

Het belang van inzicht in het welzijn van zorgmedewerkers

Het welzijn van cliënten staat al jaren centraal in de zorg, maar hoe zorg je ervoor dat de medewerkers zelf ook gezond en gelukkig zijn tijdens hun werk?



Gaaf dat je ons Whitepaper gaat lezen! Wij zijn Frank. We helpen organisaties op een innovatieve wijze hun werkbeleving te verbeteren. Géén ouderwets jaarlijks MTO maar continu meten en realtime inzicht. Daarmee verlagen we werkstress en verhogen we werkgeluk. Meer weten over ons, of hoe wij je kunnen helpen? Ga naar



Uit onderzoek blijkt dat 87% van de medewerkers het werken in de Zorg en Welzijn sector als zinvol ervaart. 91% geeft aan inhoudelijk leuk werk te hebben (bron: AZW 2021). Dat zijn cijfers waar menig sector jaloers op mag zijn. Toch kampt de zorgsector met grote problemen op het gebied van personele bezetting. 65% van de vacatures is lastig in te vullen, de onderbezetting door personeelsverloop is hoog alsook het ziekteverzuim. Met als gevolg een hoge werkdruk en een dalend aantal tevreden medewerkers.

Werkgeluk heeft remmend effect op werkstress

De sleutel tot het verbeteren van het welzijn van medewerkers zit hem echter niet altijd in het wegnemen van de werkdruk. Dit kan ook door meer aandacht te besteden aan het werkgeluk, die factoren waar de medewerkers energie van krijgen. Een medewerker die goed in zijn vel zit kan beter met stressvolle situaties omgaan én zo blijf je een aantrekkelijke werkgever voor het behoud van personeel. Medewerkers stappen vaak bewust in de zorg, vanuit een bepaalde intrinsieke motivatie. Die motivatie is heel waardevol, een bron van plezier en energie. Zorg er dus voor dat je de persoonlijke drijfveren van de medewerker verbindt met die van de organisatie. Gezamenlijke doelen en een gedeelde visie helpen bij het verbinden van de medewerkers aan de organisatie en het vergroten van het werkplezier. Dit is natuurlijk slechts één voorbeeld. Uiteindelijk zijn er verschillende factoren die kunnen bijdragen aan het verbeteren van het welzijn van medewerkers.

Wat is werkgeluk?

Alles kan een mens gelukkig maken, zong René Froger in jaren '90. Een eigen huis of vers kopje thee. Maar wat maakt een medewerker gelukkig? Het begint met meer inzicht krijgen in welke factoren voor jullie organisatie en jouw medewerkers van belang zijn. Uit onderzoek van Ryan, Deci & Pink blijkt dat mensen 4 basisbehoeften hebben en dat het vervullen van deze basisbehoeften bijdraagt aan het gevoel van geluk.



De 4 basisbehoeften

1. **Competentie:** Het gevoel van vertrouwen in eigen kunnen.
2. **Verbondenheid:** Verbonden voelen met anderen mensen.
3. **Autonomie:** Eigen inbreng hebben in de werkzaamheden.
4. **Betekenis:** Onderdeel zijn van een groter geheel.

Wil je als organisatie het welzijn van je medewerkers verhogen, speel dan in op de basisbehoeften en zorg dat deze vervuld worden.

Competentie

Bij competentie gaat het er niet om of een medewerker zijn/haar werk daadwerkelijk goed of niet goed doet. Het gaat om het vertrouwen dat de medewerker heeft in zijn/haar eigen kunnen. Organisaties kunnen dit ondersteunen door een open feedbackcultuur te creëren, waarin mensen kritisch zijn, maar ook om hulp durven vragen en fouten maken mag. Dat leidt tot vertrouwen in eigen kunnen en daarmee betere prestaties en groter gevoel van werkgeluk.



Verbondenheid

De mens is een sociaal dier en is gericht op het functioneren binnen groepen. De meesten van ons brengen tijdens de werkweek meer tijd met collega's door, dan met je partner of familie. Het is dus fijn om samen te werken met collega's waar je gelukkig van wordt. 55% van de medewerkers zegt dat hun vriendschappen op het werk de reden is om bij hun werkgever te blijven. Organisaties kunnen de behoefte aan verbondenheid vervullen door een werkomgeving te creëren waarin vriendschapsbanden worden aangemoedigd, daarnaast speelt ook de leidinggevende een belangrijker rol om meer verbondenheid te voelen met de organisatie.

Autonomie

Uit onderzoeken blijkt dat 43% van werkend Nederland een gebrek aan autonomie ervaart. Autonomie gaat over het verlangen om te handelen vanuit eigen je wilskracht en eigenaarschap te ervaren bij het uitvoeren van je werkzaamheden. Organisaties kunnen de behoefte aan autonomie vervullen door medewerkers te laten meedenken en meebepalen. Dit geeft de medewerker het gevoel dat zijn/haar stem gehoord wordt en dat verhoogt de betrokkenheid en het werkgeluk.

Betekenis

Wat is onze toegevoegde waarde en hoe dragen onze medewerkers hier aan bij. Dat moeten organisaties zich regelmatig afvragen. Medewerkers kunnen gedemotiveerd raken als ze



het "grotere plaatje" niet zien of er niet aan mee kunnen doen. Maar medewerkers die denken dat ze werken aan iets groters en belangrijkers dan zichzelf, werken vaakst het hardst, zijn productief en betrokken. Denk maar aan organisaties als Unicef of Greenpeace, zij betalen nooit de hoogste salarissen, maar zijn een enorm gewilde werkgever.

Metten is weten

Waar begin je wanneer je het werkgeluk wil verhogen bij jouw medewerkers?

Begin met meten van de 4 basisbehoeften en bekijk hoe je die beter kan bevredigen. Een medewerkertevredenheidsonderzoek is hier een heel geschikte methode voor. Er zijn verschillende manieren om dit te doen. Vroeger was het heel gewoon om dit eens per 2 of 3 jaar te doen, door medewerkers een lange vragenlijst in te laten vullen. De data werd in één keer verzameld en geïnterpreteerd.

Een nieuwe, innovatieve manier om een medewerkersonderzoek te doen is door niet één keer te meten, maar door continu te meten. Door nieuwe technologieën is het tegenwoordig mogelijk om via een app wekelijks en op een laagdrempelige manier onderzoek te doen onder alle medewerkers. Het grote voordeel is dat je continu data verzameld en dat gedane interventies direct gemonitord kunnen worden. Maar je kan ook nog een stap verder gaan en je data gebruiken voor HR-Analytics.

Wat zijn HR-Analytics?

HR-Analytics draait om het inzetten van data

om gedrag van medewerkers beter te kunnen beschrijven, verklaren en voorspellen. Toine Al, auteur van 'HR-analytics, waarde creëren met data-gedreven HR-beleid' beschrijft het als volgt: "Het gaat om het vinden van oorzakelijke verbanden die managers knoppen geven om aan te draaien. Denk hierbij aan aantoonbaar minder verzuim door het verbeteren van de werksfeer op de salesafdeling. Of het inzicht dat meer empathische teamleiders zorgdragen voor meer werkplezier. Toon daarbij aan dat er een causaal verband is tussen medewerkertevredenheid en klanttevredenheid en de urgentie is snel bewezen. Het doel is zoveel mogelijk relevante zaken meetbaar te maken en relaties te vinden. Daarmee kun je vervolgens betere beslissingen nemen over alles wat te maken heeft met de mensen binnen de organisatie."

Het succes van analytics

Het succes wat de sales en marketingafdelingen hebben geboekt door middel van de inzet van data analytics is ook doorgedrongen tot HR. Als het gedrag van klanten goed voorspelbaar is, dan geldt dat natuurlijk ook voor medewerkers.

*Bedrijven die
analytics toepassen
zijn **56% meer winstgevend**
dan concurrenten die
dat niet doen.*

Best Buy, een grote Amerikaanse Retail winkel, wilde weten hoe de betrokkenheid van de medewerkers per winkel de resultaten van die winkel beïnvloedt. Daarvoor hebben ze de betrokkenheid van het personeel en de veranderingen in die betrokkenheid per winkel vergeleken met de winst per winkel. De uitkomsten waren schokkend! Ze ontdekten dat als de betrokkenheid met 0,1% punt omhoog gaat in een winkel, bijvoorbeeld van een 7 naar 7.1, de winst in die winkel met 100.000 dollar steeg. Dus bij 1% punt stijging maakte de winkel 1 miljoen dollar meer winst. Hiermee kon HR de winkelmanagers natuurlijk makkelijk overtuigen om meer te doen aan medewerkersbetrokkenheid. Het hoofdkantoor van Best Buy is daarnaast direct geswitcht van 1 keer per jaar een medewerkerstevredenheidsonderzoek doen naar continu meten. Want alleen zo hadden ze genoeg inzicht om aan de juiste knoppen te draaien.

Continu de medewerkerstevredenheid meten

Wil je ook net als Best Buy continu de medewerkerstevredenheid meten, dan is een

laagdrempelige en gebruiksvriendelijke manier om dat te doen met Everybody FRANK. Via een app krijgen medewerkers wekelijks leuke, verrassende en soms wat lastige vragen over hun werkgeluk. De vragen zijn concreet en snel te beantwoorden, dat bewijst de hoge reponsgraad van 76%. De vragen worden verspreid over een jaar en at random aan de medewerkers gesteld. Iedere medewerker krijgt een eigen vraag op een eigen moment.

Klantcase

Stichting Welzijn Ouderen Arnhem (SWOA)

Benieuwd hoe een zorgorganisatie werken met Frank ervaart? Bekijk dan de klantcase van SWOA en lees alles over de inzichten die zij hebben opgedaan, en de resultaten die ze met Frank behaald hebben.



Renate Joor

Accountmanager @ Frank

Meer weten over hoe je met **Frank** inzicht krijgt in het werkgeluk van je medewerkers? Kom met ons in contact!
We leggen je graag alles uit!