

Zo houdt u uw medewerkers gelukkig en gezond

In het bedrijfsleven gaat alles steeds sneller en de strijd om de beste en slimste medewerkers wordt al lang niet meer gewonnen door wie het meest aantrekkelijke salaris biedt. Het is belangrijker dan ooit om het welzijn van uw medewerkers te beschermen en hen de juiste voordelen te bieden. Hieronder tips vanuit Vodafone over hoe u uw mensen een boost kunt geven.

De afgelopen vijf tot tien jaar is de algemene houding ten aanzien van ons welzijn totaal veranderd. Nog niet eens zo lang geleden vonden HR-managers dat een ziektekostenverzekering voldoende was om de medewerkers tevreden en gezond te houden.

Er is veel veranderd. Het welzijn van de medewerkers wordt tegenwoordig meer holistisch benaderd en veel organisaties houden rekening met de diverse factoren die maken dat mensen zich fit, optimistisch en veilig voelen. De kans is reëel dat medewerkers daardoor productiever en gemotiveerder zijn en een hoger rendement kunnen halen voor hun bedrijf.

Fysieke gezondheid is uiteraard belangrijk, maar dat is maar één element. De andere aspecten zijn emotie, persoonlijke groei, gemeenschap, familie,

financiële zekerheid en plezier. Deze aspecten zijn als de spaken van een wiel, met in het midden het welzijn, de as waar het allemaal om draait.

De belangrijkste ontwikkeling die deze elementen verenigt, is het vervagen van de grenzen tussen werk en privéleven. Inloggen is gemakkelijker dan ooit en omdat we door de technologie constant verbonden zijn, draaien mensen niet meer zo vlot de knop om als vroeger.

Om gelukkig te zijn, moeten al deze aspecten dan ook geoptimaliseerd worden. Deze holistische benadering betekent ook dat wij iets moeten teruggeven aan de mensen in onze organisatie. Minder ziekmeldingen en een verhoogde productiviteit zijn de bijproducten van deze aanpak, maar zelfs bij de beste programma's zijn dergelijke resultaten natuurlijk niet het uitgangspunt.





Vodafone is een grote onderneming, maar zowel grote als kleine bedrijven kunnen baat hebben bij deze aanpak. Bij het opzetten van een welzijnsprogramma moet u enkele essentiële factoren in aanmerking nemen:

Wat is uw motivatie?

Het is belangrijk dat u duidelijk maakt wat de redenen zijn voor het opzetten van een programma. Het verminderen van het aantal ziekte-dagen is wellicht niet voldoende. De doelstellingen moeten uw medewerkers inspireren en enthousiasme wekken voor uw visie.

Schakel ambassadeurs in

Door effectieve communicatie over de bedrijfsdoelstellingen zou u een aantal 'welzijnsambassadeurs' moeten kunnen aanstellen om de boodschap te ondersteunen en nieuws over ontwikkelingen door te geven. Eén ding staat vast: zonder deze ambassadeurs zou het veel moeilijker zijn om uw boodschap over te brengen.

Creëer een identiteit

Het programma moet een eigen merkidentiteit hebben. Daardoor weten de medewerkers hoe ze het moeten noemen en kunnen ze het zich visueel voorstellen wanneer ze erover praten. Een merk zal de mensen tot actie aanzetten en helpt om hen achter uw doelstellingen te scharen.

Essentieel is dat een welzijnsprogramma alle mogelijke aspecten van een slechte gezondheid aanpakt, ook symptomen van stress, verminderde betrokkenheid, verdriet en eenzaamheid, om slechts enkele ondermijnende factoren te noemen die niet gelinkt worden aan fysieke gezondheid.

Dat is belangrijker dan ooit. De mens heeft technologie in een oogwenk omarmd, maar als dieren zijn wij sinds lang voor de industriële revolutie absoluut niet veranderd. Opeens worden we bedolven onder de prikkels en calls to action, geen wonder dat sommigen het daar moeilijk mee hebben.

Welzijn is echter meer dan het verzachten van negatieve omstandigheden. Het gaat ook om het versterken van de positieve aspecten. De medewerkers van Vodafone zijn erg blij met de gratis medische check-ups, de interne bedrijfsarts, de gesponsorde fitnessruimte en de diverse andere diensten voor hun mentale en fysieke fitheid.

Wij zijn lang niet de enige onderneming die dit aanbiedt. Kandidaten die op zoek zijn naar een baan, selecteren meer en meer op basis van bepaalde verschillen in het aanbod en ze eisen bewijzen dat de werkgever goed voor zijn personeel zorgt.

Welzijn is dus een instrument dat de aanwerving, het behoud en de motivatie kan stimuleren.

Het andere goede nieuws, vooral voor groeibedrijven, is dat investeringen in welzijn geen fortuin hoeven te kosten en dat er geen leger fitnesscoaches nodig is om het in praktijk te brengen. Met enkele doordachte maatregelen kunt u zich al van de concurrentie onderscheiden.

Dus als u overweegt om een welzijnsprogramma op te starten, vergeet dan de essentiële punten niet: zorg dat uw motieven oprecht zijn, wees duidelijk over uw doelstellingen en verzekert u van de diensten van ambassadeurs op alle niveaus binnen de organisatie.

Wanneer u dat doet, houdt u uw medewerkers gelukkig en gezond, en daar zult u de komende jaren de vruchten van plukken.



Meer weten?

kijk op www.vodafone.nl/zakelijk
en neem contact op met een
van onze Accountmanager