

Klant- en medewerkergericht werken in het centrum van de zorg

Ir. Herre van Kaam

Iedere zorginstelling heeft de uitdaging een optimum te vinden in het tevreden houden van de klant (de cliënt) en het binden en boeien van zijn medewerkers. Hoe krijg je dit voor elkaar?

- Hoe zorg je ervoor dat de klant zich op zijn gemak voelt in een omgeving waarin hij afhankelijk is van anderen?;
- Hoe creëer je een veilige en motiverende werkomgeving voor je medewerkers?

Centraal staat een omgeving waarin verschillende groepen mensen met uiteenlopende redenen bijeenkomen. Laten we deze omgeving het centrum van de zorg noemen. De een – de klant – komt er om er iets te halen, de ander - de medewerker - komt er om service te verlenen. De beleving van de klanten en de beleving van de medewerkers hebben grote invloed op elkaar. Als de medewerkers met veel werkplezier in een prettige omgeving met elkaar werken, heeft dit een positieve uitstraling naar de klanten. Evenzo als de klanten tevreden zijn met de geboden hulp en de manier waarop die hulp geboden is, heeft dit een positief effect op de medewerkers.

Daarnaast bepaalt het centrum waarin beide groepen mensen samen komen, de organisatie, de omstandigheden waarin de kwaliteit en kwantiteit van zorg wordt geleverd. Hierbij denken we aan de sfeer, de mate van collegialiteit, de mate waarin medewerkers invloed hebben op hun eigen werk.

Een vergelijk met een dagelijkse situatie is gauw gemaakt; er zijn twee bakkers. De naar vers brood ruikende bakkerij, waar u een kop koffie krijgt. Waarvan de verkoper weet dat u uw donker granenbrood het liefst ongesneden heeft en uw vloer wit juist wel gesneden. En ze weet dat u iedere ochtend om 06.50 uur langs de winkel komt, op weg naar uw auto én de file, en daarom sinds kort klaar staat met een verse krentenbol voor onderweg.

Of de bakker aan de overkant, die alleen gesneden brood verkoopt, geen praatje met u aangaat en waarbij u, terwijl u staat te wachten, denkt aan de file die alleen maar langer wordt. U weet wel waar u uw brood zou halen, toch? En ik denk ook te weten waar u het liefste zou willen werken.

Krachtige kern

Hoe kunnen we in zorginstellingen ervoor zorgen dat de verwachtingen van de klant worden overtroffen? Niet alleen de geboden zorg moet goed zijn, maar ook de omgeving waarin die zorg wordt geboden. En die omgeving is dezelfde omgeving die goed moet zijn voor de medewerkers. Vreelandgroep Organisatie adviseurs heeft jarenlange ervaring in de zorg. Onze kennis en ervaring zetten wij graag in om het centrum van uw organisatie dé krachtige kern te maken, waar iedereen trots op kan zijn. In dit themablad lichten we enkele methodieken toe om dit te bereiken.

In beweging komen

Zoals hierboven beschreven, heeft iedere speler in het centrum van de zorg een andere focus. Om van het centrum van de zorg een krachtige kern te maken, is het noodzakelijk de beweegredenen van de spelers te kennen. Wat wil iedere belanghebbende. Zie figuur 1.

De sleutel tot het creëren van een krachtige kern is je te verdiepen in de spelers rondom de kern. Wat willen ze? En wat betekent dat voor het centrum van de zorg? Waaraan moet dit voldoen en met welke interventies kan dit bereikt worden? Hieronder volgt een aantal voorbeelden om resultaat te boeken.

De medewerker

Medewerkers voelen urgentie dat een andere situatie gewenst is, óf omdat ze niet kunnen doen wat ze graag willen doen, óf omdat ze een mopperende klant voor zich hebben staan. In onze praktijk zien we dat juist de medewerkers de beste ideeën hebben voor verbeteringen. Zij worden tenslotte elke dag met de situatie waarin ze zich niet prettig voelen, geconfronteerd. Daarom kunnen en moeten medewerkers dit zelf uitvoeren. Hiervoor is ruimte om te experimenteren nodig. Geef medewerkers de ruimte om een dag met een collega mee te lopen en laat ze zelf reflecteren op de ervaring die ze opdoen. Kan het proces anders, sneller of effectiever worden doorlopen? Zijn er dingen op een andere afdeling die je naar je eigen afdeling over wilt nemen? Niet alles wat je denkt dat beter is, is ook daadwerkelijk beter. Durf dus ook veranderingen terug te draaien als het niet lijkt te werken. Naast het bieden van ruimte is een systematische manier van werken noodzakelijk. Reik een gestructureerde aanpak aan zodat gewerkt wordt aan het bereiken van resultaten door bijvoorbeeld tijd te besteden aan het stimuleren van creativiteit en niet aan het opzetten van metingen die uiteindelijk niemand snapt.

De klant

De klant voelt ook urgentie, maar vanuit een andere beleving. Zijn referentie is niet de concurrerende zorginstelling in de buurt, maar hij zal een vergelijking maken met andere sectoren, met bedrijven. Het eten in de instelling zal hij vergelijken met het eten in een restaurant en als zijn telefoon het niet doet, vergelijkt hij de service van de facilitaire afdeling met de telefoonmaatschappij. De beleving van de klant is over het algemeen een momentopname. Maar deze momentopname is bepalend voor de beleving van de klant en heeft in veel gevallen een blijvende impact op de relatie tussen de organisatie en de klant. Negatieve ervaringen worden in de deling met anderen nog dramatischer gemaakt. Een manier om inzicht te krijgen in de beleving van de klant is om medewerkers de gelegenheid te geven zich te verplaatsen in de situatie van de klant – hoe zou jij bejegend willen worden, wat zou jij absoluut anders willen? Minder lang wachten in de wachtkamer? Sneller worden teruggebeld voor het inplannen van een afspraak? Een glimlach als je iets wilt vragen? Met de inzichten die ontstaan, kan vernieuwd naar het werkproces gekeken worden.

De organisatie

Een organisatie bestaat niet zonder medewerkers. Als je je prettig voelt in je omgeving, straal je dit uit. Ben je trots op je product of dienstverlening, dan merken anderen dit. Geef medewerkers ruimte om trots te kunnen zijn op wat ze doen. Creëer een sfeer waar men elkaar kan stimuleren de gewenste procedures te volgen. Motiveer mensen om hun eigen werkomgeving dusdanig te optimaliseren dat zij elke dag in een prettige omgeving hun klanten met alle rust en respect kunnen ontvangen en behandelen. Zorg er daarbij voor dat het totale dienstenpakket klopt. Dat er vanuit één visie en één gedeelde strategie gewerkt wordt, in alle lagen van de organisatie. En vergeet vooral niet om de successen te vieren! Maak kenbaar wat de organisatie heeft bereikt, zodat de hele organisatie trots kan zijn.

Hoe kan de Vreelandgroep u hierbij helpen?

De beschreven interventies zijn gericht op het aansluiten op de belevingswereld van de spelers van het centrum. Wij hebben een gereedschapskist ontwikkeld met instrumenten en methodieken om op een uitdagende en inspirerende manier op de belevingswerelden van de klant, de medewerker en de organisatie aan te sluiten en te interveniëren. Zodanig dat de aanwezige energie efficiënt en effectief wordt ingezet. Een traject als dit, wordt uitgevoerd door de medewerkers zelf. Medewerkers kiezen zelf uit de gereedschapskist het voor hen best passende instrument of methodiek.

.Door latente kennis en ervaring te benutten wordt veranderenergie geactiveerd en is borging automatisch onderdeel van het traject. Door medewerkers ook verantwoordelijk te maken, wordt betrokkenheid gecreëerd en krijgt het project een plek in de interne organisatie. Wij werken met principes als action-learning, reflection-on-action, train-de-trainer om kennis en ervaring binnen de organisatie te houden. Passende kennis en vaardigheden worden aangereikt aan de trainers van de organisatie (leidinggevend), die op hun beurt de medewerkers uit het primaire proces begeleiden. Ook nemen wij de rol van coach op ons. De coach heeft een begeleidende rol. Door andere vergelijkbare trajecten heeft de coach ervaring die hulpzaam is. Ook kan de coach als 'sparring partner' dienen. Bent u geïnteresseerd in onze verdere aanpak in de care sector, neemt u dan contact op met Peter Tiebout of Monique Coolen.

Kernwoorden: Care, Klanttevredenheid, medewerkertevredenheid, klant- en medewerkergericht werken.

Figuur 1.

