



# VERSLAG PMCLUB

Donderdag 14 november 2019

Ina Devos  
Insen De Rop  
Jasmin Dralants  
Liesbeth Deryckere  
Kylina Eylenbosch  
Silke Van Herreweghe

## HR & Big Brother: BFF's? – Data wat kunnen we ermee?

### 1. Inhoud van PMClub

HR Data Analytics is een opkomend fenomeen in de HR-wereld. Het analyseren van gegevens over de werknemers laat bedrijven toe om een betere kennis te hebben over hun medewerkers en diens prestaties. Maar wat betekent dat juist? En welke data zijn voor een HR-professional interessant om te analyseren? Moeten we schrik hebben van data? Of deze juist omarmen? Om een antwoord te krijgen op deze vragen woonden wij, zes studenten van EHSAL Management School, op donderdag 14/11/2019 de PMClub bij met als thema “HR & Big Brother: BFF's? – Data wat kunnen we ermee?”. Deze PMClub ging door in de Vlerick Business School te Brussel. Hierbij kwamen eerst Paul Verschueren -Directeur Research & Economic Affairs (regio Vlaanderen) bij Federgon- en Hans Mangelschots -HR tech & Trendwatcher bij HR Tech Valley- aan het woord. Vervolgens kregen we meer inzicht dankzij drie praktijkcases. Deze werden gegeven door Mieke Houbrechts (Cumul.io), Hans Donckers (Jigso) en Arthur Vanhove (Officient). Er werd afgesloten met tien pitches waarbij elke organisatie de kans kreeg om zichzelf en zijn/haar organisatie voor te stellen. Aansluitend was er een receptie met een hapje en een drankje om ons netwerk uit te breiden en eventueel vragen te stellen aan de sprekers of andere aanwezigen.

#### ***Paul Verschueren (Federgon)***

Paul Verschueren start zijn presentatie met een positieve noot: tegenover 2015 is het “doemdenken” rond HR Analytics sterk verminderd. Er heerst nu een positiever beeld en bedrijven beginnen er meer en meer op in te zetten. Onderzoek van Berenschot (een Belgisch adviesbureau, gespecialiseerd in het oplossen van personeels- en organisatievraagstukken) meldt dan ook dat mensen niet langer vrezen dat jobs binnen HR volledig zullen verdwijnen door het gebruik van HR Analytics, maar wel sterk zullen veranderen. Zo zullen er steeds meer data-analyses worden uitgevoerd om opleidingsnoden te bepalen, na te gaan, welke werknemers een verhoogde kans hebben om het bedrijf te verlaten, enzovoort. Dit kan doordat medewerkers een digitale footprint nalaten en er zo heel wat gegevens verzameld kunnen worden over hen.

Een mogelijke valkuil bij data-analyse is het concept “Garbage In = Garbage Out” (het GIGO-principe). Dit betekent dat we niet altijd de kwaliteit kennen van de data over de werknemers. Waardeloze of foute gegevens leiden tot waardeloze analyses en tijdverlies. Bij Big Data leidt dit dan ook tot “Big Garbage In, Gigantic Garbage Out”. Ook dataficatie (het omzetten van gegevens) kan voor problemen zorgen.

Een opmerkelijke quote uit de presentatie: *“Technologie zal geen sloophamer blijken, het niet inschakelen van technologie daarentegen wel.”.*

#### ***Hans Mangelschots (HR Tech Valley)***

Hans Mangelschots start zijn presentatie met de stelling dat het gebruik van technologie mainstream is geworden: mensen zijn continu online. Wanneer hij de Pyramide van Maslow aanhaalt, stelt hij dat internet onderaan bij de basisbehoeften is bijgevoegd. Iedereen kent en gebruikt technologie, op welke manier dan ook. Zo gebeurt dat momenteel ook meer en meer binnen HR.

Op de huidige jobmarkt zijn er te weinig gekwalificeerde kandidaten om alle vacatures in te vullen. Daardoor heeft de kandidaat een ruime keuze aan potentiële werkgevers. Het gebruik van employer ratings wordt daarom steeds populairder (bv. Glassdoor). Hierbij kunnen werknemers een score of beoordeling geven aan hun huidige of vorige werkgever. Dat maakt employer branding extra belangrijk voor bedrijven: potentiële werknemers krijgen nu steeds meer de mogelijkheid om reviews op te zoeken over hun toekomstige werkgever. Uit onderzoek blijkt dat 92% van de kandidaten employer ratings belangrijk vindt en één op drie zelfs een job zou weigeren als blijkt dat het bedrijf slechte reviews heeft.

Op de werkvloer worden we steeds meer geconfronteerd met een generatie shift. De babyboomers gaan met pensioen en digitale natives doen hun intrede. De digitalisering zorgt voor een attitude shift: *“Jonge mensen hebben geen respect meer voor de kennis en ervaring van ouderen. Vroeger stelden jonge mensen vragen aan medewerkers met ervaring, maar nu zoeken ze alles op.”*

Door de digitalisering zijn er dus veranderingen op de werkvloer zichtbaar. Zo zijn er andere competenties nodig dan voorheen en net hieraan is er een tekort. Daarnaast kunnen een aantal fases binnen HR digitaal gefaciliteerd worden, zoals bijvoorbeeld de onboarding waarbij bedrijven gebruik kunnen maken van een app.

Opmerkelijke quote: *“A fool with a tool is still a fool.”*

### ***Drie praktijkcases***

Vervolgens werden er drie praktijkcases toegelicht waaruit enkele belangrijke inzichten volgden. HR bezit een grote hoeveelheid data waar momenteel weinig of geen gebruik van gemaakt wordt. We moeten een voorbeeld nemen aan onze collega's in sales en marketing die al 10 jaar geleden gestart zijn met het verzamelen en analyseren van Big Data. Het gebruik van data kan namelijk zorgen voor meer efficiëntie. Een mislukte aanwerving kost minimum €35.000 voor een bediende. Data Analytics kan dit helpen te vermijden.

Daarnaast helpt het gebruik van Data Analytics het verbeteren van de human experiences. Zo is het via het gebruik van data bijvoorbeeld mogelijk om een persoonlijke mail te sturen naar een sollicitant om hem te overtuigen om bij de organisatie te starten.

Bovendien maakt data het mogelijk om niet alleen terug te blikken, maar ook vooruit te blikken a.d.h.v. voorspellingen. Data-analyse kan ons antwoorden geven op enkele belangrijke HR-vraagstukken, zoals:

- o Hoe kunnen we het juiste talent aantrekken?
- o Wat is de beste manier om aan performance management te doen?
- o Hoe behouden we de juiste mensen?

De primaire vraag die steeds gesteld moet worden bij het gebruik van Big Data is wat er gevisualiseerd moet worden. Vervolgens moeten de 2 tot 3 belangrijkste KPI's genomen worden en eventueel verdeeld worden in specifieke business goals. Op basis van deze 2 tot 3 belangrijkste KPI's is het mogelijk analyses uit te voeren en actie te ondernemen.

## **2. Gevoel bij PMClub**

Een opvallend gegeven is dat er zowel bij de theoretische uiteenzettingen als tijdens de pitches een negatief beeld werd geschetst over het gebruik van Excel. Heel wat sprekers raadden het dan ook af om dit te gebruiken en bevelen andere tools aan, zoals Dashboard. Dit leek ons toch opmerkelijk aangezien bijna iedereen de hand in de lucht stak wanneer gevraagd werd wie nog steeds met Excel werkte. Dit leidde tot een dubbel gevoel: enerzijds wordt Excel bestempeld als ouderwets en vergane glorie, maar anderzijds wordt dit duidelijk nog in heel wat organisaties gebruikt. En hoewel de sprekers hier een resoluut standpunt in namen, leek het publiek deze mening toch niet volledig te beamen.

Tijdens de pitches werd er een strak time management gehanteerd. Elke spreker kreeg in totaal 4 minuten tijd en dit met een genadeloze timer naast hen. Eens de tijd om was, moest de spreker onverbiddelijk stoppen met de pitch. Sommige sprekers slaagden erin om binnen de tijd alles verteld te krijgen, maar bij de meesten was dit niet het geval. Het leek voor ons alsof sommige sprekers het jammer vonden dat ze niet genoeg tijd kregen om hun HR Analytics tool uit te leggen. Gelukkig was er na afloop een receptie waarop het mogelijk was om verdere vragen te stellen hierover.

Over het algemeen was de sfeer op het evenement heel positief. De aanwezigen op de receptie waren enthousiaste personen die openstonden voor een babbel. We kunnen stellen dat het evenement ons in het algemeen goed bevalen is en wie weet zie je ons wel op een volgend event.