

## Bij & Nascholing

### Digitaal werkgevers- panelonderzoek 4



Drs. Gerlant Lettinga  
Woerden, april 2004

*In geval van overname van het datamateriaal is bronvermelding verplicht. Hoewel de grootst mogelijke zorg is besteed aan de inhoud van dit rapport, kan zowel Gerlant Lettinga als WoonWerk in geen enkel opzicht verantwoordelijkheid op zich nemen voor eventuele onvolledigheden of onjuistheden.*

## INHOUD

---

1.	Inleiding.....	2
2.	Resultaten werkgeverspanel thema 'Bij & Nascholing' .....	3
3.	Slotopmerking.....	9

Bijlage 1 Vragen werkgeverspanel thema 'Bij & Nascholing'

Bijlage 2 Problemen die ondervonden worden bij het zoeken naar geschikte bij- en nascholing

Bijlage 3 (Nieuwe) trainingsbehoeften

## 1 INLEIDING

---

Aanleiding	WoonWerk, opgericht door de werkgeversorganisatie CBW en de werknemersorganisaties FNV Bondgenoten en CNV Dienstenbond, stimuleert een professionele en gezonde arbeidsmarkt voor de wonenbranche. Om optimaal invulling te kunnen geven aan deze doelstelling, is inzicht in de behoeften en wensen van werkgevers en werknemers binnen de wonenbranche noodzakelijk. Hiervoor is in oktober 2003 het digitale werkgeverspanel opgericht.
Methode	Periodiek worden aan de panelleden per e-mail enkele concrete vragen voorgelegd rondom een bepaald thema. Deze rapportage betreft het 4 <sup>e</sup> digitale werkgevers- panelonderzoek met als thema 'Bij & Nascholing' <sup>1</sup> . Eén van de doelstellingen van WoonWerk is het stimuleren van scholing. Als stimuli verstrekt WoonWerk onder andere scholingssubsidie; onderhoudt zij een digitale scholingsgids en ontwikkelt WoonWerk i.s.m. met derden (gesubsidieerde) workshops relevant voor de wonenbranche. Inzicht in het scholingsbeleid van werkgevers in de wonenbranche, helpt WoonWerk in haar beleidsvorming- en toetsing.
Respons werkgeverspanel	Aan het 4 <sup>e</sup> digitale panelonderzoek hebben 64 respondenten meegedaan. Het aantal werkgevers dat aan het 4 <sup>e</sup> panelonderzoek heeft deelgenomen, is niet groot genoeg om van statistische representativiteit (voor alle werkgevers uit de wonenbranche) te kunnen spreken. Wel geeft de informatie, zoals die in deze korte rapportage wordt gepresenteerd, een indicatie over hoe werkgevers in de wonenbranche over (de organisatie van) bij & nascholing denken.

---

<sup>1</sup> Wilt u informatie over eerdere digitale panelonderzoeken, dan kunt u contact opnemen met G. Lettinga via de mail [g.lettinga@woonwerk](mailto:g.lettinga@woonwerk) of telefonisch via 0348 494102.

## 2 Resultaten werkgeverspanel thema 'Bij & Nascholing'

---

Brancheverdeling

Ongeveer eenderde van de respondenten zijn werkgevers uit de branche 'meubel-/slaapspecialzaken'. Zowel de branche 'woningtextiel' als 'gemengd' zijn met circa 20% vertegenwoordigd. Voor een overzicht van de responsverdeling over de branches, zie tabel 1<sup>2</sup>.

**Tabel 1 Responsverdeling over branches**

Branche	Aantal	%
Meubel / Slaapkamerspecialzaak	21	33
Gemengd assortiment	13	20
Woningtextiel	12	19
Keukenzaak	9	14
Kurk/ Parketzaak	5	8
Overig	4	6
Totaal	64	100

Belang van bij & nascholing

Gevraagd is aan de respondenten hoe belangrijk zij bij- en nascholing vinden voor werknemers die al enige tijd werkzaam zijn binnen de branche en/of bij het bedrijf. Tabel 2 laat zien dat de respondenten het vrijwel unaniem eens zijn dat bij & nascholing gewenst tot zeer gewenst is (samen 95%).

**Tabel 2 Is bij & nascholing wenselijk?**

	Aantal	%
Zeer gewenst	25	39
Gewenst	36	56
Niet gewenst en/ of n.v.t.	3	5
Totaal	64	100

Enkele respondenten gaven nog een toelichting op de vraag waarom bij & nascholing (zeer) wenselijk is;

- Zeer gewenst, omdat er bedrijfsmatig veel veranderingen kunnen zijn;
- Zeer gewenst, beslist voor de te gebruiken (ver)nieuwe(de) materialen en producten;
- Zeer gewenst, want mensen worden bedrijfsblind en moeten steeds 'verfrissen';
- Gewenst, hoor van klanten klachten over ondeskundige adviezen;
- Gewenst, ook bij geen personeel in dienst, de ondernemer dient ook op de hoogte te blijven.

Eén respondent vindt bijscholing gewenst, mits niet overdreven.

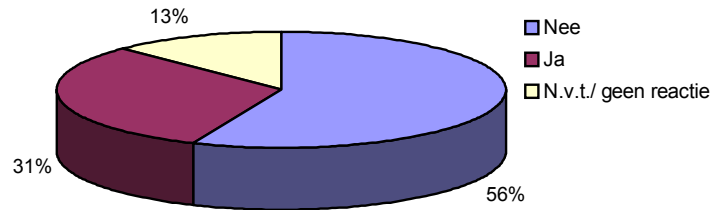
---

<sup>2</sup> Volgens de indeling van de CBW en/ of gebaseerd op de keuze van de respondenten in het 1<sup>e</sup> digitale panelonderzoek.

Zoeken naar geschikte bij & nascholing

Iets meer dan de helft van de respondenten (56%) geeft aan geen moeite te hebben met het vinden van geschikte opleidingen voor bij & nascholing (zie figuur 1).

**Figuur 1** Ondervindt u moeite bij het vinden van geschikte branchegerelateerde opleidingen voor bij- en nascholing?



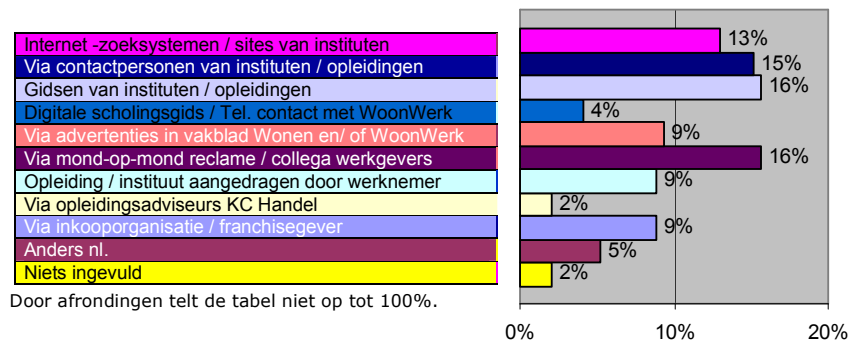
Ongeveer eenderde (20 respondenten) gaf aan wel moeite te ondervinden bij het zoeken naar geschikte scholing. De redenen hiervoor lopen uiteen, een samenvatting;

- o Het is moeilijk voor ervaren mensen een inspirerende en verrijkende cursus te vinden. Een respondent merkt op dat veel opleidingen bedoeld lijken voor jongeren;
- o De opleidingen en/of cursussen sluiten vaak niet aan op de praktijk(behoefte).
- o Het is moeilijk kiezen uit het (grote) cursusaanbod en vooraf in te schatten of de cursus het juiste niveau biedt en/of rendabel is. Enkele respondenten merken op dat er te veel 'wol' om een scholing heen zit, de opleiding vaak te algemeen is, te weinig 'to-the-point';
- o Het is moeilijk om een geschikte opleiding te vinden die in de omgeving van het bedrijf wordt gegeven;

Zoekkanalen voor bij & nascholing

De kanalen die gehanteerd worden bij het zoeken naar een geschikte opleiding of training zijn divers (zie figuur 2). Naast de gidsen en directe contacten met instituten, vormt mond-tot-mond reclame de belangrijkste informatiebron. Internet wordt ook veelvuldig genoemd als zoekkanaal naar scholing. Een kleine 10% van de respondenten laat zich informeren via de advertenties in de vakbladen of door een inkooporganisatie of franchisegever.

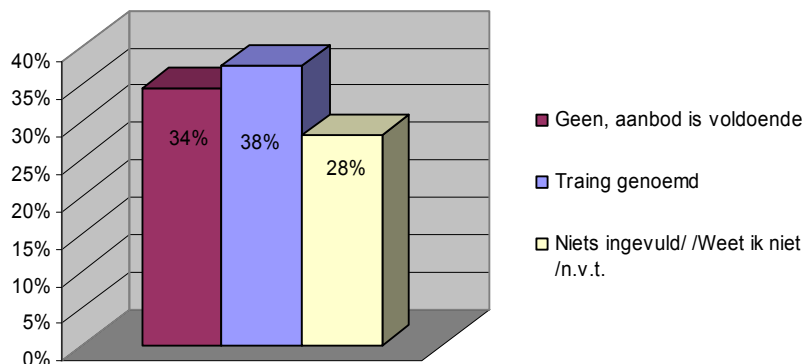
**Figuur 2** Welke kanalen gebruikt u/ het bedrijf bij het zoeken naar een geschikte opleiding/ cursus/ training voor u/ een werknemer?



Onder de categorie 'anders' werd meerdere keren 'trainingen door leveranciers' en de 'CBW' als informatiekanal genoemd.

Gevraagd is aan de respondenten welke trainingen er nog ontwikkeld zouden moeten worden, omdat er behoefte aan is binnen het bedrijf. Eenderde van de respondenten vindt het aanbod voldoende, er is geen behoefte aan nieuw te ontwikkelen trainingen (zie figuur 3). 28% van de respondenten heeft niets ingevuld of vond de vraag niet van toepassing op hun bedrijf. Hiernaast waren er 24 respondenten (38%) die één of meerdere trainingen hebben genoemd die zij nog graag ontwikkeld zien worden.

**Figuur 3 Welke trainingen (branche gerelateerd) zou u graag nog ontwikkeld zien worden omdat er behoefte aan is binnen uw bedrijf?**



In bijlage 3 is de volledige lijst met genoemde trainingen opgenomen. Hiernavolgend een samenvatting van de onderwerpen /typen trainingen waar (nog) behoefte aan is;

- Training klantvriendelijk verkopen & adviseren. Een respondent spreekt hierbij over aan de tijd aangepaste verkooptechnieken, ingaand op de psychologie van de verkoop. Een aantal respondenten zoeken dergelijke trainingen voor vakmensen die tevens met klanten in contact komen (keukenmonteurs, expeditie en maatnemer);
- Training product en/of warenkennis (meubelen, meubelmaken, meubelstofferen, stoffen & gordijnen, verlichting, tegelen of loodgieterwerk, keukenmontage /gereedschap, maatnemen, calculatie en werkvoorbereiding). Eén respondent zoekt een training productkennis in compacte vorm voor administratief en logistiek niveau;
- Training klachtenbehandeling /service afhandelingen;
- Training bedrijfshulpverlening; training omgaan met (telefoon)agressie, overval en veiligheid; arbo;
- Trainingen voor inkoop, logistiek en reclame;
- Algemene training voor de ondernemer (actualiseren kennis woonbranche, personeel, financiën etc.); Aandacht voor eenmans/ ambachtelijk bedrijf;
- Training productverkoop via internet.

*WoonWerk heeft i.s.m. partners een 4-tal workshops ontwikkeld voor verkopers die hun productkennis over meubelen (stoffen, schuim, hout, leer) willen vergroten<sup>3</sup>.*

Aan de respondenten is gevraagd wat zij vinden van het initiatief om (branchespecifieke) producttrainingen te (laten) ontwikkelen. De respondenten geven met 88% aan het initiatief van WoonWerk positief te vinden (zie tabel 3). Een vijftal respondenten vindt het initiatief niet nodig, omdat bijvoorbeeld de kennis zelf wel overgebracht kan worden of vaak wel door de fabrikant wordt gegeven.

**Tabel 3** Mening over initiatief tot ontwikkeling workshops

		%	Eventuele toelichting
Positief	56	88	
Niet nodig	5	8	Niet nodig want: <ul style="list-style-type: none"> <li>• productspecifiek wordt vaak wel door leverancier / fabrikant gegeven (1);</li> <li>• probleem zit hem bij ons over het algemeen niet in de productkennis, maar in het hoe er efficiënt mee om te gaan (1);</li> <li>• basiskennis kan ik zelf ook overbrengen (1);</li> <li>• verzorgen wij met eigen mensen</li> </ul>
Niets ingevuld	3	5	
Totaal	64	100	

Door afrondingen telt de tabel niet op tot 100%.

Naast de mening over het initiatief, is de respondenten vervolgens gevraagd of zij interesse hebben in deelname aan de workshops. In tabel 4 zijn de resultaten weergegeven.

**Tabel 4** Interesse in deelname aan workshops

		%	Eventuele toelichting
Ja	19	30	
Nee	10	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen interesse. De genoemde elementen zijn voor ons dagelijkse kost. Mijn personeel was reeds gediplomeerd voordat zij in dienst zijn genomen, de tijdens de workshop behandelde zaken zijn een herhaling, dit is voor ons geen bijscholing (1);</li> <li>• Helaas zouden wij dit zelfde initiatief waarderen specifiek voor de woningtextiel! (1);</li> <li>• Niet voor onze organisatie (1);</li> <li>• Zie bij toelichting tabel 3 'initiatief niet nodig want, ...' (3).</li> </ul>
Niets ingevuld / Overig	35	55	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niets ingevuld (22);</li> <li>• Weet nog niet / Eventueel / ? / Misschien (9);</li> <li>• Nog niet / Op dit moment nog niet toepasbaar / Op termijn (3).</li> <li>• Ervaring is vaak dat ondernemers wel met de mond zeggen cursussen te willen volgen, maar in de praktijk zich niet opgeven (1).</li> </ul>
Totaal	64	100	

Door afrondingen telt de tabel niet op tot 100%.

<sup>3</sup> Prijs: 95 Euro per workshop van elk 3 uur (hierin is de subsidie van de Stichting WoonWerk al verwerkt). Data: oktober 2004. Voor meer informatie zie [www.woonwerk.org](http://www.woonwerk.org), link 'nieuws'.

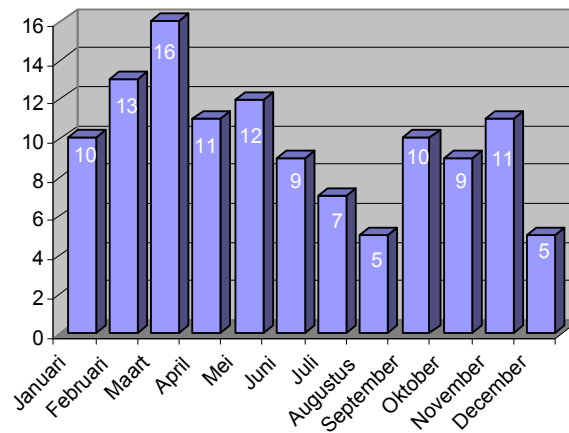
Maar liefst 55% laat de vraag of er interesse is voor deelname open of geeft aan het nog niet te weten. Een respondent merkt hierbij op dat de ervaring is dat ondernemers wel zeggen cursussen te willen volgen, maar in de praktijk zich niet opgeven. Circa 15% geeft duidelijk aan geen interesse te hebben in deelname en de resterende 30% geeft aan wel interesse te hebben.

Geschikte periode, dag, dagdeel en locatie voor training

Ten slotte is aan de respondent gevraagd wat voor het bedrijf de meest geschikte periode, dag, dagdeel en locatie is, om een werknemer een training te laten volgen.

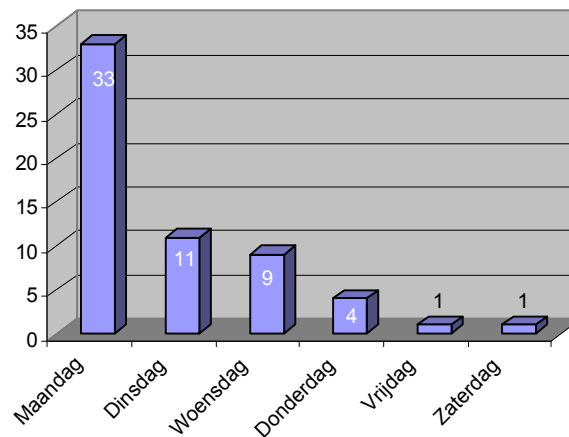
32 respondenten hebben een maand (of maanden) aangegeven die voor het bedrijf de meest geschikte periode vormt om werknemers een training te laten volgen. De maand maart werd het vaakst genoemd, juli, augustus en december zijn volgens de resultaten in tabel 4 de minst geschikte maanden voor een training. De overige maanden zijn redelijk evenwichtig verdeeld. Eén respondent geeft aan de voorkeur te hebben voor enkele dagen verspreid over langere tijd, zodat de implementatie ondertussen makkelijker te realiseren is.

**Figuur 4** Wat is voor uw bedrijf de meest geschikte periode om een werknemer een training te laten volgen?



Uit figuur 5 wordt duidelijk, dat de maandag de voorkeur geniet van de 35 respondenten die een geschikte dag(en) hebben genoemd om een werknemer een training te laten volgen.

**Figuur 5** Wat is voor uw bedrijf de meest geschikte dag om een werknemer een training te laten volgen?



De ochtend is volgens de respondenten het meest geschikte dagdeel voor het (laten) volgen van een training. Na de ochtend wordt de avond het vaakst genoemd. Indien er gekeken wordt naar combinaties van dagdelen, dan wordt de combinatie ochtend en middag veelvuldig genoemd. 'Het liefst hele dagen omdat de praktijk leert dat je er toch verder voor moet reizen' zo licht een respondent toe. Maar een drietal respondenten noemde zowel de middag als avond, waarbij één respondent aangeeft 'deel eigen/ deel werkgever'.

De vraag naar een geschikte locatie, leidde tot voorspelbare uitkomsten. In de omgeving van de onderneming heeft de voorkeur. Indien dicht bij de eigen omgeving niet mogelijk is, dan heeft het midden van het land de voorkeur. Uit de plaatsnamen/ regio's die zijn aangegeven, komt naar voren dat de respondenten die aan het panelonderzoek hebben deelgenomen vrijwel alle delen van Nederland vertegenwoordigen.

---

Samenvattende conclusie

Bij & Nascholing is belangrijk vinden de werkgevers, ook voor de al meer ervaren werknemer, zo kan geconcludeerd worden. Bedrijfsmatige veranderingen, nieuwe materialen en producten en natuurlijk de klanten, vragen om deskundig personeel dat goed op de hoogte is van de nieuwste ontwikkelingen. Werkgevers gebruiken verschillende zoekkanalen voor bij & nascholing, vooral de gidsen en contacten met scholingsinstituten en mond-tot-mond reclame zijn belangrijke informatiebronnen. Toch ondervindt ongeveer één op de drie werkgevers moeite bij het zoeken naar geschikte scholing. Zo is het lastig om inspirerende cursussen te vinden, cursussen die to-the-point zijn en op de praktijk gericht en/of die in de nabije omgeving van het bedrijf wordt gegeven. Uit de behoefte aan nieuw te ontwikkelen trainingen komt eveneens naar voren, dat de bedrijven uit de wonenbranche streven naar een verdere professionalisering. Een goede training klantvriendelijk verkopen & adviseren is nog gewenst, evenals diverse producttrainingen en hoe om te gaan met klachten. Het initiatief van WoonWerk om i.s.m. partners een 4-tal workshops te laten ontwikkelen voor verkopers die hun productkennis over meubelen willen vergroten, wordt door de werkgevers positief gewaardeerd. Circa een derde van de werkgevers geeft aan wel interesse te hebben in deelname. Ruim de helft van de werkgevers laat de vraag (voorlopig nog even) open. Locatie zou hierbij een rol kunnen spelen, reisduur lijkt een drempel. Hoewel de ochtend een geschikt dagdeel is voor een training, is een hele dag wel zo prettig wanneer de reisduur lang is. Qua periode zijn de maanden augustus en december het minst favoriet. Maandag is veruit de meest geschikte dag voor een cursus volgens de werkgevers.

## Bijlage 1 Vragen werkgeverspanel thema 'Bij & Nascholing'

	Ongewenst	Gewenst	Zeer gewenst	N.V.T. (eenmansbedrijf, etc.)
Vindt u bij- en nascholing belangrijk voor werknemers die al enige tijd werkzaam zijn binnen de branche/ bij het bedrijf?				
	Ja, want....	Nee		N.V.T.
Ondervindt u moeite bij het vinden van geschikte branchegerelateerde opleidingen voor bij- en nascholing?				
	Meerdere antwoorden mogelijk			
Welke kanalen gebruikt u/ het bedrijf bij het zoeken naar een geschikte opleiding/ cursus/ training voor u/ een werknemer?  Meerdere antwoorden mogelijk!	Internet – zoeksystemen /sites van instituten			
	Via contactpersonen van instituten/ opleidingen			
	Gidsen van instituten/opleidingen			
	Digitale scholingsgids/ Tel. Contact met WoonWerk			
	Via advertenties in vakblad Wonen en/of WoonWerk			
	Via mond-op-mond reclame / collega werkgevers			
	Opleiding/ instituut aangedragen door de werknemer			
	Via opleidingsadviseurs KC Handel			
	Via inkooporganisatie / franchisegever			
	Anders, nl.			
	Training voor....		Geen, aanbod is voldoende	N.V.T.
Welke trainingen (branche gerelateerd) zou u graag nog ontwikkeld zien worden omdat er behoefte aan is binnen uw bedrijf?	-			
	-			
	-			
<i>WoonWerk heeft i.s.m. partners een 4-tal workshops ontwikkeld voor verkopers die hun productkennis over meubelen (stoffen, schuim, hout, leer) willen vergroten. Prijs: 95 Euro per workshop van elk 3 uur (hierin is de subsidie van de Stichting WoonWerk al verwerkt). Data: 4 &amp; 11 oktober 2004. Voor meer info zie <a href="http://www.woonwerk.org">www.woonwerk.org</a></i>				
	Positief		Niet nodig want,.....	
- Wat vindt u van het initiatief om (branche specifieke) producttrainingen te (laten) ontwikkelen?	Positief over initiatief:			
	Heb interesse in deelname:			
- Wat is voor uw bedrijf de meest geschikte periode, dag, dagdeel en locatie om een werknemer een training te laten volgen?	Maand(en):			
	Dag(en) in de week:			
	Dagdeel (*s morgens, middags en/of avonds):			
	Locatie (plaats in Nederland)			

## **Bijlage 2      Problemen die ondervonden worden bij het zoeken naar geschikte bij- en nascholing**

- Ja, het moeilijkste is voor ervaren mensen een inspirerende cursus te vinden;
- Ja, want ons personeel is reeds gediplomeerd aangenomen. Voor hen is het moeilijk een verrijkende opleiding/training te vinden;
- Ja, de opleidingen lijken vaak bedoeld voor jongeren;
- Ja, je ziet door het bomen het bos niet meer;
- Ja, keuze welke cursussen rendabel zijn, aanbod is groot, tijd altijd te weinig en kosten hoog;
- Ja, want moeite om vooraf juiste niveau van de cursus in schatten;
- Ja, er zit vaak zoveel 'wol' om een scholing heen en wordt zo moeilijk 'to-the-point';
- Ja, want de meeste opleidingen zijn heel algemeen;
- Ja, voor onze branche (met name parket) is de (bij)scholing voornamelijk in Nieuwegein. Toch kostbare reizen vanuit Limburg;
- Ja, want nooit in de omgeving;
- Ja, kennis van de meubelbranche is niet overal;
- Ja, want het is vaak niet in de omgeving;
- Ja, want er zijn geen opleidingen zoals wij wensen;
- Ja, sluit niet altijd aan bij hetgeen wij behoefte aan hebben;
- Ja, want opleidingen sluiten niet aan op de praktijk;
- Ja, want soms niet praktijkgericht;
- Ja, wij willen (en hebben) dit praktijk en specifiek op onze werkprocedures hebben aangepast;
- Ja, want bij ons starten veel mensen van de academie (int. architectuur). Daar wordt niets aan commerciële vaardigheden gedaan;
- Ja, want hoe kan ik een meubelmaker omscholen tot servicemedewerker, welke en route ook stofferingproblemen kan oplossen?

### Bijlage 3 (Nieuwe) trainingsbehoeften

- Aan de tijd aangepaste verkooptechnieken. Psychologie van de verkoop;
- Verkoopopleiding klantvriendelijk en niet scoren maar adviseren + Keukenmonteurs omgaan met klanten;
- Commerciële vaardigheid;
- Verkoopadviseur;
- Communicatietechniek;
- Verkooptechniek;
- Iets tussen verkooptraining en binnenhuisarchitectuur + Verkoopcursus klantbenadering e.d.;
- Verkoopmedewerkers woningtextiel;
- Verkoop van parket en houtenvloeren;
- Inrichtingsplannen verkopen;
- Expeditie, hoe benader je de klant zo klantvriendelijk mogelijk (een vakman heeft vaak minder communicatieve vaardigheden, hier moet aandacht aan worden geschonken);
- T.b.v. serviceafdeling: omgaan met klagende klanten, voorkoming van conflicten;
- Klachtenbehandeling;
- Klachtafhandeling;
- Service afhandelingen;
- Bedrijfshulpverlening voor woonbranche;
- Hoe om te gaan met agressie aan de telefoon en in de winkel;
- BHV Training Overval / Veiligheid;
- Product kennis in compacte vorm (administratie en logistiek niveau);
- Productkennis / informatie;
- Productkennis over meubelen;
- Warenkennis;
- Productkennis meubelen, gordijnen, meubelstoffen, verlichting etc.;
- Warenkennis en reparatie van stoffen;
- Bijscholing tegelen of loodgieterwerk of keukenmontagebijscholing enz.;
- Goede opleiding voor meubelmakers en meubelstoffeerders zodat als ons personeel met pensioen gaat er vakmensen te vinden zijn;
- Keukenkennis;
- Keukens montage;
- Maatnemen / calculatie/ werk voorbereiden;
- Maatneming en communicatie (in 1) bij klant;
- Omgaan met het gereedschap van de keukenvakman: Hard- en software;
- Algemene training ondernemer (actualiseren kennis woonbranche, personeel, financiën etc.);
- Arbo;
- Inkoop en logistiek;
- Meer aandacht voor eenmans/ ambachtelijk bedrijf;
- Omscholing van meubelmaker naar servicemedewerker die en route ook stofferingsproblemen kan oplossen. Stoffen in combinatie met service op banken;
- Productverkoop via internet;
- Reclamegebied.