

ZÓ KRIJG JE JOUW ORGANISATIE IN BEWEGING!

EEN ACTIEPLAN VOOR **HR, MANAGERS EN
BESLISSERS** VOOR MEER JOY OP DE
WERKVLOER

Jouw organisatie is in beweging. Maar hoe
houd je uitval en de kosten die daarmee
gemoeid zijn binnen de perken?

FYNCH™



Inhoudsopgave

08

BIED RUIMTE VOOR AUTONOMIE

Onderzoek na onderzoek wijst uit dat autonomie één van de belangrijkste basisbehoeftes is van professionals.

12

VERSNEL DE CULTUURVERANDERING MET FYNCH!

Een voorbeeld vanuit de praktijk!

DOOR WIE

De oprichters aan het woord.

03

IS JOUW ORGANISATIE WEERBAAR EN WENDBAAR?

Hoe zorg je ervoor dat de professionals binnen jouw organisatie up to date blijven?

04

STREEF NAAR FLOW

De uitdaging is om professionals in beweging te brengen en ze in een staat van flow te brengen.

05

ZORG VOOR BETEKENISVOL WERK

Succesvolle organisaties die, naast harde KPI's, ook hebben nagedacht over het maatschappelijk belang, scoren ook nog eens beter op de arbeidsmarkt.

06

BENUT HET NETWERK-EFFECT

De taak van de organisatie om het belang en het voordeel van samenwerken te laten inzien.

09

HET RECEPT VOOR JOY

Een programma voor organisaties

10



DOOR WIE

Geschreven door Edwin Hansma & Marco Frijhoff van FYNCH

Edwin Hansma en Marco Frijhoff zijn de oprichters van FYNCH. Samen ontwikkelden ze een pleziergerichte methode met de focus op het vergroten van het menselijk kapitaal van een organisatie en het persoonlijk welzijn van de professional. Ze zijn ervan overtuigd dat alleen dan succes, werkplezier en loyaliteit gewaarborgd blijven in onze veeleisende en steeds sneller veranderende maatschappij. In 20 jaar is FYNCH uitgegroeid tot een kenmerkende en onderscheidende expert in het ontwikkelen van organisaties, teams en professionals.

Edwin Hansma

is gedragsexpert in organisaties. Een energieke en betrokken motivational speaker en specialist in professionele en persoonlijke ontwikkeling van professionals.

Marco Frijhoff

is expert in transformationeel leiderschap. Een resultaatgerichte en empathische coach en specialist in change management en gedragsontwikkeling.

Joy is a very serious thing

Edwin Hansma & Marco Frijhoff

Zo krijg je **jouw** organisatie in beweging!

Een actieplan voor meer JOY op de werkvloer

Is jouw organisatie weerbaar en wendbaar?

De wereld verandert in rap tempo. Innovaties volgen elkaar steeds sneller op. Het is dan ook geen tijdperk meer met veranderingen, maar een veranderend tijdperk. Ook de manier waarop we werken is nog nooit zo snel veranderd.

Bedrijven die gezond en succesvol willen blijven, moeten zich dan ook blijvend aanpassen en in staat zijn om bijvoorbeeld nieuwe businessmodellen te ontwikkelen, andere markten te betreden, snel producten of diensten te testen en waar nodig hun werkwijze aan te passen. Dat is alleen mogelijk als ook de professionals binnen die organisaties zich ontwikkelen en wendbaar zijn. Vooral dat is een uitdaging. Ons brein is een gewoentemachine, die streeft naar veiligheid en zekerheid en houdt niet van veranderingen. Dat staat het leren van nieuwe zaken in de weg en kan onder druk tot mentale blokkade leiden. Duurzame inzetbaarheid en het indammen van het ziekteverzuim zijn dan ook actuele en urgente uitdagingen voor organisaties.

Volgens het World Economic Forum (WEF) verdwijnen er tot 2022 weliswaar zo'n 75 miljoen banen doordat machines ons werk uit handen nemen, maar



er ontstaan ook 133 miljoen nieuwe banen door automatisering en robotisering.

Het WEF verwacht dat zo'n 54 procent van de professionals nieuwe kennis en kunde moet opdoen om mee te kunnen doen. Daarom is het zo belangrijk dat managers en HR-teams inzetten op scholing van professionals. Stilstaan is geen optie meer. Anders zitten we straks met een grote groep professionals die niet meer capabel is om goed invulling te geven aan de beschikbare taken binnen de organisatie. En dan wordt het haast onmogelijk om als organisatie wendbaar te blijven en te voldoen aan de verwachtingen van de omgeving.

Hoe zorg je ervoor dat de professionals binnen jouw organisatie up to date blijven? Dat ze skills blijven ontwikkelen, zodat ze ook in de toekomst duurzaam inzetbaar blijven?

De afgelopen jaren is veel onderzoek gedaan naar professionals op de werkvloer. Daaruit is gebleken dat professionals een aantal mentale basisbehoeften hebben om met plezier bij te dragen aan het resultaat van een organisatie. In deze whitepaper lichten we toe wat deze basisbehoeften zijn en hoe ze op de werkvloer gerealiseerd kunnen worden. Eerst introduceren we een ander belangrijk begrip: JOY.

JOY (is a very serious thing)

Het concept JOY™ is gebaseerd op bevindingen uit diverse wetenschappelijke studies en onze verzamelnaam voor alle ingrediënten die nodig zijn om professionals gemotiveerd, wendbaar en weerbaar te laten zijn. JOY is méér dan plezier. Het is een state of mind. De bouwstenen van ons JOY-gedachtegoed zijn positieve psychologie, emotionele intelligentie, transformationeel leiderschap en bevlogenheid.

Succesvolle organisaties streven naar JOY. Ze creëren een veilige omgeving waar professionals zich kunnen ontplooiën en actief kunnen bijdragen aan het resultaat. Ze steunen, coachen en geven professionals de kans om zichzelf te ontwikkelen. Professionals spelen daarin zelf ook een rol. Ze moeten weten van welke taken ze energie krijgen, welke talenten ze bezitten en welke ze nog dienen te ontwikkelen om bij te blijven. Een professional die werkt vanuit JOY, neemt de regie over zijn eigen carrière en draagt met plezier bij aan de doelen van de organisatie.

Actieplan

Omdat JOY misschien een abstract concept lijkt, hebben we dit actieplan geschreven.

Dit plan is een bewezen recept voor JOY op de werkvloer. Wat kan je verwachten? Een aantal concrete en duidelijke tips, die je helpen jouw professionals voor te bereiden op de toekomst. Onze belofte is de volgende: Professionals die werken vanuit JOY zijn creatiever en productiever en leveren een grotere bijdrage aan het bedrijfsresultaat.

Daarnaast hebben ze veel minder last van stress en ziekteverzuim. Ook leren ze veel sneller, waardoor ze zich makkelijker aanpassen aan de veranderende omstandigheden. En laat verandering nou de enige constante zijn in dit tijdperk.

Voorwaarde 1: Streef naar flow

De uitdaging

Wanneer taken te makkelijk zijn of ronduit saai is de kans groot dat professionals overschakelen op de automatische piloot en creativiteit en productiviteit tot het nulpunt dalen. Ook het bedenken van taken die uitdagend zijn maar in geen geval haalbaar, is een garantie op uitgebluste werknemers. Een professional mag best moeite doen, zichzelf uitstrekken om iets te realiseren, maar een doel moet wel binnen bereik zijn.

De uitdaging is om professionals in beweging te brengen en ze in een staat van *flow* te brengen. Dan staan ze 'AAN' om zich te ontwikkelen, nieuwe skills op te doen en met creativiteit nieuwe of bestaande uitdagingen op te pakken.

Dit levert het op

Het is een van de belangrijkste basisbehoeften van professionals om te werken vanuit een *flow*-stand. *Flow* is een term die veel gebruikt wordt in topsport. Misschien herken je het zelf ook wel. Het is de stemming waarin alles vanzelf lijkt te gaan en je één bent met de omgeving. Vanuit een helder en scherp doel werk je met speels gemak en ben je veel meer flexibel en creatief om tot een passende oplossing te komen.

Ook in het bedrijfsleven komt de term flow steeds vaker voor. *Flow* ontstaat wanneer passie, talenten en ambities worden afgestemd op het takenpakket. De voldoening van het bereiken van doelen is dan dubbel zo groot en draagt bij aan intrinsieke motivatie. Tegelijkertijd is *flow* een dynamisch proces. Tijdens een loopbaan worden talenten ontwikkeld en ambities bijgesteld. Taken die vandaag uitdagend zijn, zijn morgen misschien wel simpel en overmorgen zelfs saai. Dit betekent dat een takenpakket zich moet ontwikkelen, wil je een baan voor de professional interessant houden.

Zo pak je het aan

Het is aan de professional zelf om zijn passie, talenten en ambities te achterhalen. Laat ze nadenken over de volgende vragen: Waar krijg je energie van? Wat kun je goed en welke dromen en doelen heb je? Door middel van 360-graden feedback kunnen ze sneller inzicht krijgen in hun talenten, vaardigheden en ontwikkelingskansen. Is er helderheid over passie, talenten en ambities? Dan kan er gezocht worden naar een passend takenpakket.

Gaat een professional alleen taken verrichten die bij hem of haar passen? Nee, de bekende 80-20 regel is ook hier op zijn plaats. 80 procent van de taken zou moeten overeenkomen met de passies, talenten en ambities; twintig procent van de taken is te vergelijken met 'corvee': niet leuk, maar wel nodig. Als werkgever dien je voortdurend in gesprek te blijven met professionals over zijn of haar takenpakket. Stel heldere en uitdagende doelen, bepaal gezamenlijk de randvoorwaarden en bied ontwikkelingskansen aan. Dat zijn kritische succesfactoren om de professional vaker in *flow* te krijgen.

De eerste stap

Wil je direct aan de slag met het verbinden van passie, talenten en ambities aan het beschikbare

takenpakket? Begin eens met een bijeenkomst waarin professionals antwoord geven op de vragen die voor hun ontdekkingsreis relevant zijn. Laat ze met elkaar in gesprek gaan en aangeven welke passie en talenten ze hun collega's toedichten. Streef als organisatie naar inzicht in je professionals. Beschrijf daarna het beschikbare takenpakket. Door samen te onderzoeken hoe je deze met elkaar gaat verbinden, ontstaat flow vaak al als een logisch gevolg. Zo simpel kan het zijn.

Voorwaarde 2: Betekenisvol werk

De uitdaging

Een andere basisbehoefte van professionals is om betekenisvol werk te doen. In de positieve psychologie heeft men onderzoek gedaan naar de meest gelukkigste mensen op aarde. Wie zich het meest gelukkig noemt, blijkt een bijdrage te mogen leveren aan iets wat groter is dan zichzelf, iets dat zin geeft aan hun leven.

Klinkt goed, maar ook erg idealistisch. Moeten we dan als moeder Theresa door het leven gaan? We zouden best allemaal bezig willen zijn met werk dat bijdraagt aan een mooiere wereld, maar realistisch gezien moet er ook gewoon brood op de plank. Niet elk bedrijf kan een winnend businessmodel bedenken dat zich compleet richt op het oplossen van een maatschappelijk probleem. Hoe ziet dat betekenis geven er in de praktijk dan wel uit?

Dit levert het op

Stel je eens het volgende scenario voor: Je hebt de hele dag hard gewerkt, maar er is helemaal niemand die op jouw werk zit te wachten. Ga je dan de volgende dag weer met evenveel enthousiasme aan de slag? Waarschijnlijk niet, want voor wie en waarom? Met andere woorden: Professionals die bijdragen aan een groter doel, zijn meer gemotiveerd en productiever. En dat werkt weer door in meer creativiteit, duurzame inzetbaarheid en bezieling.

Succesvolle organisaties die, naast harde KPI's, ook hebben nagedacht over het maatschappelijk belang, scoren ook nog eens beter op de arbeidsmarkt. Dat is niet zo gek, steeds meer (jongere) professionals willen namelijk niet alleen maar geld verdienen en taken verrichten. Ze willen het verschil maken en een betere wereld creëren. Organisaties die hun missie helder hebben, zijn als een magneet voor deze professionals. Zeker als de missie overeenkomt met die van de professional. Juist op het moment dat er minder arbeidskrachten beschikbaar zijn, biedt een heldere purpose (doel) uitkomst.

Zo pak je het aan

Organisaties moeten bij zichzelf te rade gaan: Wat is het hogere doel van ons bedrijf? Welke bijdrage willen we leveren aan de wereld met onze producten en/of diensten? Hoe willen we als organisatie bekend staan? Wat willen we dat klanten, opdrachtgevers, consumenten en leveranciers over ons vertellen?

Bekende voorbeelden van missies die tot de verbeelding spreken, zijn:

- Design voor iedereen betaalbaar maken (Ikea)
- Alles voor een glimlach (Coolblue)
- 100 procent slaafvrije chocolade (Tony Chocolonely)

De wereld verbeteren hoeft dus niet letterlijk op de

de agenda te staan. Alleen al het creëren van een waarachtig goed gevoel bij je klanten, maakt werk betekenisvol. Het is belangrijk je missie helder te formuleren, zodat je professionals er vervolgens mee aan de slag kunnen en er in de praktijk invulling aan kunnen geven. Dat vergroot de bevoegenheid en het werkplezier.

De eerste stap

Er zijn legio manieren om werk betekenisvoller te maken en de zingeving op de werkvloer te vergroten. Ter inspiratie en motivatie kun je op internet al veel vinden. De bekendste specialist op dit gebied is Simon Sinek, de grondlegger van Why, How en What.

Zoek zijn TED Talk 'Start with Why' eens op. Het kost je slechts twintig minuten, maar het geeft je direct helderheid in het belang van een goede missie. Is het niet gaaf om daarna als werkgever en werknemer met elkaar in gesprek te gaan? Zo kan je direct invulling geven aan zinvol werk.



Voorwaarde 3: Bied ruimte voor autonomie

De uitdaging

Een op de vier Nederlandse werknemers geeft aan dat nieuwe ideeën niet serieus genomen worden. Dat is veel! Dertig procent van de werknemers mist daarbij autonomie; ze moeten eerst om toestemming vragen, voor ze een besluit mogen nemen. Waar het vaak misgaat? Werknemers en leidinggevenden vinden het soms lastig om verwachtingen expliciet te maken. Daardoor is er weinig ruimte voor autonomie en hebben werknemers het idee gemicromanaged te worden. Dat zorgt voor frustratie en staat bevoegenheid in de weg.

De belangrijkste belemmering in het verkrijgen van autonomie is onze eigen mindset. Mensen zijn tot veel meer in staat dan ze zelf denken. De overtuigingen en angsten van professionals of van hun omgeving staan autonomie in de weg. Ook het hanteren van richtlijnen en bedenken van processen is een populaire manier om enigszins in controle te zijn. Toch staat het de groei van werknemers en algemener de gehele organisatie in de weg.

Dit levert het op

Onderzoek na onderzoek wijst uit dat autonomie één van de belangrijkste basisbehoeftes is van professionals. Als ze zelfstandig controle mogen uitoefenen over hun taken, besluiten mogen nemen en hun eigen tijd indelen, zijn ze veel meer tevreden. Ook tonen deze



werknemers meer verantwoordelijkheid voor het resultaat en neemt hun productiviteit toe.

Lukt het om autonomie te bieden aan werknemers, dan zullen werknemers zelfstandig oplossingen bedenken voor problemen. Ze voelen zich namelijk 'eigenaar' van een bepaalde taak, uitdaging of afdeling. Dit geeft jou als leidinggevende de ruimte om je in andere taken te verdiepen.

Zo pak je het aan

Het vergroten van de autonomie van werknemers vraagt om zorgvuldige afstemming en wederzijdse inzet. Door als organisatie kaders te bieden die duidelijk genoeg zijn en tegelijkertijd ook speelruimte geven, kunnen werknemers binnen die gestelde kaders zelf bepalen hoe ze daar invulling aan kunnen geven.

Moedig professionals aan om te leren hoe hun eigen mindset werkt en hoe deze beïnvloed kan worden. Zo ontstaat er ruimte en vertrouwen voor groei; om vastgeroeste patronen los te laten en

ander gedrag te ontwikkelen. Het ontdekken en veranderen van de mindset is een belangrijke stap in het ontwikkelen van gedrag dat in een veranderende omgeving wél het gewenste effect sorteert. Stel dan ook duidelijke doelen. Communiceer de verwachtingen.

Laat professionals zelf een plan van aanpak schrijven. Dit is een plan waarin staat aangegeven hoe doelen bereikt gaan worden, welke hulp iemand nodig denkt te hebben en wanneer en hoe er geëvalueerd wordt. Als dit plan helder is, blijft er tijd over om andere zaken op te pakken. Je kan (en moet!) stoppen met het bedenken van uitgebreide richtlijnen, protocollen en andere processen. Het leidt alleen maar tot reactief en afhankelijk gedrag. Professionals overstijgen alleen hun eigen (en jouw) verwachtingen als ze vrijgelaten worden. Onthoud: het gros van de mensen die werkzaam zijn binnen jouw organisatie, runt ook een huishouden en voedt kinderen op. Ze kunnen verantwoordelijkheden heus wel aan.

De eerste stap

Organisaties hebben een belangrijke taak in het ontwikkelen van de mindset van hun professionals. Professionals hebben ervaringen nodig om te kunnen groeien. Het creëren van een veilige werkomgeving waar de professional onder begeleiding mag werken aan zijn groei en ontwikkeling is essentieel. Alleen zo kunnen ze zelfstandige en vak-volwassen professionals op de werkvloer worden. Professionals kunnen namelijk veel meer dan jij en zij vaak denken, maar ze overstijgen alleen hun eigen (en jouw) verwachtingen, als ze daarvoor de kans krijgen. Dat is soms een beetje eng, maar wel een stap die je moet durven zetten.

De eerste stap is het echt leren kennen van je professionals. Wat drijft hen, wat houdt hen tegen, wat vinden zij belangrijk en wat hebben ze precies geleerd over henzelf en hun omgeving?

Dit soort vragen geven rechtsreeks inzicht in hun mindset. Ontdek ook de overtuigingen van de eindverantwoordelijken binnen de organisatie. In hoeverre vinden zij het spannend om taken los te laten en te vertrouwen op andere professionals? Organiseer een sessie waarin je deze waardevolle informatie lospeutert en helder op een rijtje krijgt.

Voorwaarde 4: Benut het netwerk-effect

De uitdaging

Mensen zijn geneigd elkaar te helpen. Daarvoor zijn twee psychologische redenen aan te voeren. Enerzijds willen mensen graag anderen helpen, omdat ze daarmee laten zien dat ze deskundig zijn. Anderzijds willen mensen graag anderen van dienst zijn, omdat ze daardoor aardig gevonden worden.

Die vlieger gaat ook op voor professionals. Kennis kan zich dus als een lopend vuurtje door een organisatie verspreiden. Toch geldt ook hiervoor dat er in de praktijk nog iets tussen droom en daad staat. Hoe zorg je ervoor dat jouw organisatie profiteert van het positieve effect van een sterk netwerk?

Een goed sociaal netwerk blijkt een essentiële mentale basisbehoefte voor professionals om goed te kunnen functioneren. Onder andere om op te kunnen steunen als het zwaar wordt en om van te kunnen leren.

Dit levert het op

Goede voorbeelden voeden de ambitie om te groeien. Wie anderen ziet shinen, wordt geprikkeld om zelf ook aan de slag te gaan met de persoonlijke ontwikkeling. Wie deel uitmaakt van een netwerk waar kennis en inspiratie gedeeld wordt, is zelf ook meer bereid actief te delen met dit netwerk. Er zijn methoden te bedenken die ervoor zorgen dat er ook binnen jouw organisatie een collectieve hang is naar kennis en inspiratie.

Zo pak je het aan

De taak van de organisatie om het belang en het voordeel van samenwerken te laten inzien. Een eerste stap in het vergroten van het actieve netwerk van professionals, is uitleggen waarom dit netwerk ervoor gaat zorgen dat zij succesvoller zullen zijn in hun werkzaamheden. Als ze zelf bedenken waarom ze met een sterk netwerk nog succesvoller zijn, zullen ze extra gemotiveerd zijn.

Iedere professional is verantwoordelijk om zijn eigen netwerk aan te leggen en te onderhouden. Succesvolle professionals voegen niet alleen gelijkgestemden toe aan hun netwerk, maar zorgen juist voor diversiteit. Hoe meer disciplines, kennis en kunde in je netwerk zit, hoe groter de kans dat er iemand is die jou kan helpen, ondersteunen of zelfs iets leren wat jij nog niet weet.

De eerste stap

Laat professionals een netwerk opbouwen waar ze kennis en inspiratie uit kunnen putten. Hiervoor is een platform nodig – in figuurlijke of letterlijke zin. Door ontmoetingen te stimuleren en faciliteren, wordt het voor professionals een gewoonte om contact op te bouwen en te onderhouden met collega's. Ook buiten de organisatie valt genoeg kennis en inspiratie op te doen. Branche- en beroepsverenigingen bieden hiervoor een uitgelezen mogelijkheid.

Onderschat ook LinkedIn niet. Laat professionals een dagdeel per maand besteden aan het actief benaderen van professionals op LinkedIn. Daag ze uit om na te denken van welke professionals ze wat kunnen leren en wellicht mee kunnen samenwerken. Ook buiten de organisatie.

Het recept voor JOY!

Een programma voor organisaties

De uitdaging

In deze whitepaper hebben we het recept voor het realiseren van JOY op de werkvloer toegelicht. Samenvattend zijn de ingrediënten:

- Werken vanuit *flow*;
- Een bijdrage leveren aan iets wat groter is dan jezelf;
- De vrijheid en ruimte krijgen om je werk zelf te mogen bepalen;
- Beschikken over een goed sociaal zakelijk netwerk.

Organisaties en professionals die dit voor elkaar krijgen, staan veel sterker in hun schoenen en anticiperen makkelijker op de almaar veranderende wereld. Deze professionals hebben meer plezier in hetgeen ze doen, voelen zich meer verantwoordelijk en er is een grotere wederzijdse loyaliteit. Organisaties met JOY zijn bovendien veel aantrekkelijker voor sollicitanten.



Creativiteit en productiviteit nemen significant toe bij deze bedrijven. Ook spelen thema's als duurzame inzetbaarheid en ziekteverzuim een veel minder grote rol.

JOY - experts

FYNCH is gespecialiseerd in het realiseren van JOY en helpt organisaties en professionals die vooruit willen. Die geen genoegen nemen met de status-quo en snappen dat groei van binnenuit moet komen. Omdat motivatie, plezier en zingeving de basis vormen voor blijvend succes en duurzame inzetbaarheid.

JOY maakt organisaties en professionals wendbaar en weerbaar. Het geeft je kracht de regie te nemen. Het is een praktisch middel om sneller tot een beter resultaat te komen. Wie leeft en werkt vanuit JOY, durft problemen in de ogen te kijken en speelruimte te creëren. Om vervolgens daadkrachtiger en effectiever en daardoor energiever en gelukkiger in het leven te staan.

FYNCH

FYNCH ontwikkelt professionals en leidinggevenden om organisaties nóg succesvoller te maken. Om vanuit visie en strategie tot gerichte actie en zakelijke bloei te komen. Wil je ook van intrinsieke kracht naar excellente uitvoering? De experts van FYNCH bieden op maat gemaakte combinaties van trainingen, coaching, richt- en verbindsessies, masterclasses, workshops en lezingen. Zowel voor organisaties en teams, als individuele professionals en leidinggevenden. Kortom, voor iedereen die er ook van overtuigd is dat mensen tot veel meer in staat zijn dan ze zelf denken.

Joy is a very serious thing



Versnel de cultuurverandering met FYNCH!

Een voorbeeld uit de praktijk

De uitdaging

Jos Groen is Business Unit Manager bij Axians. In zijn loopbaan zorgt hij er geregeld voor dat afdelingen en bedrijven succesvol een verandering doormaken. Zijn favoriete vertrekpunt? Dat een bedrijf nog kan groeien op het gebied van duurzame inzetbaarheid. "Mijn missie is om de organisatie terug te geven aan de mensen. Dat klinkt simpel, maar dat is het allerminst." Om sneller tot een cultuurverandering te komen, schakelt hij regelmatig de hulp in van FYNCH.

Vaak ziet Groen professionals die te maken hebben gehad met managers die iet veel ruimte boden voor eigen verantwoordelijkheid. "Ze zijn bang om de kop boven het maaiveld uit te steken, zelf beslissingen te nemen en ze worden dan ook alleen beoordeeld op hun output. Ik noem dat management, geen leiderschap. De uitdaging is om organisaties weer in beweging te krijgen, te zorgen dat professionals zich willen ontwikkelen en kansen zien in plaats van bedreigingen."

Dit levert het op

"Transformationeel leiderschap draait om het verbinden van de doelen van de organisatie met de doelen van de professionals. Daarmee kunnen organisaties duurzame inzetbaarheid sneller realiseren. Professionals willen meer bezieling, zingeving en plezier in hun werk vinden. Door als werkgever je te verdiepen in de wensen van een professional, kan er bezieling ontstaan op de werkvloer. Ook krijgt zingeving zo een kans; ze gaan namelijk inzien hoe ze hun capaciteiten kunnen inzetten om bepaalde doelen te realiseren", aldus Groen.

Zo pak je het aan

Groen vertelt dat het nodig is om verbinding te leggen met werknemers, wil je samen met professionals impact te realiseren. "Ontdek waar er overlapping is in de doelen van de organisatie en de doelen van de professional. Het bepalen van de kernrichting – de zachte KPI's – van de organisatie is daarbij een goed startpunt."

"Ik schakel daarbij vaak de hulp in van FYNCH. Ze helpen je op gang, omdat ze gespecialiseerd zijn in het denken vanuit de mensen in plaats van de organisatie. Vanuit de klant-behoefte stellen ze een oplossing voor, in plaats van te wapperen met modellen en voorbedachte systemen. Dat maatwerk is best uitzonderlijk. Die oprechte belangstelling voor de uitdagingen van de organisatie is een goed vertrekpunt voor een duurzame oplossing."



De eerste stap

De business unit manager raadt managers en HR-afdelingen aan om externe hulp te overwegen bij het organiseren van een cultuuromslag. “Zonder FYNCH was ik in mijn huidige rol veel minder snel tot een duurzaam resultaat gekomen”, vertelt Groen. “Als je een cultuuromslag wil realiseren, wil zorgen dat de bedrijfsvoering verbetert, de kernrichting van je organisatie helder wordt of een transformatie sneller of minder kostbaar wil inrichten, dan helpt FYNCH je daarbij op weg.”

Meer weten?

Neem contact op met FYNCH via 0297-593992 of per mail: hallo@fynch.nl. Of neem een kijkje op onze website www.fynch.nl.



Boek de kennissessie en krijg jouw organisatie in beweging!

IN 2 UUR EEN AANPAK VOOR HET VERGROTEN
VAN HET WERKPLEZIER VAN MEDEWERKERS

Signaleer jij weerstand, terughoudendheid en toenemend verzuim binnen jouw organisatie? Wil jij de connectie en afstemming met de professionals en hun leidinggevenden in deze turbulente tijden versterken door hun motivatie en betrokkenheid te vergroten?

[Boek jouw kennissessie »](#)



**Wendbaar en weerbaar in een
veranderend tijdperk? Het kan!**

Tijdens een 2 uur durende kennissessie sparren over
de professional van de toekomst.

Over deze kennissessie

Voor organisaties die een concrete
willen voor het vergroten van werk

- ✓ € 495,- (exclusief BTW, inclusief re
- ✓ Bij jou op locatie of bij FYNCH