

## **Over boeien en binden. Waarom medewerkers blijven – of niet.**

### **De juiste man en vrouw op de juiste plek**

Goed personeel is meer en meer een kritische succesfactor geworden in het bedrijfsleven. Bij uitstek in een hoogwaardige diensteneconomie als de Nederlandse is het hebben van de juiste man en vrouw op de juiste plek cruciaal. Maar iedere werkgever weet dat goed personeel moeilijk te vinden is. Dat geldt vaak al in een periode van economische stagnatie, maar helemaal als er krapte op de arbeidsmarkt ontstaat. Goed personeel is bovendien moeilijk te houden. Zeker in mindere tijden wachten juist de beste krachten niet af. Zij zijn door hun goede contacten vaak het eerste weg. Het werven van vervangers kost veel tijd en geld: de kosten van verloop (werven en inwerken van een nieuwe kracht) zijn gemiddeld 20.000,- euro per medewerker.

Er is dus voor werkgevers volop reden om te investeren in de eigen medewerkers om zo de werknemerloyaliteit te verhogen. De vraag is wel: hoe doe je dat? Veel (personeels)managers zijn zoekend naar effectieve middelen om medewerkers te boeien en te binden.

### **De emotionele arbeidsvoorwaarden op orde**

Steeds duidelijker wordt dat enkel een goed salaris en goede secundaire arbeidsvoorwaarden talentvolle medewerkers niet loyaal maakt. Onderzoek onder medewerkers heeft uitgewezen dat werksfeer, waardering en vertrouwen de belangrijkste factoren zijn bij het afwegen van een carrièreswitch. Werkgevers die de juiste mensen aan boord willen houden, moeten dus niet alleen de financiële, maar vooral ook de emotionele arbeidsvoorwaarden op orde hebben.

De vraag is echter: wat vindt een individuele medewerker nu essentieel in de emotionele arbeidsrelatie – en hoe komt u daarachter? Daarbij is het belangrijk om te weten dat bij een emotionele relatie de drijfveren van het menselijk gedrag voor slechts 10% door het bewuste worden bepaald. De ratio geeft dus slechts het topje van de ijsberg prijs. Liefst 90% van de drijfveren zit onder water. Verborgene emoties die pas zichtbaar worden door een sprong in het diepe te wagen.

### **Op zoek naar de echte bronnen van loyaliteit en motivatie**

Altuition helpt ondernemingen die sprong te maken en de onbewuste drijfveren van medewerkers boven water te halen. Hiervoor zetten we een unieke onderzoekstechniek in, ontwikkeld aan de Harvard Business School. Deze ZMET™ onderzoeksmethode brengt systematisch in kaart wat voor werknemers de belangrijkste onbewuste drijfveren zijn - elementen waar u als werkgever een 9+ op moet scoren.

Met ZMET™ gaat u als het ware op zoek naar de echte bronnen van loyaliteit en motivatie. Op basis van de uitkomsten kunnen vervolgens innovatieve en creatieve oplossingen worden ontwikkeld die zich focussen op de werksfeer en ontwikkelingsmogelijkheden van medewerkers, ofwel op de 'zachte kanten' van de arbeidsvoorwaarden. Met als resultaat een aantoonbare stijging van de medewerkerloyaliteit en -motivatie.

### **In acht weken op weg naar een 9+**

Altuition brengt de echte bronnen van loyaliteit en motivatie binnen uw bedrijf stap voor stap in kaart, met uw medewerkers in de hoofdrol. Voor een maximaal effect wordt het traject van eerste gesprek tot invoering bij voorkeur binnen acht weken afgerond. Gewerkt wordt in een gezamenlijk proces van analyse, co-creatie en implementatie. Zowel ratio en emotie, logica en fantasie en 'harde' en 'zachte' factoren spelen daarbij een rol. Uit ervaring is gebleken dat medewerkers het hele traject ervaren als inspirerend en 'fun'. Het proces is daarmee een deel van de oplossing.

Afhankelijk van uw behoeften kan Altuition diverse rollen invullen in het proces. Op afstand, in de rol van bewaker van inhoud en grote lijnen. Of dichtbij, als projectleider van uw team. Hoe dan ook worden de tussentijdse resultaten geregeld besproken en volgt er na een jaar een nieuw Belevingsonderzoek dat laat u zien waar u dan staat, vergeleken met het jaar ervoor. Daarbij wordt gemeten op harde factoren als afname van het verzuim en het personeelsverloop, besparingen op verzuim-, wervings- en inwerkkosten en toename van werknemertevredenheid.

De voordelen van de Altuition-aanpak:

- ✓ door inzicht en creatieve oplossingen uw medewerkers duurzaam motiveren;
- ✓ belangrijke medewerkers worden loyale medewerkers en maken het verschil bij uw klanten;
- ✓ kosten besparen op werving en selectie;
- ✓ het risico reduceren van vertrekkende medewerkers;
- ✓ een proces op gang brengen waarmee u medewerkers belangrijk maakt en betreft bij de besluitvorming.