



ONTWIKKEL EEN STRATEGISCH VITALITEITSPAN IN 4 STAPPEN

VITALITY FOR EVERYBODY!

WELKOM IN DE WERELD VAN VITALITEIT

Vitaliteit staat meer dan ooit in de schijnwerpers. Corona heeft ons meer dan ooit doen beseffen dat gezondheid mentaal en fysiek een groot goed is. Meer dan ooit werden we direct geconfronteerd met keerzijde van minder gezond zijn. Ook binnen organisaties is vitaliteit een onderwerp van gesprek geworden en worden veel initiatieven ontplooit.

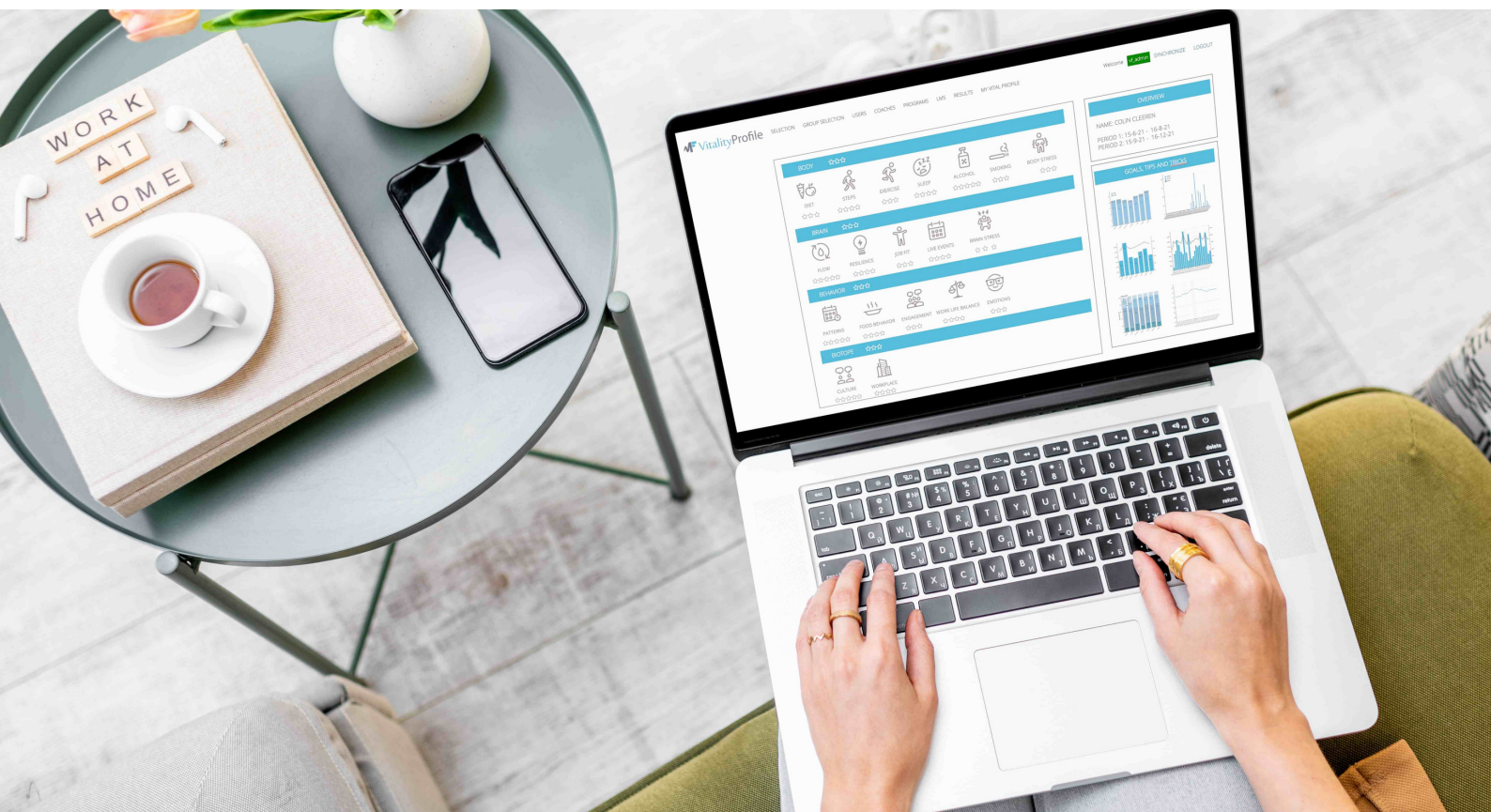
Helaas zijn dit vaak vele losse initiatieven. De intenties zijn goed, maar sterven soms weer een snelle dood. Dat vinden wij ontzettend jammer. Want het kan ook anders. Door te investeren in een vitaliteitsplan, investeer je in een mooi meerjarenprogramma met maximale impact en meetbaar resultaat. Daar heeft iedereen jarenlang plezier van omdat het vitaliteit op de agenda houdt.

Met de 4 stappen in deze white paper willen we je verder helpen om dit structureel in te bedden in je organisatie. Want eerlijk is eerlijk, initiatieven die in de organisatie zelf ontstaan bekijken vaak het beste. Mocht je eens met ons van gedachten willen wisselen over hoe wij dat doen, of ben je benieuwd naar beste practices bij branchegeenoten, dan kan je uiteraard altijd even contact opnemen. We helpen je graag verder. Onze missie is niet voor niets "Vitality for Everybody". Succes met jullie plan!

COLIN CLEEREN
FOUNDER

COLIN.CLEEREN@VITALFACTS.NL
06-10936188





INTRODUCTIE

Wij merken dat organisaties vaak een beetje vast lopen met een goed plan voor vitaliteit. Verder kijken dan een jaar is een belangrijk element om succesvol te zijn.

In deze whitepaper helpen we je graag met een succesvolle start. Daarom hebben we in vier simpele stappen beschreven hoe jullie je eigen vitaliteitsplan kunnen ontwikkelen.

*"MET EEN
GOED PLAN
ZORG JE
ERVOOR DAT
VITALITEIT OP
DE AGENDA
BLIJFT"*

STAP 1: VERKENNING

INVENTARISATIE VAN BEHOEFTE

BINNEN JOUW ORGANISATIE

De meeste bedrijven hebben te weinig beeld bij de behoeften van de medewerkers en beginnen met organiseren en initiatieven nemen die goedbedoeld zijn, maar lang niet altijd "top of mind" zijn bij medewerkers.

In 2018 hield Deloitte Global Human Capital een trend survey, Daaruit kwam naar voren dat er grote verschillen zijn tussen de behoeften van medewerkers en wat de organisatie aanbiedt op het gebied van vitaliteit. Hierdoor is stap 1 dan ook het verkennen van wat er nodig is binnen jouw organisatie.

Begin met het verzamelen van de relevante informatie rondom het thema vitaliteit. Dit doe je door met collega's te praten en zo een beeld te krijgen over de cultuur van het bedrijf, leiderschap en de werkdruk. Vraag naar hun mening, wat zouden ze anders willen of wat is het eerste wat bij hen opkomt als ze denken aan vitaliteit in jullie organisatie?

Maak de businesscase tijdens deze stap eens op hoofdlijnen. Dat helpt je MT te overtuigen. De businesscase is snel gemaakt, want vitale medewerkers:

- Verzuimen minder
- Doen hun werk met meer plezier
- Zijn gemotiveerder
- Zijn loyaler aan hun werkgever.

Een vitaliteitsplan is dé manier waarop je jong talent binnenboord houdt en oudere medewerkers gemotiveerd en flexibel houdt. Niet onbelangrijk als er krapte is op de arbeidsmarkt.

Voor veel medewerkers ligt de behoefte vaak heel ergens anders dan wat het bedrijf aanbiedt. Denk daarbij bijvoorbeeld aan:

- Flexibele werktijden
- Kinderopvang beleid
- Geen meetings vóór 10:00 of na 16:00
- Inspirerende overlegplekken
- Gezonde snacks (niet alleen fruit)



STAP 2: ANALYSE

ANALYSEER DE RESULTATEN VAN DE VERKENNING

Het is tijd om de resultaten van de gesprekken in de verkenningsfase nader te analyseren. Organiseer een workshop met verschillende medewerkers, bijvoorbeeld de managers van de teams in jouw organisatie en ga aan de slag om de strategie helder te krijgen!

Het belangrijkste is natuurlijk om te beginnen met een doel, je ambitie voor het vitaliteitsplan in jouw bedrijf. Dit kan je vastleggen in een Vitality Scorecard. Waar je al je KPI's en normen in kan monitoren.

Bedenk een ambitie die iedereen motiveert en inspireert en waar medewerkers energie van krijgen.

Wanneer je duidelijk hebt wat je ambitie is, is het belangrijk er verschillende resultaten aan te hangen.

Denk hierbij aan hoe snel je bijvoorbeeld een bepaald resultaat wilt zien. Waar willen jullie staan met het vitaliteitsplan over 3 jaar? Hoe gaat dit impact hebben op stakeholders, medewerkers, budget? kunnen hierbij centrale vragen zijn

Het is belangrijk om het plan goed uit te werken zodat het ook echt succesvol gaat worden en dat iedereen precies weet wat ze kunnen verwachten.

Als deze twee punten goed besproken zijn, breng je alle resultaten van de analyse in beeld. Wat is de Top 3 van wensen? Hoeveel moeten we investeren? Wat voor impact gaat dit geven in het bedrijf / wat wordt de positieve verandering? Wanneer kan het gerealiseerd worden?

Bespreek de wensen en breng duidelijk in kaart wat de wensen zijn en welke het meest benoemd worden



STAP 3: UITVOERING

TIJD OM AAN DE SLAG TE GAAN!

De ambitie is duidelijk, de resultaten zijn duidelijk en je hebt een goed plan opgesteld met een budget, impact en verantwoordelijkheden beschreven. Da's mooi! Het is nu tijd om aan de slag te gaan en te zorgen dat het plan dan ook echt handen en voeten te gaan geven.

Misschien moet je hier iemand voor aannemen? Is er iemand in het team aanwezig die dit kan oppakken naast zijn andere activiteiten? Houd er rekening mee dat het implementeren constante aandacht en bijsturing vraagt. Misschien is er een projectgroep van medewerkers die dit samen kunnen oppakken of is een Happiness Officer of Chief Vitality Officer wel een leuke nieuwe functie of rol voor voor jullie bedrijf?

Idealiter hebben deze medewerkers al een rol gespeeld in het de eerste stappen van het vitaliteitsplan.

Het is leuk om medewerkers uit de organisatie te activeren in de organisatie. Is er iemand met een speciale expertise die wat kan vertellen, iemand die les kan geven, het maakt niet uit. Activiteiten vanuit de eigen organisatie op eigen kracht organiseren maakt medewerkers enthousiast en betrokken. Daarnaast worden onbekende hobby's, talenten en privé activiteiten gedeeld in de hele organisatie, dat draagt bij aan de company pride!

Je kan natuurlijk niet alles alleen doen, zoek daarom ook naar partners die jullie kunnen helpen met de uitvoering van de verschillende programma onderdelen. Praat met andere bedrijven die al volop bezig zijn met vitaliteit en laat je informeren en inspireren door de keuzes die zij gemaakt hebben.



STAP 4: COMMUNICATIE

VERTEL VERHALEN, DEEL ERVARINGEN, VERWACHTINGEN EN RESULTATEN

VERTEL VERHALEN

Ervaringen met vitaliteit van collega's zijn een hele mooie manier om het onderwerp in de schijnwerpers te zetten. Persoonlijke verhalen worden als authentiek en dicht bij ervaren en inspireren om ook in beweging te komen.

DEEL ERVARINGEN EN RESULTATEN

Geef aan de organisatie terug wat ervaringen zijn met specifieke activiteiten, deel reviews, Tips en Tops en vertel wat de volgende stappen zijn.

MAAK EEN STERKE MARKETING MIX

Het gebruik van verschillende media met passende boodschappen is essentieel. Vraag intern wat medewerkers het fijnste vinden! De Marketing & Communicatie afdeling kan je helpen met filmpjes, fotos en andere middelen om je plan een gezicht te geven! Vitaliteit wordt dan echt een pijler in de cultuur van de organisatie en een belangrijk fundament waarop medewerkers trots kunnen zijn.

*"VITALITEIT IS EEN
BELANGRIJKE
PIJLER VOOR DE
CULTUUR VAN DE
ORGANISATIE"*



CONTACT



VitalFacts
Karel van Gelderlaan 19
6861CB Oosterbeek

026 351 30 28
Info@vitalfacts.nl
www.vitalfacts.nl