

Inleiding

Geld verdienen. Voor de medewerker en het bedrijf belangrijke behoeften. Met een arbeidsrelatie vinden zij elkaar. De deal is rond, beide tevreden. Of nog niet?

De wijze waarop de werkzaamheden worden uitgevoerd wordt steeds belangrijker. Het bedrijf wil hogere productiviteit en omzet. De medewerker wil waardering en persoonlijke ontwikkeling.

Morgen

Nieuwe generatie; nieuwe voorwaarden

Door de toenemende arbeidsparticipatie hebben we het drukker dan ooit. We draaien onze dagen als machines. Kinderen naar de crèche. In de file. Op kantoor. Output. Controle. En gaan weer naar huis. Iedere dag. Doen we echt wat we willen? Is dit het beeld dat we voor ogen hebben als we de collegebanken verlaten? Willen we ons echt iedere dag laten vertellen wat we moeten doen en hoe we het moeten doen?

De 'Millenials' in ieder geval niet, zo blijkt [uit onderzoek van PWC](#). Een paar conclusies:

- Millenials (of generatie Y, geboren tussen 1980 en 2000) vormen in 2020 50% van de wereldwijde beroepsbevolking. Het aantrekken en behouden van deze generatie is een belangrijke uitdaging voor werkgevers.
- De online toegang tot kennis vormt een belangrijk kenmerk van deze generatie, wat een verandering teweeg zal brengen in menig bedrijfsmodel.
- Delen is in, autoriteit en hiërarchie zijn "uit".
- Ze hebben de wens om continue te leren en zich te ontwikkelen in een hoger tempo dan we gewend zijn. In 2014 heeft 25% van de werknemers tenminste zes werkgevers, in 2008 was dit nog 10%.
- De carrièremogelijkheid is een belangrijke voorwaarde bij de keuze van een werkgever, maar liefst 65% laat zich hierdoor beïnvloeden. Bonussen maken plaats voor persoonlijke ontwikkeling en een goede balans tussen werk en privé. Nu nog verschillende werelden, straks geïntegreerd door flexibele werktijden.
- Ruim een derde kiest voor een werkgever die maatschappelijke betrokkenheid toont. Zij ambiëren een baan waarbij zij waarde creëren en hierdoor trots kunnen zijn op hun werkgever. Mocht dit niet overeenkomen kiest 86% ervoor een andere baan te zoeken. Een voorbeeld hiervan is de financiële sector. 30% van de Zwitserse respondenten geeft in dit onderzoek aan niet meer in deze sector te willen werken als gevolg van hun rol in de financiële crisis.

Leiders hebben de belangrijke uitdaging om medewerkers betrokken te houden met arbeidsschaarste en steeds meer millenials op de arbeidsmarkt in het vooruitschiet.

Whitepaper: Betrokkenheid in bedrijf

In toenemende mate willen medewerkers ruimte voor ontwikkeling en flexibiliteit. Beoordeeld worden op output in plaats van werktijden. Zelf verantwoordelijkheid nemen.

Een reputatie waar zij trots op kunnen zijn. Duurzaamheid. Voor zo'n organisatie willen zij werken. Met hart en ziel.



Facts & Figures

Groeien en bloeien is het gezamenlijke doel. Betrokkenheid de oplossing.

- De medewerkersbetrokkenheid in Nederland is laag. Volgens Gallup's State of the global workplace (2013) is 9% van de medewerkers betrokken.
- Zij tonen meer inzet (+57%) en blijven de werkgever trouw (+87%) (1)
- Per betrokken medewerker levert dit zo'n \$2.000,- op. (2)

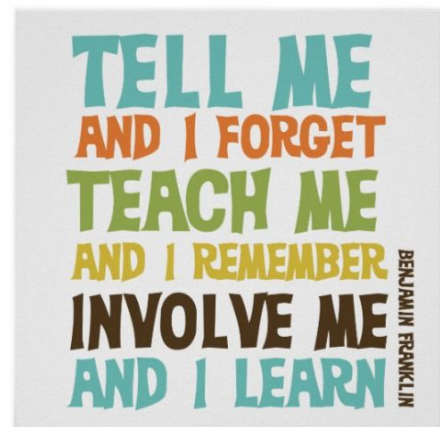
Wie is de betrokken medewerker?

“Ik werk hier om dat ik mij verbonden voel met de purpose van het bedrijf en ik de mogelijkheid krijg mij voortdurend te ontwikkelen. Door autonoom (samen) te werken aan projecten die goed aansluiten bij mijn ambitie, altijd en overal. De ruimte die ik krijg, vertaalt zich direct in mijn inzet voor het bedrijf”

Zij zijn diegene die zich verbonden voelen met, enthousiast zijn over en commitment tonen richting het werk en hun werkgever. Zij leveren te allen tijde een positieve bijdrage aan de organisatie in de vorm van innovatie, groei en winst. Zij ontwikkelen nieuwe producten en diensten en genereren nieuwe ideeën en klanten. Hiermee dragen zij bij aan economische groei en nieuwe banen. (3)

Maak kennis met hun nieuwe spelregels

- Medewerkers hechten belang aan waardering en feedback;
- medewerkers willen coaching om zichzelf continu te blijven ontwikkelen;

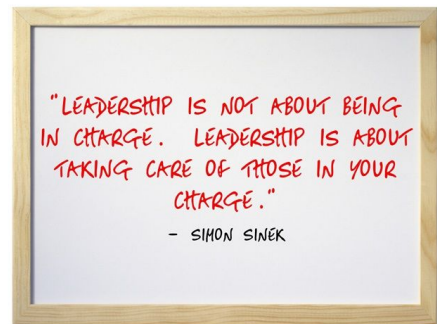


Whitepaper: Betrokkenheid in bedrijf

- medewerkers willen duidelijkheid over hun carrièreplanning in het bedrijf. De doorlooptijd versneld: Banen worden projecten;
- medewerkers wensen een leidinggevende die hun inspireert in een bedrijf;
- medewerkers werken voor een purpose;
- medewerkers hechten waarde aan de relatie met collega's. Door samenwerking maken zij elkaar sterker;
- een goede balans is het uitgangspunt. Medewerkers maken zelf graag keuzes over de indeling van hun werkweek en zijn 24/7 bereikbaar. Altijd en overal.

Toon leiderschap!

- Bij 30% van de niet-betrokken medewerkers ligt de oorzaak manager;
- 35% van de managers zijn betrokken;
- slechts 10% van de managers heeft de vaardigheden om een groep medewerkers aan te sturen (4);
- managers focussen louter op kosten, efficiency en controle.



Naar Morgen

Checklist		Producten
1.	Start een mastermind "Jouw organisatie naar betrokkenheid"; selecteer deelnemers en plan een afspraak.	Whitepaper Betrokkenheid in de organisatie – start een mastermind
2.	Benoem de purpose voor de organisatie: Waarom doen we wat we doen?	Whitepaper De purpose van de organisatie
3.	Stel kernwaarden vast behorende bij de purpose. Communiceer het gewenste gedrag in de organisatie en pas profielen aan.	Whitepaper De purpose van de organisatie
4.	Breng in de mastermind een dialoog op gang over leiderschapontwikkeling; wat wordt verwacht van leidinggevendenden om de kernwaarden te borgen? Maak afspraken met de betreffende medewerkers.	Format Planning Naar Morgen
6.	Meet de medewerkersbetrokkenheid	Betrokkenheidsonderzoek
7.	Vat de resultaten samen tot kernthema's en actiepunten in de mastermind groep	Format Planning Naar Morgen
9.	Pas relevante werkprocessen aan; bijv. het wervingstraject, de beoordelingscyclus en feedback	

10.	Houdt betrokkenheid levend in bilaterale gesprekken met medewerkers, het teamoverleg en digitale communicatiemiddelen	
11.	Stel doelstelling, verantwoordelijken en planning vast voor de borging van de gemaakte afspraken.	Format Planning naar morgen
12.	Evalueer de voortgang op het gebied van het handelen naar de purpose, het gedrag van medewerkers, leiderschapsontwikkeling en activiteiten om de betrokkenheid te vergroten. Stel activiteiten bij.	



Afsluiting

Betrokkenheid is een strategie Naar Morgen

De maatschappij is in beweging. Nieuwe generaties vragen om nieuwe spelregels en maatschappelijke vraagstukken verwachten verantwoordelijkheid. Organisaties dienen mee te bewegen. De dynamiek versnelt. De reputatie staat onder druk.

De route Naar Morgen is de route naar continuïteit. We brengen jouw organisatie terug naar de purpose, manieren om medewerkers in hun kracht te zetten en mogelijkheden om impact te creëren in de (internationale) gemeenschap. Met als eindbestemming impact. Voor het bedrijf én een betere wereld.

Naar Morgen brengt organisaties betrokkenheid. Met medewerkers, klanten en de (internationale) gemeenschap. Bezoek onze website voor meer informatie! www.naarmorgen.nl.

Bronnen

1. Gallup's State of the global workplace (2013)
2. Gallup's State of the global workplace (2013)
3. Gallup's State of the global workplace (2013)
4. Gallup State of the American Manager, 2015

Succesfactoren Naar Morgen



DE SUCCESFACTOREN VAN DE TOEGEKOMSTE TOEGANG



- Inspireer!
- Het (gezamenlijk) ontwikkelen van een visie en purpose van de organisatie
- Het tonen van betrokkenheid bij medewerkers, klanten en de (internationale) gemeenschap
- Transparantie en open communicatie



- Beter aantrekken en behoud van medewerkers
- Beter gezondheid en betrokkenheid van medewerkers
- Verhoogde innovatiekracht
- Hogere productiviteit
- Sterkere reputatie



- Samenwerking / Succesvolle innovaties



- Coach!
- Het tonen van betrokkenheid bij medewerkers, klanten en de (internationale) gemeenschap
- Transparantie en open communicatie
- Het bevorderen van samenwerking



- Autonomie
- Persoonlijke ontwikkeling
- Creativiteit en inspiratie
- Gezondheid en geluk



- Samenwerking!
- Vrijwilligerswerk
- Workshops/presentaties
- Donaties/participatie aan activiteiten