

MyJourney: een persoonlijke reis om verantwoordelijkheid te nemen voor je loopbaan



Sara Bakker (eelloo), Erik Marcelis (KLM) en Marion Leguijt: "Het grote voordeel van het platform is dat je er alles op kunt vinden."

Wie bewuste loopbaankeuzes maakt, werkt met meer plezier en betrokkenheid. In deze klantcase lees je hoe KLM samen met eelloo loopbaanoriëntatie mogelijk maakt voor de cabin crew: 10.000 mannen en vrouwen voor wie vliegen *een way of life* is.

"Heel veel mensen – ikzelf ook – starten bijvoorbeeld na hun studie met het idee dat ze een jaartje gaan vliegen. Dat blijkt dan zo leuk te zijn, dat ze blijven. En dan lopen ze na een aantal jaar tegen vragen aan als: Wil ik wel of niet een leidinggevende positie aan boord? Wat kan ik ernaast doen? Mensen wisselen niet snel van luchtvaartmaatschappij. Want KLM is een aantrekkelijke werkgever en bij andere maatschappijen start je weer onderaan. Dat alles maakt dat je – als je eenmaal hebt gekozen voor dit vak – vaak een lang dienstverband hebt." Aan het woord is Marion Leguijt, Vice President Cabin Crew Management (CCM) bij KLM. In die rol is ze verantwoordelijk voor fit, gemotiveerd en professioneel cabinepersoneel.

SNEL IN DE LUCHT

Marion vliegt zelf ook nog en weet dus wat er leeft onder het cabinepersoneel. Vanaf het begin was ze betrokken bij het traject dat bij KLM zou leiden tot MyJourney. “Zowel KLM als de vakbonden vonden loopbaanoriëntatie een belangrijk thema. Daarom is het nu opgenomen in de cao.”

De KLM-werkgroep waarin Marion zat, trok Erik Marcelis aan als projectleider. “Hij bracht er snelheid in”, zegt Marion. “Eind 2018 betrok hij eelloo erbij, in maart 2019 was het platform klaar en in april konden alle 10.000 medewerkers inloggen.”

DIGITALE NOMADEN

Erik: “Collega’s spraken mij in het begin aan: ‘Jij doet het project loopbaanscans toch?’ Ik zei dan altijd: ‘Nee, ik doe het project loopbaanoriëntatie’, want MyJourney is een veel bredere beweging.” Eerst onderzocht hij wat er nodig was om bewustwording en actie te stimuleren bij de cabin crew. Dat deed hij vanuit allerlei invalshoeken, samen met het projectteam met mensen van de vakbond en de OR, Cabin Crew Management en Learning & Development. Erik: “Toen kwamen we erachter dat het proces digitaal ondersteund moest worden. Ook simpelweg omdat we het hebben over 10.000 mensen die ofwel thuis zijn, ofwel op route, maar nooit op kantoor.”

HELDERE AFSPRAKEN, KORTE LIJNTJES

KLM nodigde zes partijen uit die een digitaal platform konden ontwikkelen. “We waren het er vrij snel over eens dat eelloo eruit sprong”, zegt Erik. “Ze voldeden aan alle privacy- en security-eisen, maar ze begrepen vooral onze vraag heel goed. Een voorbeeld: wij wilden dat mensen weten welke test, scan of actie het beste helpt in hun specifieke situatie. En eelloo was *net* een hulpmiddel aan het ontwikkelen om mensen daar inzicht in te geven: de Keuzewijzer.”

Keuzewijzer in MyJourney

Of ze nu in Berlijn zijn of in Bangkok, de 10.000 Cabin Attendants en (Senior) Pursers van KLM kunnen overal werken met MyJourney. De Keuzewijzer wijst de weg: het aanbod is onderverdeeld in drie thema’s. Via filmpjes met persona’s worden tests, scans en activiteiten aangereikt die passen bij specifieke situaties.

“Wij willen dat mensen weten welke test, scan of activiteit hen het beste helpt.”

Uiteindelijk bouwden KLM en eelloo samen verder aan het platform en aan de Keuzewijzer. Erik: “Wij hadden de beelden, eelloo had de mogelijkheden. En de samenwerking verliep goed: snel schakelen, heldere afspraken, korte lijntjes – ik sprak Sara van eelloo bijna dagelijks. Zij had een heel team achter zich dat MyJourney bouwde, en ik koppelde alles wat er gebeurde terug naar het projectteam van KLM. Ik ben zelfs nog bij eelloo geweest toen hun UX-designer langskwam voor een presentatie.”

Sara Bakker van eelloo vult aan: “Ik heb nog nooit zo’n grote betrokkenheid meegemaakt bij een klant. Samen met KLM hebben we MyJourney naar een hoger niveau gebracht.”

KIJKJE IN DE KEUKEN

Over het eindresultaat zegt Sara: “Het grote voordeel van het platform is dat je er alles op kunt vinden. Het bevat onze tests, scans en opdrachten én het nodigt mensen uit om in actie te komen met het aanbod van KLM.”

Alle mogelijkheden voor loopbaanoriëntatie worden ontsloten via MyJourney. Ook links naar interne websites, vacaturesites, relevante online trainingen en bijvoorbeeld de health portal. “Online en offline vullen elkaar aan”, zegt Erik. “Je kunt bijvoorbeeld ook in gesprek gaan met collega’s die nevenfuncties hebben. Of een kijkje nemen in de keuken bij andere KLM-onderdelen. Dat soort activiteiten zit binnen *no time* vol. Ik merk dat MyJourney een serieus thema is bij KLM. Dat was ook de bedoeling: voor de lancering ben ik een heel rondje langs de velden geweest. Ik heb het platform onder de aandacht gebracht bij trainers, recruiters, beoordelingspursers, reintegration officers en HR-officers. Zij hebben allemaal veel contact met de cabin crew.”

“In korte tijd waren er meer dan 1000 gebruikers.”

PRIKKELEN

Het doel van alle inspanningen is dat mensen tijdig en bewust loopbaankeuzes maken – binnen of buiten het cabinedomein. Gebeurt dat al? “Ik zie nog niet heel veel mobiliteit”, zegt Erik. “Maar mensen zijn wel een stuk bewuster bezig met keuzes. Ze ontdekken bijvoorbeeld dat ze willen blijven vliegen, omdat het zo goed past. Of ze hebben alternatieven bekeken, maar vinden de overstap toch te spannend. Dat is allemaal prima. Een bewuste keuze – wat de uitkomst ook is – leidt ertoe dat je meer tevreden en betrokken aan het werk bent.” Marion Leguijt ziet dat effect ook: “MyJourney prikkelt collega’s om na te denken en zich te verbreden en verdiepen. Ze maken een persoonlijke reis om stappen te zetten en verantwoordelijkheid te nemen voor hun loopbaan.”

VEEL INZICHT

Marion vindt dat er een mooie start is gemaakt: “Collega’s zijn geënthousiasmeerd om een kijkje te nemen. Het platform is toegankelijk en ziet er mooi uit. Ik denk wel dat het belangrijk is om het te blijven vernieuwen met prikkelende onderdelen. Dan komen mensen ook terug.”

Erik: “De scans brengen veel inzicht, zodat mensen zichzelf en hun mogelijkheden ontdekken. Ze vinden het fijn om daarmee bezig te zijn. Dus ja, ik ben heel tevreden over wat we samen met eelloo hebben neergezet. In korte tijd waren er meer dan 1000 gebruikers en het gebruik neemt elke maand toe. We zien ook dat gebruikers vaker terugkomen op MyJourney.”

Meer informatie

Wil je meer informatie over deze klantcase of over eelloo? Neem contact op met Sara Bakker: s.bakker@eelloo.nl of (06) 16 81 75 00.