



SealteQ: eigentijds onboarden in de betonsector

Goede medewerkers vinden én behouden is in de betonsector een grote uitdaging. Mkb-bedrijf [SealteQ](#) gebruikt gamification om zichzelf op een eigentijdse manier aan nieuwe medewerkers te laten zien.

Nieuw bij SealteQ? Dan doe je (onder meer) een escaperoom om het bedrijf te leren kennen, gevolgd door een inwerkmodule in de personeelsapp. It's all in the game, vertellen directeur bedrijfsvoering Gerthé Klaassens en onderwijskundige Lisa Silva Kas (van partner [TriamFloat](#)).



Wat is het idee achter All in the game?

Gerthé: "We laten nieuwe medewerkers op een andere manier met ons bedrijf en ons werk kennismaken. Eerst intuïtief, met puzzels in een escaperoom, daarna gestructureerd, via een inwerkmodule in onze bestaande personeelsapp. Die module doorlopen ze samen met hun buddy, een voorman. Als nieuwe collega krijg je in de app elke dag een learning nugget aangeboden: filmpjes, teksten en opdrachten om kennis te maken met SealteQ en alles wat belangrijk is op de werkvloer. Daarna volgt een tweede leerpad met inhoudelijke modules. Die volg je op maat. De voorman kan bijvoorbeeld zeggen: 'je gaat volgende week met mij mee om een vloer te coaten, doe nu maar het hoofdstuk vloer coaten in de app'."

Hoeveel tijd is een nieuwe medewerker straks met onboarding bezig?

Lisa: "Met elke learning nugget naar verwachting 10 tot 15 minuten. Er staan ook vragen bij, daar heb je misschien nog een kort gesprekje over met je voorman. Al met al moet het binnen een pauze te doen zijn. En de escaperoom... de bestaande medewerkers waren er binnen 25 minuten uit, maar die kennen SealteQ al. Nieuwe medewerkers zullen er misschien 50 minuten over doen."

Kost begeleiding zo meer of minder tijd?

Gerthé: "Ik denk dat we snel op het punt komen dat het tijd gaat opleveren, omdat basisdingen nu worden uitgelegd in de personeelsapp. We vragen geen enorme tijdsinvestering van de voorlieden die nieuwe medewerkers begeleiden. En het is het waard als we daarmee meer mensen behouden. Vorig seizoen is er van tien instromende leerlingen maar eentje gebleven. Dan verlies je gigantisch veel tijd."

Waar zijn jullie tegenaan gelopen?

Gerthé: "De tijdsinvestering. Laat je dit project trekken door één persoon die zelf veel beslissingen neemt, dan gaat het sneller. Maar dan lever je een product op dat niet door iedereen wordt gedragen of waarover vragen zijn. Draagvlak creëren kost tijd."

Lisa: "Het was belangrijk om bij medewerkers van verschillende locaties op te halen wat de uitdaging is bij het inwerken en opleiden van nieuwe medewerkers."

Een inwerkmodule, een escaperoom – hoe duur is dat?

Gerthé: "Aan de ontwikkeling van de inhoud van de module ben je grofweg 20.000 euro kwijt, aan het bouwen van de module zo'n zelfde bedrag. Dat is veel geld, maar het heeft een duidelijke spin off in energie, in blijheid, in trots dat we zulke nieuwe dingen doen. Mensen vertellen het door."

Wat is je belangrijkste tip voor mkb'ers die iets soortgelijks willen doen?

Gerthé: "Kies partners die oog hebben voor de cultuur in je branche en je bedrijf. We hebben geluk met onze app-bouwer, die staat er open in. En Lisa heeft snel gesnapt dat wij een organisatie zijn waar hele lappen tekst niet gaan werken. Wat wij nodig hebben, zijn die learning nuggets, dat korte en visuele."