

PERSBERICHT

Creyf's wordt ...

Start People: een nieuwe naam, nieuwe ambities

Creyf's maakt plaats voor Start People, niet enkel een nieuwe naam maar eveneens een uitzendbedrijf met een vernieuwde positionering, benadering en visie op het interimproces. Dit alles met het behoud van de sterkte van vandaag, maar we veranderen om nog meer onszelf te zijn.

Opvallendste elementen daarbij zijn de nieuwe benadering van hoe uitzendmedewerkers met uitzendwerk omgaan en de snelheid van het volledige rebrandingsproces. Die nieuwe benadering speelt in op de huidige marktsituatie en toekomstige maatschappelijke tendensen, niet enkel binnen de uitzendsector, maar ook in de algemene perceptie bij werkgever en werknemer over arbeid.

De nieuwe naam moet Start People toelaten zich nog sterker te positioneren op de internationale hr-kaart.

1. Internationale merkpositionering

Creyf's wordt op 23 april 2007 Start People, een jaar na de integratie tot USG People. De nieuwe naam past in de internationale multimerkenfilosofie van USG People. Met zijn multimerkenbeleid wil USG People – het nummer 2 in zijn sector in België en nummer 5 in Europa – zijn internationale positie versterken en zijn uitgangspositie valoriseren.

Ook 2007 is een belangrijk scharnierjaar voor USG People. Zo worden het gespecialiseerde dienstenaanbod en de merkenportfolio verder gestroomlijnd. Deze stroomlijning moet toelaten nog beter en efficiënter in te spelen op de diverse hr-vraagstukken van de arbeidsmarkt en om de internationale groei te ondersteunen. De rebranding van Creyf's tot Start People maakt hiervan deel uit.

2. Marktsituatie & markttendensen

Met de nieuwe naam, positionering en strategie wil Start People nog beter inspelen op huidige en toekomstige markttendensen. De nieuwe benadering is het resultaat van grondig marktonderzoek en studies naar de huidige en toekomstige tendensen in het arbeidsproces algemeen en de uitzendmarkt in het bijzonder.

In dat verband werden verschillende grootschalige studies opgezet. In opdracht van Start People ondervroeg het onderzoeksbureau Synovate/Censydiam enkele tientallen uitzendmedewerkers in België via exploratief diepte-interview om te polsen naar hun perceptie op arbeid, werkgelegenheid en uitzendarbeid.

A. Positieve invulling van het arbeidsproces

Algemeen gesteld beschouwen mensen werk / arbeid / het arbeidsproces in de eerste plaats als een activiteit die noodzakelijk is om te voorzien in de basisbehoeften: "ik werk omdat ik op die manier geld verdien, waarmee ik kan voorzien in mijn basiscomfort". Toch is de voorbije decennia deze perceptie geleidelijk aan gewijzigd. Hoewel de basisvisie op arbeid (ik werk om geld te verdienen) nog steeds de bovenhand heeft, maakt ze ook meer en meer plaats voor een positieve en geëngageerde benadering.

Zo zien mensen het arbeidsproces ook als een opportuniteit. Werken biedt de kans zich te ontwikkelen, te vormen, nieuwe aspecten bij te leren. Bovendien wordt werk steeds meer afgemeten en beoordeeld in functie van een leercurve. Mensen werken omdat ze iets kunnen bijleren, omdat een on-the-job training het werken boeiend en verrijkend maakt.

Daarnaast is ook het plezieraspect van belang. Mensen werken omdat ze graag werken, omdat het hen gelukkiger maakt. Werken geeft een invulling aan de dag, biedt mensen voldoening omdat ze het gevoel hebben zich nuttig en verdienstelijk te maken tegenover hun werkgever en / of de maatschappij. Plezier in een job en een aangename werkomgeving worden beschouwd als zeer belangrijke motivaties voor een job.

B. Positieve visie op uitzendarbeid

Ook de visie op uitzendarbeid is de voorbije jaren sterk gewijzigd en heeft een meer positieve invulling gekregen. In het verleden werd interimwerk tradioneel geassocieerd met een cyclisch proces, dat vooral arbeiders betrof, die in de eerste plaats op zoek waren/zijn naar een vaste job.

Dit is nog steeds gedeeltelijk waar, maar heeft plaatsgemaakt voor een meer positieve invulling en een bredere visie. Zo wordt interimwerk steeds meer gezien als een vorm van professionele begeleiding in een arbeidsmarkt die in volle evolutie is, en waarvan de wetmatigheden zijn gewijzigd.

Zo wordt een levenslange carrière binnen hetzelfde bedrijf niet alleen als een grote uitzondering gezien, maar is dit voor de meeste mensen ook niet meer wenselijk. Flexibiliteit wordt (nog) belangrijk(er), niet alleen voor de werknemer maar eveneens voor de werkgever. Bedrijven zien medewerkers steeds meer als menselijk kapitaal dat voor een specifieke taak of een specifiek project een tijdelijke functie opneemt binnen een bedrijf. Daarbij gaan bedrijven op zoek naar de witte raaf, het unieke profiel dat het beste geschikt is voor een bepaalde taak, ongeacht of dit profiel binnen of buiten het bedrijf te vinden is.

Ook werknemers zien hun carrière meer en meer in het licht van een permanent leerproces en als een aaneenschakeling van projecten en verantwoordelijkheden. Loyaliteit tegenover éénzelfde werkgever wordt door een werkgever niet meer als een noodzakelijke *conditio sine qua non* gezien voor een goede samenwerking. Werknemers vinden dit niet meer wenselijk / noodzakelijk, werkgevers evenmin. Omdat geen van beide partijen een levenslange samenwerking van elkaar verwacht, verdwijnt ook de schaamte bij het beëindigen hiervan (die vroeger wel aanwezig was), en wordt dit proces nog versneld en in de hand gewerkt.

Vanuit dat perspectief verandert ook de rol van de uitzendmarkt en van uitzendbedrijven grondig. In een zich wijzigende arbeidsmarkt waar flexibiliteit en verandering de boventoon voeren, is er een steeds belangrijkere rol voor de uitzendbedrijven weggelegd. Werknemers zoeken bij het uitstippelen van hun loopbaan vaker naar professionele begeleiding en advies. Zo zijn mensen op zoek naar een vorm van coaching tijdens de hele professionele loopbaan, en zoeken ze hulp bij het vinden van een ideale match tussen werkgever en werknemer. Verder willen mensen op de één of andere manier ook de voordelen van training en begeleiding kunnen genieten.

3. Rebranding naar Start People

Op basis van voorgaande aspecten wil Start People uitgroeien tot een merk, een naam en een positionering die wil inspelen en anticiperen op voornoemde markttendensen.

A. Nieuwe positionering

Start People bouwt in de eerste plaats verder op de sterktes van Creyf's. De warmte, toegankelijkheid, openheid en professionalisme waarmee Creyf's werd geassocieerd, staan ook voorop in de positionering van Start People. Daaraan voegt Start People enkele nieuwe elementen toe, die het uitzendbedrijf nog beter in staat moeten stellen om maximaal in te spelen op de zich wijzigende context.

Start People onderscheidt zich van Creyf's door een nog duidelijkere / specifiekere positionering. Dat gebeurt aan de hand van volgende elementen:

- een nieuwe naam en een nieuw logo
- een duidelijkere focus op nieuwe waarden
- een focus op een ruimere doelgroep: van 16 tot 54 jaar oud

De nieuwe positionering moet Start People toelaten een nog sterkere en meer onderscheiden plaats in te nemen in de interimmarkt.

B. Europese dimensie

De rebranding naar Start People blijft niet tot België beperkt. De naamswijziging kadert in het internationale multimerkenbeleid van USG People, en is de katalysator voor enkele ambitieuze doelstellingen van Start People.

In oktober 2006 werd Start People in wereldprimeur gelanceerd in Italië en Spanje. In januari laatstleden was Nederland aan de beurt. Na België (op 23 april) volgt ook Frankrijk in januari 2008.

Start People bekleedt een belangrijke plaats binnen de USG People-groep. Start People staat voor 60 procent van de internationale omzet van USG People. Als grootste internationale merk van USG People is Start People aanwezig in 13 landen, met internationale accounts, een internationale bekendheid, een top-of-mind-positie en een aanwezigheid in gans Europa in kwartaal 1 van 2008 als streefdoelen.

Ook op Belgische schaal is Start People een belangrijke speler. Start People bekleedt de derde plaats in de Belgische uitzendmarkt, met 550 vaste medewerkers, 104 kantoren verspreid over heel België, 72.000 uitzendmedewerkers op jaarbasis en 12.000 tewerkgestelde medewerkers per dag.

Start People wil zich excelleren tegenover zijn concurrenten op het vlak van ervaring (43 jaar ervaring vanuit Creyf's) en op het vlak van dienstverlening.

Dit laatste element speelt volledig in op de wijzigende marktsituatie, waarbij een uitzendbedrijf zich meer en meer positioneert als volwaardige partner en coach in het volledige loopbaantraject van mensen.

Of iemand pas zijn loopbaan start, twintiger is, in het midden van zijn loopbaan zit, opnieuw aan het werk wil of uitkijkt naar een zinvolle bezigheid na een vervroegd pensioen. Start People staat voor een levenslang partnerschap.

C. Nieuwe segmentatie

Samen met de rebranding maakt Start People verder ook een nieuwe functionele opdeling en benadering van de uitzendmarkt, in lijn met zijn verschillende doelgroepen (uitzendmedewerkers en bedrijven die uitzendmedewerkers zoeken). Beide doelgroepen verschillen grondig van elkaar inzake behoeften en benadering.

De bedrijven die een beroep doen op Start People (B-2-B-contacten) wensen en verwachten in de eerste plaats kennis van de sector en een oplossing voor hun specifieke sector. De uitzendmedewerkers (door Start People omschreven als de B-2-C-contacten) verwachten van Start People om snel een gepaste job voor hen te kunnen vinden.

Daarnaast werden 4 specifieke doelgroepen gedefinieerd, die elk met een eigen aanpak zullen worden benaderd: studenten, 45-plussers (voor de afdeling Senior Experience), de artiesten en dienstencheques.

De vernieuwde kijk waarmee Start People zijn verschillende doelgroepen wil benaderen, blijkt sterk uit de segmentatiemodellen naar de verschillende doelgroepen toe.

Zo zal Start People naar B-2-B-contacten uitgaan van verschillende sectoren (die elk een specifieke knowhow en marktkennis vereisen. Het gaat om volgende functionele opdeling:

- Logistics & Transport
- Construct
- Call
- Horeca, Events & Promo
- Dienstencheques
- Food
- Pharma & Chemical
- Banking & Insurance
- Public sector
- Retail

Deze opsplitsing bouwt verder op de benadering in het verleden, maar stelt de ambities scherp en gaat verder dan in het verleden het geval was. Zo kende Creyf's ondermeer geen specifieke specialisatie binnen de farmaceutische en medische wereld, het bankwezen en de publieke sector. In de mate waarin deze kennis wel aanwezig was binnen het bedrijf, werd dit niet expliciet uitgedragen.

In de benadering naar de uitzendmedewerkers toe (B-2-C) is er sprake van een drastischere stijlbreuk. Ook deze visie en benadering is gebaseerd op de denkoefening, de analyses en onderzoek naar de wensen en behoeften van de uitzendmedewerker.

In het verleden werden openstaande vacatures in de uitzendkantoren van Creyf's telkens aangekondigd en opgedeeld volgens een functionele opsplitsing per sector (zoals in de B-2-B-benadering): logistieke profielen, technici, administratieve medewerkers, Start People gooit dat roer resoluut om met een nieuwe benadering, die beter aansluit bij de werkelijke behoefte van de kandidaat-uitzendkracht.

Een benadering volgens sectoren werkt weliswaar goed naar B-2-B-contacten, maar niet naar kandidaat-uitzendmedewerkers. Wie op zoek is naar een nieuwe job, kiest die in de eerste plaats volgens het type functie. De functionele opdeling ziet er in het nieuwe model als volgt uit:

- Dringend
- Optie vast
- Experts (vakmensen, knelpuntprofielen, specialisten)
- Dienstencheques

Zo zal een vacature voor een meertalige bediende bijvoorbeeld voortaan als volgt kunnen worden aangekondigd: (indien snelle invulling vereist) dringend; (indien extra competenties gevraagd) experts.

De nieuwe benadering zal voortaan het criterium zijn waarmee nieuwe jobs worden aangekondigd: in de kantoren van Start People, op de website, en zo meer.

D. 6 P's

Met de nieuwe naam en de nieuwe positionering werd eveneens een nieuwe baseline ontwikkeld: *growing together*. Het nieuwe merk wordt verder ingevuld en vormgegeven volgens 6 startpunten (6 P's), die de onderliggende filosofie en engagement verduidelijken:

- Lifetime **Partnership**
- Respect **People** and embrace Diversity
- **Progress** through Innovation
- Show **Passion**
- Drive **Performance**
- **Participate**. Build the 'community'

Lifetime Partnership

Start People wil een levenslange partner en coach zijn voor werknemers algemeen en uitzendmedewerkers in het bijzonder in elke fase van hun levenscyclus. Maar eveneens voor werkgevers voor werkgevers in elke fase van hun bedrijfsontwikkeling.

Respect People and embrace Diversity

Start People omarmt diversiteit en respecteert mensen. Er kan geen respect zijn voor individualiteit zonder respect voor diversiteit.

Progress through Innovation

Start People wil het zijn kandidaten en klanten gemakkelijk maken. Daarom streven we naar de modernste technologie en methodes om zo optimaal mogelijk onze opdracht te vervullen. Continue innovatie is voor Start People essentieel.

Show Passion

Bij Start People doen we alles wat nodig is en we staan open voor nieuwe uitdagingen omdat we gepassioneerd zijn over onze kandidaten en betrokken zijn bij onze klanten. We willen dat onze klanten en kandidaten dezelfde passie tonen.

Drive Performance

Start People spoort aan tot resultaten, niet alleen bij de eigen uitzendconsulenten, maar eveneens bij de uitzendmedewerkers. We leveren resultaten en groeien samen met elke kandidaat en klant, zodat het vertrouwen in elkaar steeds sterker wordt.

Participate. Build the 'community'

Bij Start People nemen we de tijd om onze kandidaten, klanten en eigen medewerkers te leren kennen. We willen dat ze zich goed voelen over werken met Start People. Door te werken als een team, continu lerend en met respect en openheid voor persoonlijke verschillen, is Start People een 'community' waartoe zij willen behoren.

Algemeen wordt dit weerspiegeld in de slogan van Start People, "growing together".

E. Implementatie - marketingtechnisch

Achter een rebranding schuilt ook een immens logistiek proces. Op een minimum van tijd wil Start People het nieuwe merk in de markt plaatsen en het merk Creyf's snel uit het straatbeeld doen verdwijnen. Een korte beschrijving van dit implementatieproces.

Op minder dan 3 weken tijd zal de naam Creyf's op alle plaatsen vervangen zijn: in de 104 Belgische kantoren, in alle voetbalstadions en op de shirts van alle sportploegen, en alle andere marketingactiviteiten.

Creyf's is in de eerste plaats bijzonder zichtbaar in het straatbeeld via het kantorennetwerk. Gespecialiseerde deco- en interieurteams zullen dankzij een op maat uitgewerkte leermodule alle 104 kantoren in recordtijd ombouwen. Ook de 164 wagens met Creyf's bestickering worden in minimumtijd vervangen.

Een intensieve radio- en outdoorcampagne moet het nieuwe merk op korte tijd lanceren, aan bekendheid doen winnen en in de markt zetten.

Creyf's was in het verleden als sponsor reeds verbonden aan tal van evenementen en activiteiten. Ook dit sponsorverhaal loopt door en wordt nog verder uitgebreid. Zo zal Start People zich als sponsor verbinden aan onder andere volgende evenementen: Lokerse Feesten, Miss Belgian Beauty, Filmfestival Gent, Laundry Day, Les Ardentes, Verdur Rock, Leffingeleure, Military Waregem en Zomerfestival Vlaanderen.

Daarnaast loopt ook het sportsponsordossier verder. Zo zal Start People als sponsor aanwezig zijn op de outfits en/of in de stadions / sportterreinen van volgende sportclubs: Lierse, STVV, Lokeren, Sporting Charleroi, Germinal Beerschot, Zulte-Waregem, AA Gent, FC Brussels, Moeskroen.

4. Learn 2 Win

Tenslotte start het nieuwe Start People eveneens met een uniek leer- en ontwikkelingsconcept. Learn 2 Win is een toekomstgericht en vernieuwend individueel leerprogramma dat mikt op de volledige integratie van de uitzendmedewerker op de werkplek. Learn 2 Win wil een leeromgeving aanbieden aan de individuele uitzendmedewerker dat bestaat uit alle noodzakelijke middelen en tools om dit doel te kunnen realiseren. Het Learn 2 Win programma is volledig flexibel, in functie van het realiseren van de beste 'fit' tussen uitzendmedewerker en leeromgeving.

Het Learn 2 Win-project benadert het beste de 'growing together'-filosofie van Start People. Het project realiseert een voordeel voor alle betrokken partijen:

- de uitzendmedewerker / kandidaat geniet een opleiding op de werkvloer
- de klant (van Start People) geniet een hogere productiviteit en kwaliteit dankzij de betere prestaties van de uitzendmedewerker
- Start People heeft hier baat bij omdat het beter geschoolde uitzendmedewerkers kan afleveren, en omdat zowel uitzendmedewerkers als klanten zich nog meer zullen fideliseren, daarom niet continu, maar wel doorheen hun loopbaan of bedrijfscyclus.

Binnen het Learn 2 Win-project werden al verschillende acties en producten uitgewerkt en in eerste fase uitgetest: BLITS (tailor-made opleiding via DVD), generieke opleidingen, HACCP, Call, Imp'act, FormInterim, Attitudetraining, ...

Het Learn 2 Win project werd (voorlopig) uitgewerkt voor volgende sectoren, profielen en speciale diensten of specifieke doelgroepen:

- sectoren: Construct, Logistics & Transport, Call, Horeca, Events&Promo
- profielen: technische beroepen, bedienden, vakmensen, knelpuntprofielen
- speciale diensten: dienstencheques, senior experience, in het kader van diversiteitsprojecten

Voor meer informatie over het nieuwe merk Start People, alsook over de verschillende facetten van het rebrandingproces, de onderliggende strategie en de resultaten van het marktonderzoek, kan u te allen tijde contact opnemen met Johan Sack (Marketing & Communication Director Start People België) op het nummer 0478 / 88 01 41 of via johan.sack@creyfs.be, en met Matthias Meersschaert (Trimedia) op het nummer 02 / 713 07 35 of via mmeersschaert@trimedia.be.

Start People

Start People maakt deel uit van de beursgenoteerde groep USG People, die via sterke internationale en sterke lokale merken innovatieve human resources diensten en oplossingen aanbiedt. In België heeft Start People meer dan 550 medewerkers in dienst in 93 algemene Start People kantoren en 11 gespecialiseerde kantoren. Jaarlijks zet Start People België meer dan 72.000 uitzendmedewerkers aan het werk.