

11 HANDVATTEN VOOR BETROKKENHEID

Medewerkers die zich betrokken voelen bij hun organisatie hebben een hogere productiviteit, vergroten de klanttevredenheid, zijn innovatiever, melden zich minder vaak ziek en blijven ook nog eens langer werken bij dezelfde werkgever. In dit artikel krijgt u 11 handvatten die helpen bij het verhogen van de betrokkenheid met uw medewerkers. En u leest hoe betrokken medewerkers zich verhouden tot tevreden medewerkers.

BETROKKEN VERSUS TEVREDEN

Medewerkertevredenheid is de houding van medewerkers ten opzichte van hun werk. Met deze houding geeft de medewerker antwoord op de vraag: vind ik mijn werk nuttig en plezierig, of juist niet? Medewerkerbetrokkenheid gaat een stap verder dan medewerkertevredenheid. Betrokken medewerkers staan achter de doelen van de organisatie. Ze zijn betrokken bij het geheel van de organisatie en niet alleen bij het werk wat ze zelf doen. Betrokken medewerkers voelen zich emotioneel verbonden en zijn daardoor bereid zich extra in te zetten.

In vergelijking met betrokkenheid is tevredenheid minder stabiel. Die kan van het ene moment op het andere omslaan. Een tweede verschil is dat tevredenheid kan veranderen in berusting, waardoor medewerkers zich niet meer vol gaan inzetten. Ontevreden medewerkers gaan zich juist verzetten of de organisatie verlaten. Ontevredenheid en betrokkenheid leiden tot een actie. Gebrek aan betrokkenheid en tevredenheid leiden juist niet tot actie. Aan alleen tevreden medewerkers heeft u niets, u zult hen ook betrokken moeten maken en houden.

Bronnen: Boston Consulting Group | Effectory | Teleperformance | Amcexpert.nl

STAPPENPLAN

De onderstaande 11 stappen helpen u bij het verhogen van de medewerkersbetrokkenheid.

1. STIP OP DE HORIZON

De organisatiestrategie is niet van de directie, maar van iedereen. Vertel uw medewerkers waar uw organisatie naartoe gaat. Waar wilt u over drie jaar staan? Waar wilt u eind 2014 staan en hoe wilt u dit bereiken? En vertel hen vervolgens wat er van ze wordt verwacht om dit te bereiken. Hoe kunnen zij bijdragen aan het behalen van de organisatiedoelstellingen?

2. TOON LEIDERSCHAP

Leidinggeven is een vak. Niet voor niets is de directie leidinggevende de meest voorkomende reden van vertrek van medewerkers. Een goede leidinggevende stimuleert, stuurt, luistert en geeft medewerkers vertrouwen om hun werk optimaal te kunnen doen. Directie en HR hebben een belangrijke rol bij het ontwikkelen en faciliteren van leidinggevers, door middel van trainingen en coaching bijvoorbeeld. En uiteraard moet de directie het goede voorbeeld geven als het gaat om leiderschap.

3. GEEF VERANTWOORDELIJKHEID

Geef medewerkers verantwoordelijkheid en ruimte om binnen kaders zelf zaken op te pakken. Zo laat het contactcenter van Gemeente Amsterdam de medewerker de omgeving bepalen waarin ze werken. Medewerkers weten wat het resultaat moet worden, maar de weg ernaar toe wordt niet meer helemaal uitgewerkt. De gespreksstructuur is bijvoorbeeld minder star geworden en persoonlijker contact met klanten wordt juist toegejuicht.

4. SPREEK UW WAARDERING UIT

Het geven van waardering wordt door leidinggevers niet altijd gezien als managementinstrument. Medewerkers vinden waardering van leidinggevers in de vorm van aandacht, een praatje en/of schouderklopje juist belangrijker dan geld. Bij organisaties waar waardering leiderschap wordt toegepast met persoonlijke aandacht voor de medewerkers, zijn dan ook betere prestaties en resultaten te zien. Dat betekent bijvoorbeeld ook dat u successen moet vieren.

5. BIED MEDEWERKERS ONTWIKKELMOGELIJKHEDEN

Wanneer medewerkers de kans krijgen om zich te ontwikkelen, blijven ze langer betrokken en bij uw organisatie werkzaam. Zo biedt Teleperformance contactcentermedewerkers de mogelijkheid om in de TP Academy in drie jaar tijd hun MBO, niveau 3-diploma te behalen. Ook besteedt de supervisor 80 procent van zijn tijd aan begeleiding van de contactcentermedewerkers. Dit zorgt voor continue ontwikkeling van de contactcentermedewerkers en het waarborgen van de kwaliteit.

6. ZORG VOOR GOEDE INTERNE COMMUNICATIE

Wees transparant in uw communicatie en zorg ervoor dat u geen relevante informatie vergeet te delen. Wanneer medewerkers niet weten wat er gebeurt in een organisatie, zal de productiviteit afnemen en nemen de geruchtenstroom en verontrusting toe. U houdt medewerkers betrokken, door hen via communicatie geïnformeerd te houden. En heb ook een luisterend oor, want communicatie is zowel top-down als bottom-up.

7. VERRAS MEDEWERKERS MET IETS EXTRA'S

Geef medewerkers af en toe iets extra's. Omdat ze bovengemiddeld presteren of omdat u uw medewerkers wilt verrassen. Van een zomerpakket in de zomervakantie of een ijsje als het warm is, tot een bioscoopbonnetje als ze een jaar in dienst zijn. Geef medewerkers geen extra's in de vorm van geld, maar bied hen tickets voor een concert of een diner. Een beleving geeft een beter cadeaugevoel en zorgt ook voor een langere herinnering bij de medewerker dan geld.

8. VRAAG MEDEWERKERS WAT ZE BELANGRIJK VINDEN

In lijn met punt 2: omdat iedere medewerker uniek is, is het belangrijk dat u weet wat medewerkers belangrijk vinden in hun werk. Wat motiveert hen en maakt hen enthousiast? Kwantitatief doet u dit middels jaarlijks of tweejaarlijks medewerkersonderzoek, maar combineer dit met kwalitatieve dataverzameling. Denk bijvoorbeeld aan een maandelijkse lunch van de directeur met medewerkers die jarig zijn die maand.

9. CREËER EEN FIJNE WERKOMGEVING

Wanneer een werkplek een fijne plek is om er te zijn, gaan mensen eerder met plezier naar en aan het werk. Of het nu om goede werkplekken gaat, het tafelvoetbalspel in de kantine, een goede lunchvoorziening, een voetbalcompetitie tussen afdelingen of om de wekelijkse vrijdagmiddagborrel.

10. SELECTEER OP ORGANISATIE

Selecteer nieuwe medewerkers niet alleen op harde functie-eisen, maar ook op zachte. Iemand kan nog zo goed zijn in zijn of haar werk, wanneer deze persoon niet past binnen de organisatiecultuur, is de kans op vroegtijdig verloop zeer hoog. Uit onderzoek van de Boston Consulting Group blijkt dat recruitment van alle HR-functies de grootste bijdrage kan leveren aan het behalen van de organisatiedoelstellingen.

11. TOON MEDEWERKERS HET RESULTAAT

Neem contactcentermedewerkers mee naar opdrachtgevers of klanten en laat het resultaat zien van hun inspanningen. Op papier weten ze wel waarom ze het doen, maar door ze projecten of klanten te tonen waar ze voor werken wordt het concreet en tastbaar. Veelal vertaalt dit zich door in hun dagelijks werk en wordt de kwaliteit van de dienstverlening verhoogd.

EXCLUSIEF LEZERSAANBOD

50 procent korting op een abonnement op de kennisbank voor arbeidsmarktcommunicatie en ontdek hoe u medewerkers optimaal kunt werven en binden. Kortingscode CCM14 is geldig tot en met 31 augustus 2014.

Kijk voor meer informatie op www.amcexpert.nl/cfm