



De 3 klantengroepen van de Participatiewet

Belangrijk voor het wel of slagen van de Participatiewet, is het creëren van voldoende toegevoegde waarde voor bedrijven en instellingen. Concreter gezegd, participatie moet de organisaties iets opleveren. Arbeidsontwikkeling zien we daarom als een vorm van zakelijke dienstverlening en professionele discipline.

In het boek All@Work, de bron van dit blog, kijken we op deze manier naar arbeidsontwikkeling. Vanuit een ondernemende en bedrijfsmatige oriëntatie. Bij deze manier van werken is het essentieel dat je weet voor wie je het doet. Dat je weet wie je klantengroepen zijn en wat de meerwaarde en het beoogde resultaat is voor die betreffende klantengroep.

De 3 klantengroepen

In All@Work onderscheiden we drie klantengroepen:

1) *De gemeente als klant*

De gemeente is, als opdrachtgever, de voornaamste klant. De doelstellingen van de gemeente zijn leidend bij het inzetten van participatiemiddelen. Als arbeidsontwikkelbedrijf is het zaak dat je zoveel mogelijk waarde creëert en een zo laag mogelijke schadelast voor de gemeente. Bij waarde creatie gaat het hierbij om zaken als: inkomen uit arbeid voor inwoners en zoveel mogelijk inwoners doen mee op de arbeidsmarkt of in de samenleving.

2) *De werkgever als klant*

In de Participatiewet hebben private werkgevers een belangrijke rol en opdracht; het bieden van betaald werk aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Het wordt weer gewoon dat er ook werknemers met een beperking zijn.

lees verder

Deze ontwikkeling heeft tot gevolg dat werkgevers eisen stellen aan de toegevoegde waarde van nieuwe medewerkers, de kandidaten uit de Participatiewet. Welke waarde relevant is voor een bedrijf of instelling kan variëren.

Voorbeelden van deze waarden zijn:

- Economische toegevoegde waarde
- Versterking van de identiteit als sociale onderneming
- Voldoen aan criteria bij aanbesteding door overheidsinstanties

3) *De werknemer of deelnemer als klant*

Re-integratie professionals hebben een grote compassie voor en een groot commitment aan de doelgroep; de mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Het is belangrijk om aan deze basishouding de inzet op toegevoegde waarde voor de kandidaat toe te voegen.

Kernthema's bij deze waarde creatie voor de kandidaat, de sw-medewerker, zijn:

- Versterken van sociale en economische zelfredzaamheid
- Zo snel mogelijk werken en leren op de werkvloer van een bedrijf
- Aanleren van relevante vaardigheden op een manier die bij je past
- Verwerven en behouden van betaald werk
- Effectieve begeleiding die uitvalt voorkomt, beperkt
- Loskomen van de uitkeringssituatie en de noodzaak van controle en periodieke verantwoording

Professionalisering op deze kernthema's is essentieel voor een succesvolle uitvoering van de Participatiewet.

Doorpraten of meer weten?

Ik praat graag met je door over de 3 klantgroepen van de Participatiewet. Stuur me [een mail](#) en dan neem ik contact met je op.

Dit blog is gebaseerd op het waardevolle boek 'All@Work' – de aanpak voor participeren naar vermogen. Je kunt dit boek bestellen [via deze link](#).