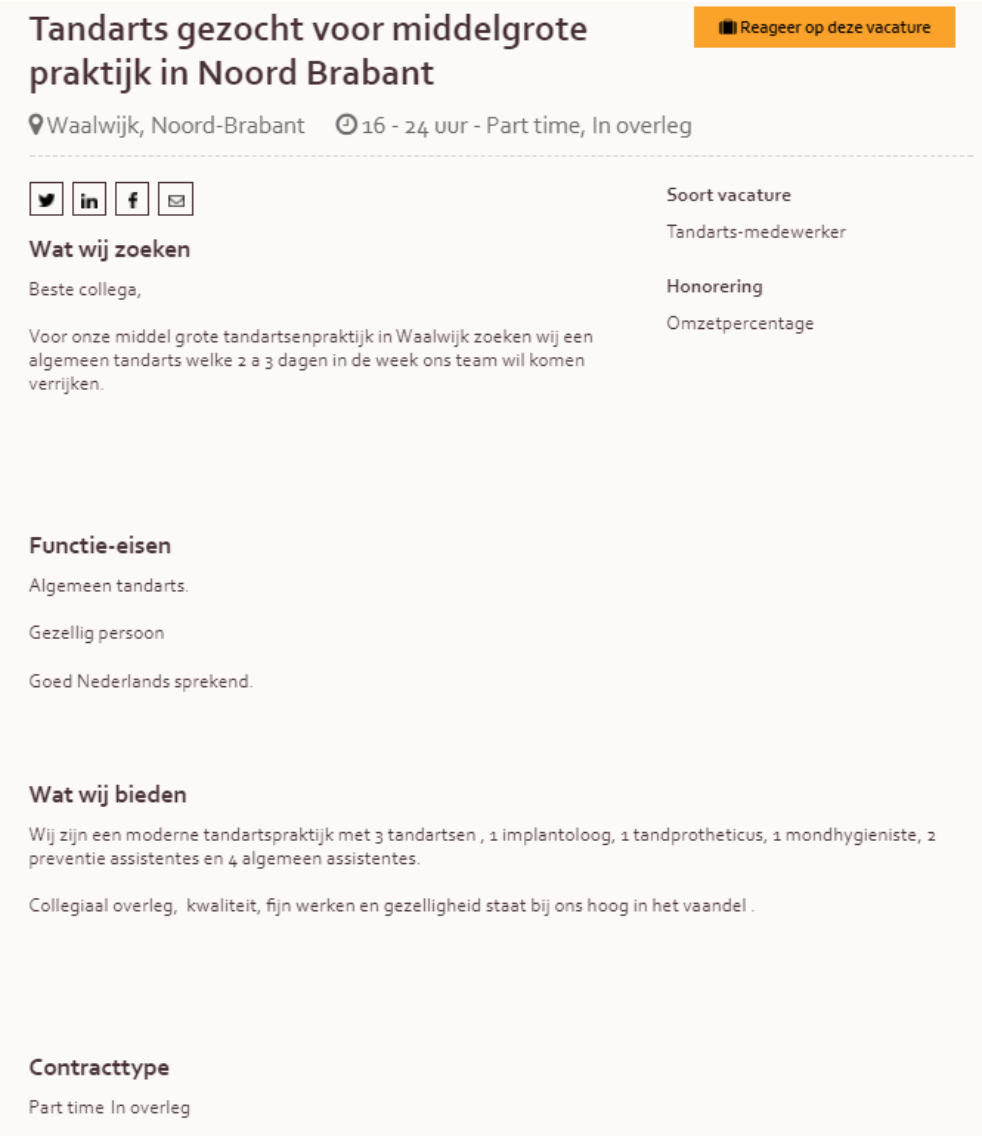
Je vertelt dat je als eerst kijkt naar wat er in de buurt ligt, waarom is de afstand tussen de prakijk en jouw woonplaats belangrijk?
Nou in mijn studie heb ik bijvoorbeeld in Nieuw Vennep gewerkt. Ik woonde toen zelf ook in Amsterdam, omdat ik daar natuurlijk ook studeerde. En dat was een half uur met de trein, gewoon prima. Maar als ik dan in het weekend meteen na het werk naar m'n ouders wilde dan was dat echt langer dan een uur rijden, anderhalf uur als ik geluk had. Zoiets doe ik dus nooit meer. Ik kon daar aan de slag als preventie-assistent en hoewel ik er ontzettend veel heb geleerd en het heel erg naar m'n zin heb gehad, sloopte de reistijd mij echt na zo'n werkweek dus ik kan me niet voorstellen hoe dat is wanneer je er echt werkt en zo ver vanaf woont en elke dag na het werk terug moet rijden. Momenteel is het naar de praktijk in België ook drie kwartier rijden. Maar dat doe ik omdat ik het echt naar m'n zin heb. Als je in de file staat heb je

heel erg pech. Ik zou daar dus niet zomaar zelf naar gaan zoeken. Het is omdat zij het mij vertelde, die studiegenoot van mij.

Als je op de aanbevelingen van je netwerk afgaat mag de praktijk dus wat verder weg liggen maar als je zelf zoekt moet de praktijk dichtbij jouw woonplaats zijn?
Ja, absoluut. Nu ga ik natuurlijk ook niet 4 uur per dag rijden (tandarts lacht) maar als ik dan door een kennis op een plek terecht kom die mij echt heel goed bevalt, dan heb ik het er voor over. Als ik zelf zoek, dan ga ik niet ver van huis zoeken. Nu kan ik bij wijze van, lopen naar de praktijk hier in Roosendaal.

Hoe lang ben jij bereid te reizen als jij zelf naar een praktijk zoekt?
Naar de praktijk in Belgie is iets te lang eigenlijk. Als ik zelf zoek, dan wil ik maximaal een half uur rijden.

Wil jij op de vacature klikken die je opnoemde, in Waalwijk en mij vertellen waar je naar kijkt?
Ja hoor.



Tandarts gezocht voor middelgrote praktijk in Noord Brabant

Reageer op deze vacature

Waalwijk, Noord-Brabant 16 - 24 uur - Part time, In overleg

Soort vacature

Tandarts-medewerker

Honorering

Omzetpercentage

Wat wij zoeken

Beste collega,

Voor onze middel grote tandartsenpraktijk in Waalwijk zoeken wij een algemeen tandarts welke 2 a 3 dagen in de week ons team wil komen verrijken.

Functie-eisen

Algemeen tandarts.

Gezellig persoon

Goed Nederlands sprekend.

Wat wij bieden

Wij zijn een moderne tandartspraktijk met 3 tandartsen , 1 implantoloog, 1 tandprotheticus, 1 mondhygieniste, 2 preventie assistentes en 4 algemeen assistentes.

Collegiaal overleg, kwaliteit, fijn werken en gezelligheid staat bij ons hoog in het vaandel .

Contracttype

Part time In overleg

Dit is wel heel kort en krachtig. Ik zie meteen een fout, ja sorry hoor, maar daar let ik wel op. Middelgrote uit elkaar (lacht). (Tandarts leest) algemeen tandarts, gezellig persoon. Er staat op wat voor tandartsen er allemaal werken. Ja, op zich staat er wel in wat ik wil weten maar ik weet niet wat ik ervan moet vinden.

Hoe komt dat?
Tja, een gevoel. Misschien ben ik door die taalfout wel meteen afgeknapt (lacht). Denk dat ik toch iets meer wil weten. Alhoewel ik niet zo snel weet wat. Ik zou hierna waarschijnlijk verder kijken. Ik ga terug en naar de volgende bladzijde. Als ik kijk naar de plaats waar het ligt, is het allemaal zo ver. Ah, Made, dat ken ik toevallig want daar woont familie. Dat is niet zo ver, ongeveer een half uurtje. Dit is dus iets waar ik zeker op zou klikken.

Kun je mij ook jouw indruk van deze vacature beschrijven en aangeven waar je op let?

Tandarts Made (Noord-Brabant) 8-24 uur

Reageer op deze vacature

Made, Noord-Brabant 8 - 24 uur - Part time, In overleg

Soort vacature

Tandarts-medewerker

Honorering

Vast salaris en Omzetpercentage

Wat wij zoeken

Voor onze praktijk in Made zijn wij op zoek naar een tandarts/algemeen practicus.

We werken in een professioneel, tandheelkundig team met mondhygiënisten, preventieassistenten, tandartsassistenten, sterilisatieassistenten en baliemedewerkers. Je gaat samenwerken met 4 tandartsen, zowel ervaren als startende tandartsen. We hebben 6 ruim ingerichte behandelkamers waar onze patiënten naast algemene tandheelkunde ook terecht kunnen voor implantologie en beugels.

Je verricht preventieve en curatieve tandheelkundige behandelingen, stelt adviezen op en ziet toe op de werkzaamheden van collega's die bij het behandelproces betrokken zijn. De collega's zijn één team en werken informeel met elkaar samen. Iedere collega voelt zich dan ook betrokken bij de patiënten en praktijk. Om kennis en vaardigheden te ontwikkelen volgt het team zowel intern als extern nascholing.

Functie-eisen

Waarom wil je bij ons werken?

- Uitstekende ontplooiingsmogelijkheden
- Coaching voor startende tandartsen
- Intercollegiaal overleg
- Young professional dag voor startende tandartsen
- Marktconform honorarium
- Inspirerende werkomgeving als lid van een gemotiveerd en energiek team
- Je werkt alleen met A-merk materialen
- Jouw ideeën zijn meer dan welkom!

Wat wij bieden

De perfecte kandidaat is iemand die:

- Gediplomeerd Tandheelkunde en BIG geregistreerd is
- Goede beheersing van de Nederlandse taal
- Kennis van relevante wet- en regelgeving
- Patiënt- en kwaliteitsgericht is
- Kennis van Exquise is een pré

Indien je geïnteresseerd bent in deze functie bij Samenwerkende Tandartsen, kun je voor meer informatie contact opnemen met Mathilde Hoefnagel, Corporate Recruiter, te bereiken op 06-11920693 of via vacature@samenwerkendetandartsen.nl

Acquisitie naar aanleiding van deze vacature wordt niet op prijs gesteld.

Contracttype

Part time In overleg

Kijk, dit is al een stuk uitgebreider. Geeft een goed gevoel, nu begrijp ik wat er miste op de vorige vacature, het lijkt hier alsof iemand er echt tijd in heeft gestoken. Zo in een oogopslag. Mijn aandacht gaat uit naar de verschillende kopjes en alhoewel ik toch wel van kort en krachtige vacatures hou, staat hier niet teveel in wat niet te groeperen is zeg maar, ik kan toch redelijk snel een indruk krijgen denk ik zo, omdat het niet lappen tekst zijn maar gewoon overal duidelijk bijstaat wat ze beschrijven. En dan ga ik lezen. Er staat met wie ik ga samenwerken, hoeveel behandelkamers ze hebben, over het team, betrokkenheid, dit klinkt echt goed. Ah, ook altijd heel goed om te weten, of de praktijk zich bijschoolt of

niet. Ik vind dat toch ook wel belangrijk om te weten. Blijft de praktijk op één niveau staan of ontwikkelen zij zich verder? Waarom wil je bij ons werken, dit klinkt ook heel goed voor de jonge tandarts. Hier ook wat ze in mij zoeken, functie-eisen.

Hoe beoordeel je deze vacature nu?
Ik heb het gevoel alsof ik een heel goed beeld van de praktijk heb gekregen. Ja, positief.

Hoe zou je handelen als je zou willen solliciteren?
Hier staat een telefoonnummer. Dat het een corporate recruiter is, oké dat is wel jammer, ik had veel liever iemand gehad zoals de praktijkmanager. Maar misschien is dat ook maar een vooroordeel.

Waarom liever een praktijkmanager?
Ja ik weet niet precies wat een corporate recruiter is, maar het lijkt alsof het iemand is die niet echt bij de organisatie hoort. Liever spreek ik iemand die er belang bij heeft dat deze vacature vervuld wordt.

Wat zou je dus nu doen als je zou willen solliciteren?
Ik denk toch wel eerst even op de website kijken. Of ik daar wat meer persoonlijke gezichten zie. En dan uiteindelijk mailen.

Zou je niet naar het telefoonnummer bellen?
Nee, ik vind mailen veel fijner. Op je gemak, kan je nadenken over wat er staat enzovoorts.

12. **Hoe zou een tandarts zelf online het liefst benaderd willen worden door een werkgever?**

Zoals ik net zei, ik vind mail wel heel prettig. Ook om zelf op bereikt te worden. Je weet nooit of je iemand op het goede moment treft. Dus ik denk zelf ook via mail. En LinkedIn is eigenlijk ook wel heel prettig. Maar als ik op een KNMT-vacature reageer dan wil ik via mail beantwoord worden het liefst.

13. **Op welke manier zou een tandarts zelf social media kanalen gebruiken om zich te oriënteren op een baan?**

Absoluut LinkedIn. Iedereen in mijn netwerk gebruikt dat.

14. **Zou je gebruik maken van een werving- en selectiebureau bij het zoeken naar een werkplek?**

Nee, zeker niet. Ik kom zo ook wel aan mijn plekken. Ik zie het nut niet in iemand in te schakelen om voor mij te zoeken.

Arbeidsmarktpositie

Momenteel werk je in twee praktijken. Heb je weleens gewisseld van praktijk?
Ergens anders gaan werken bedoel je? Nee. Bij de eerste werk ik sinds m'n afstuderen en bij de tweede werk ik ook nog steeds.

Waarom niet?
Ik heb het naar m'n zin. Ben op m'n plek. Ik zie geen reden om weg te gaan.

Wat zouden voor jou de belangrijkste redenen zijn om over te gaan tot het werken bij een andere praktijk?
Als ik het echt niet meer naar m'n zin heb.

Wat zou ervoor kunnen zorgen dat je het niet meer naar je zin hebt?
Een praktijkmanager die jou niet respecteert, die geen rekening houdt met jou, die zomaar alles inplant zonder dat te bespreken. Te weinig tijd inplannen voor behandelingen waardoor ik uitloop en moet overwerken. Toen ik als assistente werkte was er één tandarts waarmee ik altijd samenwerkte, dit overkwam haar altijd, zelfs ik merkte daar de effecten van op haar. Steeds weer kreeg ik te horen dat er iets was ingepland en dat zij daar te weinig tijd voor kreeg. Ze durfde er niet echt veel van te zeggen dus eigenlijk is een goede band, goede verstandhouding met je leidinggevende ook belangrijk. Maar ze nam dus altijd meer tijd voor haar behandelingen dan ze kreeg, waardoor ze op een gegeven moment in haar

pauzes door ging werken zodat ze niet patiënten hoefde te laten wachten. Op deze manier krijgt patiënten voorop stellen wel een heel wrange betekenis. Ik stond aan haar zijde en ik vond het vervelender voor haar dan voor mij. Ik werkte namelijk maar 2 dagen en zij ging echt gebukt onder die hoge werkdruk. Dus ik heb daar heel geleerd wat ik later wel wilde en ook zeker wat ik niet wilde.

Zou je kunnen zeggen dat een slechte verstandhouding met de praktijkmanager, die planningen niet met jou bespreekt wat leidt tot een te hoge werkdruk, factoren zijn die jouw arbeidsgeluk bepalen?
Ja, dat denk ik wel. Als dit allemaal verandert dan ben ik echt niet tevreden. Zouden die planningen niet goed zijn en ik kan dat niet op een respectvolle wijze met mijn praktijkmanager bespreken bijvoorbeeld dan zou het al snel ophouden. Zoiets kan altijd gebeuren natuurlijk, een behandeling die te kort is ingepland of die tussendoor komt, maar je moet daar over kunnen praten. En dan moet de praktijkmanager jou ook serieus nemen.

Wat zijn dan de factoren die jouw arbeidsgeluk optimaliseren?
Genoeg tijd om alle behandelingen uit te voeren. Niet te hoeven denken, oh de volgende patiënt staat alweer te wachten. Dat geeft mij geen rust om alles goed te kunnen doen. Ik wil niet halverwege een wortelkanaalbehandeling denken, opschieten en alles afraffelen. Ik denk eerlijk gezegd dat een goede assistente daar ook bij helpt, toen ik met de tandarts samenwerkte probeerde ik haar zoveel mogelijk te ontzorgen in de taken die ik mocht uitvoeren. Denk dat je daar als assistent ook in kan excelleren, wanneer je de tandarts goed kent dan kan je steeds sneller schakelen. Dus voor mij is het dat ik genoeg tijd heb om behandelingen met zorg uit te voeren, dat mijn assistente taken uitvoert die ik dan niet nog meer hoef te doen en dus meer tijd overhoud voor behandelingen en dat ik dus niet steeds die werkdruk voel stijgen omdat ik veel te veel moet doen in korte tijd.

De praktijkmanager kan jou dus in die werkdruk tegemoet komen door jou voldoende tijd te geven voor elke behandeling en dit vooraf met jou te bespreken?
Absoluut.

15. **Wat vind je van het aantal stoeluren dat je per week werkt?**

Prima hoor. Ik heb er zelf voor gekozen bij twee praktijken te werken, bij de een 12 uur en de ander de ene week 20 en de andere week 16. Ik ben tevreden.

Op welke manier zou je de balans tussen werk en privé zelf willen bepalen?
Dat doe je denk ik door van te voren goed na te denken over hoeveel uur je wil werken. En daar ga je dan naar zoeken. Vervolgens met de werkgever bespreken voor hoeveel uur je gaat werken. Daar dan je privé omheen plannen. Ik heb het in ieder geval zo gedaan. Want het is niet makkelijk om kort van te voren een vakantie op te geven bijvoorbeeld, je hebt gewoon patiënten die maanden vooruit in je planning staan. Daar hou je rekening mee als je tandarts bent en je plant ruim vooruit.

Motivatoren

16. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *het team* wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Ik wil foto's zien, naam, functie, achtergrond, wanneer ze zijn afgestudeerd en of ze zich blijven bijscholen. Ook waarin ze gespecialiseerd zijn.

17. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Even denken. Werk waardoor je een zinvolle bijdrage aan de samenleving levert, dat doen we toch al (tandarts lacht). We maken monden gezonder dus dat is al best een goede taak op zich. Goede bijdrage aan de samenleving.

18. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Mogelijkheden tot persoonlijke groei en ontwikkeling*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Is er bijscholing? Kan ik cursussen volgen? Houdt de praktijk zich op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen? Wat doen mijn collega's aan nascholing en wat is er al gedaan aan nascholing zoal?

19. **Als je je tijdens het zoeken naar een nieuwe baan, oriënteert op *Balans tussen werk en privé zelf kunnen bepalen*, wat zijn dan de vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Hoe ver van te voren moet ik vakanties opgeven? Hoeveel uur kan ik er werken verspreid over hoeveel dagen?

20. **Als je je oriënteert op een nieuwe baan, wat zijn dan overige vragen waarop je antwoord wil hebben?**

Specialisaties in de praktijk, behandelkamers. Dat was het denk ik.

Solliciteren

21. **Als je een proefdag zou mogen lopen, wat zou je willen zien en doen?**

Ik ben dan wel benieuwd naar wat de assistente van mij overneemt, aan taken. Hoe de tandarts met de praktijkmanager omgaat. Collegiaal overleg. Patiëntenpopulatie.

22. **Als je contactmomenten met de praktijkmanager zou hebben tijdens de overbrugging tot de eerste werkdag, welke informatie zou je dan graag willen ontvangen?**

Zo ver mogelijk wat ik allemaal ga doen, welke behandelingen gepland staan. Zijn dat controles of ga ik ook gelijk behandelen? Wie wordt mijn assistente? Heb ik een vaste assistente?

Dus hoe je eerste werkdag eruit ziet?
Ja, dan kan ik me daarop voorbereiden.

8. Bedrijfskenmerken

23. **Wat zijn voor jou de 3 belangrijkste bedrijfskenmerken die meespelen in jouw keuze voor een nieuwe werkplek? Maak een top 3 belangrijkste bedrijfskenmerken, met op 1 de meest belangrijke.**

Keuze 1 Samenwerking met een vaste tandartsassistent
Keuze 2 Kleine organisatie met korte lijnen
Keuze 3 Zelf nazorg met patiënten bespreken

Niet gekozen:

Keuze 0 Werken met de nieuwste technieken (mondscanner, microscoop etc.)
Keuze 0 In-company opleidingen en trainingen
Keuze 0 Ondersteuning bij patiëntadministratie

24. **Waarom zijn dit voor jou belangrijke bedrijfskenmerken?**

Ik heb het zelf van beide kanten meegemaakt natuurlijk. Het is fijn als je al langer met elkaar samenwerkt en dan op elkaar ingespeeld bent. Dan weet je wat je aan elkaar hebt. Wanneer je niet veel hoeft uit te leggen en de assistente doet wat ze moet doen, dan kan je je focussen.

En de kleine organisatie met korte lijnen?

Ik werk zelf natuurlijk bij een middelgrote organisatie dus heel kort hoeft niet maar de korte lijnen zijn wel prettig. Zoals ik aangaf moet ik het gelijk kunnen doorgeven als ik met iets zit. En de nazorg bespreken, zoals ik eerder zei wil ik tijd nemen voor elke patiënt. Ik wil zelf de nazorg kunnen leveren en kijken hoe het de patiënt vergaat.

9. Overige

25. Zijn er nog belangrijke zaken die u kwijt wilt?

Hartelijk dank voor uw bijdrage!

Bijlage III Testinterviews

Testinterviews

Test tandarts1

- **1. LinkedInbericht**

Stel je voor dat je op je LinkedIn dit bericht ontvangt van een tandartspraktijk.

1. **Wat is je eerste indruk van dit bericht?**

Tijdens mijn eigen sollicitatie periode heb ik ondervonden dat werkervaring een belangrijke factor speelt in de overweging iemand aan te nemen. Na mijn studie was het lastig een voet binnen de deur te krijgen bij praktijken waarbij ik niemand persoonlijk kende. Als een sollicitatie bij zo een praktijk uiteindelijk een gesprek opleverde resulteerde deze vaak in een afwijzing. Ik vond het prettig om te leren van zo'n gesprek, omdat ik toen nog niet zo gewend was te solliciteren. Om deze reden vroeg ik bij een afwijzing naar feedback en wat de redenen voor de afwijzing waren. Ik kreeg te horen dat ik op basis van mijn werkervaring niet aan de slag kon bij deze praktijken. Andere redenen heb ik eigenlijk niet gehoord. Toen kwam ik er ook achter dat het belangrijk was een netwerk binnen de tandartsenwereld op te bouwen. Ook als startende tandarts. Je kunt hier tijdens je studie al aan werken. Maar om je vraag dus te beantwoorden; ik heb een prettige eerste indruk van dit bericht. ***Het bericht is laagdrempelig*** en is gericht op tandartsen die de arbeidsmarkt net betreden. Ze lijken echt een goede kans te krijgen. Verder wordt er in het bericht niet gelijk een eisenlijst gepresenteerd die startende tandartsen misschien kan afschrikken. Ik had het dus zeker prettig gevonden als ik een dergelijk bericht tijdens het afronden van mijn studie had ontvangen.

2. **Wat is hierdoor je indruk van de werkgever?**

Binnen onze praktijk hebben wij een bepaalde manier van werken die ons niet toestaat te veel tijd te besteden aan reguliere behandelingen en controles. Wat ervoor zorgt dat ons patiëntencontact kort en bondig moet blijven. Als een werkgever hierin wat meer ruimte kan creëren zal dat een beginnende tandarts, naar mijn inzicht, meer werkplezier en zelfvertrouwen geven. ***Dit bericht is met name gericht op de wensen van de tandarts.*** Er staat dat de praktijk de rust op heeft gezocht, ze hechten waarde aan een goede zorg voor de tandarts en ze hechten waarde die te maken hebben met het indammen van de werkdruk. Mijn indruk van de werkgever is daardoor natuurlijk wel goed. De vraag is natuurlijk in hoeverre zo'n bericht een weerspiegeling is van werkelijke situatie, maar de indruk op papier is goed.

3. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in dit bericht?**

In het bericht lijkt er niet een link te staan naar een uitgebreide vacature, maar wellicht is die op de site terug te vinden. Het bericht zelf lijkt ook niet echt een standaard vacature met daarin een eisenlijst. De tandartsenpraktijk probeert duidelijk artsen te werven. Als werkzoekende zou ik dan wel graag weten of er bepaalde eisen aan mijn sollicitatie worden gesteld alvorens ik de moeite neem een motivatiebrief te sturen. Ik mis deze eisen dus niet in dit specifieke bericht, het bericht doet wat hij moet doen, namelijk mijn aandacht vasthouden. Wel hoop ik dan dus op de site van de praktijk meer terug te lezen over de eisen die aan mij gesteld worden mocht ik daar als tandarts aan de slag willen gaan.

4. **Hoe zou je handelen naar aanleiding van dit bericht om meer informatie te verkrijgen?**

Ik zou op dit moment niet handelen op dit bericht, maar dat komt omdat ikzelf niet tot de doelgroep van deze melding behoor. Als ik zou moeten reageren, dan zou ik waarschijnlijk eerst reageren op het LinkedIn bericht. Dat doe ik zodat de persoon waarbij ik solliciteer dan alvast een keer mijn naam langs heeft zien komen. Ook kan ik via de reactie op het bericht alvast wat vragen stellen en een beetje pijlen waar ze naar op zoek zijn. Als dit mij het gevoel zou geven dat ik een goede kans maak bij een sollicitatie dan pas mail

ik mijn CV en motivatie. De dag erna zou ik nog even bellen naar de praktijk om de horen of ze alles in goede orde ontvangen hebben en of er al veel sollicitaties binnen zijn.

- **2. Testimonial**

Je hebt het LinkedIn-bericht van een praktijk ontvangen. Je bezoekt vervolgens de website, gaat naar 'team' en ziet deze pagina (met een echte foto).

1. **Wat is hierdoor je indruk van werken bij deze praktijk?**

Toen ik begon met werken bij mijn eerste praktijk was er een website met één pagina. Heel karig inderdaad. Enige omschrijving van medewerkers en daarbovenop de levensfilosofie, was niet ter sprake. Naarmate de tijd verstreek, werd er wel overgegaan op een uitgebreidere website. Wellicht zagen zij daar het belang niet van in. Deze werd aangevuld met meer informatie over de praktijk zelf en de werkzame tandartsen. Aangezien dat er slechts 2 die tijd waren stonden er enkel onze namen en functies op. Uiteindelijk moesten wij er zelf ook aan gaan geloven en werd ons gevraagd een tekst op te stellen voor de website. Ik zag daar in eerste instantie het nut niet van in maar na enige tijd vond ik het zelfs onmisbaar. Als ik zoiets niet meer op een praktijkpagina vindt, dan vind ik dat ook zeer zonde.

2. **Waarom zag je daar het nut niet van in?**

Een tandarts moet zich richten op zijn taak, vond ik. Maar tijdens het zelf opdoen van informatie over makelaars toen we gingen kopen, vond ik het zeer prettig om te lezen over de achtergrond en werkwijze. Op websites waar niets was vermeld, kregen we een minder complete indruk. Dus het draagt bij aan het totaalplaatje zou ik zeggen.

3. **Hoe beoordeel je de tekst op geloofwaardigheid en herkenbaarheid?**

Het is zeer herkenbaar, omdat wij zelf ook informatie moesten delen met betrekking tot onszelf. Wij hebben er dan niet eens persoonlijke informatie bij over eventuele hobby's en dergelijke. Dit maakt het geheel nog aangenamer te lezen. Zeer geloofwaardig en herkenbaar.

4. **Heeft deze manier van het omschrijven van de achtergrond van een tandarts of toekomstige collega toegevoegde waarde?**

Absoluut, dat blijkt wel uit mijn betoog. Je krijgt een completer beeld***. Ik vind ook dat zo een verhaal veel fijner leest dan info van een praktijk zelf.***

5. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze tekst?**

Helemaal niets.

- **3 .Vacature**

Vervolgens ga je naar de vacaturepagina van de website en daar lees je dit.

1. **Welk gevoel roept deze vacature bij je op?**

De filosofie spreekt mij wel aan. Het is voor een tandartspraktijk denk ik vrij standaard dat ze stellen dat goede zorg voor patiënten voorop staat. Dit bewerkstelligen door ook goed voor de tandartsen te zorgen roept wel een goed gevoel op. De nadruk binnen de vacature van deze praktijk lijkt te liggen op de lage werkdruk en de inspraak die de tandarts heeft op zijn agendabeheer.

2. **Hoe denk je hierdoor over de werkgever?**

De vacature laat mij denken dat de werkgever erg op de toekomstige tandarts zit te wachten. Er wordt voornamelijk benoemd wat de praktijk kan betekenen voor de tandarts die daar komt werken. Er is altijd

een vast aanspreekpunt aanwezig en de praktijk werkt met een stabiel team. De verloop binnen een team zegt ook iets over de werksfeer binnen een praktijk. Vaste mensen vind ik dus zeker een positieve factor.

3. **Hoe denk je hierdoor over het werk als tandarts bij deze praktijk?**

Na het lezen van de vacature denk ik positief over werken binnen deze praktijk. Wel roept het ook gelijk een aantal vragen bij mij op. Vrijheid en zorg staat centraal. Goede zorg voor de patiënten begrijp ik, maar ik vraag mij af op welke manier de vrijheid tot uiting komt. Er worden wel een aantal punten in de vacature benoemd. Wat ik mij echter ook afvraag is hoe de beleidsvoering tot stand komt. Wat is de mate van inspraak van een nieuwe tandarts op dit beleid. Vrijheid zit hem niet alleen in de tijd die wij voor onze patiënten mogen uittrekken, maar ook in de manier waarop die zorg tot stand komt. Die vrijheid vind ik belangrijk als het om de kwaliteit van mijn werkplek gaat.

4. **Wat trekt jou het meest aan in deze vacature?**

De vacature is met name gericht op wat de praktijk nieuwe tandartsen te bieden heeft.
Wat mij trekt is een stabiel team. Een vast aanpreekpunt die altijd op de praktijk aanwezig is vind ik ook prettig. De vacature geeft mij het gevoel dat de praktijk mee wilt denken over het verlichten van de werkdruk. Gezien het een vacature is voor 2 dagen per week trekken de mogelijkheden die geboden worden om de werkdagen zelf in te plannen mij ook aan. Het zegt mij aan dat de praktijk zich flexibel opstelt ten opzichte van mijn privésituatie dat is voor mij een pré.

5. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze vacature?**

De verloop van de sollicitatieprocedure vind ik in dit stadium overbodig. Het mail adres waarnaar ik mijn CV en motivatie mag sturen en binnen welke termijn ik een reactie mag verwachten, dat vind ik onder het kopje contact volstaan. Verder komt het toch ook hier weer op mij over dat er aan de sollicitatie geen eisen worden gesteld. Heb ik bijvoorbeeld een BIG registratie nodig of moet ik geregistreerd staan in het Kwaliteitsregister Tandartsen? Is een minimaal aantal jaren werkervaring nodig of kan ik hier vanuit mijn studie gelijk aan de slag?

6. **Loopt er een rode draad door het geheel; het LinkedIn-bericht, de teampagina en vacature?**

Absoluut. ***Ik zie alleen maar lachende tandartsen voor me.***

7. **Als je een nieuwe werkplek zocht, zou je dan hier solliciteren op basis van deze uitingen van de praktijk (LinkedIn, teampagina, vacature,)**

Het klinkt uiteraard goed. Als ikzelf op zoek zou zijn naar een nieuwe praktijk dan neem ik al deze uitingen in overweging en dat klinkt zeer positief.

Test tandarts2

- **1. LinkedInbericht**

Stel je voor dat je op je LinkedIn dit bericht ontvangt van een tandartspraktijk.

1. **Wat is je eerste indruk van dit bericht?**

Lijkt een praktijk waar rekening wordt gehouden met beide belangen (van de praktijk en van jou). Ze lijken het belangrijk te vinden dat je goed op je plek bent als je bij hen komt werken. O.a. geven ze dat aan door rekening te houden met een goede balans tussen werk en privé.

2. **Wat is hierdoor je indruk van de praktijkmanager?**

Goede indruk. Kijkt niet alleen naar eigen belang, maar ook naar jou.

3. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in dit bericht?**

Geen informatie die overbodig is naar mijn mening. Ik denk wel dat een reden voor het zoeken naar extra hulp interessant kan zijn. Is iemand met zwangerschapsverlof? Of zijn er meer patiënten bijgekomen waardoor ze meer mankracht nodig hebben? Voor hoeveel dagen is een eventuele vacature? Zijn werkdagen als beslist, of is dit nog nader in overleg te bepalen? Zou het gaan om werken in omzet basis of in loondienst? Zijn ze op zoek naar bepaald specialisme?

4. **Hoe zou je handelen naar aanleiding van dit bericht om meer informatie te verkrijgen?**

Indien ik geïnteresseerd ben in de vacature, dan zou ik een bericht terugsturen met mijn interesse in de vacature. Daarna de vragen die ik eerder noemde, 3 bespreken, om te kijken of het past in het werk waarnaar ik op zoek ben. Als dit zo is, dan zou ik mijn CV opsturen en vragen of ze binnenkort tijd hebben voor een gesprek. Daarna eventueel een meeloopdag inplannen als er wederzijdse interesse is.

- **2. Testimonial**

Je hebt het LinkedIn-bericht van een praktijk ontvangen. Je bezoekt vervolgens de website, gaat naar 'team' en ziet deze pagina (met een echte foto).

1. **Wat is hierdoor je indruk van werken bij deze praktijk?**

Positief, uitgebreide informatie met een nadruk op het belang van de solliciterende tandarts.

2. **Hoe beoordeel je de tekst op geloofwaardigheid en herkenbaarheid?**

Het verhaal van Dina van Geel, de algemeen practicus die werkt in deze praktijk draagt bij tot een positieve sfeer in de praktijk. Tenslotte als het werken in deze praktijk haar bevalt, dan is er een grote kans dat het ook werkt voor jou.

3. **Heeft deze manier van het omschrijven van de achtergrond van een tandarts/ toekomstige collega toegevoegde waarde?**

Ja, ik denk het wel***. Het werkt als een soort positieve recensie voor een solliciterende tandarts.*** Net zoals we op IMDB gaan kijken wat voor recensies een film heeft gekregen, werkt de positieve ervaring van een tandarts die al in praktijk werkt waarschijnlijk positief.

4. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze tekst?**

Ja, de vacature zou nog completer zijn als de gewenste dagen waarop ze een tandarts zoeken, zouden vermelden. Het is tenslotte een vacature van 2 dagen, sommige solliciterende tandartsen zijn op bepaalde dagen al bezet, omdat ze werken in een andere praktijk.

- **3 .Vacature**

Vervolgens ga je naar de vacaturepagina van de website en daar lees je dit.

1. **Welk gevoel roept deze vacature bij je op?**

Professioneel, goed over nagedacht.

2. **Hoe denk je hierdoor over de praktijkmanager?**

Denkt mee met zijn toekomstige personeel.

3. **Hoe denk je hierdoor over het werk als tandarts bij deze praktijk?**

Het zal wel goed geregeld zijn. Alles is denk ik strak gepland, afspraken zullen worden nagekomen. Waar ik waarschijnlijk als 1 van de weinigen aan zal denken is het volgende: hoever moet ik in deze praktijk aangeven als ik vakantie wil van 4 weken? Met een jaarplanning, lijkt het me realistisch dat je dit heel erg ver van te voren zal moeten aangeven.

4. **Wat trekt jou het meest aan in deze vacature?**

Overzichtelijk. Ze geven precies aan wat ze voor jou kunnen betekenen.

5. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze vacature?**

Geen overbodige informatie. Info over waar ze precies naar op zoek zijn kan helpen. Zijn ze op zoek naar iemand met een specialisme, of een algemeen practicus? Info of werkdagen al zijn bepaald, of dat dit nog in overleg wordt bepaald?

6. **Loopt er een rode draad door het geheel; het LinkedIn-bericht, de teampagina en vacature?**

Ja, dat zou ik wel zeggen. Het Linkedin bericht is een soort van kennismaking, stap 1. Daarna kan je bij interesse doorgaan naar de volledige vacature en de website.

7. **Als je een nieuwe werkplek zocht, zou je dan hier solliciteren op basis van deze uitingen van de praktijk (LinkedIn, teampagina, vacature,)**

Nee, maar niet vanwege de uitingen van de praktijk. Voor mij is de locatie een bepalende factor. Ik zoek zelf in een straat van max 10 km vanaf mijn woonplek. De vacature zelf ziet er goed uit.

8. **Heb je nog tips en feedback?**

Misschien iets vermelden over mogelijke parkeerplek als je met de auto komt.

Test tandarts3

- **1. LinkedInbericht**

Stel je voor dat je op je LinkedIn dit bericht ontvangt van een tandartspraktijk.

1. **Wat is je eerste indruk van dit bericht?**

Het bericht heeft een duidelijke doelgroep***. Leest makkelijk*** en spreekt daardoor wel aan. Er wordt een leuke slogan gebruikt***. Een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach. Dat maakt dat het bericht wel optimistisch overkomt.*** De praktijk heeft de tandarts blijkbaar iets te bieden en dat willen ze graag overbrengen. Zelf heb ik ook een LinkedIn account. Ik maak er niet veel gebruik van, alleen om bijvoorbeeld in contact te blijven met collega's. Er verschijnt wel met enige regelmaat een bericht dat zich hetzelfde doel stelt als het bericht dat je mij hier laat zien. Meestal zijn deze berichten meer gericht op hetgeen de praktijk verwacht van de toekomstige tandarts. Dit bericht geeft wel een korte indruk van de praktijk. Samenvattend geen vervelend bericht dus.

2. **Wat is hierdoor je indruk van de werkgever?**

Een vast team wordt benoemd. Dat geeft wel een indicatie van de werksfeer. Of ikzelf binnen het team pas is nog de vraag. Ik hecht zelf veel waarde aan inspraak. Graag ben ik mede bepalend voor het reilen en zeilen van de operationele zaken. Er moet dan binnen de praktijk wel een cultuur bestaan waarin dit wordt gewaardeerd.

Je hecht veel waarde aan inspraak, geeft dit bericht de indruk dat je niet gehoord wordt?

Dat niet direct, wel krijg ik de indruk dat dit een vacature is van een redelijk jonge praktijk. Ik ben nu een aantal jaren werkzaam als tandarts en kan je vertellen dat de ontwikkelingen binnen de tandzorg elkaar in rap tempo opvolgen. De handelingswijze binnen deze praktijk kunnen hierdoor afwijken van mijn persoonlijke voorkeuren. Tandartsen die nu afstuderen gebruiken andere technieken dan de tandartsen van de praktijken waarin ik nu werkzaam ben. Over het gebruik van deze technieken moet binnen de praktijk wel een vast beleid bestaan.

3. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in dit bericht?**

Ik vind zelf niets echt overbodig en heb niet het gevoel dat er iets mist.

4. **Als je iets moest veranderen aan het bericht wat zou dat dan zijn?**

Ik heb er zelf niet veel verstand van, maar misschien lezen mensen op sociale media wat vluchtiger. Daarvoor is het bericht wel redelijk lang. Als ik het in zou moeten korten zou ik de alinea die begint met 'Om dit te waarborgen' misschien vervangen door 'lees meer op onze site' of iets dergelijks.

5. **Hoe zou je handelen naar aanleiding van dit bericht om meer informatie te verkrijgen?**

Ik ben tevreden met mijn twee huidige werkplekken. Als ik dan toch zou moeten reageren op het bericht dan zou ik niet direct een sollicitatiebrief sturen. Ik zou eerst reageren op het LinkedIn bericht en vragen of de praktijk telefonisch bereikbaar is voor een aantal vragen met betrekking tot de vacature. Naar aanleiding van het telefoongesprek kan ik dan bepalen of ik echt wil solliciteren en een uitgebreidere motivatie ga sturen.

- **2. Testimonial**

Je hebt het LinkedIn-bericht van een praktijk ontvangen. Je bezoekt vervolgens de website, gaat naar 'team' en ziet deze pagina (met een echte foto).

1. **Wat is hierdoor je indruk van werken bij deze praktijk?**

Het klinkt als een praktijk die die veel ondersteuning biedt aan jonge, startende tandartsen. Omdat tandarts Dina van Geel aangeeft dat zij meteen na haar afstuderen begon en nu al haar weg te hebben gevonden, geeft dat wel een indicatie.

2. **Hoe beoordeel je de tekst op geloofwaardigheid en herkenbaarheid?**

Ik kan mij identificeren met deze tekst. Het zou zo een collega kunnen zijn. Dit geeft een open indruk.

3. **Heeft deze manier van het omschrijven van de achtergrond van een tandarts of toekomstige collega toegevoegde waarde?**

Dit leest veel beter dan een taaie taakomschrijving. Het is heel prettig lezen.

4. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze tekst?**

Helemaal niets.

- **3 .Vacature**

Vervolgens ga je naar de vacaturepagina van de website en daar lees je dit.

1. **Welk gevoel roept deze vacature bij je op?**

Uiteraard ben ik ook van mening dat patiënten centraal dienen te staan. Ik denk dat gelukkige patiënten zorgen voor gelukkige tandartsen. Je krijgt meer voldoening van je werk als het werk wordt gewaardeerd. Deze vacature stelt ook het tegenovergestelde en misschien is dat wel waar. Vrijheid en zorg vindt deze praktijk belangrijke waarden om zich mee te identificeren. Ik ben benieuwd in hoeverre deze praktijk vrijheid geeft aan de tandartsen die er werken. Het algemene gevoel dat ik heb bij deze vacature is dat het wel een complete vacature is. Er staan een aantal links in. Ik kan het team bekijken op de site en snel contact leggen met de persoon die verantwoordelijk is voor het aannemen van de nieuwe tandarts.

2. **Hoe denk je hierdoor over de werkgever?**

Tandartspraktijk X komt in deze vacature over als een professionele en open praktijk. Het lijkt een werkgever die veel over heeft voor het welzijn van zijn medewerkers. De vacature vertelt mij namelijk vooral veel over de voordelen van het werken bij deze praktijk. Ik lees bijvoorbeeld lachende tandartsen, vrijheid, een vertrouwde sfeer, het bewaken van de rust en een ontspannen werkomgeving. Al met al denk ik hierdoor dus over de werkgever dat deze tracht een aangename werksituatie te creëren.

3. **Hoe denk je hierdoor over het werk als tandarts bij deze praktijk?**

Als ik kies om binnen een bepaalde praktijk te werken wil ik mij graag kunnen identificeren met de praktijk. Het spreekt me wel aan dat er een mogelijkheid is tot het draaien van een proefdag. Een sollicitatiegesprek vertelt mij nog niet genoeg over de bedrijfscultuur. Dat is iets dat je zelf moet ervaren. Een proefdag stelt mij in staat te zien hoe iedereen met elkaar omgaat. Daarnaast kan ik op zo'n dag vragen stellen aan iedereen binnen de organisatie. Op die manier kom ik er bijvoorbeeld snel genoeg achter of de werkdruk inderdaad binnen mijn grens valt, hoe beslissingen binnen de praktijk worden genomen en of mijn persoonlijke werkwijze wordt gewaardeerd. Ik zie een dagje meedraaien wel als een goed onderdeel van de sollicitatieprocedure, maar ook meer om voor mijzelf te bepalen of ik binnen die praktijk op mijn plek ben.

4. **Wat trekt jou het meest aan in deze vacature?**

Vier dingen uit deze advertentie spreken mij aan. Als tandarts vind ik het aangenaam om terug te kunnen vallen op vaste regels en afspraken. Ik hecht waarde aan een praktijk waarin gestructureerd te werk wordt gegaan. Ik gedij niet goed in een organisatie waarin ik planmatig al niet weet waar ik aan toe ben. Dat is de basis van je dag en die moet goed zijn. Dat deze praktijk gestructureerd gemanaged wordt spreekt mij dus aan. Een vaste jaarplanning en stabiele agenda is fijn werken. Als ik het zo moet inschatten heerst er binnen deze praktijk wel een resultaatgerichte cultuur en ook dat spreekt mij wel aan. Duidelijke structuur en professionele omgang met de patiënten.
De vacature geeft aan dat er een vast team werkt en daarbij een praktijkmanager als een vast aanspreekpunt. Dit trekt mij ook aan. Korte lijnen zorgen ervoor dat beslissingen snel worden genomen

en dat er niet om ieder klein ding een overleg dient te worden gepland.
Oh ja en natuurlijk spreekt die proefdag mij aan.

5. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze vacature?**

Ik vind niets overbodig in deze vacature. Hoe meer informatie des te beter, volgens mij vindt iedereen dat wel prettig. Misschien is er naast wij, zorg, vrijheid en contact nog een kopje mogelijk. Bijvoorbeeld jij, zodat er ook een profiel wordt gegeven met wat informatie over wat het team van Tandartspraktijk X graag zou zien in een toekomstige collega.

6. **Loopt er een rode draad door het geheel; het LinkedIn-bericht, de teampagina en vacature?**

Ja zeker. Wat mij aantrekt in de vacature dat zie ik ook hier terugkomen dus het ziet ernaar uit dat de punten in de vacature ook in de praktijk gebeuren.

7. **Als je een nieuwe werkplek zocht, zou je dan hier solliciteren op basis van deze uitingen van de praktijk (LinkedIn, teampagina, vacature,)**

Ja want alles wat ik heb gelezen spreekt mij wel aan.

8. **Heb je nog tips en feedback?**

Misschien kunnen ze in het bericht op LinkedIn ook verwijzen naar deze pagina. Zo krijg je een goed beeld van de organisatie.

Test tandarts4

- **1. LinkedInbericht**

Stel je voor dat je op je LinkedIn dit bericht ontvangt van een tandartspraktijk.

1. Wat is je eerste indruk van dit bericht?

Lijkt op een praktijk die veel investeert in zowel patiënttevredenheid als dat van de tandarts. In Stad X, dat is volgens mij een dorp, goed om te weten dat het toch niet zo ver van de randstad is.

2. Wat is hierdoor je indruk van de praktijkhouder?

Ik denk dat deze heel goed inziet dat je als tandarts op je plek moet zijn wil je goed functioneren in een praktijk. Je kan je werk namelijk niet goed uitvoeren wanneer in de praktijk niet goed gaat. Dat komt zeker over op patiënten maar ook andersom kunnen de patiënten de tandarts heel erg beïnvloeden. Ik merk zelf ook echt heel erg dat patiënten negatief kunnen zijn. Dat valt voor mij als tandarts soms heel erg zwaar. Daarom is een vast team, wat ik hierin lees, en de werksfeer of werkdruk ook wel belangrijk. Dit compenseert het een beetje. Wanneer patiënten negatief zijn dan kan je hier altijd nog op terugvallen. Door een goed team wordt dat weer opgevangen. Dus als ik hier lees over een vast team en dat de praktijkhouder blijkbaar er veel aan doet om tandartsen goed op te vangen, dan geeft dat mij een heel positief beeld.

3. Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in dit bericht?

Ik vind het al best uitgebreid dus er is niet echt iets wat ik mis. Misschien wel voor wat voor tandartsen ze precies plek hebben en voor hoeveel dagen.

4. Hoe zou je handelen naar aanleiding van dit bericht om meer informatie te verkrijgen?

Ik zou dan reageren op dit bericht en mijn vragen stellen en kijken of ik daarbij pas. Daarna mijn cv opsturen, dan kunnen zij natuurlijk ook kijken of ik bij hen pas.

- **2. Testimonial**

Je hebt het LinkedIn-bericht van een praktijk ontvangen. Je bezoekt vervolgens de website, gaat naar 'team' en ziet deze pagina (met een echte foto).

1. **Wat is hierdoor je indruk van werken bij deze praktijk?**

Dit roept een positief gevoel op en ***ik krijg een goed idee van hoe het werken bij deze praktijk is.***

2. **Hoe beoordeel je de tekst op geloofwaardigheid en herkenbaarheid?**

Het klinkt alsof het iemand is die vanuit haar passie tandarts is geworden en dit ook uitdraagt naar haar patiënten. Het spreekt heel erg aan dus het komt zeker binnen, dit vergroot ook de geloofwaardigheid. Niet alleen van dit verhaal over de tandarts zelf maar ook over de tandartspraktijk.

3. **Heeft deze manier van het omschrijven van de achtergrond van een tandarts of toekomstige collega toegevoegde waarde?**

Ja want je wil toch wel weten met wat voor collega's je komt te werken. Je komt in een team terecht wat ook voor een groot deel de sfeer bepaalt en op deze manier kan je vooraf kijken of je erbij past.

4. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze tekst?**

Nee ik vond het fijne informatie.

3 .Vacature

Vervolgens ga je naar de vacaturepagina van de website en daar lees je dit.

1. **Welk gevoel roept deze vacature bij je op?**

Ik zie hier gelijk weer terug ***'een blije tandarts heeft een aanstekelijke lach', dat vind ik wel leuk***, dat zag ik in het vorige bericht ook terug dus het lijkt iets wat ze consequent aanhouden, als een soort slogan. Waarschijnlijk is dat het beeld wat zij willen bevestigen. Ik snapte het eerst niet helemaal maar wel als ze het uitleggen. Dat als zij ervoor zorgen dat wij blij zijn, de patiënten dat ook zijn. Zoals ik al had uitgelegd, beïnvloedt dat elkaar heel erg. Zijn de tandartsen negatief, zijn de patiënten dat in de meeste gevallen ook of voelen zij dat in ieder geval aan. Zijn de patiënten negatief, ja dan laat je daar het liefst niet door beïnvloeden maar je bent natuurlijk mens en persoonlijk kan dat mij wel dwarszitten. Maar als ik daarmee vervolgens terecht kan bij de praktijkhouder of met collega's kan bespreken, dan verzacht dat het geheel weer een beetje. Ik moet zeggen dat de patiënten die voor controles komen en waar verder niets mee aan de hand is, meestal heel positief zijn. Het zijn juist de patiënten die veel meer aandacht behoeven of uitgebreidere behandelingen moeten ondergaan. Uiteindelijk is het natuurlijk ook zo dat steeds meer patiënten geen aanvullende verzekeringen meer hebben waardoor ze soms voor hoge kosten komen te staan. Ik probeer dan altijd ruim tijd te nemen voor deze patiënten en ze vooraf uit te leggen wat het behandelplan is. Op deze manier creëer je toch wat meer begrip. Als ik dus lees 'voor elke patiënt is er er tijd voor uitgebreide gespecialiseerde nazorg, dan geeft dat mij het gevoel dat ik daar dus ook de ruimte krijg voor dat proces wat ik net beschreef.

2. **Hoe denk je hierdoor over de praktijkmanager?**

Zoals ik net eigenlijk al beschreef, ze hebben door dat een gelukkige tandarts absoluut zorgt voor gelukkige patiënten. Als je door de praktijkmanager wordt gewaardeerd waardoor je je kunt focussen op je werk, lijkt het alsof ze veel zorg steken in de tandartsen. Alleen het lijkt nu wel alsof ze gewoon maar een tandarts zoeken, het wordt mij niet duidelijk wat ze willen. Willen ze nog een tandarts die gespecialiseerd is of zoeken ze een algemeen practicus om het team te versterken? Waarom zoeken ze überhaupt iemand om het team te versterken? De praktijkmanager of in ieder geval degene die de vacature heeft opgesteld heeft echt overal over nagedacht alleen niet over wat hij zelf wil. Denk dat dat toch wel belangrijk is, want stel je voor ik kom daar solliciteren en het blijkt helemaal niet te voldoen aan hun wensen dan heb ik daar mijn tijd in voor niks gestoken. Niet dat dit een negatief beeld geeft van de praktijkmanager, maar het had completer geweest als dat er ook bij stond anders weet je nog niet helemaal waar je aan toe bent.

3. **Hoe denk je hierdoor over het werk als tandarts bij deze praktijk?**

Ja dat heb ik eerder al een beetje beschreven. Je krijgt tijd voor je behandelingen, er is een vast team, structuur. Klinkt alsof je weet waar je aan toe bent als je hier komt werken en ook elke dag wanneer je de praktijk binnenstapt. Ze lijken veel waarde te hechten aan structuur en vastheid, door het team bijvoorbeeld. Dat vind ik een positieve factor.

4. **Wat trekt jou het meest aan in deze vacature?**

Toevallig heb ik dat al een beetje benoemd. Maar als ik zou moeten nadenken over wat mij het meest aantrekt is dat toch wel het vaste team en de vaste assistentes. Zoals ik zei is dat heel belangrijk op verschillende fronten. Denk ook wel het beschermen tegen een hoge werkdruk en de tijd die je krijgt voor je patiënten.

5. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze vacature?**

Ja, waarom zoeken ze iemand? Wat voor iemand zoeken ze? Worden de uren in overleg bepaald of staat het al vast? Werk je in loondienst of omzetbasis?

6. **Loopt er een rode draad door het geheel; het LinkedIn-bericht, de teampagina en vacature?**

Ja ik vind het altijd wel belangrijk om me in te lezen. De dingen waarover ik wilde lezen, daar heb ik over gelezen. Het team, hoe de tandartsen zich inzetten voor de patiënten en de praktijkmanager andersom voor de tandartsen. Alles komt er duidelijk in terug.

7. **Als je een nieuwe werkplek zocht, zou je dan hier solliciteren op basis van deze uitingen van de praktijk (LinkedIn, teampagina, vacature,)**

Ja dat denk ik wel, want het bevat wel de onderdelen die ik het meest belangrijk vind.

Test tandarts5

- **1. LinkedInbericht**

Stel je voor dat je op je LinkedIn dit bericht ontvangt van een tandartspraktijk.

1. **Wat is je eerste indruk van dit bericht?**

Ik heb zelf geen LinkedIn meer natuurlijk, omdat ik tijdens mijn studie heel veel berichten via LinkedIn kreeg terwijl ik daar helemaal niet op voorbereid was. Ik had eigenlijk niet zo goed door wat LinkedIn was. Nu begrijp ik de intentie wel. Ik heb eigenlijk nog steeds geen LinkedIn maar ik kan me wel voorstellen dat het een goede manier is om banen te vinden. Dus ik denk dat als ik nog een LinkedIn had, en ik was er wel echt klaar voor, want toen ik die berichten kreeg was ik helemaal niet bezig met waar ik dan zou gaan werken. Ik dacht ik zie wel waar ik terecht kom, maar niet nu. Ik moet nog afstuderen. Dus toen was ik er niet mee bezig. Maar ongeveer een half jaar geleden was ik wel op zoek want op dat moment was ik waarnemer voor een zwangerschap maar dat liep ook weer af natuurlijk. Dus als ik toen dit bericht had gekregen, dan was ik er wel serieus op ingegaan, ja.

2. **Op welke manier was je erop in gegaan?**

Nou ze vragen om een reactie op het bericht dus dat zou ik wel doen. Het is natuurlijk wel makkelijker op deze manier dan dat je zelf een vacaturesite gaat doorspitten. Maar het moet je natuurlijk wel liggen. Toevallig vind ik de inhoud van dit bericht aansprekend door alles wat erin staat.

3. **Wat voor reactie zou je geven?**

Iets van dat ik geïnteresseerd ben en dat ik wel een kennismakingsgesprek wil.

4. **Wat is hierdoor je indruk van de praktijk?**

Het lijkt alsof ze daar echt actief op zoek zijn naar tandartsen, dat ze de mouwen uitsteken daarvoor. Een praktijk die goed actief is op social media of in ieder geval online. Dat geeft mij een goed gevoel. Ik vind het wel belangrijk als je, zeker nu, wat dat betreft je zaakjes op orde hebt. Dat moet ook wel, je moet mee met de tijd.

5. **Wat bedoel je met zaakjes op orde?**

Nou dat ze online profielen hebben, dat ze up-to-date zijn wat dat betreft. Ook een website hebben wat ik zie hieronder, waar ze zoals ze zeggen waarschijnlijk meer uitgebreide informatie hebben staan. Gewoon aan alles gedacht zeg maar.

6. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in dit bericht?**

Ik denk het niet. Alhoewel, ik lees niet echt terug waarom ze nu precies een tandarts zoeken. Maar misschien hebben ze dat bewust niet erin gezet om het bericht kort te houden. Eigenlijk mis ik het niet maar je ziet het er weleens bij staan. Ze geven ook aan dat ze zich willen voorstellen dus misschien hebben ze het daarom bewust eruit gelaten.

7. **Hoe zou je handelen naar aanleiding van dit bericht om meer informatie te verkrijgen?**

Reageren op het bericht dus en eigenlijk ook wel even de website checken.

- **2. Testimonial**

Je hebt het LinkedIn-bericht van een praktijk ontvangen. Je bezoekt vervolgens de website, gaat naar 'team' en ziet deze pagina (met een echte foto).

1. **Wat is hierdoor je indruk van werken bij deze praktijk?**

Dit ziet er op het eerste gezicht goed uit. Ook hier weer hebben ze de site goed verzorgd. Ze hebben echt aan alles gedacht dus ik krijg wel de indruk dat de praktijk zich inzet voor heldere communicatie.

2. **Hoe beoordeel je de tekst op geloofwaardigheid en herkenbaarheid?**

Nu is het zo lees, ***ik herken mijzelf hier heel erg in terug***. Ook met datzelfde verhaal van huis uit waardoor je uiteindelijk toch meer aandacht aan je gebit gaat besteden en uiteindelijk daar ook je beroep van maakt. Je wil anderen diezelfde fijne ervaring geven dus dit geeft wel een prettige indruk, ja. Ik vind het zelf ook heel belangrijk om raakvlakken met je collega's te hebben dus dat is wel handig om te weten.

3. **Heeft deze manier van het omschrijven van de achtergrond van een tandarts of toekomstige collega toegevoegde waarde?**

Zeker want nu weet ik bijvoorbeeld waar mijn toekomstige collega's zich allemaal voor inzetten. Waarom ze dit zijn gaan doen, waarom en wanneer. Zo kan je al enigszins peilen of je raakvlakken hebt.

4. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze tekst?**

Nee het is al vrij uitgebreid en ik zou niet kunnen bedenken wat ik er nog meer bij zou willen lezen.

- **3 .Vacature**

Vervolgens ga je naar de vacaturepagina van de website en daar lees je dit.

1. **Welk gevoel roept deze vacature bij je op?**

Het is echt een verhaal, een lopend verhaal. Het wordt mij wel duidelijk waar het om gaat.

2. **Hoe denk je hierdoor over de praktijkmanager?**

Dit lijkt een plek waar je in goede handen valt. Ze hebben over alles goed nagedacht. Een goed verhaal, het is mij duidelijk hoe ze invulling geven aan het geheel, ook wat er gebeurt nadat je je cv opstuurt. Ik krijg een goede indruk van wat er gebeurt daarna hoewel ik wel denk dat als ik zou willen reageren, ik dit gelijk had gedaan op het moment dat ik het e-mailadres had gelezen, daarmee bedoel ik dat je waarschijnlijk minder aandacht besteedt aan wat daaronder staat. Als je wil reageren dan doe je toch wel.

3. **Hoe denk je hierdoor over het werk als tandarts bij deze praktijk?**

Een praktijk die goed zorgt voor de tandartsen die er werken, duidelijke, heldere communicatie denk ik. Ik krijg ook de indruk dat alles goed geregeld is. Ik zelf kan niet goed werken in een organisatie waar het chaotisch is. Ik ben zelf namelijk best chaotisch dus die combinatie werkt niet. Dus als alles mij heen goed geregeld wordt, dan werkt dat voor mij het best. Ik heb dat wel nodig, die structuur. Zij geven aan dat dat hier wel goed zit.

Waarom denk je duidelijke, heldere communicatie?

Omdat het verhaal ook heel duidelijk is. Het is mij helder wat ze bedoelen en dus hoop ik ook dat het in de praktijk ook zo eraan toe gaat. Er staat ook, je hoeft niet te wachten totdat er besprekingen zijn, je kan met alles terecht bij de praktijkmanager. Wat waarschijnlijk betekent dat je niet lang met zaken blijft zitten maar dat het meteen opgelost kan worden.

4. **Wat trekt jou het meest aan in deze vacature?**

Nou het vast team en vaste assistentes. Ik heb denk ik wel toen met het eerste interview verteld over een praktijk waar ik werkte en waar echt om de zoveel tijd het team helemaal wisselde. Dat werkte voor mij echt niet prettig. Ook voor de patiënten niet, want die zien dan elke keer nieuwe gezichten. Ik lees ook over een vertrouwde sfeer, ja dat is denk ik dan wat patiënten missen, een vertrouwde sfeer. Vaste gezichten wekt vertrouwen op. Maar ook voor ons zelf hoor, als tandarts, is het toch wel prettig als je met vaste assistentes werkt en een vast team. Je hoeft dan niet elke keer opnieuw iets uit te leggen bijvoorbeeld, na een tijd werken met een vaste assistente pikt zij dat echt wel op. Ik heb zelf ook, in die jaren dat ik werk, gemerkt dat een vaste assistente van belang is.

5. Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze vacature?

Nee het is echt ontzettend duidelijk. Oh ja wel wat ik eerder al zei trouwens, daar in dat LinkedIn-bericht stond niet de reden dat ze een nieuwe tandarts zochten en dat hoopte ik dan hiertegen te komen, in ieder geval in de vacature, maar dat zie ik dan weer niet terug. Dus dat is denk ik wel handig. Geen vereiste, maar wel goed om te weten.

6. Loopt er een rode draad door het geheel; het LinkedIn-bericht, de teampagina en vacature?

Ja, het is een soort opbouwend. Stukje bij beetje krijg je steeds meer informatie over het bedrijf en wordt het je duidelijk.

7. Wat wordt je duidelijk?

Nou het reilen en zeilen van de praktijk. Hoe ze functioneren, hoe ze alles aanpakken, hoe de collega's in de praktijk werken. Echt een totaalbeeld.

8. Als je een nieuwe werkplek zocht, zou je dan hier solliciteren op basis van deze uitingen van de praktijk (LinkedIn, teampagina, vacature,)

Ja op zich als ik nog werkzoekende was, zou ik al op het LinkedIn-bericht hebben gereageerd. Dus dit versterkt het alleen maar.

Test tandarts6

- **1. LinkedInbericht**

Stel je voor dat je op je LinkedIn dit bericht ontvangt van een tandartspraktijk.

1. **Wat is jouw eerste indruk van dit bericht?**

Het is uitgebreid, er staat in wat ze belangrijk vinden voor mij. Ik krijg de indruk dat het een werkgever is waar je in rust je werk kunt doen

2. **Waardoor krijg je de indruk dat je in rust je werk kunt doen?**

Door de omgeving, ze schrijven dat ze de rust hebben opgezocht, dus het zal wel een rustige omgeving zijn. Dat is op zich prettig. Dat je de drukte kan ontvluchten en in een rustige omgeving je werk kan doen. Ik zit nu zelf ook op een rustige omgeving, onze praktijk ligt aan het water. Dus als ik lees over de rust opzoeken dan zie ik zoiets voor me. Een praktijk die niet in een drukke stad of straat ligt maar ergens waar je gewoon rust hebt. Maar ook dat ze je de tijd geven om je werk te doen.

3. **Waardoor denk je dat ze je de tijd geven om je werk te doen?**

Ze hebben het over vrijheid. Ik denk dat je dus genoeg vrijheid hebt om je werk te doen.

4. **Hoe denk je dat dit vorm krijgt?**

Ja dat kan heel erg verschillen. Vrijheid kan je op heel veel manier invullen natuurlijk. Ik denk gewoon genoeg tijd eigenlijk, dat is het meest voor de hand liggend. Voor mij ook wel belangrijk. Ik lees in de vacature dat ze jouw werkdruk bewaken dus dat is heel prettig. Een hoge werkdruk belemmert ook zeker jouw vrijheid om goed je werk te doen, dat heb ik zelf gemerkt bij de praktijk waar ik werk. Op een gegeven moment toen er iemand wegviel door zwangerschapsverlof, moesten wij die patiënten opvangen, ja dan stijgt je werkdruk. Dan heb je ook niet meer het gevoel van vrijheid. Of van een goede werk-privébalans zoals ik lees. Wanneer je zelfs je pauzes opoffert dan is er echt geen sprake van vrijheid meer.

5. **Wat is door dit bericht jouw indruk van de praktijk?**

Ik denk dat ze jou heel veel bieden, heel veel willen bieden. Denk dat ze het belangrijk vinden dat jij goed je werk kan doen en dus jou daar de rust voor geven. Dat ze goed met jou omgaan.

6. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in dit bericht?**

Het is al best persoonlijk. Dus dat je kunt zien dat ze op je profiel hebben gekeken. Ze zien dat je tandarts bent namelijk. Maar als ik het zou krijgen, zou ik denken ik studeer niet meer en ik ben ook niet echt aan het rondkijken naar andere praktijken want ik zit gewoon goed hier. Ik ken deze praktijk, ik werk er al vanaf het begin van mijn opleiding en zij kennen mij en mijn geschiedenis ook. Dus ik weet niet perse of je dan aangesproken wordt als je dit binnenkrijgt. Maar het is wel iets om in overweging te nemen voor als je wel bij een andere praktijk wil gaan werken en ook als je natuurlijk al op zoek ben naar een andere praktijk Maar ***het bericht ziet er goed uit dus ik zou er niets aan veranderen.***

7. **Hoe zou je handelen naar aanleiding van dit bericht om meer informatie te verkrijgen?**

Ik zou de website gaan bekijken, het team bekijken. Meer informatie lezen. En dan denk ik gewoon een reactie op het bericht terug sturen als ik zou willen solliciteren. Is wel het makkelijkst.

- **2. Testimonial**

Je hebt het LinkedIn-bericht van een praktijk ontvangen. Je bezoekt vervolgens de website, gaat naar 'team' en ziet deze pagina (met een echte foto).

1. **Wat is hierdoor je indruk van werken bij deze praktijk?**

Ik lees hier ook wel weer terug dat de tandartsen vrijheid krijgen om hun werk goed te doen. Dat komt heel sterk naar voren door dit verhaal. Ze hebben ook hun best gedaan echt de werknemers op een

voetstuk te plaatsen. Dit geeft wel een goed gevoel.

2. **Hoe beoordeel je de tekst op geloofwaardigheid en herkenbaarheid?**

Als medewerkers zelf over het werken iets vertellen, dan geeft dat toch wel een eerlijker beeld heb ik het idee. De praktijk kan van alles over zichzelf zeggen maar je weet pas hoe het is als je er echt werkt. Nu als je eerst de verhalen van de medewerkers leest heb je al een streepje voor, zeg maar. Je hoort dan van iemand die er werkt hoe het er echt aan toe gaat. Meestal zou je dat echt aan iemand vragen die je kent die ergens werkt, maar als het een praktijk is waar niemand van je kennis werkt, dan kan je er op deze manier toch achter komen of werken bij deze praktijk wat voor jou is.

3. **Heeft deze manier van het omschrijven van de achtergrond van een tandarts of toekomstige collega toegevoegde waarde?**

Ja dit is ook weer heel persoonlijk. ***Zo leer je de persoon achter de tandarts echt kennen.***

4. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze tekst?**

Nee. Eigenlijk niet.

- **3 .Vacature**

Vervolgens ga je naar de vacaturepagina van de website en daar lees je dit.

Welk gevoel roept deze vacature bij je op?

Ik krijg een goed gevoel hierbij. Het is heel uitgebreid. Alles staat erin. Hier staat nog meer in dan in het LinkedIn-bericht.

1. **Hoe denk je hierdoor over de praktijkhouder?**

Eigenlijk hetzelfde als eerder, een praktijkhouder die waarde hecht aan de tandartsen, die wil dat ze goed functioneren.

2. **Waarom denk je dat de praktijkhouder wil dat de tandartsen goed functioneren?**

Vooral door wat er in staat eigenlijk. Dat ze hun rust bewaken, gewoon pauzes houden, alles met de praktijkhouder kunnen bespreken. Denk dat je hier wel serieus genomen wordt.

3. **Hoe denk je hierdoor over het werk als tandarts bij deze praktijk?**

Ik denk dat je hier wel gewaardeerd wordt. Denk dat je in vrijheid kan werken en niet gauw overbelast wordt.

4. **Wat trekt jou het meest aan in deze vacature?**

Te lezen dat er een vast team is en vaste assistentes. In de praktijk hebben we weleens gehad dat dat heel erg rouleerde, dat was minder fijn omdat je dan steeds opnieuw je werkwijze aan elkaar moet aanpassen. Het is fijn als dat steeds vast is, want dan hoef je minder uit te leggen. Ook dat de agenda's zo min mogelijk verschuiven eigenlijk. Dat kan echt mijn hele dag in de soep laten lopen als kort van te voren iets ingepland wordt of je ineens te horen krijgt dat er iets bijkomt.

5. **Is er iets wat je mist of juist overbodig vindt in deze vacature?**

Ik zou eigenlijk wel willen weten in wat voor dienstverband je zou komen te werken. Dat is voor mij wel prettig. Toen ik moest overwegen in welke praktijk ik wilde werken, ging ik toch voor die waar ik in loondienst kan werken. Dat is natuurlijk persoonlijk, maar dat biedt voor mij meer zekerheid. Ik wil dat dus eigenlijk wel weten.

6. **Loopt er een rode draad door het geheel; het LinkedIn-bericht, de teampagina en vacature?**

Ja ik zie overal wel terug dat de tandartsen gewaardeerd worden. Ik zie overal de omschrijving van de praktijk terug en wat de praktijk voor de tandarts kan betekenen.

7. **Als je een nieuwe werkplek zocht, zou je dan hier solliciteren op basis van deze uitingen van de praktijk (LinkedIn, teampagina, vacature,)**

Ja maar dan zou ik wel eerst vragen of ik in loondienst kan werken en voor hoeveel dagen.