

## Beroepenoriëntatie

De klant maakt kennis met de jobcoach van Work2. Zij hebben wekelijks contact. Zij ontmoeten elkaar thuis bij de klant of op een andere locatie in de omgeving. Daarnaast hebben zij telefonisch, per post, per mail of per sms contact. De klant maakt testen, gaat met zijn CV aan de slag, zoekt vacatures, zoekt informatie over branches en sectoren. Uw klant formuleert samen met zijn jobcoach een stappenplan als mocht blijken dat zijn beroepswens niet direct te realiseren is.

De klant gaat een korte snuffelstage lopen en wordt begeleid door zijn jobcoach. Hij creëert zelf een netwerk. Ook gaat hij actief aan de slag om inzicht te krijgen in zijn mogelijkheden met zijn jobcoach aan zijn zijde. De klant krijgt inzicht in de arbeidsmarkt en waar en hoe hij geschikte vacatures kan vinden. Hij is actief bezig gedurende 10 weken met als doel een arbeidsmarktrelevante beroepskeuze te maken waar hij in kan gaan werken. Hij is in het bezit van een actieplan om zijn beroepskeuze om te zetten in betaald werk.

### Intake

- *Kennismaking*

De jobcoach en de klant maken een afspraak voor een kennismakingsgesprek op een locatie, gekozen door de klant. Het doel van dit kennismakingsgesprek is om te bepalen of beide partijen een IRO overeenkomst met elkaar willen afsluiten.

- *Intakegesprek*

Het intakegesprek is het uitvoerige eerste gesprek tussen de jobcoach en de klant. Dit gesprek vindt plaats in een informele, ontspannen omgeving die de klant zelf heeft uitgekozen. Tijdens dit gesprek maakt de jobcoach een eerste inventarisatie van het verleden, de huidige situatie, de leefomgeving en de toekomstplannen van de klant.

- *Huisbezoek*

Vast onderdeel van onze intake is een huisbezoek. Voor het stellen van een juiste diagnose en het in kaart brengen van de sociale omgeving van de klant, is kennis van de woonsituatie van de klant van groot belang. De jobcoach zal de klant tevens vragen om voor het huisbezoek een familielid of goede vriend(in) uit te nodigen. Doel hiervan is om vertrouwen van de klant te winnen en de klant beter te leren kennen door wat deze over hem te vertellen heeft, wat vaak anders is als hoe de klant zichzelf ziet.

- *Opstellen en ondertekening Re-integratieplan*

Aan de hand van de informatie die de jobcoach tijdens het intakegesprek en het huisbezoek heeft verzameld, wordt een reïntegratie-plan voor het vervolg van de module opgesteld. Het reïntegratie-plan wordt op het kantoor van de reïntegratie-coach besproken en ondertekend door de klant, de jobcoach en de reïntegratie-coach. Deze handeling markeert het einde van de intake.

### Real-Life Assessment

Het real-life assessment heeft tot doel om de klant een krachtige beroepskeuze te laten maken. Tijdens het real-life assessment besteedt de jobcoach intensieve individuele aandacht aan de klant door testen af te nemen, de klant te motiveren en te activeren, de gezondheid van de klant in kaart te brengen en door contact te maken met de sociale omgeving van de klant. Alles staat in het teken van een volledig beeld van de klant te krijgen om een doordachte beroepskeuze te maken. Het real-life assessment leidt er toe dat de klant een krachtige beroepskeuze maakt!

Binnen 10 weken heeft de klant een relevant beroep gekozen passend bij zijn interesses, capaciteiten en vaardigheden. Uw klant heeft actief gewerkt om dit te bereiken. Hij heeft (beroepskeuze)testen gemaakt, (eventueel) psychologisch onderzoek ondergaan, snuffelstage(s) gelopen, opdrachten gemaakt om zijn intelligentie en vaardigheden vast te stellen, inzicht in zijn kwaliteiten gekregen, zijn eigen netwerk leren kennen, gesprekken gevoerd en zich op beroepen georiënteerd. Uw klant heeft zicht op de vacatures in zijn branche en kent de weg om passende vacatures te vinden. De jobcoach van Work2 heeft de klant van binnen en buiten leren kennen waardoor uw klant een krachtige keuze heeft gemaakt. De klant is voorbereid om een betaalde baan te verwerven.

### **Altijd een resultaat**

Work2 levert door haar intensieve werkwijze dus altijd een resultaat.

We zetten de resultaten op een rij:

- de klant heeft zich kunnen oriënteren op verschillende beroepen;
- de klant heeft inzicht in branches/sectoren en vacatures;
- de klant heeft inzicht in zijn competenties, vaardigheden en interesses;
- de klant heeft inzicht in zijn (on)mogelijkheden op de arbeidsmarkt;
- de klant heeft een arbeidsmarktrelevante beroepskeuze gemaakt;
- de klant is in het bezit van een stappenplan om zijn beroepswens te realiseren;
- de klant weet hoe en waar hij vacatures kan vinden;
- de klant kan contact leggen met werkgevers;
- de klant heeft een snuffelstage gelopen, hij heeft netwerk gecreëerd;
- de klant heeft zijn persoonlijk netwerk in kaart gebracht;
- klant is in het bezit van een actieplan om aan het werk te gaan;