

Mag ik je uitdagen als CEO?

Geluk als businessmodel

Voor organisaties die hét verschil willen maken!

Meer rendement met geluk



Inspiratie artikel
voor interview CEO

*Onderzoek naar meer maakbaar geluk in organisaties,
Welk toepasbaar model leidt naar een excellerende organisatie
met gelukkigere werknemers en een 9+ klantbeleving?*

Zit er voldoende geluk in uw businessmodel?

Dé vraag voor leiders met visie

*"Geluk zie ik als het meest succesvolle persoonlijke én zakelijke businessmodel ter wereld!"
En zoals ex-premier van Bhutan Jigmi Y. Thinley in mijn interview met hem zegt:
"Geluk als businessmodel is niet alleen mogelijk, het is noodzakelijk!"
Mijn belangrijkste vraag is nu aan C.E.O.'s:
Hoe kunnen we geluk concreet en meetbaar implementeren in organisaties? Bertine Blom*



Bertine Blom heeft jaren ervaring in verschillende commerciële en managementfuncties in de financiële en zakelijke dienstverlening. Na haar leergang 'Rendement van geluk' aan de Erasmus Universiteit, richtte zij in 2014 'Happy Business Academy' op met als doel het ontwikkelen van Happy Leadership voor krachtige organisaties met gelukkige werknemers en dolgelukkige klanten. Hoe benut je de volledige 'happiness potentie' op weg naar betere prestaties met een veel hoger rendement?

In haar zakelijke carrière heeft zij vele organisatie (afdelingen) en teams begeleid, events georganiseerd, cultuurprogramma's geleid en customer journeys geïmplementeerd voor 'geluksexplosies' bij klanten. Ook leidt zij professionals op tot Happy Coach of Chief Happiness Officer in samenwerking met 'Partners-in-Happiness'.

'Higher purpose' van Bertine is om een concrete bijdrage te leveren medewerkers en klanten in organisaties structureel gelukkiger te maken. Geen losse acties maar een bewezen model, een systeem. 'Door geluk als business model kom je ook vanzelf dichtbij de hoogste financiële winst'. Geluk is daarbij niet soft maar een cruciale voorwaarde voor prestatieverhoging en het behalen van de High Performance status, aldus Bertine.

In 2016 heeft zij 'Happy Young Power' opgericht voor jongeren tussen de 15 en 28 jaar, die in deze levensfase essentiële keuzes moeten maken in studie en werk. Vanuit de analyse van hun persoonlijkheid en het volgen van een geluksprogramma in 5 stappen, kunnen de jongeren, samen met twee buddies, betere keuzes maken.

In dit artikel wil Bertine CEO's inspireren en uitdagen geluk als speerpunt te maken van hun beleid en concreet te implementeren als businessmodel. De vraag is: Hoe?

Iedereen begrijpt dat mensen alleen goed kunnen functioneren als ze goed in hun vel zitten. Als we inzicht hebben in wat onze passie en talenten zijn én werk doen wat daarbij aansluit gaan onze prestaties omhoog. De meeste mensen willen iets bereiken in hun leven. Maar bovenal 'gelukkig zijn'. Maar hoe komt het dan toch dat wij als mensen zo slecht zijn in het voorspellen, bereiken én vasthouden van wat ons persoonlijk gelukkig maakt op lange termijn? En.. wat kan de CEO er aan doen?

Geluk of happiness is niet langer 'vaag' of alleen maar een subjectief gevoel of beleving. Geluk is maakbaar en universeel meetbaar en levert organisaties en medewerkers veel rendement op. Gelukkige medewerkers zorgen ook weer voor gelukkige klanten. In de praktijk zien we echter vaak een zeer teleurstellend beeld en veel ongeluk 'in business' met desastreuze effecten:

Uit onderzoek blijkt:

- een groot deel van de mensen worden langdurig uitgeschakeld op het werk
- oude businessmodellen met name gericht op processen voldoen niet meer
- klantenservice is beneden peil
- de meeste start-ups mislukken
- productiviteit blijft sterk achter
- ziekteverzuim is hoog
- creativiteit en innovatiekracht zijn zwak

Geluk als businessmodel

Door te werken met geluk als bedrijfsstrategie kan het heel anders. Niet de winst voorop stellen, maar geluk centraal stellen. Dan komt het rendement vanzelf.

Resultaat

Diverse studies tonen aan dat gelukkige werknemers productiever, innovatiever en meer gemotiveerd zijn. Ze zijn optimistischer, energiever en daardoor meer ook minder vaak ziek, ze blijven langer bij hetzelfde bedrijf en maken blije loyale klanten. Kortom: Happy

Vraagstukken 'Geluk als businessmodel' samengevat in het acroniem 'HAPPY':

Higher purpose: Welk hoger doel heb je voor ogen met jouw organisatie? Why? Waarom wil jij hét verschil maken in geluk?

Analyse: Wat zijn voor jou beslissende factoren voor geluk? Bijv. in cultuur, proces, leiderschap, strategie, communicatie, klanten?

Performance: Waar doe je het concreet voor? Welke winst (profit & performance) beoog je?

Plan: Hoe kun je geluk implementeren?

Yes, I am happy! Waaruit blijkt dat je écht gecommiteerd bent om geluk in je organisatie te verankeren, zodat leven en werk voor je organisatie op lange termijn daadwerkelijk verandert? Wat zijn je Best practices en best ideas? Welke 'nascholing' (acties) is nodig?



TOPleiders maken werk van geluk!



Waarom is geluk op het werk belangrijk?

Of werknemers gelukkig zijn op het werk heeft fundamentele gevolgen voor een organisatie en dat geldt voor elke organisatie, hoe groot of klein.

Gelukkige werknemers zijn productievere medewerkers. Studie na studie toont aan dat gelukkigere werknemers meer betrokken en meer gemotiveerd, een betere klantenservice leveren, een effectievere rol spelen in teams en betere leiders zijn.

Gelukkige werknemers zijn gezondere medewerkers. Geluk en gezondheid zijn met elkaar verbonden.

Gelukkige werknemers hebben minder kans om ziek te worden en als ze ziek zijn, dan herstellen ze sneller. Al met al, ze verschijnen vaker om meer te werken, zijn meer betrokken wanneer ze aan het werk zijn en hebben meer energie in het leven.

Gelukkige medewerkers zijn loyaler. Gelukkige werknemers blijven langer aan de organisatie verbonden.

Gelukkige werknemers zijn daarom essentieel in termen van de retentie hoog houden en de wervingskosten laag.

Gelukkige medewerkers zijn innovatiever. Positieve emoties creëren namelijk verhoogde niveaus van creativiteit en leiden sneller tot een helicopter view en strategisch inzicht. Beide zijn de sleutel tot succesvolle innovatie.

Bovendien omarmen gelukkige teams nieuwe ideeën vaker positief en zijn deze beter in de implementatie en uitvoering ervan.

Werknemers geluk op het werk is niet vast of statisch, maar deels beïnvloedbaar en dynamisch. In haar onderzoek ‘De maakbaarheid van het geluk’ toont Sonja Lyubomirsky aan dat het vermogen om een gelukkig leven te leiden deels maakbaar is door gedurende langere termijn te investeren in geluksactiviteiten, gebaseerd op de 12 bewezen determinanten van geluk. De vraag is of die geluksindicatoren ook implementeerbaar zijn op het werk en concreet kunnen bijdragen aan een Happy Company’?

Hoe mensen zich voelen - gelukkig of ongelukkig - wordt beïnvloed door de manier waarop ze functioneren op het werk en gewaardeerd worden voor wat ze doen. Dit is op zijn beurt afhankelijk van zowel de organisatiecultuur en het systeem waarin ze werken (inclusief leidinggevende) als van hun persoonlijkheid (wie ze zijn en wat hun drijft).

Het is belangrijk te erkennen dat deze twee factoren te onderscheiden zijn. Wat bepaalt of mensen gelukkig zijn op het werk is beslist niet voor iedereen hetzelfde en enkel universeel bepaalt, maar mede afhankelijk van persoonsgerichte factoren. Dat maakt ‘geluk als business model’ ook zo lastig te implementeren.

Dit is de reden dat het belangrijk is om verder onderzoek te doen bij CEO’s, leiders, managers en professionals en om afzonderlijk na te denken over persoonlijke en organisatorische factoren die beiden hét verschil kunnen maken in het falen of mislukken van geluk als businessmodel.

De maakbaarheid van geluk

In het boek ‘De maakbaarheid van het geluk’ toont Sonja Lyubomirsky aan dat het vermogen om een gelukkig leven te leiden al voor 50% bij geboorte vastligt. 10% wordt bepaald door de omstandigheden en 40% door doelbewuste acties. Omdat we onze genen niet kunnen veranderen, en het effect van veranderde omstandigheden slechts tijdelijk is, blijft de doelbewuste actie - in gedrag en gedachte - als enige beïnvloedbare geluksfactor over. Dit vraagt om een mentale aanpassing en gedragsverandering.

Lyubomirsky leert de lezer allereerst zijn geluksniveau te bepalen. Vervolgens geeft zij de lezer keuze uit een aantal strategieën die helpen bij het vergroten en laten voortduren van het geluksgevoel.



Geluk als business model maakt hét verschil in werk en leven!



Ook beginnen bedrijven steeds meer in te zien dat er een ethische dimensie en groot maatschappelijk belang vast zit aan het runnen van een werkplek.

Een bedrijfscultuur die ongeluk meebrengt en stressvol is zal langzaam haar medewerkers uit hun kracht halen, waardoor uiteindelijk hun loopbaan, hun gezondheid en zelfs hun privéleven kunnen ruïneren.

Voorspeld wordt dat over 30 jaar burn-out volksziekte nummer één is. Daarnaast is één op de 5 jongere depressief vanwege o.a. onvoldoende kennis van passies, kwaliteiten met als gevolg verkeerde studie en werkkeuzes.

Dit is een slechte zaak en zorgelijke ontwikkeling!

Steeds meer en meer leiders begrijpen dat geluk als business model een positieve invloed heeft niet alleen op het werk, maar op het héél het leven van de werknemers. Het merendeel van de uren van vele mensen wordt immers doorgebracht op het werk. Daarnaast leveren (dol)gelukkige klanten en excellente klantbeleving veel meer rendement.

Als geluk als business model ook écht werkt op het werk? Als je concreet handen en voeten kan geven met voorbeelden, ideeën en best practices, dan lever je waarde aan het business model van de toekomst. Is je antwoord 'ja'? Laat weten 'hoe' in een persoonlijk interview!

Indien je andere leiders en professionals kunt inspireren tot gelukkige werknemers, dolgelukkige klanten, een 'Happy Company' die ook nog hét verschil kan maken in geluk en succes, dan lever je als CEO daadwerkelijk een onderscheidende bijdrage aan een gelukkige wereld!

Doe je mee? Tot snel!

Bertine Blom, Chief Happiness Officer



"Mijn grote dank gaat uit aan de diverse leerzame bijdragen van CEO's, leiders, managers en andere professionals voor het concretiseren van Geluk als businessmodel in organisaties in de interviews en persoonlijke gesprekken.

De inspiratie, tips, tools, adviezen, best practices en 'best ideas' van 100 interviews inclusief foto's en relevante informatie van de deelnemers worden samengevat weergegeven in mijn boek 'Geluk als businessmodel'

*Verwachte uitgavedatum:
Voorjaar 2018*

