

THE FUTURE CONNEXION



Basisprincipe: Vernieuwen

“Buschauffeur is een ‘cool’ beroep”

De wervingscampagne The Future Connexion is niet alleen vernieuwend, maar ook behoorlijk succesvol. Rayonmanager Barry van der Elst: “We hebben op korte termijn 250 nieuwe buschauffeurs nodig en bijna de helft ging de afgelopen maanden al bij ons aan de slag.”

Met een flitsend filmpje, grote billboards en via diverse social media zoekt Connexion naar buschauffeurs voor de nieuwe concessie Amstelland-Meerlanden. “In onze regio zitten de bussen overvol. Met ingang van de nieuwe concessie in december 2017 verhogen we de frequentie; op sommige trajecten gaat elke drie minuten een bus rijden. Daarnaast komen er dubbeldekkers en 21 meter lange bussen.”

De campagne The Future Connexion verspreidt zich als een olievlek. Nieuwe chauffeurs delen en liken het futuristische filmpje op social media. “We hebben ons met name gericht op jongeren”, vertelt Barry. “Maar we willen ook meer variatie op de bus, dus meer vrouwen en meer mensen met een niet-Nederlandse achtergrond.”

De nieuwe buschauffeurs ondergaan verschillende psychologische en medische tests bij uitzendbureau Consolid, voordat ze op sollicitatiegesprek komen. Barry: “Als ze daar ook doorheen komen, krijgen ze een interne opleiding en een uitdagende baan bij ons.”

Verandert het beroep van buschauffeur? Volgens Barry wel. “We krijgen het grootste elektrische wagenpark van Europa. Dat is heel anders rijden dan met een dieselbus. Bovendien wil Connexion in de nabije toekomst ook toe naar ‘werken on demand’. Je kunt dan zelf je diensten inplannen op de momenten waarop het jou uitkomt. Gewoon vanaf je smartphone. Heel flexibel en vernieuwend!” ■