



Kickstart een Bedrijfscultuur van Betrokkenheid en Topprestaties

Handleiding voor een data-gedreven pilot in 3 stappen!

2DAYS MOOD
How do you feel at work today?



WAAROM MOET JE DEZE WHITEPAPER LEZEN?

Als bedrijfseigenaar, senior leidinggevende of HR-manager van een innovatief bedrijf heb je waarschijnlijk een droom ...

Een droom waarin jouw bedrijf een werkparadijs is met positieve en energieke medewerkers (tenminste 90% van de tijd!). Waar mensen intrinsiek gemotiveerd zijn, een gezonde werk-privé balans hebben, effectief samenwerken en hun talenten inzetten om impact te maken op de bedrijfsresultaten en de wereld. En je eigen KPI's floreren ook! Personeelsverloop en ziekteverzuim zijn lager dan ooit, terwijl de productiviteit en winst naar grote hoogte stijgen.

Dus je vraagt je misschien af... kan deze droom werkelijkheid worden?

Als we tientallen jaren aan onderzoek en praktijkvoorbeelden moeten geloven, dan kan het! En de oplossing is te vinden in de betrokkenheid en het geluk van medewerkers. Daarom kiezen diverse wereldberoemde werkgevers ervoor (*Fortune 100 Best Companies To Work for*) om financieel te investeren in het feit dat 1 'zeer betrokken' medewerker 3 'gemiddelde' werknemers evenaart. Ze zorgen continu goed voor hun organisatiecultuur en talenten, en verdienen het terug in betrokkenheid, productiviteit en topprestaties.

Volg je droom, begin met experimenteren!

Dus wat kost het om deze droom waar te maken? Goed nieuws, je hoeft niet enorme budgetten, mensen en middelen uit te putten. Je moet wel wat tijd vrij maken om volgens een slimme aanpak een pilot op te zetten. Bij 2DAYSMOOD hebben we bedrijven zoals Tempo-Team, Univé, ProRail en diverse gemeenten geholpen met succesvolle pilots en uitrolstrategieën. We deden dit met behulp van een data-gedreven en mensgerichte betrokkenheidsmethode.

IN DEZE WHITEPAPER HELPEN WIJ JE IN 3 STAPPEN EEN DATA- GEDREVEN PILOT OP TE ZETTEN VOOR **JOUW WERKPARADIJS**





STAP 1: VIND JE PROMOTORS EN DETRACTORS

Een cultuurverandering kan niet worden gestart door slechts een enkele leider of de top managers. Je zult eerst inzichten moeten krijgen vanuit de kern van je cultuur: je medewerkers. In deze eerste stap is het belangrijk om hen te bereiken; degenen die fan zijn van je bedrijf, de prestatie-gedreven individuen, de stille types, de rebellen, de flexwerkers, gedetacheerden, ...iedereen! Wat vinden ze eigenlijk van jou als werkgever?

DOE HET DATA-GEDREVEN

Een goede manier om te meten hoe betrokken je medewerkers zijn bij je organisatie is de (internationaal gevalideerde) **employee Net Promoter Score**. Bij het meten van de eNPS vraag je hen hoe waarschijnlijk het is dat zij jou als een goede werkgever zouden aanbevelen aan anderen. Anoniem geven ze dan een score van 0 tot 10. Afhankelijk van hun gegeven score, worden de respondenten onderverdeeld in drie categorieën:

- 😊 Promotors (scores 9-10): spreken altijd vol trots over hun werk
- 😐 Passieven (scores 6-8): tevreden, maar geven nooit dat beetje extra
- 😞 Detractors (scores 0-5): ongeïnteresseerd, negatief en ontrouw

Met deze informatie kun je de verschillende groepen op een passende manier aanspreken om erachter te komen waarom ze deze score hebben gegeven en wat er verbeterd kan worden (stap 2). Maar eerst moet je weten waar ze zich in de organisatie bevinden. Met de 2DAYSMOOD eNPS meting kun je het aantal promotors en detractors per team inzien. Zo kun je oprechte en constructieve gesprekken voeren in een veilige teamomgeving.

ONDERZOEK TOONT AAN DAT

Er wereldwijd 18% actief niet-betrokken werknemers (detractors), 66% niet-betrokken werknemers (passieven) en 15% betrokken werknemers (promotors) zijn in een bedrijf.

(Gallup, 2017)

DOE HET ZELF

Als je bedrijf nog klein is, kies je misschien niet voor een online meting. De anonimiteit via een online methode kan wel de oprechtheid van de gegeven antwoorden versterken. Je kunt er ook voor kiezen om zelf een eenvoudige enquête op te zetten of een 'safe zone' vergadering te organiseren. Wanneer mensen de veilige zone betreden, zijn ze vrij om hun mening en feedback te geven, zonder gevolgen! Het doel van de bijeenkomst is om empathie te uiten, taboes te doorbreken en samen verbeteringen aan te brengen. Maak er een terugkerend ding van om de vooruitgang bij te houden. Kun je uit deze initiatieven afleiden wie jouw promotors, passieven en detractors zijn? Als dat het geval is, plan met deze personen dan extra 1-op-1-gesprekken in, om tot de kern van hun (gebrek aan) betrokkenheid en werkgeluk te komen.

ONTWERP JE PILOT

Als je je plan hebt gemaakt om data of inzichten over je promotors, passieven en detractors te verzamelen, moet je nog een aantal keuzes maken voor je pilot. Wil je je concentreren op:

- A. Het maximaliseren van de impact van je promotors
- B. Het transformeren van je passieven in ambassadeurs
- C. Het proberen tevreden te stellen van je detractors

Alle benaderingen kunnen effectief zijn... Dus als je de middelen hebt (meerdere teamleiders?), dan kun je ze allemaal proberen! Als dit niet het geval is, is het slim om de aanpak te kiezen met de minste weerstand en de meeste impact in je organisatie in een korte periode.



BEST PRACTICE

Onze eNPS is gestegen van 16 naar 35. Dat vind ik een enorm compliment! Het betekent dat steeds meer werknemers ambassadeurs voor Soltegro worden.

- CEO tech bedrijf

[LEES MEER](#)





STAP 2: VIND DE OORZAKEN VAN (ON)TEVREDENHEID EN BETROKKENHEID

Wanneer je jouw focusgroep hebt gevonden, is het tijd om de juiste knoppen te vinden om aan te draaien. Welke factoren beïnvloeden betrokkenheid, tevredenheid en geluk van je medewerkers? Je kunt dit ontdekken door de 15 drijfveren uit het Employee Happiness model te onderzoeken. 2DAYSMOOD heeft dit wetenschappelijke model ontwikkeld in samenwerking met Universiteit Utrecht. Maar, voordat je verder gaat nog even dit:

Wist je dat... het regelmatig vragen aan medewerkers hoe ze zich voelen, en wat ze van de organisatie vinden, al direct een positief effect heeft op hun betrokkenheid? ...en dat er vaak een grote kloof is tussen wat managers denken dat werknemers belangrijk vinden (salaris, baanzekerheid), en wat werknemers écht belangrijk vinden voor hun geluk op het werk (betrokken worden, waardering krijgen)?

Toch is er geen 'one-size-fits-all' oplossing voor betrokkenheid. Dus zorg dat je erachter komt wat jouw team(s) drijft om op hun best te zijn en te presteren. Leiderschap, werk-privé balans, collega's

DOE HET DATA-GEDREVEN

De 15 drijfveren in het Employee Happiness Model zijn meetbare variabelen die een negatief of positief effect kunnen hebben op werkgeluk en betrokkenheid. Met de **2DAYSMOOD nulmeting** vraag je medewerkers hoe tevreden ze zijn met elke drijfveer én hoe belangrijk die drijfveer is voor hun geluk op het werk. Onze klanten, die deze meting binnen 1-5 weken uitvoeren, doen dit met behulp van een leuke 15 seconden enquête. Als resultaat krijgen ze een heatmap van hun organisatiecultuur. Hierin ontdekken ze wat er goed en fout gaat in hun teams, afdelingen en de organisatie als geheel. Deze inzichten helpen bij het opstellen van een stapsgewijze cultuurstrategie.



[KLIK OM TE VERGROTEN](#)

Heb je al in beeld welke gebieden in je cultuur aandacht nodig hebben? Misschien heb je eerder een medewerkerstevredenheids-onderzoek uitgevoerd? Dan kunt je ook een specifiek onderwerp kiezen en een diepgaande meting uitvoeren. Verzamel bijvoorbeeld feedback over hoe je vitaliteit of interne communicatie kunt verbeteren!

DOE HET ZELF

Als je direct met medewerkers aan de slag wilt, helpt [deze quickscan](#) je om de belangrijkste drijfveren voor jouw team(s) te identificeren in een oefening van 2 uur. Stel prioriteiten en bedenk acties.

ONTWERP JE PILOT

Een nulmeting met een focusgroep in je organisatie is de beste manier om een pilot te starten. Zodra je de uitkomst van die meting of oefening hebt, kun je de resultaten interpreteren en samen verbeteringsacties bedenken. Je mag je deelnemers óók verantwoordelijk maken! De gegevens die jullie verzamelen leiden de weg naar verbeteringen, maar de volgende vragen kunnen ook helpen:

- 👁️ Hoe zou drijfveer x er in de ideale situatie uitzien?
- 👁️ Wat kunnen we morgen opstarten om drijfveer x te verbeteren?
- 👁️ Wat kunnen we samen of individueel doen?
- 👁️ Wat heeft in het verleden voor ons gewerkt?
- 👁️ Wat hebben we van elkaar nodig?

[PROBEER GRATIS EEN NULMETING](#)

STAP 3: MAAK EEN TIJDLIJN, MONITOR STEMMING

De laatste stap bij het vormgeven van je pilot is een meetbare tijdlijn. Zoals je nu weet, heeft het simpele feit dat je medewerkers om feedback vraagt (in een psychosociaal veilige omgeving) een positieve invloed op hun stemming en betrokkenheid. Dus vanaf het moment dat je begint met feedback vragen, is het essentieel om continu inzicht te krijgen in hoe mensen zich voelen: Bevlogen? (On)tevreden? Gestrest?

Je kunt bijvoorbeeld een pilot van 6 weken starten die er zo uit ziet:

- Week 1: Vind de promotors, passieven en detractors in je organisatie
- Week 2-5: Identificeer de belangrijkste drijfveren van deze mensen
- Week 6: Start met data-gedreven initiatieven voor verbetering
- Wekelijks tijdens pilot: Monitor stemming van deelnemers

DOE HET DATA-GEDREVEN

Aan collega's vragen hoe het met ze gaat lijkt een moeiteloze taak! Maar als drukke leidinggevende... kun je écht zeggen dat je deze vraag aan al je werknemers stelt? En denk je dat ze zich veilig genoeg voelen om hun ware gevoelens te delen, zelfs de introverte mensen?

“

BEST PRACTICE

Een IT-bedrijf worstelde met het behouden van talent. Ze besloten wekelijks aan werknemers te vragen hoe het met ze ging en waarom. Ze ondernamen actie op de inzichten en verminderden personeelsverloop met 60% in een jaar!

”

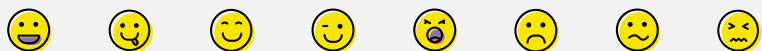
[LEES MEER](#)

Bij 2DAYSMOOD hebben we **een oplossing** voor dit probleem gecreëerd.

Met de 15 seconden enquête helpen we werkgevers om stemmingen van hun medewerkers vast te leggen. De vraag “Hoe gaat het met je?” wordt terugkerend (bijvoorbeeld wekelijks) via e-mail of app naar hen verzonden. Ze kunnen antwoorden door een emoji te kiezen die het best bij hun stemming past (gebaseerd op Russell's circumplex model van emotionele classificatie). De gegevens worden anoniem en veilig opgeslagen in een slim dashboard en kunnen door alle deelnemers (binnen het team) worden bekeken. Naast realtime percentages van geluk en stress, kun je de stemmingswisselingen van week tot week overzien. Als je zo de trends van bevlogenheid of tevredenheid volgt, weet je of jullie inspanningen (een positieve) impact hebben!

DOE HET ZELF

Voor bedrijven tot 12 werknemers is een 'offline' methode ook een optie. In het 2DAYSMOOD team vullen we onze wekelijkse enquête online in, maar we hebben ook elke ochtend een korte koffiebijeenkomst. Hierin geeft ieder teamlid een update van 15 seconden, waarin hij of zij de werkzaamheden van die dag vertelt, een vraag stelt, of (persoonlijk) nieuws deelt. Een dagelijkse of wekelijkse vergadering is perfect om mensen hun stemming te laten delen. Je kunt het proces ook anoniem maken door bijvoorbeeld emoji's te tekenen of stemmingen op te schrijven en mensen een vinkje te laten zetten. Sla de gegevens op.



JE PILOT IS BIJNA KLAAR

Om je cultuur van betrokkenheid en topprestaties te kickstarten, heb je alleen nog een hoger doel nodig. Bij voorkeur meetbare doelstellingen! In feite helpt deze data-gedreven pilot je bij het specificeren van SMART-doelen voor een duurzame implementatie. Maar voor deze kickstart adviseren wij je om de ideale situatie, jouw 'werkparadijs', te beschrijven. Later kun je dit SMART maken.

Een langetermijnplan kan er zo uitzien:

WEEK 1 - 6	WEEK 7 - 11	WEEK 12	WEEK 24
- Pilot: bepaal je nullijn - Probeer verbeteringen uit - Bepaal wat werkt!	- Verder analyse drijfveren - Maak SMART en monitor - Rol successen uit in organisatie	- Elk kwartaal: eNPS meting - Valueer (stemmings)trends - Acties/enquêtes vanuit data	- Elk halfjaar: nulmeting - Check drijfveren & doelen - Nieuwe diepte-enquêtes

[PROBEER GRATIS EEN STEMMINGSMETING](#)



BLOEIENDE BEDRIJFSCULTUUR

BLOEIENDE BEDRIJFSRESULTATEN

Wanneer je pilot succesvol is, vergeet dit dan niet te communiceren naar je collega's (en de buitenwereld). Het vieren van successen is belangrijk voor werknemers om zich betrokken te voelen op de werkplek. (En dit is wat zij het belangrijkste vinden voor hun betrokkenheid, weet je nog!). Wanneer je cultuur begint te veranderen en op te bloeien, is de volgende stap het bekijken van je KPI's.

Is het mogelijk om je rendement op werkgeluk te berekenen? Jazeker! Denk aan KPI's zoals verzuim, omzet, verkoopsucces of klantbehoud.

In onze 2DAYSMOOD software hebben we een voorspellende 'Return on Happiness' functionaliteit ontwikkeld, waarmee je de geluksdata van medewerkers kunt koppelen aan KPI's en kosten. Wat is bijvoorbeeld het effect op je personeelsverloop wanneer het algemene stressniveau met 20% afneemt? Wil je meer weten?

Wij adviseren je graag in een gesprek of via een **gratis demo**.

JE KUNT HET!

Maar als je hulp nodig hebt, staan we natuurlijk voor je klaar:

 www.2daysmood.com

 info@2daysmood.nl

 +31(0) 85 303 6879

 Europalaan 100, 3526 KS Utrecht, Nederland

“

WAAROM
HR MANAGERS
DATA-GEDREVEN WERKEN

Continu inzicht krijgen in mijn bedrijfscultuur, gerichte feedback krijgen en trends zien, dat is echt waardevol om te groeien.

- Koninklijke Rotra

”

PROBEER GRATIS NULMETING

