

Gelukkige werknemers zorgen ervoor dat je zaken goed lopen, luidt vrij vertaald de titel van het congres Happy People Better Business dat onlangs in Den Haag gehouden is. En als je die lijn voortzet: als je jouw zaakjes goed voor elkaar hebt, krijg je gelukkige klanten. Een heldere redenering, maar hoe pak je zo iets in de praktijk aan? In verschillende sessies konden de aanwezigen ontdekken hoe je werkgeluk kunt creëren. We leggen twee ervan onder het vergrootglas.

# De gelukkige werknemer

Voor Monika Hilm is geluk een onmisbare factor op de werkvloer. Ze is tegenwoordig *happiness motivator*, maar heeft een rijke ervaring als hotelmanager. In haar presentatie in de aula van de Haagse Hogeschool nam ze de aanwezigen virtueel mee naar het Parkhotel in de Tsjechische hoofdstad Praag. In drie jaar tijd wist ze een matig presterend en kleurloos hotel met slechte klantbeoordelingen om te bouwen tot een succesvol bedrijf met een geheel eigen identiteit en bovendien zeer tevreden klanten. En het bijbehorende geluk is op meerdere manieren te creëren.

Waar alles mee staat of valt? Leugens, meent Hilm. Als je een klant een leugentje om bestwil vertelt, kan dat leiden tot een negatieve klantervaring. Je collega kan ergens bijvoorbeeld niet van afweten en zal de klant een ander verhaal vertellen, waarna deze zich niet serieus genomen voelt. Tegelijkertijd kan het voor de medewerker voelen alsof je onterecht in de hoek wordt gezet als je leidinggevende een ander verhaal ophangt tegen de klant, bijvoorbeeld door van regels af te wijken, terwijl jij er zelf een streng beleid op nahoudt. Naast ontevreden klanten kan zulk



Gea Peper



beleid leiden tot verwoede klanten. Ze zijn gewend nooit tegenpraak te krijgen en behandelen het personeel als vuilnis. “Wij managers hebben deze monsters zelf gecreëerd, met het motto ‘De klant heeft altijd gelijk’. Denk daar nog eens goed over na, het impliceert namelijk dat jouw medewerkers geen gelijk hebben.”

## Ideaalbeeld

Volgens de happiness motivator kun je als servicegericht bedrijf jouw werknemers in 15 minuten tijd vier basisprincipes trainen, waarbij ook de medewerker zelf niet wordt vergeten. **Allereerst moet je jezelf zijn.** Dat is makkelijker gezegd dan gedaan, ook vanuit het management. Hilm herinnerde een baliemedewerker in haar hotel met een half opgeschoren kapsel, waardoor hij niet direct voldeed aan het gestijlde ideaalbeeld van een receptionist. Na wat scepsis haalde hij haar over met zijn brede glimlach en servicegerichte houding. Als je iemand zichzelf laat zijn, zit diegene beter in z'n vel en biedt hij betere klantenservice. **Ook het tonen van empathie is belangrijk in het klantcontact.** Het nemen van verantwoordelijkheid is het derde speerpunt: **sta achter je daden en los problemen op die hier mogelijk uit voortkomen.** En tot slot: **maak het persoonlijk.** Dat liet Hilm zelf merken toen er door slechte financiën geen kerstbonussen mogelijk waren, maar ze wel iedere werknemer een handgeschreven kerstkaart meegaf.

Inmiddels heeft Hilm afscheid genomen van het hotelwezen en schrijft ze met de Deense geluksgoeroe Alexander Kjerulf aan het boek ‘Happy Hotels’. Daarin koppelt ze onderzoek over werkgeluk koppelt aan klantvriendelijkheid en klantbeleving in hotels. Ze lichtte alvast een tipje van de sluier op en behandelde kort een paar thema's uit het boek.

- Speel niet met het geld van mensen. Je werknemers moeten hun levens vooruitplannen, dus biedt ze een vast salaris. Ook

bonussen helpen niet, want die leveren alleen maar onterechte verwachtingen op.

- Gebruik reviewsites als Tripadvisor om van te leren. Reageer op de beoordelingen en vertel je team erover.
- Zet mensen centraal in plaats van cijfers. Zo kreeg Hilm in Praag ooit te maken met een man die drugs gebruikte op het werk. Hij bleek ernstige financiële en persoonlijke problemen te hebben. Door hem niet te ontslaan maar te ondersteunen bij het afkicken, kreeg hij zijn leven weer op de rit. Bij de rest van het team zorgde dit voor loyaliteit.
- Geef je personeel de mogelijkheid om zich te ontwikkelen en uit te vliegen, ook al betekent dit dat je ze kwijtraakt.
- Werf je personeel op een creatieve manier. In het Parkhotel werden uit het hele personeel groepen samengesteld die cv's bekeken en gesprekken voerden met kandidaten.
- Trainees zijn waardevol. Betaal ze, want je leert veel van ze. Ze brengen nieuwe inzichten met zich mee.

### Tips & tricks

In hun sessie HR & Happiness@Work gaven Gea Peper en Heleen Mes, met hun HappinessBureau mede-organisatoren van de dag, op hun beurt concrete tips hoe je op de werkvloer geluk kunt bevorderen. Met een eerste oefening werd het ijs tussen de aanwezige deelnemers gebroken. Door briefjes in ballonnen te stoppen, deze vervolgens op te blazen, rond te gooien en weer lek te prikken, vormden er in de zaal tweetallen. In korte 1-op-1-gesprekken mochten deze duo's met elkaar bespreken waar ze blij of gelukkig van worden tijdens hun werk. Dit gebeurt volgens de deelnemers als er naar ze wordt geluisterd, als ze duidelijk verandering teweeg brengen met hun werk of als ze genoeg ruimte en vertrouwen krijgen om hun werk te doen.

Alle gelukkige ervaringen ten spijt, blijkt uit het onderzoek 'Geluk in werk, maakt organisaties sterk' van het HappinessBureau dat 25% van de werkenden één of meer dagen per week een

slechte dag heeft. In de top 3 van veroorzakers staan klagende collega's (37,1%), te weinig erkenning (30,1%) en werkdruk (28,1%). "Je bent in je leven teveel tijd kwijt aan werk om ongelukkig te zijn", stellen Peper en Mes. Zorg er als bedrijf dan ook voor dat werkgeluk een KPI wordt en richt je naast customer experience op employee experience. Maak dus naast de welbekende customer journey ook een employee journey, zodat je kunt meten hoe jouw werknemers zich voelen en welke invloed dat heeft op hun prestaties.

### Onboarding

Belangrijk in dit proces is het onboarden van nieuwe werknemers. Met een zorgvuldige sollicitatieprocedure, waar een goede en heldere vacaturetekst voor een vliegende start moet zorgen, leg je een goede basis. Heb je iemand eenmaal 'aan boord', dan moet je helderheid en openheid creëren. De vier grootste dompers bij nieuwe werknemers zijn namelijk: onduidelijkheid wat verwacht wordt, ineffectieve training, geen acceptatie door collega's en te weinig waardering en aandacht. Niet heel verwonderlijk dus dat 65% van de nieuwe medewerkers binnen 90 dagen alweer op zoek is naar een andere baan.

De tweede oefening sloot daar goed op aan: het letterlijk uitdelen van complimenten. Elke deelnemer kreeg drie stickers waarop ze complimenten konden schrijven die bestemd waren voor een willekeurige aanwezige. Die varieerden van 'wat fijn dat je me aankijkt tijdens ons gesprek' tot 'goed dat je anderen weet te enthousiasmeren met jouw verhaal'. Een doeltreffende oefening die de kracht van eenvoudige complimenten bewees. Hoe een paar simpele woorden kunnen leiden tot gelukkiger werknemers en misschien zelfs tot gelukkiger klanten...

### 7 tips voor waardevolle complimenten

1. Kijk met een waardeerende blik
2. Wat je aandacht geeft, groeit
3. Begin je compliment met 'je'
4. Zorg dat je het meent
5. Liever een compliment over gedrag dan over een eigenschap
6. Wees specifiek
7. Non-verbaal kan ook