

“HAAL MAKKELIJK EN GOEDKOOP MEER UIT UW MENSEN”



Wij zijn continu bezig met het helpen van bedrijfsleiders om hun bedrijf te verbeteren, daar waar zij het willen. Eén van de meest renderende acties in bedrijven met pakweg meer dan 5 werknemers is hetgeen we in dit artikel beschrijven. Vaak helemaal niet duur (u kan het trouwens volledig zelf doen als u dat wenst), en dikwijls met een gigantisch grote en snelle return.

Er wordt zoveel geld 'op tafel' gelaten.

Iedere werknemer die zich enigszins betrokken voelt bij zijn job, heeft ideeën die goud waard zijn. Ideeën die zomaar voor het rapen liggen en waarvan uw bedrijf snel beter kan worden. We komen in de praktijk niet zo veel bedrijven tegen die gericht die ideeën verzamelen en er iets mee doen. Het hoeft nochtans niet ingewikkeld te zijn. Geen 'Rocket Science', maar heel eenvoudig. Laat deze tekst u tot inspiratie zijn.

Hoe kunt u gouden ideeën bij uw werknemers inventariseren?

Er bestaan tientallen wegen om de belangrijkste verbeterideeën die bij uw werknemers leven aan de oppervlakte te halen. We halen er hier een paar aan die we dikwijls gebruiken en die u zelf ook kunt toepassen als u dat wenst.

Bevraging online

U kan bijvoorbeeld een mini-bevraging lanceren, waarbij uw medewerkers via internet een korte vragenlijst invullen. Er bestaan diverse tools hiervoor op internet. Dit werkt vooral goed als u

bedienden die vaak met computer werken wilt bevragen. In de meeste gevallen is het hierbij belangrijk er voor te zorgen dat de vragenlijsten anoniem kunnen worden ingevuld.

The quality of the questions determines the quality of the answers.

Welke vragen u stelt, is volledig afhankelijk van uw bedrijf. U kan heel specifiek polsen naar bepaalde zaken; 'Hoe kunnen we het onthaal verbeteren'. Of 'Hoe kunnen we de facturatie vlotter laten verlopen'. Maar u kan de vragen ook veel opener houden. Bijvoorbeeld:

- Wat ziet u als grootste verbetermogelijkheid in uw job?
- Wat ziet u als grootste verbetermogelijkheid voor het bedrijf buiten uw job?
- Wat is volgens u de grootste irritatie bij onze klanten? En wat zouden we er aan kunnen doen?
- Waarin blinken we volgens u uit en wat kunnen we er aan doen om hier nog sterker in te worden?
- Hoe kunnen we volgens u op eenvoudige wijze kosten besparen?
- Als u baas zou zijn, wat zou u in de eerste drie maand zeker aanpakken?
- En wat zou u zeker in het eerste jaar aanpakken?

Bevraging op papier

Natuurlijk kunt u dezelfde vragen ook via papier – idealiter anoniem – laten beantwoorden. Zo kan iedereen, ook al hebben ze geen computer, de enquête invullen. Het nadeel is dat u de verwerking dan nadien nog zelf moet doen, daar waar de verwerking via die enquêteplatformen al voor een stuk is gedaan. Sommige mensen gaan misschien vrezen dat hun handschrift zal verraden wie ze zijn.

Individuele interviews

Heel concreet: individuele interviews van pakweg drie kwartier per persoon, waarbij de interviewer de bovenvermelde vragen stelt, er goed over waakt zelf zijn mening niet te geven, en vooral de kunst verstaat om de goede vragen te stellen. Op die wijze komen de ideeën dikwijls voor de aanbrenger duidelijk terwijl hij aan het spreken is en verder antwoordt op uw vragen. Het is vaak alsof de verbetervoorstellen tijdens het gesprek 'gekristalliseerd' worden. Een voordeel wat u niet heeft bij de eerste twee werkvormen.

Een groepssessie

We halen dikwijls zeer goede resultaten met sessies van pakweg 2 à 3 uur, met een 7-tal personen per groep, waarin we brainstormen over verbetermogelijkheden voor het bedrijf. Het is natuurlijk belangrijk erover te waken dat iedereen aan bod komt. Dit kan eenvoudig gebeuren door de juiste techniek te gebruiken. Bijvoorbeeld door iedereen in het begin van de sessie zijn ideeën te laten opschrijven en die dan in de loop van de sessie allemaal individueel aan bod te laten komen.

U kunt uw sessie afsluiten door hen te laten stemmen op de beste verbeterideeën zodat de belangrijkste verbeterideeën boven komen drijven.

Het nadeel hiervan is dat het iets duurder is: de tijdsinvestering is groter. De belangrijkste voordelen van deze groepssessies zijn:

- Dat er een zekere kruisbestuiving gebeurt (het idee van de ene maakt een idee bij iemand anders los)
- Dat een aantal voorstellen al direct door de collega's getoetst worden aan hun praktische haalbaarheid
- Dat de groep een zekere acceptatiegraad krijgt voor de verbeteracties die hieruit zullen volgen

De praktijk wijst uit dat individuele interviews of de groepssessies vaak de beste manier zijn om hoogkwalitatieve verbeterideeën te inventariseren.

Wie leidt de dans?

Doet u de bevraging zelf? Of schakelt u een van uw medewerkers in? Of doet u een beroep op een externe?

- Wanneer u het zelf doet, biedt dit een aantal voordelen. U hoeft geen externe te betalen. U kent het bedrijf beter dan wie ook. U hoort alle ideeën uit de eerste hand en heeft volledige controle over het proces. Iedereen zal zien dat het voor u heel belangrijk is, want u doet het zelf. Vaak bent u echter emotioneel zo betrokken bij het bedrijf dat u bepaalde ideeën (onbewust of bewust) niet meeneemt, zelf al zijn ze verdienstelijk. En niet iedereen zal zo vrijmoedig zijn om tegen 'de baas' voluit te spreken.
- Een interne medewerker zal vaak zijn eigen agenda laten meespelen en soms blijkt de praktijk uit te wijzen dat het een beetje te veel de roddelrichting uitgaat. Een zeldzame witte raaf is prima geschikt om dit te doen.
- Een externe is volgens ons enkel waardevol als het iemand is die over uitstekende communicatieskills beschikt. Als die persoon zelf directie-ervaring heeft kan hij of zij bijzonder waardevolle managementsuggesties leveren op basis van de ideeën die door de werknemers worden gelanceerd. Werken met een externe heeft vaak als bijkomend voordeel dat de inventarisatie anoniemer kan gebeuren. Het nadeel is natuurlijk dat er een meerkost is aan verbonden, die dankzij de maatregelen die de

overheid nu neemt (vb. www.kmo-portefeuilles.be) best kan meevallen.

Een goudmijn van ideeën, ook voor u?

Wilt u die schat aan verbeterideeën bij uw medewerkers gebruiken? Dan juichen wij dit toe en wensen u heel veel succes, of u het nu met ons of zonder ons doet. Veel succes!

Kurt Vandewalle
Zaakvoerder
4BetterResults.be helpt KMO's hun resultaten te verbeteren.
Meer info: www.4BetterResults.be.

BIJBLIJVEN... EEN MUST



SYNTRA Midden-Vlaanderen staat bekend om zijn brede waaier aan kwaliteitsvolle opleidingen, bijscholingen en trainingen voor de KMO.

Elke organisatie en ondernemer heeft z'n eigen ambities en daartegenover staan bepaalde behoeften. SYNTRA Midden-Vlaanderen is er in gespecialiseerd om die behoeften en ambities op elkaar af te stemmen in praktijkgerichte opleidingen op maat van het bedrijf. In functie van de wensen en het aantal werknemers kan men zich inschrijven in ons open opleidingsaanbod of kunnen we samen met het bedrijf kijken naar een op maat samengestelde opleiding of coaching.

Onze opleidingen gaan in op specifieke thema's en verschillende onderwerpen. Op die manier haal je het beste in je medewerkers naar boven, verhoog je de concurrentiekracht van je onderneming en speel je efficiënt in op nieuwe kansen. Deze opleidingsprojecten worden opgesteld i.s.m. een professionele trainingsadviseur, die steeds klaar staat om je met woord en daad bij te staan. Wil je graag kennis maken met ons aanbod? E-mail dan snel naar joris.beullens@syntra-mvl.be of bel naar 09/245.53.45.

Ben je op zoek naar een unieke locatie voor een congres, seminarie, vergadering, receptie of opleiding? Ook daarvoor kan je bij SYNTRA Midden-Vlaanderen terecht. Zo beschikt onze campus in Oudenaarde over een gloednieuw auditorium, goed voor 120 toehoorders en voorzien van alle moderne multimedia. Ook voor kleinere zalen kan je steeds bij ons terecht.

Neem contact op met onze campus te Oudenaarde voor meer informatie en praktische afspraken.

**10%
korting**

Exclusief voor leden van
unizo **BOUWUNIE**

Korting voor werkgevers!
Surf naar www.kmo-portefeuille.be