

Inleiding

Het tussentijds rapport van het Welqome-project wil een duidelijk beeld schetsen van de acties die al zijn uitgevoerd in de periode van 1/1/2020 tot 30/04/2021.

Om de structuur te volgen van het aanvraagdossier, worden de geplande acties in dezelfde volgorde hernomen, met erna de gegevens die gevraagd werden om op te nemen:

1. De geplande actie/activiteit en de bijhorende doelstelling(en) (+doelgroep)
2. De gevoerde actie/activiteit
3. De realisatiegraad:
 - a. het aantal bereikte jongeren
 - b. als het om een traject gaat dat de jongere zou afleggen, moet zowel het aantal jongeren dat heeft deelgenomen als het aantal dat het traject heeft volbracht worden vermeld. Wij vermelden in dit onderdeel ook steeds het aantal deelnemers dat was ingeschreven voor onze evenementen.
 - c. Indien we meer details hebben over het profiel van de deelnemers, dan zullen we een opsplitsing doen naar:
 - i. Geslacht
 - ii. Scholingsgraad
 - iii. Leeftijd
 - iv. Nationaliteit
4. De middelen (EUR) die nodig waren om de actie en activiteit te realiseren.
5. De uitstroom naar werk
6. Indien de tussentijdse resultaten niet op het voorziene schema zitten: de omstandigheden die hiertoe hebben geleid.

Wat punt 4 betreft, zal in deze rapportering een totaalbedrag worden gegeven. Voor de uitgebreide financiële rapportering verwijzen we naar deel II van het tussentijds verslag.

Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Job Scouting	7
1.1 Geplande actie	7
1.2 Uitgevoerde actie	7
1.3 Realisatiegraad.....	8
1.3.1 Aantal bereikte jongeren	8
1.3.2 Aantal deelnemers	8
1.3.3 Profielkenmerken jongeren	8
1.4 Budget	8
1.5 Uitstroom naar werk.....	8
1.6 Omstandigheden	8
2. Welcome Days.....	8
2.1 Geplande actie	8
2.2 Uitgevoerde actie	9
2.3 Realisatiegraad.....	9
2.3.1 Aantal bereikte jongeren	9
2.3.2 Aantal deelnemers	9
2.3.3 Profielkenmerken jongeren	9
2.4 Budget	9
2.5 Uitstroom naar werk.....	9
2.6 Omstandigheden	10
3. Competentieversterkende opleiding.....	10
3.1 Geplande actie	11
3.2 Uitgevoerde actie	11
3.3 Realisatiegraad.....	12
3.3.1 Aantal bereikte jongeren	12
3.3.2 Aantal deelnemers	12
3.3.3 Profielkenmerken jongeren	12
3.4 Budget	15
3.5 Uitstroom naar werk.....	15
3.6 Omstandigheden	15

4. Welqome App	16
4.1 Geplande actie	16
4.2 Uitgevoerde actie	16
4.3 Realisatiegraad.....	17
4.3.1 Aantal bereikte jongeren	17
4.3.2 Aantal deelnemers	17
4.3.3 Profielkenmerken jongeren	17
4.4 Budget	17
4.5 Uitstroom naar werk.....	17
4.6 Omstandigheden	18 17
5. Interiminfo.be.....	18
5.1 Geplande actie	18
5.2 Uitgevoerde actie	18
5.3 Realisatiegraad.....	19
5.3.1 Aantal bereikte jongeren	19
5.3.2 Aantal deelnemers	19
5.3.3 Profielkenmerken jongeren	19
5.4 Budget	19
5.5 Uitstroom naar werk.....	19
5.6 Omstandigheden	19
6. Testyourselfie.eu	20
6.1 Geplande actie	20
6.2 Uitgevoerde actie	20
6.3 Realisatiegraad.....	20
6.3.1 Aantal bereikte jongeren	20
6.3.2 Aantal deelnemers	20
6.3.3 Profielkenmerken jongeren	21 20
6.4 Budget	21
6.5 Uitstroom naar werk.....	21
6.6 Omstandigheden	21
7. Train the guide.....	22 21
7.1 Geplande actie	22 21

7.2 Uitgevoerde actie	22
7.3 Realisatiegraad.....	22
7.3.1 Aantal bereikte jongeren	22
7.3.2 Aantal deelnemers	22
7.3.3 Profielkenmerken jongeren	22
7.4 Budget	22
7.5 Uitstroom naar werk.....	22
7.6 Omstandigheden	22
8. Communicatie	23
8.1 Geplande actie/activiteit.....	23
8.2 Uitgevoerde actie/activiteit	23
8.3 Realisatiegraad:.....	24
8.4 Budget	25
8.5 Uitstroom naar werk.....	26
8.6 Omstandigheden	26
9. Werkingskosten	26
9.1 Geplande actie/activiteit.....	26
9.2 Uitgevoerde actie/activiteit	27
9.3 Realisatiegraad:.....	27
9.3.1 Aantal bereikte jongeren	27
9.3.2 Aantal deelnemers	27
9.3.3 Profielkenmerken jongeren	27
9.4 Budget	27
9.5 Uitstroom naar werk.....	28
9.6 Omstandigheden	28
Conclusie	29
Totaal aantal bereikte jongeren	29
Totaal budget	29
Totaal uitstroom naar werk	29
Tussentijdse impact van het project	29



Deel 1: Uitgevoerde acties

1. Job Scouting

1.1 Geplande actie

Per provincie brengen we de lokale uitzendconsulenten en jongerenconsulenten / onderwijsactoren samen op een Job Scouting om de wederzijdse kennis van elkaars organisaties te bevorderen en regionale samenwerking op te starten.

Op nationaal vlak willen we twee events organiseren in de Brusselse regio, telkens tweetalige events. Bij het begin van het project voorzien we een lanceringsevent om het project ruim bekend te maken aan stakeholders. Het afsluiten van Welqome 2 willen we doen door het uitreiken van Welqome Awards tijdens een nationaal slotevent.

In totaal organiseren we **21 evenementen** voor een totaal van 530 coaches en consulenten.

1.2 Uitgevoerde actie

Tot en met eind april 2021 organiseerden we in totaal al **11 Job Scoutings**. Daarop waren **296 deelnemers** aanwezig. De Job Scoutings vonden plaats in volgende steden en gemeenten:

- 23/01/2020: Balen
- 20/02/2020: Brussel – Nationale Kick-off
- 28/02/2020: Ciney
- 23/06/2020: Online – Provincie Vlaams-Brabant
- 15/09/2020: Online – Provincie Henegouwen
- 06/10/2020: Namen
- 13/10/2020: Luik
- 15/10/2020: Libramont
- 01/12/2020: Online – Vlaanderen
- 25/02/2021: Online – Oost-Vlaanderen
- 18/03/2021: Online – West-Vlaanderen

Na de eerste lockdown midden maart 2020 omwille van COVID-19 hebben we, zoals je hierboven merkt, de switch gedaan naar online evenementen. Net voor de 2^{de} lockdown eind oktober konden nog enkele evenementen live plaatsvinden. Nadien zijn we weer overgeschakeld op het online gebeuren.

1.3 Realisatiegraad

1.3.1 Aantal bereikte jongeren

In deze actie zijn jongeren niet de doelgroep. De Job Scoutings willen uitzendconsulenten en jongerenconsulenten samenbrengen rond het thema jongeren en werk en hen informeren over de flow van het Welqome project.

1.3.2 Aantal deelnemers

In totaal schreven 488 coaches en consulenten zich in voor de Job Scoutings. 296 coaches en consulenten namen effectief deel.

1.3.3 Profielkenmerken jongeren

Niet van toepassing.

1.4 Budget

Voor dit luik hebben we **€36.300** gebudgetteerd. Daarvan gebruikten we tot eind april al **€7.564,86**.

1.5 Uitstroom naar werk

Niet van toepassing.

1.6 Omstandigheden

Het nationale evenement 'Kick-off' op 20 februari moest de aftrap zijn voor een hele reeks Job Scoutings. Omwille van Covid-19 en de eerste lockdown op 13 maart, hebben we dat plan moeten bijsturen.

Omdat de Job Scoutings niet alleen de promotie van Welqome als doel hebben, maar vooral dienen als netwerkevenement, is het moeilijk gebleken daar een evenwaardig online alternatief voor aan te bieden. Het doel is echter nog steeds om tegen het einde van het project een totaal van 21 Job Scoutings te organiseren.

2. Welqome Days

2.1 Geplande actie

De Welqome Days bieden aan jongeren een 'all-in-one' pakket aan met een voormiddag vol workshops en een directe doorstroom naar en contact met de uitzendkantoren in de namiddag. We voorzien binnen het Welqome-project **39 Welqome Days** in heel België, en dat voor een totaal van **390 jongeren**.

Bovendien bereiden we de meters en/of peters op de werkvloer voor door hen ook een workshop te laten volgen rond 'jongeren op de werkvloer'. Doorheen het project zullen er zo **20 sessies** aangeboden worden aan bedrijven in heel België. Op elke sessie verwachten we **5 deelnemers**.

2.2 Uitgevoerde actie

In totaal organiseerden we al **31 Welqome Days**. Daarop waren **400 jongeren aanwezig**. Daarnaast kwamen er op die Welqome Days **95 uitzendconsulenten** af.

De workshops voor meters en/of peters op de werkvloer zijn pas vanaf 9 februari gelanceerd naar bedrijven die via uitzendarbeid jongeren aanwerven. We werken hiervoor in Vlaanderen samen met Pimento, en in Wallonië met Christophe Guissart. In Brussel geven we de keuze aan het bedrijf of ze een workshop in het Nederlands, en dus met Pimento willen, of in het Frans met Christophe Guissart. De workshops worden op dit moment door hen voorbereid.

2.3 Realisatiegraad

2.3.1 Aantal bereikte jongeren

Er waren voor de Welqome Days **747 jongeren ingeschreven**, waarvan er **400 aanwezig** waren. Dat is een **percentage van 53,55%**.

2.3.2 Aantal deelnemers

Er kwamen 400 jongeren en 95 uitzendconsulenten naar de Welqome Days.

2.3.3 Profielkenmerken jongeren

De jongeren zijn allen jonger dan 26 jaar en op zoek naar werk. Verdere details hielden we niet bij over de jongeren, om de events zo laagdrempelig te kunnen houden.

2.4 Budget

Voor deze actie hebben we **€102.305,5** gebudgetteerd. Daarvan gebruikten we al **€61.223,81**.

2.5 Uitstroom naar werk



Tot nu toe vonden **32 jongeren** een job naar aanleiding van de Welqome Days. Dit wordt telkens twee maanden na elk evenement nagegaan bij de kantoren waar de jongeren mee in contact kwamen op de Welqome Day.

Het is echter bijzonder moeilijk om de concrete resultaten te pakken te krijgen na afloop van een Welqome Day. Hier zijn enkele redenen voor:

- Jongeren zijn niet altijd bereikbaar na afloop van een Welqome Day.
- De jongeren die toegeleid worden door arbeidsmarktpartners blijken vaak niet arbeidsmarktrijp te zijn. Daardoor is er vaak meer nodig dan een korte opleiding of workshop alvorens de jongeren aan het werk gezet kunnen worden.

Bovendien zou het kunnen dat jongeren na die twee maanden alsnog uitstromen naar werk bij een uitzendkantoor. Travi beperkt zich echter tot een eenmalig meetmoment om de administratieve werkdruk te beperken.

2.6 Omstandigheden

Ook de Welqome Days hebben we helemaal moeten omgooien omwille van de Covid-pandemie. Vanaf 13 maart 2020 mochten er amper events in levende lijve plaatsvinden, waardoor we de events al snel online hebben laten doorgaan. Dat bracht enkele moeilijkheden met zich mee.

- Interactieve workshops zijn moeilijker te organiseren via een online platform. Jongeren gebruiken zelden hun camera tijdens online sessies, en zijn ook niet geneigd om hun microfoon te gebruiken. Dit hebben we deels opgelost door gebruik te maken van Mentimeter, een platform dat presentaties interactief maakt, en dat toelaat de deelnemers vragen te (laten) stellen.
- Er zijn enkele technologische drempels. Niet elke jongere heeft een pc, laptop of smartphone. Ook kan niet iedereen even vlot met videocallprogramma's werken.
- Een online Welqome Day is op vlak van uitstroom naar werk ook niet zo doeltreffend als één in levende lijve. De online Welqome Days zijn korter, maar ook de gesprekken tussen uitzenders en jongeren lopen niet even vlot als op een Welqome Day in levende lijve. Dit heeft ook invloed op de tewerkstellingsresultaten.

3. Competentieversterkende opleiding



3.1 Geplande actie

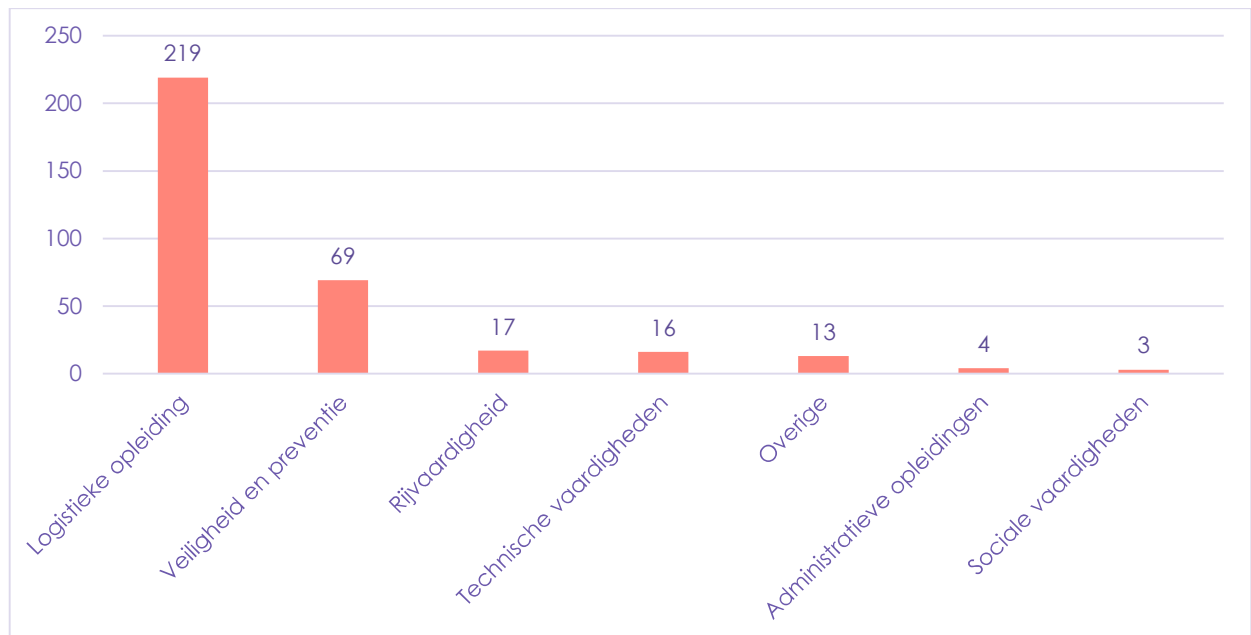
Gedurende het project voorzien we de mogelijkheid om **2.800 jongeren** een gerichte (beroeps)opleiding te laten volgen in functie van de vacature van hun interesse of te laten proeven van micro-learning of learning snacks via een online platform.

Concreet zal dat er als volgt uitzien:

- Open opleidingsaanbod waar uitzendkantoren hun jongere kandidaten voor kunnen inschrijven.
- Uitzendkantoren kunnen een aanvraag tot terugbetaling doen voor opleidingen die zij organiseerden voor jongere kandidaten.
- We willen 800 jongeren toegang geven tot online opleidingen van Goodhabit.

3.2 Uitgevoerde actie

Tot eind april 2021 werden er al **1.114** jongeren opgeleid. Zij namen deel aan in totaal **341 opleidingen**.



Net zoals bij de reguliere werking van Travi, vallen de meeste opleiding onder de categorie 'logistieke opleiding'. De logistieke sector maakt immers vaak gebruik van uitzendarbeid en logistieke opleidingen en de attesten die daarbij horen zijn noodzakelijke voor wie in de logistiek wil werken.

172 van deze opleidingen werden door uitzendkantoren georganiseerd, en **169** opleidingen organiseerde Travi zelf.

We hebben ook de aanvraagmodule aangepakt langs waar uitzenders een terugbetaling kunnen aanvragen. Deze is nu gebruiksvriendelijker, zowel voor de aanvrager als voor de medewerkers van Travi. Dit deden we om een vlotte administratieve afhandeling van de aanvragen te kunnen waarborgen.

3.3 Realisatiegraad

3.3.1 Aantal bereikte jongeren

Er namen al **1.114** jongeren deel aan opleidingen. Daarvan werden er **440** opgeleid door uitzenders die zelf voor hun kandidaten een opleiding organiseerden. **527** jongeren namen deel aan opleidingen die georganiseerd werden door Travi.

We kochten eveneens 800 logins aan voor GoodhabitZ, een platform met online opleidingen over allerhande thema's als sales, veiligheid, administratieve vaardigheden, enzovoort. Hiervan werden al **147** logins gebruikt.

3.3.2 Aantal deelnemers

Van de **1.114** jongeren die deelnamen aan opleidingen, namen er **967** deel aan een opleiding bij een erkend opleidingscentrum. **147** jongeren volgden online opleidingen via GoodhabitZ.

Van de **967** jongeren die aan een opleiding deelnamen bij een erkend opleidingscentrum, **slaagden er 870**. Dat is goed voor **89,97%**. De middelen worden dus zeer zinvol ingezet, mede dankzij een goede screening van de kandidaten door de uitzendkantoren die hen inschrijven.

3.3.3 Profielkenmerken jongeren

Van de 147 jongeren die de online opleidingen van GoodhabitZ volgden, hebben we enkel de naam en het e-mailadres.

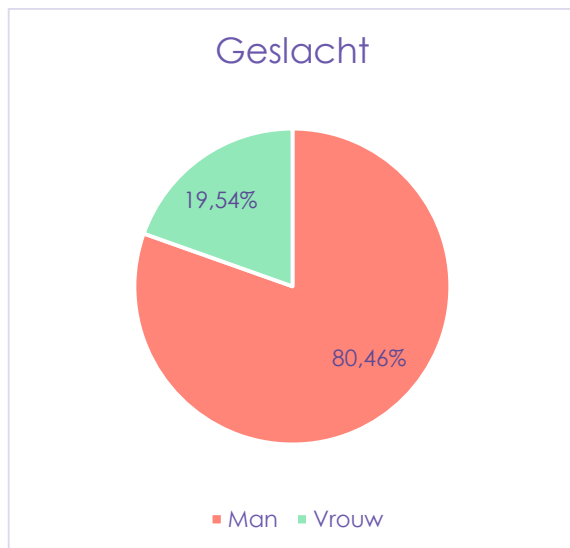
De 967 jongeren die een opleiding volgden via uitzenders of via Travi werden wel via onze CRM ingeschreven. Daar hebben we volgende gegevens van:

- Geslacht
- Nationaliteit
- Leeftijd
- Opleidingsniveau
- Type opleiding

3.3.3.1 Geslacht



Van de 967 jongeren die deelnamen, zijn er **189 vrouwen** (19,54%), en **778 mannen** (80,46%).



Dat er overwegend mannen deelnemen aan onze opleidingen, is geen verrassing. Omdat de vraag naar logistieke opleidingen zo groot is, en die sector overwegend mannelijke werknemers kent, ligt dit percentage wel in de lijn van de verwachtingen.

3.3.3.2 Nationaliteit

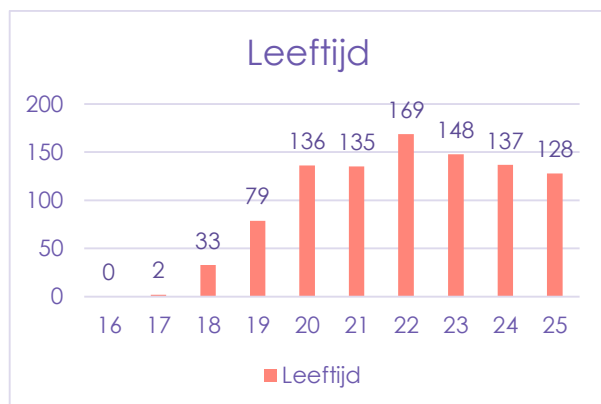
De 967 jongeren hadden **31 nationaliteiten**.

- Onbekend (2)
- Afghanistan (12)
- België (860)
- Bulgarije (3)
- Congo (1)
- Duitsland (2)
- Filipijnen (2)
- Frankrijk (17)
- Ghana (3)
- Iran (1)
- Israël (1)
- Italië (6)
- Kameroen (2)
- Kenia (1)
- Libanon (1)
- Marokko (2)
- Namibië (1)
- Nederland (14)
- Niger (1)
- Nigeria (1)
- Oekraïne (1)
- Pakistan (2)
- Palestina (1)
- Polen (7)
- Roemenië (6)
- Rwanda (1)
- Somalië (3)
- Spanje (2)
- Suriname (1)
- Syrië (3)
- Turkije (5)
- Venezuela (2)

Hieruit blijkt overduidelijk dat het Welqome project een zeer divers publiek aanspreekt. Voor alle duidelijkheid: we noteren enkel de nationaliteit, niet de etniciteit. Mocht dit laatste het geval zijn, dan zou de diversiteit in de bereikte jongeren nog veel hoger liggen.

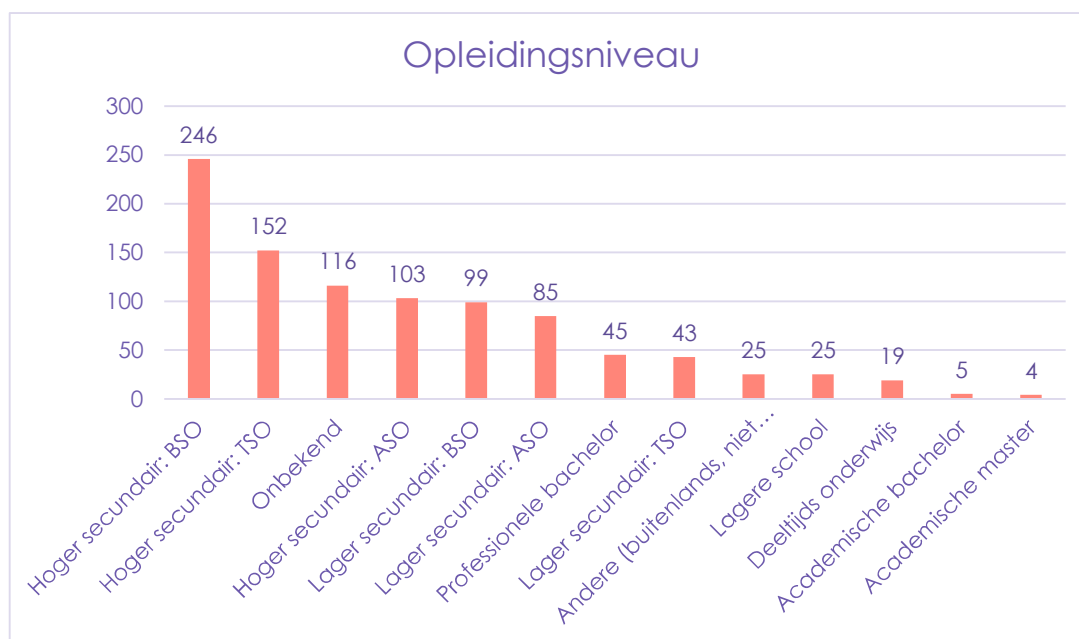
3.3.3.3 Leeftijd

De leeftijden van de 967 deelnemers zijn als volgt verdeeld:



3.3.3.4 Opleidingsniveau

De opleidingsniveaus van de deelnemende jongeren zijn als volgt verdeeld:



De meerderheid van de jongeren behaalde een diploma secundair onderwijs, vaak in een beroeps- of technische richting. Het aandeel laaggeschoolde jongeren is groot (BSO, Lager secundair onderwijs, lagere school). Van 116 jongeren kennen we het opleidingsniveau niet. Dit komt omdat de inschrijving steeds gebeurt door

uitzenders, en niet door de jongeren zelf. Travi heeft ook geen rechtstreeks contact met de jongeren.

3.4 Budget

Voor deze actie hebben we een bedrag van **€1.171.900** gebudgetteerd. Daarvan gebruikten we al **€341.952,52**. Dat komt neer op een gemiddelde kostprijs per opleiding van **€304,8**.

3.5 Uitstroom naar werk

Van de 967 jongeren die een opleiding volgden via een erkend opleidingscentrum, **vonden er 670 een job** dankzij deze opleiding. Dat is goed voor **69,29%**.

Dit controleerden we door twee maanden na elke opleiding de uitzender te contacteren en te vragen naar de tewerkstelling van zijn kandidaat. Het zou dus kunnen dat de werkelijke uitstroom naar werk hoger ligt, omdat de opleiding de jongere niet verplicht om een job aan te nemen bij de uitzender die hem/haar inschreef. De kans is groot dat jongeren die wel slaagden voor de opleiding, maar niet als 'tewerkgesteld' werden aangegeven door de uitzender die hen inschreef, via een andere uitzender aan het werk is gegaan. Dit kunnen we echter niet controleren.

De gemiddelde duurtijd van de opleidingen is 20,43 uur. Rekening houdende met het laaggeschoold profiel van de jongeren, is het tewerkstellingspercentage vrij positief (zie 3.3.3.4 hierboven), de investering in korte competentieversterkende opleidingen loont dus.

3.6 Omstandigheden

In tegenstelling tot het vorige project, is er geen stormloop op het opleidingsbudget van Welqome. Dit is voor een groot stuk te wijten aan de Corona-pandemie, en de maatregelen die daaruit voortvloeiden. Veel opleidingscentra sloten voor lange tijd de deuren, en nog steeds draaien de meeste centra niet de capaciteit die ze voordien draaiden. Het spreekt voor zich dat de aanvragen dan ook niet massaal binnenstromen.

Toch blijven we met Welqome uitzenders sensibiliseren over het bestaan van het opleidingsbudget, en motiveren we hen d.m.v. webinars om jongeren op te leiden. Zo gaven we er vijf bovenop de persoonlijke meetings met uitzenders waar we het opleidingsbudget ook steeds toelichten.

Ook op het vlak van de online opleidingen van Goodhabitz hebben we moeten bijsturen. We behandelden deze opleidingen aanvankelijk zoals elke andere

opleiding, en vroegen dus ook steeds deelnemersgegevens als geslacht, opleidingsniveau, nationaliteit, enzovoort op. De inschrijving moest ook gebeuren door uitzenders. Al snel bleek dit een veel te hoge drempel te betekenen voor jongeren en uitzenders: jongeren willen dat het aanmeldproces makkelijk gaat, en uitzenders hebben -zeker in volle Corona-crisis- andere prioriteiten.

Daarom hebben we samen met Goodhabitiz en Adfundum de drempel drastisch verlaagd, en lieten we jongeren toe om zelf de toegang tot Goodhabitiz aan te vragen bij Travi. We geven ook steeds een toegangscode aan alle deelnemers aan onze Welqome Days, en sensibiliseren regelmatig via workshops onze partners om hun jongeren hierop in te schrijven.

4. Welqome App

4.1 Geplande actie

De Welqome App is nog steeds een smartphoneapplicatie die dient om het preboarding en onboardingproces van jongeren te ondersteunen. Uitzendkantoren kunnen dankzij de Welqome App op een leuke en laagdrempelige informatie delen die voor hun jonge starters belangrijk is.

In dit Welqome-project willen we de Welqome App verder verbeteren en gebruiksvriendelijk maken. Dat doen we op basis van de feedback van de gebruikers.

Daarnaast bieden we aan de uitzendkantoren die de Welqome App inzetten ondersteuning aan in de vorm van persoonlijke coaching, maar ook de toegang tot een dashboard waar ze de gebruiksstatistieken kunnen nagaan, en technische ondersteuning door de app-ontwikkelaar.

4.2 Uitgevoerde actie

De meeste verbeteringen zijn inmiddels uitgevoerd:

- Toevoegen van standaardcontent van Welqome in de Welqome App
- Uitzenders kunnen nu ook inhoud verwijderen en kopiëren
- Nieuwe content-types:
 - Full-screen foto
 - Quiz met foto
 - Quiz met video
- Ondersteuning van nieuwe videotypes
- Makkelijker de planning in de Welqome App aanpassen
- Een preview-functie om te kijken hoe je app-traject er op een smartphone uitziet
- Gebruikers vooruit- of achteruitplaatsen in het traject
- Intelligente notificaties
- Verbetering dashboard voor uitzendkantoren die de app gebruiken

- FAQ in de back-end
- Uitzendkantoren kunnen de app meer personaliseren

Omdat we merkten dat de drempel voor veel uitzendkantoren nog erg hoog is om met de Welqome App aan de slag te gaan, hebben we ook een online handleiding gemaakt. Daarin staan alle stappen die ze moeten volgen om een succesvol app-traject te maken. Die handleiding vind je hier:

<https://www.welqome.be/nl/tools/welqome-app/getting-started>

4.3 Realisatiegraad

4.3.1 Aantal bereikte jongeren

Sinds 1 januari 2020 had de Welqome App **2.740** aantal nieuwe gebruikers. Dat is een stijging met 217% ten opzichte van het gehele vorige project (2018-2019). Hoeveel van die gebruikers jongeren zijn, weten we niet. Er staat immers geen leeftijdscheck in de app. We mogen er echter wel van uitgaan dat dit vooral jongeren zijn.

Als we die cijfers vergelijken met het bereik van de Welqome app in de vorige periode (2018-2019), dan hebben we dit aantal al ruim overschreden.

4.3.2 Aantal deelnemers

Sinds 1 januari 2020 had de Welqome App **2.740** aantal nieuwe gebruikers.

Er werden sinds 1 januari 2020 in totaal 143 nieuwe projecten aangemaakt. Een project is een digitale onboarding via de Welqome App die gedurende een vooraf bepaald aantal dagen informatie naar de startende uitzendkracht stuurt. Een uitzender stelt deze informatie samen zodat die niet alleen nuttig is, maar ook leuk. Daardoor onthouden starters ze beter.

4.3.3 Profielkenmerken jongeren

Hier gaat het steeds over jongeren die pas via een uitzendkantoor aan het werk zijn gegaan. Aangezien we de drempel naar gebruik van de app zo laag mogelijk willen houden, vragen we van de jongeren geen andere profielkenmerken op.

4.4 Budget

Voor deze actie hebben we een bedrag van **€49.610** gebudgetteerd. Daarvan gebruikten we al **€32.670**.

4.5 Uitstroom naar werk

Omdat de Welqome App in de eerste plaats een onboarding tool is, wordt die vooral gebruikt door jongeren die net aan de slag gegaan zijn via een uitzendkantoor.

4.6 Omstandigheden

De Welqome App is een goede tool gebleken om tijdens de Corona-pandemie de vinger aan de pols te houden bij jonge starters. Of de significante stijging van het aantal gebruikers ook effectief daaraan te danken is, is niet meetbaar. We merken echter wel op dat er sinds januari 2020 een verdubbeling van het aantal gebruikers heeft plaatsgevonden.

5. Interiminfo.be

5.1 Geplande actie

Tijdens Welqome heeft Travi een e-learning rond uitzendarbeid ontwikkeld. Deze gratis e-learning is terug te vinden via www.interiminfo.be. Jongeren die vragen hebben over solliciteren en het werken als uitzendkracht kunnen terecht op interiminfo.be.

De e-learning bevat het volledige traject van 'Ik zoek werk' tot 'Ik ben aan het einde van mijn contract gekomen, wat doe ik nu?'. De module behandelt ook in begrijpelijke taal uitzendarbeid en de wetgeving die hieraan vasthangt. Daarnaast bevat interiminfo.be ook enkele getuigenissen (video's) van een jongerencoach, een vakbond, een uitzendkantoor en de sectorfederatie.

In dit Welqome-project willen we deze website verder verbeteren en afstemmen op de vragen en noden van de doelgroep.

5.2 Uitgevoerde actie

Uit een onderzoek van studenten van Odisee Hogeschool Brussel over onze website Interiminfo.be bleek dat de website niet voldoende beantwoordt aan de noden van onze doelgroep. We hebben hun feedback gebruikt om de website en e-learning te vernieuwen.

De e-learning die achter interiminfo.be zit, werd interactiever gemaakt, maar ook de landingspagina zelf pasten we aan. In plaats van louter als landingspagina te dienen, maken we daarvan een informatiepunt voor jongeren die met vragen zitten over uitzendarbeid. Dit doen we door blogartikels op de voorpagina te plaatsen met de meest gestelde vragen als titels. Bijvoorbeeld: 'Heb ik als uitzendkracht recht op vakantiegeld?' Voor de verbetering van de e-learning spraken we Tekst2000 aan, een ontwikkelaar van E-learnings. Voor de vernieuwing van de website werken we met Adfundum, een communicatiebureau, samen.

We spraken ook De Ambrassade aan, die met WatWat.be de Vlaamse autoriteit [zijn is](#) in jongerencommunicatie en -informatie. We werken er samen met hen aan om het WatWat-label te behalen, een keurmerk voor wie naar jongeren communiceert. Er zullen ook enkele artikels van interiminfo.be op WatWat.be gepost worden, wat de doorstroom van jongeren nog zal vergroten.

Tenslotte blijven we ook peilen naar de mening van jongeren door de 'Durf te vragen'-knop op de website. Enkele studenten van Vives Hogeschool hebben ook hun licht laten schijnen over Interiminfo.be. Met hun feedback gaan we ook aan de slag om de tool nog meer af te stemmen op jongeren.

5.3 Realisatiegraad

5.3.1 Aantal bereikte jongeren

Sinds 1 januari 2020 bezochten **5.316** mensen de website interiminfo.be. Daarvan volgden **524** mensen effectief de e-learning (= aanmaak login en volgen van modules). Omdat het systeem niet toelaat om een leeftijdscheck te doen, weten we niet hoeveel jongeren hiervan gebruik maakten. Interiminfo wordt ook gebruikt door trajectbegeleiders die het inzetten als leermiddel of inspiratiebron voor sollicitatietrainingen. Daarom gaan we ervan uit dat het werkelijke aantal bereikte jongeren wellicht hoger zal liggen.

5.3.2 Aantal deelnemers

Er waren **5.316** unieke bezoekers voor interiminfo.be, waarvan er **524** mensen de e-learning volgden.

5.3.3 Profielkenmerken jongeren

Ook hier hebben we geen zicht op. Om de laagdrempeligheid van de e-learning te bewaren, werden geen profielkenmerken opgevraagd van gebruikers.

5.4 Budget

Voor deze actie hebben we een bedrag van **€50.820** gebudgetteerd. Daarvan gebruikten we al **€33.110,08**.

5.5 Uitstroom naar werk

Niet van toepassing.

5.6 Omstandigheden

Voor de verbetering van de e-learning werkten we samen met Tekst2000, die expert zijn op vlak van online leren, maar ook vertrouwd zijn met aNewSpring, het platform waarop de e-learning staat. Adfundum verzorgde het ontwerp van de website, en deed dat op basis van de bevindingen van het rapport dat studenten van Odisee Hogeschool over de website schreef.

Doorheen de ontwikkeling van de nieuwe website gingen we te rade bij De Ambrassade, zodat we op termijn voor dit instrument ook het WatWat-label kunnen behalen. (Travi behaalde al eerder het WatWat-label voor Testyourselfie, zie hoofdstuk 6 hieronder).

Op dit moment zijn enkele studenten HR van Vives Hogeschool bezig met een werkstuk over Interiminfo.be. Hun bevindingen zullen gebruikt worden om verdere verbeteringen aan de website aan te brengen.

6. Testyourselfie.eu

6.1 Geplande actie

Nu Testyourselfie.eu meer dan 2 jaar online staat, ervaren we de nood om een aantal verbeteringen aan te brengen.

- Vertaling naar het Engels.
- Toevoegen van een nieuwe soft skills: leerbereidheid.
- Aan elke skill een extra vragenset toevoegen.

6.2 Uitgevoerde actie

Alle geplande aanpassingen werden uitgevoerd. Het Engels, de nieuwe soft skill en de extra vragensets staan online op www.testyourselfie.eu. De nieuwe inhoud werd ook voorgelegd aan Pimento, zodat die zeker op maat is van jongeren.

De nieuwe inhoud werd samengesteld door drie werkgroepen die zich elk over drie soft skills hebben gebogen. De werkgroepen bestonden uit uitzendconsulenten, coaches en opleiders uit heel België (Vlaanderen, Brussel, Wallonië).

6.3 Realisatiegraad

6.3.1 Aantal bereikte jongeren

10.230 mensen gebruikten Testyourselfie van 1 januari tot 9 april 2021. Volgens Google Analytics gebruikte 46.42% de website vanuit België. We achterhaalden eveneens via Google Analytics dat 27.5% daarvan tussen de 18 en de 24 jaar was. 33.5% was tussen de 25 en 34 jaar. Het is bij die laatste groep onmogelijk te weten hoeveel er dan precies jonger zijn dan 26 jaar.

Dit wetende hebben er **tussen de 1.306 en 2.873** Belgische jongeren gebruik gemaakt van de website.

6.3.2 Aantal deelnemers

Sinds 1 januari 2020 gebruikten **10.230** mensen Testyourselfie.eu. Aan de werkgroepen namen in totaal **34** uitzenders, coaches en andere HR-professionals deel.

6.3.3 Profielkenmerken jongeren

Om de website zo laagdrempelig mogelijk te houden, worden er geen extra profielkenmerken van de gebruikers gevraagd.

6.4 Budget

Voor Testyourselfie.eu werd **€61.219,95** gebudgetteerd. Op dit moment werd er al **€18.210,25** uitgegeven.

6.5 Uitstroom naar werk

Niet van toepassing.

6.6 Omstandigheden

Om de nieuwe vragen te ontwikkelen, stelden we drie werkgroepen samen.

- Werkgroep 1: Initiatief, inzicht in sterke en zwakke punten, leerbereidheid
- Werkgroep 2: Flexibiliteit, professioneel voorkomen, leerbereidheid
- Werkgroep 3: Mondelinge communicatie, op tijd komen, leerbereidheid

Voor de bestaande soft skills waren er telkens 6 nieuwe vragen nodig, en voor de nieuwe skill leerbereidheid 18. Daarom hebben we leerbereidheid aan elke werkgroep toegevoegd. De werkgroepen bestonden uit uitzenders, trajectbegeleiders, en andere HR-professionals die met jongeren werken.

Uit de werkgroepen kwamen veel meer vragen voort dan vooropgesteld. Daaruit maakten we een finale selectie met als doel om vragen over te houden die nog niet in de oorspronkelijke vragensets zaten.

De nieuwe inhoud in het Nederlands werd door Pimento en De Ambrassade nagelezen. Nadien werd de tekst vertaald naar het Frans en het Engels door een extern vertaalbureau.

Aanvullend op Testyourselfie ontwikkelden we ook een [digitaal werkboek](#) met oefeningen rond de 7 soft skills. Dat bieden we aan tijdens workshops die we geven over Testyourselfie aan jongeren en hun begeleiders. Door begeleiders een kant-en-klaar werkboek aan te bieden, willen we ervoor zorgen dat Testyourselfie nog meer in hun begeleiding van jongeren ingekapseld wordt.

7. Train the guide

7.1 Geplande actie

Binnen Welqome 2 zetten we in op 2 online tools die interessant zijn voor jobcoaches en bemiddelaars: testyourselfie.eu en interiminfo.be. Om deze tools beter bekend te maken en aan coaches en uitzendconsulenten duidelijk te maken wat je allemaal met deze tools kan doen, voorzien we train-the-guide sessies. In totaal willen we hiermee 200 coaches en uitzendconsulenten bereiken.

7.2 Uitgevoerde actie

We organiseerden al **20** 'Train the guide'-sessies. Daarvan werden er 12 in het Nederlands gegeven, en 8 in het Frans. Alle sessies hebben online plaatsgevonden.

7.3 Realisatiegraad

7.3.1 Aantal bereikte jongeren

Niet van toepassing.

7.3.2 Aantal deelnemers

Aan de 20 'Train the guide'-sessies namen in totaal **315** coaches en consulenten deel. Hiermee behaalden we al na 1 jaar ruimschoots onze doelstelling.

7.3.3 Profielkenmerken jongeren

Niet van toepassing.

7.4 Budget

Voor deze actie werd **€14.520** gebudgetteerd. Er werden voorlopig nog geen uitgaven gedaan.

7.5 Uitstroom naar werk

Niet van toepassing.

7.6 Omstandigheden



De Corona-pandemie heeft ervoor gezorgd dat deze sessies niet in levende lijve konden plaatsvinden. Daarom hebben we alle sessies online gegeven. Dit heeft ervoor gezorgd dat we nog geen uitgaven hebben voor locaties of catering.

We merkten echter wel dat online sessies een stuk toegankelijker zijn voor coaches en consultants, omdat ze zo de informatie wel krijgen, maar zichzelf de verplaatsing kunnen besparen. Doordat we de sessies steeds op 1 uur gaven en met één tool als onderwerp, was de opkomst een stuk groter dan we hadden verwacht.

Dit betekent niet dat we het louter bij online sessies zullen houden. Wanneer de maatregelen het toelaten, zullen we weer sessies aanbieden in levende lijve. Die sessies zullen dienen om de tools een stuk diepgaander te bespreken, en om de deelnemers ook toe te laten ze meteen al uit te proberen.

Er is ook budget gereserveerd voor de didactische ontwikkeling van 'Train the guide'-sessies. Die didactische ontwikkeling gebeurt best in levende lijve, en houden we dus ook voor wanneer de maatregelen het toelaten.

8. Communicatie

8.1 Geplande actie/activiteit

In dit project werken we voor onze communicatie samen met communicatiebureau Adfundum. Zij verzorgen voor ons de verschillende communicatietools, en houden onze website up-to-date.

We bevragen daarnaast ook de doelgroep over hoe Welqome communiceert, en of de manier waarop we dat doen wel strookt met de verwachtingen van de doelgroep.

Tenslotte plannen we ook een heropfrissing van enkele van onze communicatietools, zoals flyers, banners, maar ook de website en onze socialemediakanalen.

8.2 Uitgevoerde actie/activiteit

Omwille van de Corona-pandemie konden we de goodiebag die we gewoonlijk aan jongeren uitdelen tijdens een Welqome Day nu niet meer uitdelen. Daarom verzonnen we een digitaal alternatief, zodat jongeren die naar onze online Welqome Days komen niet met lege handen naar huis gaan. Deze virtuele goodiebag geeft een overzicht van onze verschillende online toepassingen, en dient om jongeren aan te sporen deze te benutten.

We hebben twee versies gemaakt, telkens in het Nederlands en Frans:

- [Virtuele goodiebag](#)
- [Eerste hulp bij solliciteren](#)

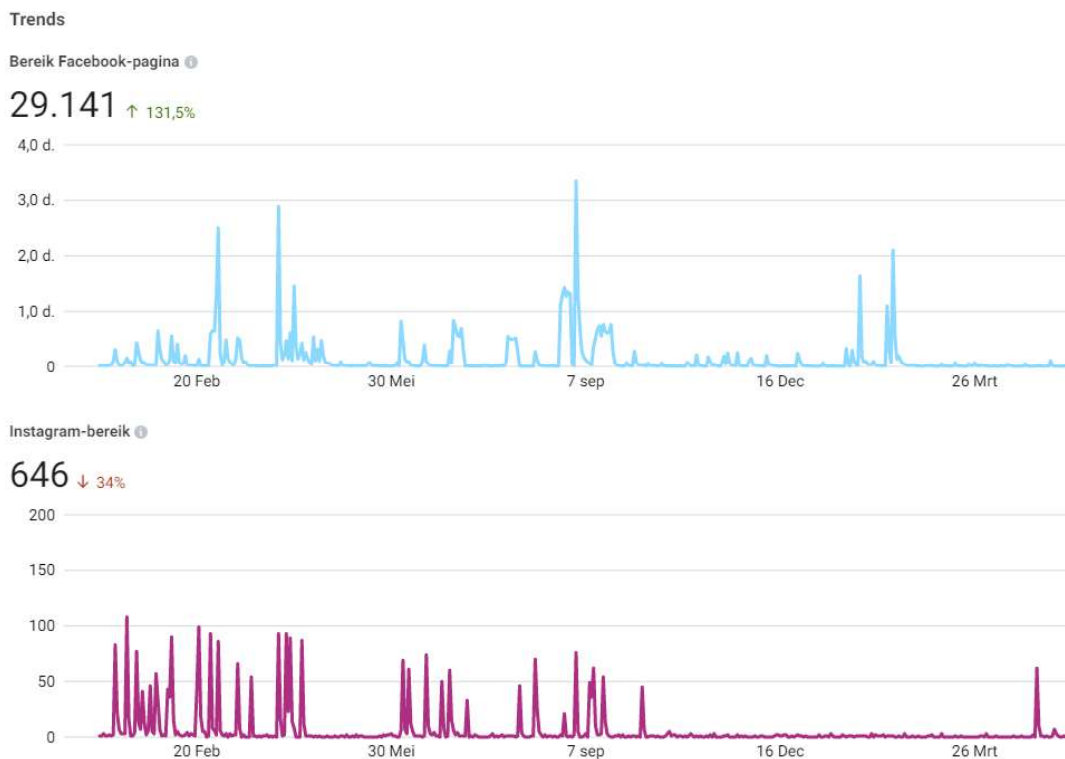
Daarnaast pakten we ook de website van Welqome aan, www.welqome.be. Dit deden we op basis van de feedback die we doorheen het vorige en het huidige project kregen van partners. De website heeft nu drie onderdelen: één voor jongeren, één voor trajectbegeleiders, en één voor uitzenders. Dit was nodig omdat de communicatie naar die drie doelgroepen erg verschillend is. Door hen elk een plek op onze website te geven, kunnen we gericht en doeltreffender met hen communiceren.

Tenslotte was een opfrissing van onze banners en ander promotiemateriaal, zoals flyers en posters, ook aan de orde. Dit omdat we enkele van onze online tools, Testyourselfie en Interiminfo, vernieuwd hadden.

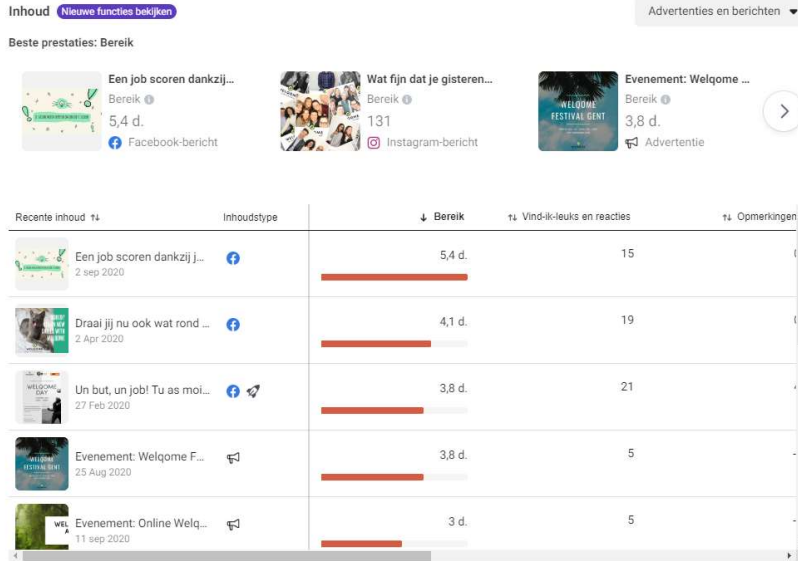
8.3 Realisatiegraad:

8.3.1 Facebook en Instagram:

De Facebookpagina van Welqome bereikte tijdens dit project **29.141 mensen**. Onze Instagram-pagina bereikte **646 mensen**.

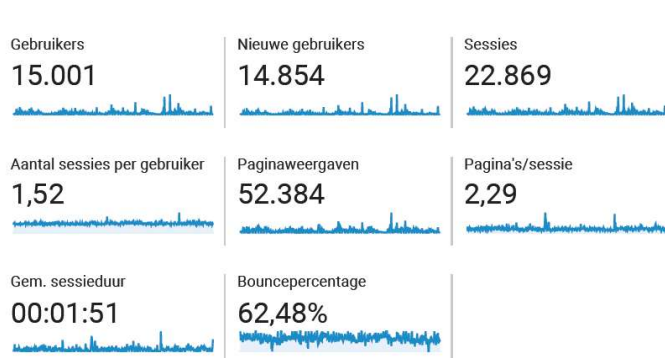
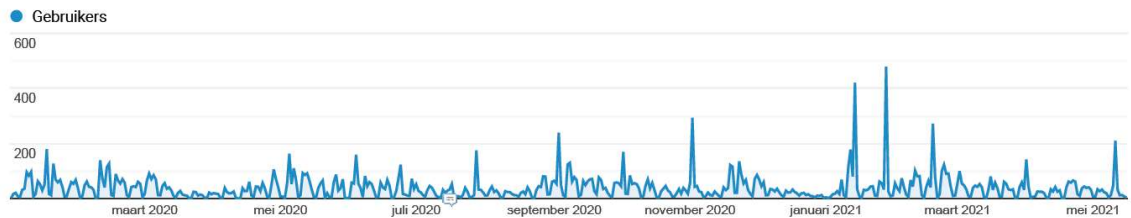


De populairste berichten waren:

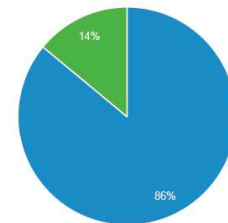


8.3.2 www.welcome.be

Onze website www.welcome.be trok 14.854 nieuwe gebruikers aan dit project.



■ New Visitor ■ Returning Visitor



8.4 Budget

Voor dit onderdeel budgetteerden we **€180.435,2**. Daarvan hebben we tot op 30/04/2021 al **€74.101,56** gebruikt.

8.5 Uitstroom naar werk

Niet van toepassing.

8.6 Omstandigheden

We hebben gemerkt doorheen dit project dat het moeilijk was om doelgericht via Instagram te communiceren. Omdat Welqome een nationaal project is, moeten we in het Nederlands en het Frans communiceren. Daarnaast richten we onze communicatie zowel aan jongeren, als aan uitzenders en trajectbegeleiders. Dat is nefast voor een goede présence op Instagram, waar de boodschap duidelijk moet zijn en je doelgroep zo afgelijnd mogelijk.

Bij Facebook bestaat dit probleem minder, omdat je daar éénzelfde bericht kan in verschillende talen tegelijk kan posten. De taal die je ontvanger te zien krijgt, hangt af van zijn taalinstellingen op Facebook. Een Franstalige jongere zal dus geen berichten in het Nederlands zien, en omgekeerd. Dat maakt de beleving aangenamer voor ons doelpubliek.

Dit is voor ons een flinke denkoefening geweest, die resulteerde in de aanmaak van nieuwe pagina's op Facebook en Instagram:

- Interiminfo NL
- Interiminfo FR
- Testyourselfie NL
- Testyourselfie FR

Dankzij die pagina's kunnen we onze communicatie nog beter op de doelgroep afstemmen. De uitwerking hiervan doen we samen met Adfundum.

9. Werkingskosten

9.1 Geplande actie/activiteit

In het globale budget zijn ook middelen voorzien voor de globale opvolging en uitwerking van het project. Zo is er budget voorzien om het loon van een voltijdse project manager en 1,5 FTE ondersteunende project assistenten te betalen. Verder voorzien we in dit onderdeel nog middelen voor de interne meetings waarbij het VFU team specifieke acties van Welqome 2 verder zal uitwerken. De onkosten verbonden aan de stuurgroepen zijn hier ook opgenomen.

Er is binnen deze werkingskosten ook een budget voorzien voor ICT aanpassingen. Binnen Welqome hebben we gemerkt dat het administratief opvolgen van de

competentiegerichte opleidingen een ingewikkelde en tijdrovende oefening is, die veel manuele acties vraagt. We zijn er van overtuigd dat we deze flow kunnen verbeteren door een aantal zaken te automatiseren. Daarom is op dit punt ook voldoende budget hiervoor voorzien.

Voor het tussentijds en het eindverslag willen we ons laten bijstaan door een revisor. Ook die kost is hierin opgenomen.

9.2 Uitgevoerde actie/activiteit

Zoals vooropgesteld, werkten er naast project manager Leila Van der Mauten nog 1.5 FTE aan het Welqome-project. Dit waren:

- Jill Hamoir: Project officer – 100%
- Emmanuelle Désirant – 30%
- Tess Minnens / Pauline Rousseaux – 20%

We pakten ook de aanvraagformulieren aan die uitzenders gebruiken om een terugbetaling voor hun opleidingen te krijgen. Voordien moesten de medewerkers van het Welqome-project deze aanvragen manueel in ons CRM-systeem inputten, wat erg arbeidsintensief was. Dit hebben we geautomatiseerd, waardoor de aanvragen rechtstreeks in ons CRM-systeem binnenkomen.

De stuurgroepen staan gepland voor juni, september en december van 2021. Omwille van de coronacrisis was het immers nog niet mogelijk om op een kwalitatieve manier een stuurgroep te laten plaatsvinden.

De revisie van het tussentijdse rapport wordt verzorgd door Mazars.

9.3 Realisatiegraad:

9.3.1 Aantal bereikte jongeren

Niet van toepassing

9.3.2 Aantal deelnemers

Niet van toepassing

9.3.3 Profielkenmerken jongeren

Niet van toepassing

9.4 Budget

Voor dit onderdeel werd **€408.407** gebudgetteerd. Daarvan gebruikten we al **€209.897,48**.

9.5 Uitstroom naar werk

Niet van toepassing

9.6 Omstandigheden

De coronacrisis had in dit onderdeel vooral een impact op de stuurgroepen. Die vinden gewoonlijk in levende lijve plaats, en duren een hele dag. Dit is nodig om op een productieve manier waardevolle input van onze stakeholders te verkrijgen. De stuurgroepen staan echter gepland in het volgende deel van het project.



Conclusie

Totaal aantal bereikte jongeren

	Verwacht	Bereikt
Welqome days	390	400
Competentieversterkende opleiding	2800	1114
Welqome app	500	2740
Interiminfo.be	500	524
Testyourselfie.eu	1000	1306
Totaal	5190	6084

We zijn bijzonder tevreden met dit resultaat. Concreet hebben we na 66% van het project al ruimschoots onze doelstelling van aantal bereikte jongeren behaald, wat in Corona-tijden niet evident is. Het toont alleen maar aan dat de volledige switch naar het online gebeuren tijdens de pandemie zijn vruchten heeft afgeworpen.

Totaal budget

In totaal bedraagt het budget van Welqome **€2.075.517,65**. Daarvan gebruikten we al **€778.730,56**. Dit is goed voor **37,52 %** van het totale budget en volstaat dus voor het doorstorten van een 2^{de} schijf vanuit FOD WASO.

Totaal uitstroom naar werk

Dankzij het Welqome-project vonden al **702** jongeren een job. **670** dankzij de competentieversterkende opleidingen, en **32** dankzij de Welqome Days.

Tussentijdse impact van het project

Deze projectperiode is een hele uitdaging gebleken omwille van de coronacrisis. Toch kunnen we er met Travi trots op zijn dat we ons vooropgestelde doel van 5.190 bereikte jongeren behaald hebben. Vooral onze online tools hebben daartoe bijgedragen. Dit zien wij als een signaal dat jongeren vandaag nood hebben aan online toepassingen die hen ondersteunen in de zoektocht naar en het behoud van een job.

Dat ons doel bereikt is, is voor ons echter hoegenaamd geen vrijkaart om op onze lauweren te rusten. Nu de maatregelen rond corona versoepelen, kunnen we stilaan onze gebruikelijke werkzaamheden hervatten, en Welqome Days in levende lijve laten plaatsvinden. Dat is nodig, merken we, want met het overaanbod van online activiteiten hebben jongeren weer meer nood aan face-to-face contact. De

competentieversterkende opleidingen schakelen intussen ook weer een versnelling hoger.

Deze projectperiode is gelukkig niet alleen kommer en kwel geweest. Voor ons project waren de lockdowns erg leerrijk, en dwongen ze ons om creatief met onze middelen om te springen: online evenementen organiseren, onze online tools verder ontwikkelen, nieuwe manieren van werken ontdekken,... We zijn het bij Travi gelukkig gewoon om snel te schakelen, want dat doet de uitzendsector ook. Dit nemen we dus mee naar de rest van het project.

