

‘WE GELOVEN NIET IN OPPOSITES ATTRACT’

Exclusive partner search van Meulengraaf & Meulengraaf



Meulengraaf & Meulengraaf is een high-end relatiebemiddelingsbureau dat met een op maat gesneden wervingscampagne op zoek gaat naar de 'perfecte match'. Een gelijkgestemde die op alle fronten voldoet aan hooggestelde verwachtingen. Betty van de Meulengraaf: "Onze werkwijze is uniek en komt overeen met executive search. En met die planmatige en zorgvuldige aanpak hebben we een slagingskans van tachtig procent."

TEKST: MARLEEN VAN LOON
FOTO'S: MEULENGRAAF & MEULENGRAAF



■ Betty en Tanja van de Meulengraaf

Twintig jaar lang was Betty van de Meulengraaf werkzaam als executive search professional. "In 2012 besloot ik dat het tijd was voor iets anders. Iets nieuws, waarbij ik toch gebruik kon blijven maken van de expertise die ik had opgebouwd." Betty begon een datingbureau: Date for 2 met een high end label: exclusive matchmaking. "Dat exclusieve label heb ik verzelfstandigd en voortgezet met een zakenpartner, tevens mijn zus." De verdeling tussen de zussen is duidelijk: Tanja verzorgt de backoffice en is sparringpartner van Betty. Betty voert als aanspreekpunt de gesprekken met kandidaten en opdrachtverstrekkers. Betty: "Door bewust te kiezen voor een bijzondere doelgroep met hooggestelde verwachtingen, kan ik juist binnen dit segment mijn expertise uit de executive search inzetten. Werving en selectie is echt een vak: ik heb er jarenlange ervaring in opgebouwd en er komt veel (mensen-)kennis en inzicht bij kijken. Dat is in de wereld van high end partner search niet anders."



Liefde op basis van gelijkgestemdheid

Meulengraaf & Meulengraaf gelooft in de liefde op basis van gelijkgestemdheid. "De beste huwelijken of relaties zijn gebaseerd op gelijkwaardigheid. We geloven niet in 'opposites attract' of in het zoeken naar een 'trophy wife'. Voor sommige koppels werkt dat misschien, maar wij gaan op zoek naar overeenkomsten. Onze ervaring is dat dat de kans van slagen veel groter maakt." Hoe belangrijk is leeftijdsverschil in een relatie? Een opdracht waarbij iemand zoekt naar een partner die dertig jaar jonger is, neemt het bureau niet zo snel aan.



"Natuurlijk kun je in leeftijd verschillen en toch dezelfde interesses hebben. Maar iemand die meer dan tien jaar jonger is, zit echt in een andere levensfase. Daar kijken we kritisch naar." Betty omschrijft haar opdrachtgevers als 'bijzondere mensen'. "Het zijn mensen die wat hoger op de sociaal-maatschappelijke ladder staan. Van topbestuurders en succesvolle ondernemers tot politici en medisch specialisten." Mensen die veel te bieden hebben, hebben volgens Betty ook veel te vragen. "Daardoor is het voor hen niet zo vanzelfsprekend dat ze in het dagelijks leven een interessante, gelijkwaardige partner ontmoeten. Of ze ontmoeten wel interessante singles in hun werkomgeving, maar zijn simpelweg niet in de positie om die spreekwoordelijke hengel uit te gooien. Voor onze doelgroep zijn datingsites ook niet de oplossing: ze hebben vaak helemaal geen behoefte om herkenbaar op zo'n site te staan en/of geen zin om veel tijd te besteden aan het zoeken."

'Met onze unieke werkwijze gaan we op zoek naar de perfecte match'

‘Het is fantastisch om bij te dragen aan het liefdesgeluk van mensen’

Een zorgvuldige aanpak met resultaat

“Wanneer cliënten ons de opdracht verstrekken, zetten wij een planmatig proces in gang, waarbij we op zoek gaan naar interessante kandidaten”, vervolgt Betty. Daarbij heeft ze zich laten inspireren door haar ervaring in executive search.

“Het is een heel resultaatgerichte en zorgvuldige aanpak, met als resultante een slagingskans van maar liefst tachtig procent. De eerste stap daarbij is dat we met de cliënt in gesprek gaan; hij of zij bepaalt de meetlat. Op basis van die uitgebreide intake stellen we met de grootste zorgvuldigheid een advertentietekst op, volledig op maat, in nauw overleg met de cliënt. De advertentie is leidend voor de wervingscampagne. Afhankelijk van de zoekopdracht, adverteren we in NRC en FD en eventueel aanvullend in de Volkskrant en/of Elsevier. Zo bereiken we ook een latente doelgroep: mensen die niet actief op zoek zijn naar een partner, maar die mogelijk wel openstaan voor een nieuwe relatie. Of mensen die een naaste attenderen op het profiel.



Iedereen kent immers wel een alleenstaande en gunt hem of haar een fijne relatie. Doordat onze campagne een groot bereik heeft, kunnen we kritisch en zorgvuldig een selectie maken uit de reacties. Geïnteresseerde kandidaten vullen een vragenlijst in; daarna maken we een eerste schifting. Bij de meest interessante kandidaten ga ik thuis op gesprek. Niet alleen om hen goed te bevragen, maar ook om een indruk te krijgen van iemand in zijn of haar woonomgeving. Hoe iemand woont, zegt immers óók veel. Mensen die denken met onze opdrachtgevers hun toekomst veilig te stellen, filteren we er bovendien op deze manier snel uit.”

‘We hebben ook altijd een verrassingskandidaat’

“Bij ons reageren kandidaten kosteloos: we putten niet uit een bestand met betalende leden. Dat is best uniek, vrijwel geen enkel datingbureau werkt op deze manier. Uiteindelijk stellen we uit de reacties een shortlist op van vijf kandidaten, die we voorleggen aan de cliënt. Daarnaast hebben we altijd een zogenaamde verrassingskandidaat, iemand die iets afwijkt. Niet van ons ‘matchingmodel’, maar wel iemand die misschien een iets andere beroepsachtergrond heeft dan de opdrachtgever in gedachten had. Bijvoorbeeld als een cliënt zelf benoemt dat zijn of haar toekomstige partner ‘absoluut een ondernemer’ moet zijn: dan kan het zijn dat wij een medisch specialist voorstellen, of iemand uit de advocatuur. Een andere invalshoek kan leiden tot andere inzichten.” Moet de opdrachtgever zich altijd beperken tot de shortlist? “Nee, we laten onze cliënt ook de longlist zien met – anoniem – alle kandidaten die zijn geïnterviewd met de reden van afwijzing. Heel soms gebeurt het dat een opdrachtgever een niet-geselecteerde kandidaat toch wil







ontmoeten. Dat is goed, want ze moeten ons immers ook maar blind vertrouwen, en sommige cliënten willen dat vertrouwen op deze manier opbouwen. Bij zo iemand weten we: deze opdrachtgever wil zelf ontdekken of de kandidaat inderdaad geen match is, en dat is prima.”

Selecteren op basis van geestelijke chemie

“Onze shortlist met vijf kandidaten stellen we vast op basis van vier factoren die voor ons heel goed te meten zijn. Wij noemen dat de ‘geestelijke chemie’. Deze factoren hebben voor ons een belangrijke voorspellende waarde voor het succes van een match. We kijken naar overeenkomsten in afkomst, levensstijl/-standaard, niveau en persoonlijkheid. Het is belangrijk dat persoonlijkheidskenmerken op elkaar aansluiten. Als iemand bijvoorbeeld heel outgoing is en een extravert karakter heeft, dan kan dat frictie opleveren met een kandidaat die heel gesloten is van aard. Een andere belangrijke factor is het opleidingsniveau. Zodat je kunt sparren: over werk, maar ook over andere thema’s die je belangrijk vindt. Onze ervaring is dat er sprake is van een potentiële match als deze factoren kloppen: dan is de

kans op een ‘geestelijke chemie’ het grootst. Wat we natuurlijk niet kunnen voorspellen, is een biologische chemie. Gaan de feromonen hun werk doen? En voor een succesvolle relatie is ook de biologische chemie een voorwaarde. Zonder ‘hartkloppingen’ zal er niet snel een relatie ontstaan. Vandaar ook dat onze cliënten altijd meerdere kandidaten gepresenteerd krijgen.”

‘We zijn niet geboren om alleen te blijven’

Betty adviseert de opdrachtgever om kennis te maken met minstens drie kandidaten van de shortlist. “En dan volgt er een date”, vertelt ze met een glimlach. “Wanneer het een succes is? Wanneer de opdrachtgever blij is. Als hij of zij iemand heeft leren kennen waarbij een grote kans aanwezig is dat er een bestendige relatie uit voortkomt. We bestaan sinds 2012 en ik weet dat er heel wat relaties uit 2012 zijn die nog steeds bestaan. Dat is ook zo fantastisch aan onze job: we mogen bijdragen aan het liefdesgeluk van mensen. Ik geloof oprecht dat we niet zijn geboren om alleen te blijven. Natuurlijk kunnen we allemaal heel goed alleen zijn, maar ik denk dat ieders levensgeluk verdubbelt als je iemand naast je hebt!” 🍷