

# Bijlage 3A Toelichting op klantprofielen

## Inleiding

Onze visie op dienstverlening benadrukt dat het klantperspectief leidend is en dat onze professionals vanuit gelijkwaardigheid, verbondenheid en methodisch vakmanschap werken. Om dit consequent en voorspelbaar te kunnen doen, is een gedeelde taal, een eenduidige werkwijze en een gestructureerde manier van kijken naar klanten onmisbaar. Juist in een complex sociaal domein, waarin klanten te maken hebben met kwetsbaarheid, onzekerheid en uiteenlopende omstandigheden, vraagt dit om houvast binnen de uitvoering.

Van de uitvoerende professionals vraagt dit dat zij in staat zijn om vanuit een eenduidig perspectief naar klanten te kijken en te luisteren, dat zij het contact richten op het bewust faciliteren en versterken van het willen, kunnen en doen én dat zij hierbij methodisch te werk gaan. We hebben daarom gekozen voor een dienstverleningsmodel dat bestaat uit 3 elementen die elkaar versterken:

1. **Het Integratief Gedragsmodel (IGM)** gebruiken we als diagnostisch model om samen met de klant het doel te bepalen. Vervolgens maken we de beginsituatie in relatie tot dat doel inzichtelijk: waar staat iemand in zijn motivatie en vermogen om het doel te bereiken? Dit model is landelijk erkend en wetenschappelijk onderbouwd, en biedt daarmee een robuuste basis voor het duiden van gedrag en ontwikkeling van de klanten.
2. **Motiverende Gespreksvoering (MGV)** biedt gespreks- en interventietechnieken waarmee we ontwikkeling kunnen faciliteren en mensen helpen om de benodigde stappen te gaan zetten. Motiverende Gespreksvoering helpt klanten hun eigen motivatie te verkennen en versterken, passend bij waar ze zich bevinden in het IGM. We doen dit op de Senzer-manier van 'waardierend werken' en richten ons dus op het herkennen en benutten van iemands krachten en mogelijkheden.
3. Ten slotte biedt **methodisch werken** houvast in de stappen die worden gezet bij het bewust faciliteren van ontwikkeling. Het zorgt ervoor dat het traject planmatig, procesmatig en systematisch worden uitgevoerd.

Het werken met klantprofielen vormt de concrete vertaling van aanpak van dienstverlening in de dagelijkse praktijk. De profielen bieden een gemeenschappelijk kader waarmee professionals systematisch en vanuit dezelfde uitgangspunten naar klanten kijken. Ze zijn opgebouwd rondom de elementen van het Integratief Gedragsmodel (IGM) – ons gedeelde begrippenkader – en maken zichtbaar wat een klant nodig heeft, welke ontwikkeling passend is en welke ondersteuning daarbij hoort.

Daarmee slaan klantprofielen een brug tussen visie en uitvoering:

- Ze maken het mogelijk om methodisch en voorspelbaar te werken;
- Ze versterken de gezamenlijke taal en samenwerking tussen professionals;
- Ze vergroten de herkenbaarheid en duidelijkheid voor de klant;
- En ze helpen om op basis van een volledig en gedeeld klantbeeld te komen tot goed onderbouwde keuzes in trajecten.

Waar het dienstverleningsmodel richting geeft aan **hoe** we willen werken, bieden de klantprofielen het instrumentarium om dit **concreet** en **consequent** te doen. Zo vormen ze een essentiële schakel tussen onze leidende principes en de dagelijkse praktijk van dienstverlening.

In totaal onderscheiden we zes generieke klantprofielen. Ieder met hun unieke kenmerken, behoeften en gerelateerde verwachting over de aard en omvang van de in te zetten dienstverlening. Ieder van de profielen bestaat uit twee delen.

Enerzijds geeft het klantprofiel de specifieke kenmerken van de betreffende klantgroep weer. Deze kenmerken zijn geclusterd en vertaald naar ondersteuningsbehoeften, waarbij ook de mate van noodzakelijke ontwikkeling richting betaald werk wordt aangegeven. Als geheel geeft dit inzicht in waar een klant staat, wat er nodig is om stappen te kunnen zetten richting werk en wat de onderliggende behoeften van deze klantgroep zijn.

Anderzijds bevatten de profielen een weergave van de dienstverlening die logischerwijs voortvloeit uit de kenmerken van de klantgroep. Hier staat welke ondersteuning passend is, wat de focus van die ondersteuning logischerwijs zou moeten zijn en welke rol en mate van betrokkenheid van professionals nodig is. Tenslotte is in de klantprofielen weergegeven welke instrumenten ingezet kunnen worden.

### **Relatie werkverkenning – klantprofiel**

Het instrument werkverkenning wordt ingezet als instrument voor klanten die we als Senzer herkennen binnen klantprofiel '3'. Deze klanten bevinden zich in een oriënterende fase ten aanzien van arbeidsparticipatie. Zij zijn op zoek naar inzicht in hun eigen talenten, mogelijkheden en beperkingen, en hebben begeleiding nodig om ervaringen op te doen die bijdragen aan het verkrijgen van een realistisch toekomstperspectief op werk.

Deze klant beschikt vaak nog niet over voldoende vertrouwen, structuur of stabiliteit om zelfstandig stappen richting werk te zetten. Praktijkervaring, intensieve en consistente begeleiding en ruimte om te ontdekken zijn essentieel om verdere ontwikkeling mogelijk te maken.

## Kenmerken van de doelgroep

Binnen de karakteristiek van klanten vallend binnen dit profiel zien we doorgaans (een combinatie van) onderstaande kenmerken:

- laag zelfvertrouwen door gebrek aan positieve (werk)ervaring;
- Grote mate van afstand tot de arbeidsmarkt;
- onzekerheid over eigen kwaliteiten, mogelijkheden en beperkingen;
- behoefte aan veiligheid, structuur en niet-oordelende begeleiding;
- meervoudige problematiek, waaronder psychische klachten, financiële problemen of beperkte belastbaarheid;
- verstoord dag- en nachtritme en wisselend functioneren;
- beperkte sociale vaardigheden of sociale isolatie;
- in sommige gevallen beperkte taalbeheersing of culturele drempels.

Deze kenmerken maken dat de klant beter tot ontwikkeling komt in een setting waarin het opdoen van werkervaring centraal staat, zonder directe prestatiedruk of complexe taakbelasting.

## Ontwikkelbehoefte van de klant

Op basis van de elementen van het integratief gedragsmodel is er binnen dit profiel sprake van een substantiële ontwikkelbehoefte op dan wel aandacht voor de volgende aspecten:

- **Geloof in eigen kunnen:** klanten hebben frequent twijfel aan hun eigen vaardigheden en hebben positieve ervaringen nodig om dit vertrouwen op te bouwen.
- **Sociale norm:** de invloed van de sociale omgeving kan beperkend zijn of onvoldoende richting geven.
- **Zelfregulering:** klanten moeten nog leren doelen te stellen, grenzen aan te geven en om te gaan met tegenslag.
- **Context:** er zijn vaak meerdere hanteerbare, maar belemmerende factoren aanwezig in de leefomgeving.
- **Belastbaarheid:** belastbaarheid is meestal laag tot matig, waardoor opbouw in kleine stappen essentieel is.

Vaardighedenontwikkeling is eveneens relevant, maar volgt doorgaans op het versterken van vertrouwen, ritme en context.

## Ondersteuningsbehoefte van de klant

Klanten binnen dit profiel hebben behoefte aan begeleiding die:

- bemoedigend, realistisch en positief is;
- gericht is op ontdekken in plaats van op directe uitstroom;
- ruimte biedt om fouten te maken en hiervan te leren;
- ondersteunt bij het opbouwen van ervaring, ritme en belastbaarheid;
- aandacht heeft voor belemmeringen in de context (praktisch, financieel of sociaal van aard).

## Doelstelling van begeleiding/ondersteuning

De begeleiding/ondersteuning richt zich op het verkleinen van de afstand tot de arbeidsmarkt door:

- Opbouw van zelfvertrouwen en geloof in eigen kunnen door middel van haalbare werkervaringen.
- Geleidelijk opbouwen van dag- en arbeidsritme, inclusief het leren naleven van afspraken.
- Kennismaking met arbeidsnormen en -verwachtingen, waaronder communicatie met leidinggevenden, werkafspraken, taakverantwoordelijkheid en omgang met collega's.
- Ontwikkeling van sociale en werknemersvaardigheden binnen een veilige en ondersteunende omgeving.
- Ondersteuning bij het verkrijgen van inzicht in talenten, mogelijkheden en realistische toekomstpaden richting werk.

Het einddoel is dat de klant binnen maximaal één jaar kan doorstromen naar een werkstage, indien de ontwikkeling voorspoedig is.